



Universidad Nacional Autónoma de México

Programa de Posgrado en Estudios Latinoamericanos

El papel de las editoriales universitarias latinoamericanas en la difusión del conocimiento y la cultura. Los casos de la Editorial de la Universidad Estatal a Distancia de Costa Rica (EUNED) y las Instancias Editoriales de la UNAM

**TESIS QUE PARA OPTAR POR EL GRADO DE DOCTORA EN ESTUDIOS  
LATINOAMERICANOS**

Presenta

Jenny Teresita Guerra González

Tutora principal:

Dra. Regina Aída Crespo Franzoni  
Centro de Investigaciones sobre América Latina y el Caribe

Comité tutorial:

Dra. Gloria Patricia Cabrera López  
Centro de Investigaciones Interdisciplinarias en Ciencias y Humanidades

Dra. Georgina Araceli Torres Vargas  
Instituto de Investigaciones Bibliotecológicas y de la Información

México, D.F., octubre de 2014.



Universidad Nacional  
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

**Biblioteca Central**



**UNAM – Dirección General de Bibliotecas**  
**Tesis Digitales**  
**Restricciones de uso**

**DERECHOS RESERVADOS ©**  
**PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL**

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

## **Dedicatorias**

*A Mamá, Papá, Mariel y Yara por su infinito cariño en la cotidianidad de mis días.*

*A mi tío el Dr. Andrés González Huerta por su permanente y cariñoso apoyo.*

## **Agradecimientos**

*A la Dra. Regina Aída Crespo por su compromiso y acompañamiento en la concepción y redacción de esta investigación. Además de comprometida tutora, juiciosa guía y querida amiga.*

*A la Dra. Patricia Cabrera y a la Dra. Georgina Torres, tenaces cotutoras que acompañaron este trabajo. Sus consejos y recomendaciones fueron invaluable.*

*A la Universidad Nacional Autónoma de México, por darme un lugar en sus aulas. Mi amor por la investigación sobre el mundo del libro y los contenidos editoriales halló eco aquí. Mi compromiso y credibilidad en la universidad pública, también.*

## Índice

<b>Introducción</b>	6
<b>Metodología para abordar la edición universitaria contemporánea: Entre las industrias de contenidos y el nuevo institucionalismo sociológico.</b>	11
<b>Capítulo I. La Universidad como agente editor en América Latina.</b>	30
¿Qué es una editorial universitaria? Lo industrial, lo público y lo privado.	30
Antecedentes históricos de la universidad como institución editora en Latinoamérica.	32
Importancia y situación de las editoriales universitarias latinoamericanas hoy	33
<b>Capítulo II. La Editorial de la Universidad Estatal a Distancia y su papel en la difusión del conocimiento y la cultura de Costa Rica.</b>	45
La UNED: Institución Benemérita de la Cultura en Costa Rica.	45
La Dirección de Producción de Materiales Didácticos (DPMD) como instancia de difusión del conocimiento de la UNED.	48
PROMADE: De la Unidad Didáctica Modular a la Diversificación de los Materiales Didácticos Escritos.	49
Libros que tienen la palabra. La EUNED en la difusión de la cultura y el conocimiento.	64
Escuelas y dependencias universitarias en la edición de revistas académicas y científicas con sello editorial EUNED.	78
Diagnóstico del sello editorial EUNED según el Modelo de Industria de Contenidos insertas en la Convergencia Digital.	89
Diagnóstico de la Editorial Universidad Estatal a Distancia de Costa Rica según el Nuevo Institucionalismo Sociológico.	100
Isomorfismo institucional en el sello editorial EUNED.	110
<b>Capítulo III. Las Instancias Editoriales de la UNAM y su papel en la difusión del conocimiento y la cultura de México.</b>	113

De la Imprenta Universitaria a la descentralización de la actividad editorial.	113
Actualidad de la edición universitaria en la UNAM y acotación de las Instancias Editoriales objeto de estudio.	115
Los casos de estudio.	125
Diagnóstico de las Instancias Editoriales de la UNAM según el Modelo de Industria de Contenidos insertas en la Convergencia Digital.	144
Diagnóstico de las Instancias Editoriales de la UNAM según el Nuevo Institucionalismo Sociológico.	173
Isomorfismo institucional en las instancias editoriales de la UNAM.	188
<b>Capítulo IV. Propuestas de administración y gestión estratégica para la EUNED y las Instancias Editoriales de la UNAM.</b>	192
El sello editorial EUNED: ¿Cómo equilibrar la producción de material didáctico, la producción editorial general y los productos de investigación?	193
Las Instancias Editoriales de la UNAM: ¿Cómo organizar y administrar la vastedad de un fondo editorial que comprende todas las disciplinas del saber?	203
A modo de conclusión	210
<b>Fuentes bibliohemerográficas</b>	212
<b>Fuentes electrónicas</b>	214







## Introducción

*Las universidades son el mejor contrapeso que tenemos al pensamiento único, y constituyen el mejor instrumento del que disponemos para atajar los cada vez más preocupantes fundamentalismos, sean estos económicos, étnicos o religiosos.*

Juan Ramón De la Fuente en “La autónoma”.

Cuando inicié en 2009 esta investigación bajo la forma de un protocolo, la información sobre la edición universitaria latinoamericana era escueta, desorganizada y desactualizada. Los pocos textos y diagnósticos editoriales habían sido realizados mayoritariamente por organismos intergubernamentales con datos cuantitativos, recomendaciones lacónicas y exiguas prospectivas. Con esto no quiero decir que el terreno de estudios sobre la edición en el ámbito de la Universidad y las Instituciones de Educación Superior (IES) en la región fuera deficiente en su emprendimiento. Lo que afirmo es que no se le había dado la importancia necesaria como campo u objeto de estudio y que aún no se consideraba el impacto que los avances en las Tecnologías de la Información tendrían en el área de las publicaciones.

A cinco años del comienzo de este camino, la categorización de la edición universitaria ha evolucionado. Ya no hablamos únicamente de libros, revistas y CD's. Las IES publican también multimedios, repositorios y un amplio número de contenidos distribuibles por Internet o variados soportes electrónicos. La propia Universidad ha cambiado. Esta y otras IES se están transformando en instituciones corporativas. Espacios administrados con valores propios de las empresas: eficiencia, excelencia en el sentido corporativo e investigaciones que serán aprovechadas para mercantilizar desde la neurología hasta la alimentación. Aunque no es deseable la existencia de espacios académicos corporativos, no podemos pasar por alto dicha situación que impacta directamente la investigación y la docencia, rubros en que se afinsa este particular tipo de edición.

Al referirme al papel que tienen las editoriales universitarias en la difusión del conocimiento y la cultura, parto de la consideración de que una editorial universitaria no es absolutamente

independiente, se debe a la institución en la que surge y tiene que responder a las necesidades propias de esta, a saber: editar obras que posibiliten la docencia; publicar la investigación propia o ajena que ayude a la función docente o discente; difundir<sup>1</sup> y ayudar a conocer mejor los hitos de la ciencia y del pensamiento universales; contribuir al mejor conocimiento del territorio en el que actúa y finalmente, participar por medio de este a la mejora de la sociedad.

La selección de los casos de estudio obedeció en primer término a la estructura de la universidad pública en el subcontinente, donde conviven megauniversidades emblemáticas como la Universidad Nacional Autónoma de México y universidades pequeñas y jóvenes como la Universidad Estatal a Distancia de Costa Rica (UNED). Se añade a este criterio el de los modelos y características de los catálogos editoriales. En el caso de la UNED encontramos un sello universitario centralizado enfocado preminentemente en la publicación de materiales didácticos aunque con un espacio considerable para títulos de interés general multidisciplinario. La UNAM, por otro lado, presenta una actividad editorial descentralizada, especializada, que da cabida a la producción científica, didáctica y cultural.

El objetivo general del trabajo radicó en estudiar el papel de las editoriales universitarias, Editorial de la Universidad Estatal a Distancia de Costa Rica (EUNED) e Instancias Editoriales de la UNAM (México), en cuanto a la participación que tiene la universidad pública latinoamericana como agente editor en la región –de acuerdo a su función social de promotora y difusora del conocimiento y la cultura- en un momento histórico caracterizado

---

<sup>1</sup> Empleo el término de *difusión*, en el título de la tesis, porque a diferencia del de divulgación, denota las múltiples ocasiones en que una obra o material es comunicado o puesto en circulación. Divulgación define exclusivamente la vez primera en que una obra se comunica, es decir, al momento en que deja de ser inédita. (De la Parra, 2012)

Por otro lado, en la Universidad Nacional Autónoma de México se entienden difusión y divulgación en relación a la evaluación del personal académico. *Difusión* comprende la participación de académicos e investigadores en conferencias, ponencias, visitas guiadas, como moderador y autor de artículos científicos. *Divulgación* corresponde a la colaboración de los académicos en presentaciones de libros, entrevistas, pláticas y actividades artísticas. (*Sistema de Informes Académicos de la Coordinación de Humanidades de la UNAM*)

La categoría *difundir* deriva del latín *diffundere* que se traduce como propagar o divulgar conocimientos, noticias, actitudes, costumbres, modas, etc. Mientras que *divulgar* (del latín *divulgare*) significa “publicar, extender, poner al alcance del público algo”. (*Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española*).

**Fuentes electrónicas:** *Página web del Sistema de Informes Académicos de la Coordinación de Humanidades de la UNAM* (<http://siah.humanidades.unam.mx/>) y *Portal en Internet de la Real Academia Española* (<http://www.rae.es/>).

por la privatización de la educación superior, los procesos de cambio tecnológico y las transformaciones que ha experimentado la industria editorial global.

Para alcanzar íntegramente este propósito fue preciso delinear objetivos específicos consistentes en:

1. Analizar la función actual de la universidad pública latinoamericana por medio del *nuevo institucionalismo sociológico*- en la promoción y difusión del conocimiento a través de la edición de publicaciones y materiales en distintos soportes en los siguientes frentes: 1.) investigación institucional; 2.) edición de publicaciones con perfil regional de tipo científico, artístico y cultural; 3.) publicación de textos multidisciplinarios de académicos y autores externos a la institución (originales y traducciones).
2. Estudiar las experiencias, aportes y discontinuidades de la edición universitaria latinoamericana en los casos seleccionados atendiendo a los hechos que los singularizan (estructura organizacional, líneas temáticas, políticas editoriales para la publicación, criterios de distribución y comercialización del libro y otras publicaciones) y problemas que instituciones de ese tipo enfrentan en un modelo de negocio editorial definido por las industrias de contenidos.
3. Investigar cómo las políticas de las universidades y de las instituciones gubernamentales de educación y ciencia condicionan directa o indirectamente la operación y desarrollo de las editoriales objeto de estudio (financiamiento, políticas editoriales, diversificación de textos y soportes, indexación de publicaciones periódicas en sistemas de información científica, normas de calidad y certificaciones, participación de académicos como autores y editores).
4. Cualificar la participación que tienen las editoriales seleccionadas en asociaciones, gremios u organismos de editoriales universitarias en sus países y en instituciones intergubernamentales como el *Centro Regional para el Fomento del Libro y la Lectura* y la *Asociación de Editoriales Universitarias de América Latina y el Caribe* enfatizando el apoyo que han recibido de estas organizaciones en lo concerniente a producción, distribución de publicaciones, capacitación y gestión técnica y administrativa.
5. Generar propuestas de administración y gestión estratégica para las editoriales estudiadas, de acuerdo a indicadores propios de la Economía de la Cultura para la Convergencia Digital y el Nuevo Institucionalismo Sociológico.

La consecución de estos cinco objetivos determinó la organización y ulterior desarrollo de la investigación compuesta por un marco metodológico y cuatro capítulos. El marco metodológico (*Metodología para abordar la edición universitaria contemporánea: Entre las*

*industrias de contenidos y el nuevo institucionalismo sociológico*) actúa como prefacio teórico al fenómeno editorial contemporáneo. Puntualiza la recategorización de la industria del libro como *industria de contenidos*, fruto del cambio tecnológico de fines del siglo XX y principios del XXI, que incumbe también a la edición universitaria. Describe y justifica la elección de la Economía de la Cultura y el Nuevo Institucionalismo Sociológico como enfoques teóricos a emplear en el estudio de esta particular clase de edición. El apartado finaliza con la descripción –mediante una tabla de operacionalización de variables– de indicadores a cualificar en los diagnósticos editoriales de la EUNED y las Instancias Editoriales de la UNAM procedentes de los mencionados encuadres epistemológicos.

El capítulo I (*La Universidad como agente editor en América Latina*) aborda la situación actual de la edición universitaria en la región como parte del quehacer de extensión de las universidades e IES. Contempla sus diferencias respecto a la edición comercial, su historicidad, institucionalización, organización y resultados. La sección de problemas recurrentes que encara la edición universitaria en nuestros países sirve como parteaguas a los análisis de los sellos editoriales elegidos.

*La Editorial de la Universidad Estatal a Distancia y su papel en la difusión del conocimiento y la cultura de Costa Rica*, segundo capítulo de esta tesis, comienza pormenorizando el contexto social y educativo en que se crea la UNED y posteriormente la Editorial. Especifica el rol que juega la última en tanto productora, gestora y otorgante del sello editorial. No obstante esclarece que la dependencia no es la única que edita libros y materiales en esta universidad, por lo que se da a la tarea de relatar las acciones que realiza el *Programa de Material Didáctico Escrito* (PROMADE) además de escuelas y facultades. Ahonda a su vez en las características de la actividad editorial institucional (mayoritariamente didáctica), los mecanismos de distribución, formación y capacitación de recursos humanos, etc. A la luz de los indicadores de la Economía de la Cultura estudia el impacto que ha tenido la convergencia digital en este ecosistema del libro. La incidencia de las nuevas prácticas gubernamentales y privadas de que son objeto las IES y sus oficinas (rendición de cuentas, legitimación de la producción de conocimiento, indización, etc.) también se examina.

El capítulo III (*Las Instancias Editoriales de la UNAM y su papel en la difusión del conocimiento y la cultura de México*) condensa la evolución del modelo de edición en la universidad más grande del subcontinente. Acerca al lector a las prácticas editoriales de los cuatro subsistemas en que se estructura el quehacer institucional de la UNAM. Paralelamente enfatiza las formas que adquieren los contenidos académicos y científicos más allá del tradicional libro (*ebook*, revistas científicas y de divulgación, *mp3*, repositorios). La legislación universitaria como reguladora de la actividad editorial es ilustrada copiosamente. Especial relevancia toma el estudio sobre el ejercicio de la autonomía que en relación a sus programas editoriales efectúan las distintas dependencias. La UNAM no centraliza las labores de edición en una Editorial en sentido estricto. Sin olvidar la emergencia de nuevas normativas que están redireccionando desde 2010 el sistema de publicaciones UNAM hacia la digitalización irrestricta, la rendición de cuentas, la creación de entidades, la internacionalización del sello editorial, etc.

La elaboración de ambos diagnósticos requirió combinar investigación documental y trabajo de campo, en síntesis, un diseño de investigación mixto. Conjugar estas técnicas proveyó herramientas que hicieron posible la detección de prácticas isomórficas que la sola elección de una de ellas no habría consentido.

El cuarto y último capítulo (*Propuestas de administración y gestión estratégica para la EUNED y las Instancias Editoriales de la UNAM*) está escrito a modo de apartado y recomendaciones. Me pareció insuficiente concluir este trabajo de investigación sin un ejercicio que orientara los esfuerzos en pro de una mejor gestión en los dos sellos editoriales. Reproché que en estudios precedentes esta fuera una grave carencia y por ello concebí propuestas concretas para cada rubro en que la información obtenida indicó una debilidad o un rasgo a potenciar. Respeto el contexto y la realidad de las instituciones que acogen estos proyectos editoriales pero la crítica está presente.

*Jenny Teresita Guerra González*

## Metodología para abordar la edición universitaria contemporánea: Entre las industrias de contenidos y el nuevo institucionalismo sociológico.

*El papel y la tinta en muchos casos son sustituidos por artefactos electrónicos. Hay quienes sostienen que este proceso, desencadenado por la digitalización electrónica, terminará por erosionar las poderosas torres de marfil que son las universidades, las escuelas y los centros de investigación. A fin de cuentas, más que torres de marfil son torres de papel sacudidas por la digitalización y la expansión de la lectura en pantalla.*

Roger Bartra en *El futuro papel del papel*

La industria editorial es concebida, por sus características, como industria cultural, industria de contenidos e industria creativa.<sup>2</sup> Atendiendo a los fines de esta investigación la abordaremos desde la categoría de *industrias de contenidos*. Las *industrias de contenidos* comprenden la producción pensada para las nuevas tecnologías de la información y comunicación, la convergencia digital y, que plantean la inclusión social. Es decir, abarca nuevos modelos de negocio, como los de los *conglomerados multimedia*,<sup>3</sup> nuevas estructuras

---

<sup>2</sup> Las industrias creativas son un término amplio que creció de la mano de teóricos de la Economía de la Cultura como Graham Drake, Richard L. Florida y Paul Roberts, e incluye mucho más que la producción de contenidos para los medios tradicionales (diarios, revistas, televisión abierta o de pago, cine, radio o publicidad) o para los medios digitales, como Internet, periódicos y revistas *on-line*, televisión y radio digital, móviles, *ipods* y *palms*. Esa es solamente una parte de las industrias creativas que actualmente hacen parte de la Economía de la Cultura. Las industrias creativas incluyen también todas las formas artísticas de la alta cultura a la popular, como la artesanía, el *design*, el patrimonio cultural, el turismo cultural, los equipos culturales (museos, teatros, cines), así como el trabajo conjunto de la cultura, el turismo y la educación como forma de llegar al desarrollo sustentable.

**Fuente electrónica:** *Página de Internet del Department for Culture, Media & Sport del Gobierno del Reino Unido* ([http://www.culture.gov.uk/what\\_we\\_do/creative\\_industries/default.aspx](http://www.culture.gov.uk/what_we_do/creative_industries/default.aspx)).

El estado de las industrias creativas y su importancia en Latinoamérica puede conocerse accediendo al estudio de 2011 “Incentivo a las Industrias Culturales y Creativas en América Latina y el Caribe”.

**Disponible en:** *Página de Internet del Sistema Económico Latinoamericano y del Caribe* (<http://www.sela.org.>).

<sup>3</sup> Los *conglomerados multimedia* son producto de las fusiones y alianzas estratégicas entre empresas dedicadas a la cultura, la información y el entrenamiento localizadas en diferentes países. Una característica fundamental de estos grupos de medios es que pasaron de ser instrumentos de difusión del Estado y de grupos capitalistas a imponer su agenda política y económica. El lector interesado en abundar sobre el tema puede consultar la tesis “Hacia un nuevo fenómeno de masificación en la narrativa latinoamericana: producción, circulación y consumo” (Facultad de Filosofía y Letras UNAM, 2009), en donde quien esto escribe, trabajó ampliamente la categoría.

tecnológicas, nuevos lenguajes para esos medios digitales, nuevas maneras de relacionarse con los diferentes públicos y nuevos profesionales capacitados para nuevas demandas.

Las *industrias de contenidos* son planeadas y desarrolladas independientemente de tiempo, espacio o localización geográfica; incluyen la interactividad y movilidad posibilitadas por telefonía móvil, computadoras portátiles, *tablets*, etc. Dicho conjunto de acciones ocurre en el ámbito editorial con la publicación de textos en sitios *web* especializados, la concertación de ventas de derechos de autor vía e-mail, la diversificación de formatos como el *e-book*, *ePub*, la impresión bajo demanda (IBD) y el marketing en redes sociales. Sostiene la investigadora en comunicación y periodismo Cosette Castro que “lo que marca posición en defensa de esta categoría es la posibilidad de participación ciudadana, así como la inmensa carga de informaciones que los habitantes del orbe podrán recibir diariamente (aparte de las que reciben por medio de impresos y audiovisuales)”. (Castro, 2008: 15-18)

La categoría de *industrias de contenidos* es trabajada a detalle por los especialistas de la Economía de la Cultura, sector de la Economía dedicado a definir políticas y estrategias para productos que tienen al mismo tiempo, potencial económico y valor simbólico (mensajes, identidad, valores). La Economía de la Cultura, primer enfoque teórico a emplearse en esta tesis, incluye la generación de propiedad intelectual y derechos de autor, elemento fundamental del negocio del libro, y un derivado de estos, los derechos subsidiarios.<sup>4</sup> Es ampliamente utilizada como disciplina medular en la Gestión y el Desarrollo Cultural a nivel global, ha sido trabajada y aplicada en Latinoamérica por el ecuatoriano Xavier Huamayave, el mexicano Ernesto Piedras Feria, el argentino Néstor García Canclini y la brasileña Ana Carla Fonseca.

La Economía de la Cultura surge en los Estados Unidos durante los años sesenta como una subdisciplina de la Economía que trata de aproximarse a los fenómenos de la creación, producción, distribución y consumo de bienes y servicios culturales. Los trabajos de los norteamericanos W. J. Baumol y W. G. Bowen sobre el valor de cambio de los espectáculos

---

<sup>4</sup> Los *derechos subsidiarios* consisten en la venta de un producto cultural, su contenido e incluso sus personajes a cineastas, empresas de ediciones populares, clubes de libros, ediciones extranjeras y fabricantes de, por ejemplo, camisetas, carteles, tazas y tarjetas de felicitación. (Cole, 2003: 113)

en vivo, ayudaron a consolidar este nuevo campo de análisis de las relaciones sociales de producción. La Economía de la Cultura es reconocida formalmente por la Ciencia Económica a mediados de los años ochenta. Su principal publicación en el contexto internacional es el *Journal of Cultural Economics* y su organización académica la *Association for Cultural Economics International*. (Rausell y Carrasco, 2003: 7-8)

En el análisis de la dimensión económica de la cultura residen dos puntos de vista contrapuestos. El primero de ellos, vinculado al libre mercado, estima que las industrias culturales han de ser consideradas en sí mismas un sector de actividad económica que, aunque con personalidad propia, comparte las mismas características con los restantes sectores económicos y como tal deben ser tratadas. La segunda perspectiva, alineada con la defensa de la gestión pública del arte y la cultura, supone que este sector aunque de gran importancia económica, no puede ser atendido como los demás ya que entraña repercusiones de índole social y humano que predominan sobre los aspectos meramente pecuniarios. La consideración de la cultura como patrimonio de la humanidad mora en esta vertiente y es afín a las tareas de la universidad pública.<sup>5</sup>

La revolución digital obliga a estudiar los cambios suscitados en las formas de producción social, consumo, socialización y apropiación del plusvalor de la producción intelectual/cultural. Aquí la Economía de la Cultura es de ayuda al valorar el escenario de sociedad digital hacia el cual se transita y el cómo los contenidos digitales pasan a ser sustento de otras actividades con significativos ingresos (*industrias de contenidos*).

(Calcagno y D'Alessio, 2012: 28)

Los economistas de la cultura consideran en el caso de las *industrias de contenidos* insertas en la convergencia digital,<sup>6</sup> los siguientes valores:

---

<sup>5</sup> **Fuente electrónica:** *Base de datos de la Asociación de gestores y técnicos culturales (Dirección General de Cooperación y Comunicación Cultural del Ministerio de Cultura de España)* (<http://www.agetec.org/ageteca/economia.htm>).

<sup>6</sup> La *convergencia digital* o de las TIC's es el proceso en el que la radio, la televisión, la telefonía fija y móvil e Internet tienden a fusionarse en una sola red de comunicaciones. (Peres y Hilbert, 2009: 33)



**1. Conocimiento:** La era digital presupone nuevos conocimientos, nuevas maneras de estar y participar del mundo, así como nuevos aprendizajes. Esos conocimientos están relacionados a productos, servicios, nuevas formas de gerenciamiento, de producción de contenidos para medios digitales (como los textos bimedia) o bienes que ofrecen mejor calidad de vida a las personas. Es posible cuantificar el impacto del conocimiento con base en algunos de estos criterios: 1.) ¿Este conocimiento se produce o se reproduce?; 2.) ¿Para quién se produce este conocimiento?; 3.) ¿El conocimiento es académico o científico?; 4.) ¿Público o privado?; 5.) ¿Local o nacional?; 6.) ¿Regional o mundial? y 7.) ¿Se democratiza este conocimiento (*Open access*) o se restringe (*copyright*)? (Tejeda, 2009: 305)

**2. Inmediatez:** En la economía tradicional un nuevo invento aseguraba una corriente de ingresos durante décadas. En la nueva economía, la inmediatez es una propiedad fundamental generadora de competencia y oferta de nuevos servicios en todos los sectores, sea en el campo de la comunicación o en la medicina. Internet ha ido modificando las relaciones entre las personas y empresas, facilitando el intercambio inmediato de conocimiento y servicios. En la industria editorial estos cambios incluyen el contacto entre autores, agentes y editores, el envío de originales y las vistas preliminares de las novedades en sitios especializados o librerías en línea. Factor determinante en la inmediatez es asegurar los derechos de autor para todos los soportes independientemente del corte de la empresa editorial o de medios. La explotación de las obras autorales en el entorno digital adquiere la forma de música, telefonía móvil, páginas *web*, radio y televisión en la *web*.

La *explotación en línea* es el proceso por el cual las obras protegidas por el derecho de autor y las prestaciones salvaguardadas por el derecho conexo se explotan vía descargas. En la licencia de uso ha de preverse la posibilidad de explotación *online* y precisar las formas autorizadas. Entre las principales formas de explotación encontramos:

- a.) *Preview*: Se puede escuchar o ver un fragmento de la obra antes de descargarla. La calidad debe ser menor a la final.
- b.) *Streaming*: Descarga de un archivo que no puede fijarse en el ordenador. Es una reproducción en tiempo real.
- c.) *Webcasting*: Transmisión que se realiza solo por Internet. No hay radiodifusión o distribución por cable.

- d.) *Simulcasting*: Acceso por medio de Internet a una emisión de radiodifusión (sonora o televisiva): la transmisión no es en tiempo real si no diferida por segundos.

**3. Digitalización:** Anteriormente la información era analógica y física, por fuerza necesitaba del desplazamiento de las personas a salas de reuniones; requería el uso de efectivo o cheques; presentaba señales de TV y radio analógica; línea telefónica analógica; precisaba del envío de cartas, archivos impresos, etc. En la nueva economía, los archivos de imágenes, texto, sonido y datos son digitales, las reuniones se efectúan de forma virtual, los cheques y dinero en efectivo son sustituidos por tarjetas de crédito y métodos para hacer y recibir pagos como *PayPal*.

En el terreno de la edición existen dos tipos de publicaciones digitales: un primer grupo corresponde a las reproducciones de los impresos tratados como imágenes gracias a programas informáticos como *Adobe Acrobat System* (los archivos *PDF*). Estos permiten a editores y libreros ofrecer al público el mismo contenido, con idénticas características de forma que el libro o la revista en papel; alterando únicamente el soporte de lectura (computadora, *tablet*, etc.). El sistema presenta entre sus ventajas la *retrodigitalización*, proceso que admite digitalizar, mediante un escáner óptico, el impreso original y conservar el archivo informático, completo o por partes, para su resguardo permanente y su comercialización o difusión por diferentes canales digitales.

El segundo grupo o tipo de publicaciones digitales guarda relación con las nuevas posibilidades y desafíos que devienen de las innovaciones en software y en soportes de lectura; incluye aquellas que son consultadas en la *web* o en dispositivos móviles como el libro electrónico.

Ante el abanico de posibilidades que abre la digitalización, el editor se ve en la necesidad de planificar con mayor cautela la realización de un nuevo libro o revista, sea en formato impreso, digital o ambos. Guillermo Chávez Sánchez, Coordinador del Departamento de Publicaciones Digitales de la Dirección General de Cómputo y de Tecnologías de Información y Comunicación (DGTIC) de la UNAM identifica en las publicaciones impresas las “barreras tanto económicas como de derechos de producción (*copyright*), impuestas por las grandes editoriales que controlan la mayoría del mercado de las publicaciones científicas”. (2010: 39)

Afirma que estas constituyen uno de los factores negativos preponderantes de este tipo de ediciones, en contraposición con lo que ofrece el formato digital, y por lo cual este tomará cada vez mayor importancia entre los lectores.

El esquema muestra ciertas ventajas y desventajas privativas de las publicaciones impresas.



Las publicaciones digitales pueden aprovechar y explotar mejor sus particularidades con respecto a las publicaciones impresas (Chávez, 2010: 40).



**Las publicaciones digitales representan una relativa economía.**

**Pueden modificarse y actualizarse brindando la posibilidad de añadir elementos nuevos a los documentos.**

**Ofrecen la capacidad de establecer una mayor comunicación con el usuario porque además del texto contienen imágenes y multimedia.**

**Se pueden arbitrar a la par que se tiene un mayor control sobre su impacto (estadísticas).**

**Su almacenamiento es mucho más ágil aunque esto implica que los lectores han de contar con dispositivos electrónicos específicos y/o conexión a Internet.**

**El número de copias a obtener de ellas es ilimitado.**

**Simultáneamente permiten la publicación de *preprints*.**

*El espacio iberoamericano del libro 2012*, estudio realizado por el *Centro Regional para el Fomento del Libro en América Latina y el Caribe (CERLALC)*, reveló que en 2011 en América Latina el texto impreso representó el 87% del universo del libro, por lo que continúa siendo el formato principal de producción de la industria editorial. Aunque los actores profesionales de la cadena publican, difunden, comercializan sus libros y desenvuelven mayoritariamente su actividad dentro del ecosistema analógico, ya consideran la demanda de clientes usuarios de dispositivos electrónicos como herramientas de acceso a información y contenidos digitales. Los títulos publicados en formato electrónico o digital conformaron el 13% de la producción editorial de la región. Las Ciencias Sociales son la materia que más emplea este formato para la divulgación de conocimiento.

*(El espacio iberoamericano del libro 2012, 2012: 25-26)*

En el *Segundo Simposio Internacional del Libro Electrónico*,<sup>7</sup> organizado por el *Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (Conaculta)* en México, D.F. (septiembre de 2012) se insistió en lo imprescindible que es contar con todos los contenidos digitalizados asumiendo el hecho de que el mercado no es más un mercado exclusivamente local sino global. La expansión de la digitalización y sus conveniencias ha impulsado la aparición de *redes de valor* en las cuales las relaciones lineales proveedor-cliente se convierten en relaciones de

<sup>7</sup> **Fuente electrónica:** *Página de Internet del Segundo Simposio Internacional del Libro Electrónico* (<http://www.conaculta.gob.mx/libroelectronico/>).

asociación más flexibles, con el fin de generar valor conjuntamente y adaptarse con más rapidez a los cambios del mercado.

**4. Virtualización:** Con el tránsito de la economía analógica a la economía digital, la naturaleza de la actividad económica se transforma substancialmente. Citemos entre esas modificaciones la creación de centros comerciales virtuales, librerías y bibliotecas *en línea*, diseñados por medio de software y almacenados en un servidor huésped. La virtualización facilita beneficiarnos con una extensión de la empresa o institución en Internet para difundir, promocionar y comercializar los productos o servicios a los que nos dediquemos.

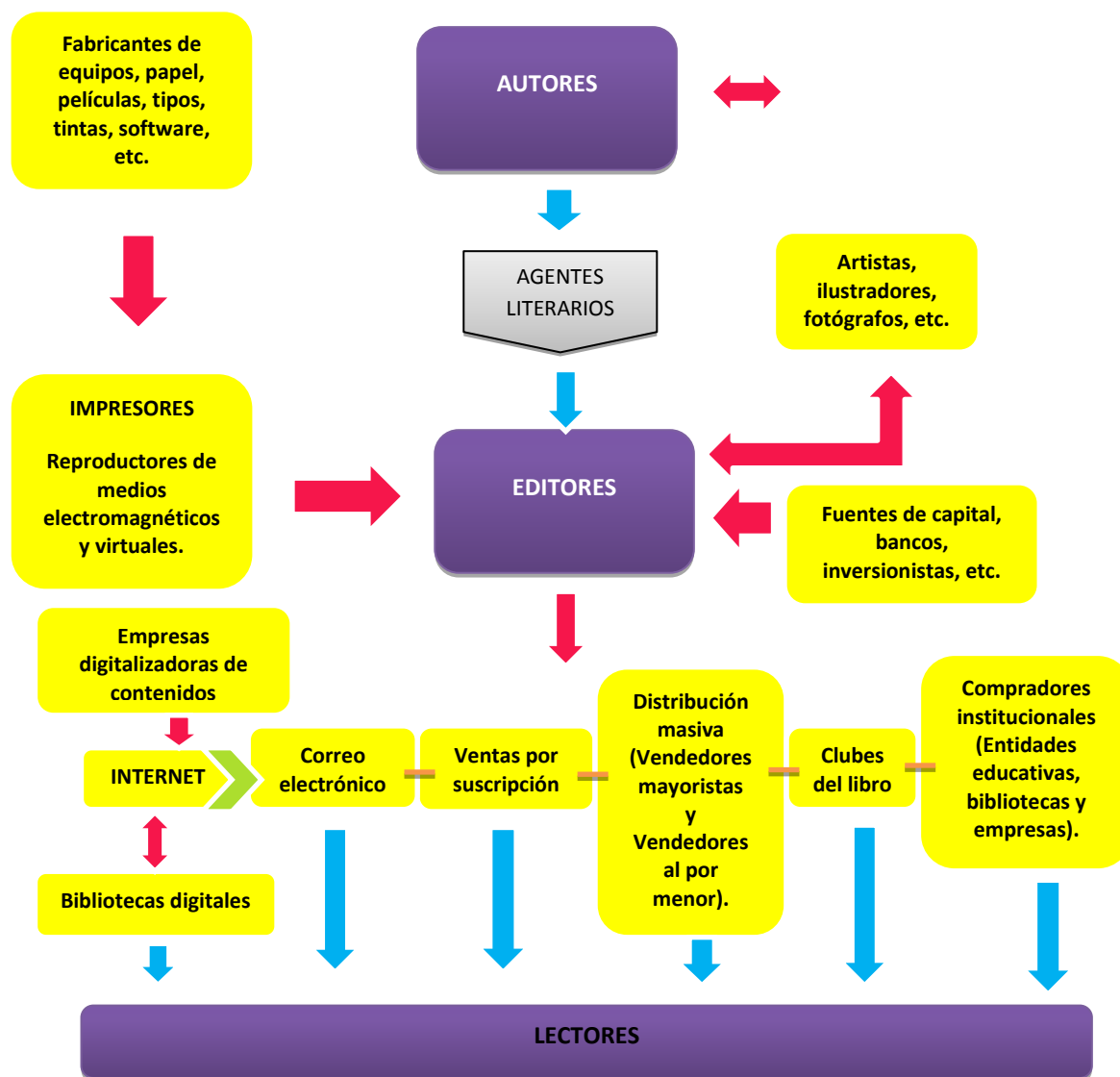
**5. Desintermediación:** En las redes digitales varias funciones de intermediación dejan de existir. La principal ruptura se origina en la distribución, tradicionalmente controlada por las grandes empresas (*gatekeepers*<sup>8</sup>) que en numerosos sectores representaban un embudo por el cual debían pasar las iniciativas ávidas de alcanzar el mercado. Con el desarrollo de Internet las nuevas empresas de menor tamaño saltan los canales de distribución tradicionales. Lo que inicialmente era una ventaja estratégica para las grandes compañías puede convertirse en un importante problema porque han de mantener distintos canales de distribución con redes muy costosas que, sin embargo, no les garantizan el control del mercado. En contraste, las nuevas firmas aparecidas en la era de Internet logran distribuir a costos muy reducidos y sin estructuras fijas. (Casani *et al*, 2012: 56)

Las audiencias de hoy cuentan con la oportunidad de crear sus propios contenidos digitales para programas de TV, radio, celulares, Internet o bien contenidos dirigidos a la convergencia entre los medios digitales. En el caso del sistema editorial, un número cada vez más creciente de autores alrededor del mundo, emplean las redes sociales y los *blogs* del ciberespacio para dar a conocer su obra. Los académicos desarrollan *wikis*, repositorios digitales y plataformas de comunicación y difusión. Crear, manufacturar y distribuir sin poseer activos tangibles es una realidad. No obstante y de acuerdo a la información revisada, más que desintermediación, el trabajo editorial parece estar complejizándose con la incursión de nuevos intermediarios

---

<sup>8</sup> Un análisis sobre el papel de los editores universitarios como guardianes del conocimiento, lo podemos encontrar en McGinty, Stephen (1999). *Gatekeepers of Knowledge: Journal Editors in Sciences and Social Sciences*. Westport: Bergin&Garvey.

como los agentes literarios o las empresas de digitalización y/o impresión bajo demanda como lo muestra este diagrama:<sup>9</sup>



**6. Interconexión en red:** También se le conoce como *interconexión de integración*. La nueva economía es una economía de redes, conectada a Intranet e Internet con un énfasis especial en los mercados en red social (*social network markets*). En el marco de las redes sociales, fuera

<sup>9</sup> El diagrama se basa en el libro *A Guide to Book Publishing* (1989). Washington: University of Washington Press. (p. 17) Del autor Datus C. Smith.

de los límites habituales de los mercados establecidos, emergen modelos de negocio en que en ocasiones se gesta la integración de las funciones de producción y consumo en los propios participantes, lo que da lugar a los neologismos anglosajones *produser* o *prosumer*.

(Casani *et al*, 2012: 60)

Lo necesario en un *mercado en red social* es la comunicación e interacción entre los distintos agentes (individuales, redes sociales, organizaciones, instituciones y empresas) más allá de su mera conexión. Las modas se convierten en un factor dinamizador y transformador de estos mercados puesto que ejercen una influencia determinante sobre las decisiones, conductas y emociones de los miembros de la red. Dichas modas aparecen, crecen y desaparecen como fruto de la voluntad de otros miembros de la red.

**7. Innovación:** Es la clave en todos los sectores de la economía para la convergencia digital. En términos de industrias de contenidos, la responsabilidad de las empresas es concebir productos innovadores para todo tipo de medios. Las posibilidades creativas de esas industrias son mucho más grandes que las presentes en los medios analógicos. La *creatividad* entendida como habilidad y talento individual con potencial para crear riqueza y empleo a través de la generación y explotación de la propiedad intelectual (Piedras, 2008: 29), es la principal fuente de valor en la nueva economía y la materia prima de la innovación. Así, la industria editorial se ve condicionada a innovar en adquisición de derechos, soportes, formas de comercialización y distribución si quiere sobrevivir y ser competitiva en el mercado. Ejemplo de esto es la “caza de autores” en redes sociales como Facebook o Twitter emprendida por editoriales como *Intangible* o *Sinerrata* o el *Twitter Fiction Festival* organizado por Twitter en noviembre de 2012.<sup>10</sup>

**8. Nuevo rol de los actores:** Hay una fuerte tendencia a la individualización en esta nueva era por medio de acciones personalizadas. En coincidencia la convergencia digital, si es pensada desde la inclusión social, viabiliza que las audiencias y los diferentes grupos sociales hagan la

---

<sup>10</sup> **Fuentes electrónicas:** *Culturamas. Revista de información cultural en Internet* (<http://www.culturamas.es/blog/2012/12/21/editoriales-buscan-autores-en-las-redes-sociales>) y *Sitio de Internet WebProNews* (<http://www.webpronews.com/twitter-fiction-festival-selects-participants-starts-tomorrow-2012-11>).

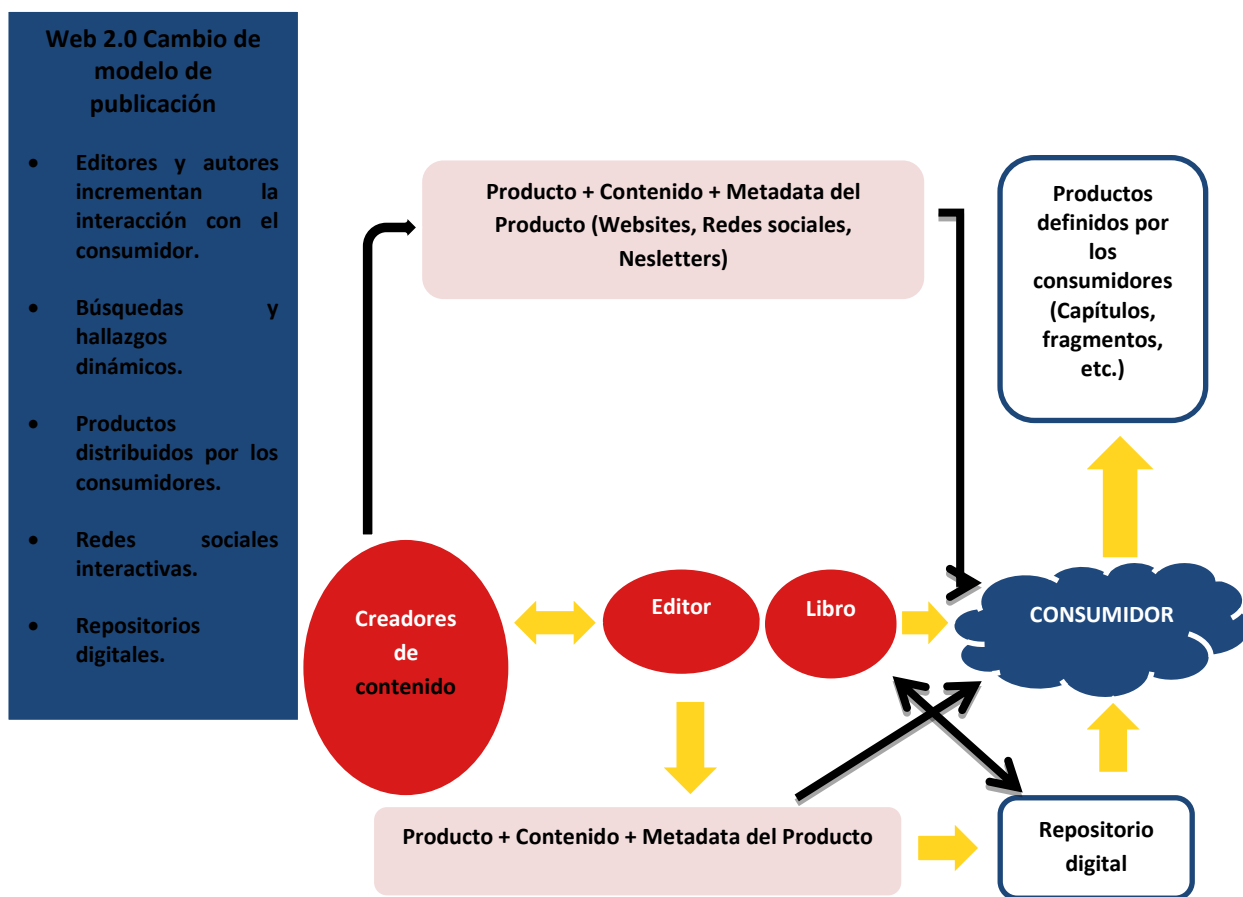
transición a productores de contenidos. Relacionando este aspecto con la presente investigación, hablaríamos de la inclusión de académicos e investigadores de las universidades aquí consideradas como autores, editores o en funciones relacionadas con la generación y divulgación de contenidos, sin olvidar la participación de intelectuales locales, nacionales y extranjeros en esas mismas funciones, además de las de creadores independientes y público en general.<sup>11</sup>

EL CERLAC supone que el resultado del tránsito de la industria del libro a una de contenidos implicará una cadena o ecosistema del libro con menor intermediación y mayor especialización de sus eslabones productivos, una intervención constante del consumidor en la definición de los contenidos ofertados (interacción) y la trascendencia del texto más allá del formato tradicional del libro (multimedia, objeto de aprendizaje, video, guion para animación, etc.), quedando como lo exhibe el esquema.

---

<sup>11</sup> Huayamave, Xavier (2006). *La Economía Digital*.





Al ser la presente una investigación sobre la edición en las universidades latinoamericanas, es insuficiente estudiarla exclusivamente desde la óptica de la industria editorial ya que estas dependencias desarrollan sus actividades -en mayor o menor medida- en el marco de la institucionalidad de las casas de estudio que las acogen. Por esta razón se decidió complementar su análisis con el apoyo del *nuevo institucionalismo sociológico*, teoría respaldada en la tesis de que cada organización despliega características y rasgos típicos que la distinguen de otras e influyen en el comportamiento de sus miembros.

(Perlan y Pineda, 2006: 11)

El *nuevo institucionalismo sociológico* parte originalmente de las investigaciones de John Meyer y Brian Rowan (1977 y 1983) en las que establecen la importancia de las formas institucionalizadas en la estructura adoptada por las organizaciones más allá de su eficiencia. Ambos autores cuestionan las explicaciones racionalistas y resaltan la incorporación de procedimientos socialmente racionalizados para alcanzar y mantener la legitimidad de las

organizaciones. Empero, esto puede afectar el desempeño eficiente, lo que desencadenaría problemas de legitimidad. Otra base cardinal de este enfoque lo ubicamos en “The Iron Cage Revisited: Institutional Isomorphism and Collective Rationality in Organizational Fields” (1983), artículo de Paul J. DiMaggio y Walter Powell sobre los procesos de disseminación y generalización de formas institucionales (prácticas homogéneas) vinculadas a expectativas sobre resultados. Dicen DiMaggio y Powell que este *isomorfismo institucional* responde a la necesidad organizacional de adquirir legitimidad frente a agentes externos de los que depende el acceso a ciertos recursos. Este procedimiento resulta de la imitación, la obligación o la presencia de normas socialmente construidas.

El *nuevo institucionalismo sociológico* se distingue de otras vertientes (nuevo institucionalismo político, nuevo institucionalismo económico, nuevo institucionalismo histórico) por resaltar la trascendencia de los procesos cognoscitivos individuales. Entre sus premisas están:

- a.) *El comportamiento de los miembros de una institución se explica con base en los procesos de adquisición de conocimientos de organizaciones e individuos.* Los individuos enfrentan elecciones constantemente pero al hacerlo se guían por las experiencias de otros en situaciones comparables y por referencia a estándares de conducta.
- b.) *Las reglas y tradiciones institucionales* son resultado de un proceso histórico, de fenómenos culturales y constituyen el marco de referencia con el que los agentes interpretan y explican el mundo que los rodea. La percepción del mundo que tienen los individuos está determinada por la *cultura institucional* en la que se desempeñan.
- c.) *No se acepta la existencia de individuos u organizaciones que deliberadamente manipulen con cierto éxito las prácticas institucionales.*
- d.) *Se concibe a las organizaciones e individuos como actores relativamente pasivos, capaces de adaptarse de manera eficaz a cambios en el contexto organizacional; aunque, con poca capacidad para influir en este.*
- e.) *El cambio institucional es un proceso evolutivo pausado que nadie puede pronosticar ni controlar.* Los acuerdos institucionales restringen la conducta individual haciendo que algunas elecciones no estén disponibles, cerrando ciertos cursos de acción y limitando varios patrones de asignación de recursos. Los acuerdos institucionalizados son reproducidos porque los individuos normalmente no pueden ni siquiera concebir alternativas o porque las consideran no realistas. (DiMaggio y Powell, 1991)

Tanto en el viejo como en el nuevo institucionalismo se comparte el escepticismo respecto a los modelos de organización basados en la idea de “actor racional”. Los dos enfoques perciben la institucionalización como un proceso estado-dependiente que obliga a las organizaciones a

ser menos instrumentalmente racionales al limitar sus opciones disponibles. Asimismo destacan las relaciones entre organizaciones y ambientes; prometen revelar aspectos de la realidad inconsistentes con las responsabilidades formales de las organizaciones y subrayan el rol de la cultura como forjadora de la realidad organizacional. (Perlan y Pineda, 2006: 74)

El viejo institucionalismo era fundamentalmente político en su análisis del conflicto grupal y la estrategia organizacional. En contraposición el nuevo institucionalismo ha desplegado usualmente los conflictos de interés dentro y entre las organizaciones, acentuando el modo en que estas responden a tales conflictos mediante la elaboración de estructuras administrativas altamente elaboradas, tratando de evitar que sus miembros actúen con base en sus intereses personales.

El nuevo institucionalismo enuncia la necesidad de distinguir entre “organizaciones suaves” como universidades, escuelas y hospitales y “organizaciones duras” como empresas y organizaciones dedicadas a la producción, el comercio y la intermediación financiera. Es significativo reconocer que en las “organizaciones suaves” los criterios e indicadores formales de desempeño económico, centrados en la productividad, eficiencia técnica y rentabilidad, no se aplican de manera directa ni se manifiestan explícitamente en la estructura y prácticas de la organización. (Ibarra (2008) en Buendía, 2011: 10) En cambio se exalta el alto contenido simbólico de las medidas de eficiencia y racionalidad formal al constituirse como mitos facilitadores en la construcción de legitimidad organizacional.

Las organizaciones educativas como las universidades constituyen para Cohen (1972) “anarquías organizadas”, mientras que para Weick (1976) son *loosely coupled systems* (organizaciones ligeramente acopladas), caracterizadas por la presencia de tiempos perdidos; la construcción de redes que deberían ejercer influencia positiva, pero débiles y lentas; la falta de coordinación entre individuos y colectividades; la planeación poco ambiciosa o inalcanzable; la escasa inspección de actividades; la alta descentralización de funciones y la discreción para la toma de decisiones, entre otros aspectos. La aparición de estos factores; la agregación circunstancial de agendas, soluciones, decisiones y actividades hace que el cambio sea accidental en este tipo de organizaciones.

DiMaggio y Powell (1991: 109-113) sostenían en los años noventa que el peso de los nuevos cambios sociales, políticos y económicos en las IES como los mencionados líneas arriba, estarían provocando *procesos de homogeneización* comprensibles a partir del término de *isomorfismo*<sup>12</sup>*institucional*. Ellos nombran tres tipos de isomorfismo que operan a través de distintos mecanismos.

- 1.) *Isomorfismo Coercitivo*: Es producto de las presiones formales e informales provenientes de organizaciones matrices o de las expectativas del sector público. Las universidades o IES sufren la imposición desde arriba, aunque no necesariamente por la fuerza, de una norma, regla o cualquier clase de comportamiento con relación a su dependencia directa o indirecta del gobierno. Uno de los patrones de subordinación más generalizados entre el gobierno y los diferentes sectores que lo componen es el tocante al financiamiento, si bien existen otros como la dependencia de recursos humanos o materiales. En este sentido es de esperar que a mayor dependencia de recursos (financieros, humanos o materiales) mayor fuerza tendrá el isomorfismo en los sectores dependientes.

Gloria Del Castillo Alemán en su artículo “Una propuesta analítica para el estudio del cambio en las instituciones de educación superior”, renombra al isomorfismo coercitivo llamándole *isomorfismo burocrático* en virtud de que en ciertos países las relaciones entre gobierno e IES no se caracterizan por la coerción ya que las universidades son autónomas, lo cual les otorga facultad y responsabilidad para gobernarse a sí mismas, determinar sus planes de estudio y programas, establecer los términos de ingreso, promoción y permanencia de su personal académico, así como administrar su patrimonio.

En la literatura sobre educación superior, el *isomorfismo burocrático* camina hacia una reconfiguración del cambio institucional enfatizando a los factores externos como elementos explicativos del cambio en este sector. Desde esta perspectiva se cuestiona la factibilidad del cambio en las universidades como resultado estricto de un proceso interno. Se asume que la escala y naturaleza de los cambios experimentados en los sistemas de enseñanza superior y en las IES a partir de la evaluación representan cambios radicales tendientes a transformar la dinámica del cambio intra-organizacional definida por movimientos de “abajo-arriba”, hacia una nueva diferenciada por movimientos de “arriba-abajo”. Su

---

<sup>12</sup> El *isomorfismo* está estrechamente ligado con el grado de institucionalización de las organizaciones, el cual se va incrementando con el tiempo –historicidad y rutina-. Cuanto más prevalezca la norma, estrategia o práctica, mayor será el grado de institucionalización en la organización y por ende, su factibilidad a homogeneizarse. (DiMaggio y Powell, 1999: 108)

adopción y adaptación, empero, dependen de factores internos que componen a las universidades. (Del Castillo, 2006: 54-55)

- 2.) *Isomorfismo Mimético*: Su causa es la incertidumbre ya que la organización no sabe cuál es la mejor práctica o estrategia a implementar. Considera relevante exhibir la innovación así que imita las prácticas de organizaciones exitosas, evitando los procesos de prueba y error. Su base social es cultural.
- 3.) *Isomorfismo Normativo*: Es resultado de la profesionalización (formación y experiencia previa) del personal técnico y directivo de una organización. Una fuente importante de isomorfismo normativo es la selección de personal pues, al interior de muchas áreas organizacionales, la selección ocurre por medio de la contratación de trabajadores de empresas o instituciones del mismo sector. Las organizaciones asumen como obligación parecerse a sus pares por lo que reclutan a profesionales especialistas para capacitar al personal; recurren a la certificación y acreditación para validar su quehacer. Su base social es de tipo moral.

La conclusión principal desde el *nuevo institucionalismo sociológico* es que la presencia de uno o varios procesos isomórficos da como resultado, a largo plazo, comportamientos homogéneos entre organizaciones individuales ubicadas en un campo organizacional más amplio. La adopción de reglas o conductas similares a las observadas en sus ambientes permiten a estas organizaciones disminuir la incertidumbre porque el seguimiento de estas se traduce en apoyo y legitimidad. A partir de ello, las nuevas reglas adoptadas transitan por un proceso de institucionalización que asegura su continuidad hasta el arribo de otro cambio en el ambiente.

Los capítulos 2 y 3 de este trabajo detallan la aplicación del modelo de industrias de contenidos y el nuevo institucionalismo sociológico en el diagnóstico editorial de la EUNED y las Instancias Editoriales de la UNAM respectivamente. Los indicadores cualificados en ambos diagnósticos se definen en esta tabla de operacionalización.<sup>13</sup>

---

<sup>13</sup> La *operacionalización* de variables constituye el conjunto de procedimientos (actividades) que un observador debe realizar para recibir las impresiones sensoriales, las cuales indican la existencia de un concepto teórico en mayor o menor grado. En otras palabras, especifica qué operaciones (indicadores e índices) permiten medir una variable. (Hernández Sampieri *et al*, 2008: 146)



V A R I A B L E S	Categorías a cualificar en los sellos editoriales EUNED y UNAM	Valores de las <i>industrias de contenidos</i> que impactan o determinan los indicadores de los sellos editoriales EUNED y UNAM (Responder a las preguntas: ¿lo hacen? ¿de qué forma?)		Cambios económicos, sociales y políticos que incorpora el <i>nuevo institucionalismo sociológico</i> para el análisis de los fenómenos del ámbito educativo (indicadores de los sellos editoriales universitarios EUNED y UNAM) (Responder a las siguientes preguntas)	
	(CATEGORÍAS)	(INDICADORES)	(INDICES)	(INDICADORES)	(INDICES)
	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Procesos</li> <li>▪ Programas</li> <li>▪ Actores</li> <li>▪ Prácticas</li> <li>▪ Acciones</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Conocimiento</li> <li>▪ Inmediatez</li> <li>▪ Digitalización</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>Impacto del conocimiento</b> (originalidad, destinatario, tipo (académico o científico), público o privado, etc.)</li> <li>▪ ¿En cuáles <b>procesos del ecosistema editorial</b> de la EUNED y de las Instancias Editoriales de la UNAM se presenta?</li> <li>▪ <i>Hardware, software</i> y recursos humanos indispensables para la digitalización</li> <li>▪ Tipos de</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Diversificación en los proveedores de educación</li> <li>▪ Mayor acoplamiento en algunas organizaciones (Mayor rendición de cuentas)</li> <li>▪ Nuevas formas de producción de conocimiento caracterizado por promover las relaciones entre la ciencia y la sociedad y validado por estructuras legitimadoras</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ ¿Cómo es el <b>contexto educativo nacional</b> en el que desarrollan su quehacer la UNED y la UNAM?</li> <li>• ¿Qué <b>procedimientos y prácticas en materia de rendición de cuentas legal y financiera</b> llevan a cabo las instituciones en las cuáles se inscriben las editoriales a estudiar? ¿Las editoriales son sujetos de ellas, de qué forma?</li> <li>• ¿Qué <b>formas para la divulgación</b> (impresos, audiovisuales, multimedia) <b>adquiere la producción de conocimiento</b> en la UNED y la UNAM? ¿Cuáles de ellas tienen sello editorial? ¿La <b>diversidad</b> es una cualidad en ellas?</li> </ul>

	publicaciones digitales	(industria, Estado y organizaciones no gubernamentales, entre otras)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿Qué <b>instituciones estatales legitiman la producción de conocimiento</b> en la UNED y la UNAM (consejos nacionales de ciencia y tecnología, ministerios y/o secretarías de educación)?</li> <li>• ¿Hay <b>reconocimientos externos de la industria, el estado y/o las organizaciones no gubernamentales sobre la producción de los sellos editoriales EUNED y UNAM?</b> (Indización en Sistemas de Información en el caso de las revistas, reconocimientos por parte de las cámaras nacionales del libro, reconocimientos por parte de las redes o asociaciones de editoriales nacionales a las que se pertenezca, etc.)</li> <li>• ¿Cuáles son las <b>implicaciones positivas y negativas que tienen la evaluación, el financiamiento y el cambio institucional en el diseño institucional de los sellos editoriales EUNED y UNAM?</b></li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Virtualización</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Presencia de la retrodigitalización</li> <li>▪ Alcance de las publicaciones digitales</li> <li>▪ Diversificación de contenidos para diferentes medios</li> <li>▪ Derechos de explotación para distintos soportes</li> <li>▪ Librería o Biblioteca Virtual</li> </ul>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Desintermediación</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Mecanismos de distribución alejados de las formas tradicionales</li> <li>▪ Presencia de los sellos editoriales universitarios en Internet (página web, redes sociales, librerías, portales especializados)</li> <li>▪ Nuevos actores que posibilitan la desintermediación</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• El diseño institucional vigente en las universidades e instituciones de educación superior en nuestros días sintetiza la relación entre evaluación, financiamiento y</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Interconexión en red</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Posibilidades reales de oferta y demanda de</li> </ul>		



<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Innovación</li>   <li>▪ Nuevo rol de los actores</li> </ul>	<p>contenidos en redes sociales (<i>producer/prosumer</i>)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ ¿La diversificación de contenidos, soportes, formas de comercialización y distribución implica innovación creativa o solo reproducción de fórmulas que han tenido éxito?</li> <li>▪ Inclusión social por medio de la participación de diferentes tipos de creadores (intelectuales nacionales, escritores extranjeros, público ajeno a la universidad, etc.) como autores, editores o en funciones relacionadas con la generación y divulgación de contenidos</li> <li>▪ Especialización</li> </ul>	<p>cambio institucional</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿La EUNED y las instancias editoras de la UNAM cuentan con un <b>marco estratégico propio o en qué aspectos del marco estratégico de sus instituciones se circunscriben sus actividades?</b> ¿Estas son congruentes?</li> <li>• ¿Cuáles son los <b>parámetros institucionales para evaluar la calidad en las editoriales universitarias aquí contempladas y/o sus publicaciones y materiales con sello editorial?</b></li> <li>• ¿Qué <b>organismos o instituciones acreditan la calidad de las editoriales universitarias objeto de estudio y/o de sus publicaciones y materiales con sello editorial?</b> ¿Cuáles son los <b>mecanismos</b> que emplean para ello y qué <b>implicaciones</b> tienen en la labor cotidiana de estas entidades?</li> </ul>
--	---	-----------------------------	---

de los recursos  
humanos en  
oposición a la  
intermediación

## Capítulo I. La Universidad como agente editor en América Latina.

*Cualquier indagación acerca de las editoriales universitarias debe considerar el concepto mismo de universidad, su función cultural en la sociedad, cómo están organizadas la docencia y la investigación a las que, con la autonomía necesaria, deberá estar vinculada la actividad editorial y por medio de la cual se apreciarán la calidad y la inserción social de la vida académica.*

Jesús Anaya Rosique en *Editar en la universidad: Paradojas y retos.*

### **¿Qué es una editorial universitaria? Lo industrial, lo público y lo privado.**

Una *editorial universitaria* es una organización o empresa editorial que actúa o funciona dentro del ámbito de una universidad o Institución de Educación Superior (IES) y cuya actividad principal es la de orientar, buscar, obtener, evaluar y seleccionar, para su publicación y posterior difusión, obras académicas y literarias válidas, de calidad y/o rigor científicos.

Como señala Jorge Alfonso Sierra en *Marketing para editoriales universitarias en el siglo XXI*, una editorial universitaria y una editorial privada tienen muy poca o ninguna diferencia de forma pero sí poseen importantes y profundas diferencias de fondo. Para comenzar, la editorial universitaria está inmersa en una institución, la universidad, cuyo desempeño social tiene tres misiones específicas relacionadas con el saber; 1.) *la docencia*, 2.) *la investigación* y 3.) *la extensión universitaria*.(p. 20-21)

Las dos primeras funciones, docencia e investigación, recaen, como es sabido, en el ámbito específico de la universidad o IES, pero se convierten en materia prima y razón fundamental para que la editorial se nutra y produzca con base en ellas. Una vez que el producto de la investigación o las necesidades de la docencia han sido llevados al rango de libro o publicación similar por parte de la editorial, esta es la encargada de cumplir la tercera función de la institución: la extensión universitaria.

La extensión universitaria, cuya importancia es equiparable a las funciones de docencia e investigación, concreta su accionar en este siglo XXI en cuatro modelos: el altruista, el divulgativo, el concientizador y el vinculatorio empresarial. Los dos primeros son la base y fundamento de las editoriales universitarias ya que el modelo altruista, apoyado en la Ley Constitutiva para la Reapertura de la Universidad de México (1910) y el Movimiento Estudiantil de Córdoba (1918), proclama la obligación de llevar los conocimientos de la universidad al pueblo. El modelo divulgativo, originado en Estados Unidos, propone que la ciencia y la cultura universitaria deben adaptarse para ser comprendidos por el pueblo, utilizando intensivamente los medios de comunicación. Este modelo de extensión es el dominante entre las IES que producen y promueven publicaciones, museos, exposiciones, conferencias, ciclos de cine y otras actividades orientadas a elevar la cultura de la población y por tanto, su bienestar. (Serna Alcántara, 2007: 3-4)

Otra particularidad en las editoriales universitarias es que a diferencia de las editoras comerciales, el editor o director editorial universitario, además de su formación profesional, debe contar con dos órganos consultivos –o uno que realice ambas funciones- relevantes para el exitoso desarrollo de su gestión y, en consecuencia, de la misma editorial universitaria: los comités académicos y los comités editoriales.

Las labores de edición y publicación en una IES pública o privada se han institucionalizado tradicionalmente en tres formas:

- 1.) *Oficina de Publicaciones*: Instancia enfocada en la asesoría administrativa para la edición de materiales institucionales diversos (libros, revistas, carteles, trípticos, etc.) de interés para la casa de estudios y dirigidos a la comunidad estudiantil, de profesores e investigadores del propio claustro. No pretende que estos sean de interés para lectores no conocedores o externos aunque varios de ellos difunden actividades de la universidad.
- 2.) *Oficina Editorial*: Su función primera es la publicación de un reducido número de libros, revistas u otra clase de textos de la institución de la cual depende. Generalmente cuenta con poco personal. Las tareas de impresión las delega a un tercero pero sí asume las de edición y distribución. Se interesa porque sus materiales trasciendan el espacio académico pero no cuenta con una estructura organizacional que lo permita de manera integral.
- 3.) *Editorial*: Propone un vínculo más estrecho con la sociedad, decide su presencia en el mercado de libros y publicaciones en general (misión y objetivos); concibe acciones como las inscripciones legales del caso (ISBN, ISSN e ISAN ) y se plantea un grado específico de profesionalización para desarrollar los quehaceres correspondientes a una editorial (organigrama). Puede ser independiente

de la legislación universitaria y aún contar con apoyos gubernamentales y de capital privado. (Hernández, 2010)

### **Antecedentes históricos de la universidad como institución editora en Latinoamérica.**

En América Latina la edición formal de libros por parte de las universidades se inicia en la primera década del siglo XX, no obstante existen antecedentes en la época colonial de emprendimientos de esta índole por parte de la *Real y Pontificia Universidad de México* (1554) y la *Real y Pontificia Universidad de la Ciudad de los Reyes de Lima* (hoy *Universidad Nacional Mayor de San Marcos*).

Con su refundación en 1910, la entonces Universidad Nacional de México comienza la actividad editorial de tipo universitario-formal en el país, al publicar el discurso de reapertura de esta casa de estudios pronunciado por Justo Sierra en ese mismo año. A este texto le seguirían la publicación de los clásicos por iniciativa de José Vasconcelos como medida contra el analfabetismo. De manera seria y sistemática, el proyecto editorial de la UNAM empezó en 1936 con la llamada *Imprenta Universitaria*, gestora de importantes colecciones como la “Biblioteca del Estudiante” y “Poemas y ensayos”. Le siguen al proyecto editorial de la UNAM en México, los de la *Universidad Autónoma Agraria Antonio Narro* (1925), la *Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo* (1936), la *Universidad de Colima* (1940) y *El Colegio de México* (1940).

El último espacio geográfico latinoamericano en el que se desarrolló la edición universitaria fue Centroamérica. En 1942 la Universidad de Costa Rica inició por medio de la *Oficina de Publicaciones* su actividad editorial y en 1949 se fundó en Guatemala la *Imprenta Universitaria* aunque en América Central, las editoriales universitarias surgen mayoritariamente hasta el tercer cuarto del siglo XX. Un ejemplo es el de la *Editorial Universidad Nacional de Costa Rica* (EUNA), fundada en 1976. La mayor editorial universitaria centroamericana, la *Editorial de la Universidad Estatal a Distancia de Costa Rica* se creó en 1979. (*Situación de las Editoriales Universitarias de Centroamérica*, 2003: 6)

Las editoriales universitarias establecidas en nuestros países a partir de los 1940 se afincaron sobre la base de tres momentos clave de evolución de la edición académica que tuvieron lugar en Estados Unidos, Francia y México: 1.) la multiplicación de editoriales universitarias en su acepción moderna, es decir, editoriales dirigidas por un comité o una junta de publicaciones constituida por profesores y cuyo financiamiento proviene, según los casos, del presupuesto de la universidad, de la venta de libros y revistas o de subvenciones o donaciones (el ejemplo más notorio es el norteamericano, con la creación de las editoriales de Cornell en 1869, John Hopkins (1878), Chicago (1891), Columbia y California en 1893); 2.) la fundación de editoriales universitarias sobre la base de una relación entre la publicación de libros y una comunidad intelectual que no es una universidad pero que se arraiga en el mundo académico (*Presses Universitaires de France* (1921) y *Fondo de Cultura Económica* (1934)) y 3.) el surgimiento de editoriales vinculadas con la universidad que no son editoriales universitarias sino editoriales privadas que publican libros escritos por investigadores, profesores y textos dirigidos a los estudiantes (*Armand Colin*, *Gallimard* y *Le Seuil* son buenos ejemplos de esta situación). (Chartier en Polo, 2007: 18)

### **Importancia y situación de las editoriales universitarias latinoamericanas hoy.**

Las universidades no solo publican la mayor parte de la producción científica, técnica, social y de humanidades generada en las propias instituciones sino también la proveniente de espacios externos, ya que hay traducciones que si no fueran editadas por las universidades difícilmente estarían en el mercado al tratarse de libros, en la mayoría de los casos, costosos o hechos para un público muy especializado.

En América Latina las universidades juegan un rol significativo como agentes editoriales y hacen importantes aportes a la oferta bibliográfica de las áreas de humanidades, ciencias sociales, ciencias exactas, biológicas y tecnología. Las editoriales universitarias latinoamericanas cuentan con catálogos prestigiosos tanto a nivel nacional como de la región. Sus publicaciones son realizadas en gran parte por académicos de estas instituciones, con lo que promueven la circulación del conocimiento entre la comunidad académica y estudiantil y

en el ámbito general de la cultura y las ciencias. Cuando su sede está situada en ciudades o provincias diferentes a la capital, los catálogos cobijan obras de especial interés para el ámbito local.

La región presenta casos relevantes de edición universitaria como el de la *Universidad Nacional Autónoma de México* (UNAM) que en el año 2013 publicó un total de 3 100 títulos (entre libros impresos y libros electrónicos) y es hoy en día una de las más grandes editoriales universitarias del subcontinente. Proyectos editoriales como los de la *Universidad Estadual Paulista*, la *Editorial Universitaria de Chile*, la *Universidad de los Andes* en Colombia, la *Pontificia Universidad Católica del Perú* y la *Universidad Nacional del Litoral* en Argentina son también ampliamente reconocidos.

En 2011, último dato con el que se cuenta, la edición universitaria en América Latina representó el 9 por ciento de la actividad editorial del subcontinente con unos 12 597 títulos y es el tercer agente editorial en importancia. Tres países concentran el 85% de la oferta en la región (sin Argentina): México 30%, Brasil 28% y Colombia 26%. En Centroamérica, Costa Rica produce el 37% de los contenidos universitarios seguida de Guatemala con 20%. Pese a estos indicadores, existe un número no determinado de universidades que edita sin tener sello editorial, de manera autónoma o en coedición, y/o a través de Internet.

*(El espacio iberoamericano del libro 2012: 18-19, 40)*

El trabajo de las editoriales universitarias latinoamericanas empezó a ser valorado en los años 50 del siglo pasado como un espacio de producción intelectual, científica y cultural de carácter autóctono que a la larga se conforma como patrimonio cultural local, nacional y continental. Sin embargo, no es hasta 1987 cuando, en ocasión de la Reunión Regional de Editoriales Universitarias celebrada en la ciudad de Lima, se institucionalizó su importancia con la creación de la *Asociación de Editoriales Universitarias de América Latina y el Caribe* (EULAC).

La EULAC contó con el auspicio del Centro Regional para el Fomento del Libro en América Latina y el Caribe (CERLALC), el Centro Internacional de Investigaciones para el Desarrollo (CIID), la Internacional Association of Scholarly Publishers (IASPS) y la Universidad del

Pacífico (Lima) para iniciar un proyecto, activo hasta nuestros días, que tiene como meta la de integrar y fortalecer a las diferentes editoriales universitarias regionales. Su ideario se basa en el fomento a la producción, publicación, distribución y amplia circulación de sus líneas editoriales, bajo la convicción de que esta misión se cumplirá con la capacitación constante y profesional de sus miembros. Digna de mención es la institucionalización de la actividad editorial universitaria que ocurre de manera casi simultánea en España, en donde se conformó (1987) la *Asociación de Editoriales Universitarias Españolas* (ASEU), hoy *Unión de Editoriales Universitarias Españolas* (UNE) con sede en Madrid.

Antes de los años noventa, las publicaciones universitarias eran muy diferentes en el ámbito latinoamericano a como se conocen actualmente. La realidad editorial de ese entonces evidenciaba precariedad en el diseño editorial y ausencia de calidad en la formación de los textos. Las editoriales de las IES publicaban, la más de las veces, libros mal diagramados, con buenos contenidos pero con muchas fallas desde el punto de vista editorial.

Coexistía en la última década del siglo XX, y persiste aún en ciertos casos, una concepción equivocada de la razón de ser de las editoriales universitarias en la región. Las universidades basaban su proyecto editorial en la actividad industrial de imprimir. Las editoriales eran básicamente imprentas. Con el nacimiento de grupos, asociaciones y redes de centros de publicaciones y editoriales universitarias ha sido posible, sin que se llegué a soluciones totales, cualificar la labor editorial de las IES además de crear vínculos de colaboración en temas como la coedición, participación en ferias, distribución y comercialización de textos y profesionalización de los involucrados en el ecosistema o cadena del libro universitario.

A la fecha se cuenta en América Latina con once redes y/o asociaciones nacionales de editoriales universitarias tanto públicas como privadas, cuya labor y líneas de acción se resumen en este cuadro.



Nombre de la Red y año de fundación	Número de integrantes y modalidad de participación	Misión y plataforma de acciones
<p><b>Asociación Peruana de Editoriales Universitarias y de Escuelas Superiores (APESU)<sup>14</sup></b></p> <p>Fue fundada el 27 de octubre de 1988</p>	<p>Tiene 8 miembros.</p>	<p>Sus objetivos son la integración de las editoriales; el fomento de la producción y distribución del libro universitario, las publicaciones periódicas y todos los materiales impresos producto del quehacer académico; el perfeccionamiento técnico y administrativo de las editoriales universitarias del Perú y la difusión del pensamiento académico hacia la comunidad.</p>
<p><b>Asociación de Editoriales Universitarias de Colombia (ASEUC)<sup>15</sup></b></p> <p>Se constituyó legalmente en Bogotá el 30 de abril de 1990.</p>	<p>Cuenta con 47 afiliados, de los cuales 4 no son universidades sino fundaciones educativas.</p>	<p>Las actividades desarrolladas por la ASEUC están vinculadas con las labores de organismos como la Cámara Colombiana del Libro, la Asociación Colombiana de Universidades, Proexport de Colombia, el Ministerio de Educación, la Asociación de Editoriales Universitarias de América Latina y del Caribe y el Centro Regional para el Fomento del Libro en América Latina y el Caribe. Estas actividades buscan el crecimiento, la socialización, la divulgación y la comercialización de la producción editorial universitaria.</p> <p>La meta principal de ASEUC es integrar a las editoriales universitarias colombianas y fomentar la producción y distribución del libro universitario, tanto impreso como electrónico.</p>
<p><b>Asociación Brasileña de las Editoras Universitarias (ABEU)<sup>16</sup></b></p> <p>Fundada en 1991 en São Paulo.</p>	<p>Esta asociación concentra a 100 instituciones editoras pertenecientes tanto a universidades como a museos, fundaciones educativas y culturales e imprentas estatales.</p>	<p>Los interesados en participar en la ABEU deben afiliarse mediante una cuota que difiere según el número de publicaciones anuales que editen, empleándose los criterios (0 a 12, 13 a 25 y 26 o más). La decisión final de la incorporación de un nuevo miembro recae en la valoración que hace la Junta Directiva sobre la producción editorial de este.</p> <p>La agrupación ha participado en bienales del libro, ferias y encuentros nacionales e internacionales. También ha instituido el Programa Interuniversitário para Distribuição de Livro (PIDL) cuyo objetivo es divulgar y comercializar los libros producidos por las editoriales universitarias asociadas a la ABEU.</p>
<p><b>Red de Editoriales de Universidades Nacionales (REUN)<sup>17</sup></b></p> <p>Se creó en marzo</p>	<p>Integran la red 25 editoriales de manera permanente pero todas las universidades argentinas que tienen una editorial o</p>	<p>Comenzó a operar de forma sostenida en 1997 con la participación en ferias del sector y jornadas realizadas con cinco objetivos básicos:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Intercambio de información y asesoramiento entre editoriales.</li> <li>2. Mejoramiento del sistema de producción para reducir costos.</li> <li>3. Articulación de un sistema de coediciones.</li> </ol>

<sup>14</sup> **Fuente electrónica:** *Sitio de Internet del Servicio de Publicaciones de la Universidad de Piura (Perú)* ([http://www.biblioteca.udep.edu.pe/BibVirUDEP/tesis/pdf/1\\_125\\_204\\_398\\_4042.pdf](http://www.biblioteca.udep.edu.pe/BibVirUDEP/tesis/pdf/1_125_204_398_4042.pdf)).

<sup>15</sup> **Fuente electrónica:** *Página web de la Asociación de Editoriales Universitarias de Colombia* (<http://www.aseuc.org.co/quienes.html>).

<sup>16</sup> **Fuente electrónica:** *Portal de Internet de la Asociación Brasileña de las Editoras Universitarias* (<http://www.abeu.org.br>).

<sup>17</sup> **Fuente electrónica:** *Portal de recursos en línea de la UNESCO* (<http://unesdoc.unesco.org/images/0014/001494/149476so.pdf>).

<p>de 1995 en la Universidad Nacional de La Plata, Argentina.</p>	<p>centro de publicaciones (real, en formación o en proyecto) son miembros y pueden participar de la REUN. Tienen voz y voto en las acciones que proponga la Red durante sus jornadas anuales.</p>	<p>4. Afianzamiento de un sistema de distribución y comercialización para convertir a cada editorial en una boca de ventas de todas las demás. 5. Intercambio en capacitación para optimizar los recursos humanos y técnicos.</p>
<p><b>Asociación de Editoriales Universitarias de Venezuela (ASEUV)<sup>18</sup></b></p> <p>Quedó legalmente constituida en diciembre de 2001 en Caracas.</p>	<p>La ASEUV es una asociación civil sin fines de lucro conformada por 17 instituciones de las cuales dieciséis son públicas y una privada.</p>	<p>Esta asociación tiene entre sus objetivos:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Fomentar la edición, producción, distribución y comercialización del libro universitario dentro y fuera del país. Así como de las publicaciones periódicas y demás productos editoriales provenientes del quehacer académico institucional del país.</li> <li>• Propiciar la creación de editoriales universitarias en las casas de estudios superiores venezolanas.</li> <li>• Servir de canal de información entre las editoriales universitarias venezolanas asociadas.</li> <li>• Estimular el uso de los adelantos tecnológicos en los procesos editoriales.</li> <li>• Participar en nombre de sus asociados en reuniones locales, nacionales, regionales e internacionales donde se planteen, sometan y discutan problemas de interés de las editoriales universitarias venezolanas.</li> </ul>

<sup>18</sup> **Fuente electrónica:** *Página de Internet del Decanato de Investigación de la Universidad Nacional Experimental del Táchira (Venezuela)* (<http://investigacion.unet.edu.ve/feunet/ASEUV.pdf>).

<p><b>Sistema Editorial Universitario Centroamericano (SEDUCA)</b><sup>19</sup></p> <p>Se creó en 2004 como parte del Segundo Plan para la Integración Regional de la Educación Superior Centroamericana (PIRESC II) que la Confederación Universitaria Centroamericana ejecuta desde 1996.</p>	<p>Agrupar a 17 universidades estatales de los siete países centroamericanos.</p>	<p>La misión del SEDUCA es difundir el pensamiento universitario centroamericano en las distintas áreas del conocimiento que contribuya al desarrollo integral, la difusión de valores, la transferencia de conocimiento y a profundizar y fortalecer la identidad regional mediante la cooperación en el campo editorial.</p> <p>Para cumplir con su misión, el SEDUCA estableció 4 políticas editoriales: 1) Políticas de selección; 2) Políticas de producción; 3) Políticas de distribución, y 4) Políticas de precios.</p> <p>Los objetivos de este sistema de edición universitaria se resumen así:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Que la producción editorial del SEDUCA, llene los requerimientos en relación a calidad en su contenido, de acuerdo a los fines del Consejo Superior Universitario Centroamericano (CSUCA).</li> <li>• Que el SEDUCA sea un instrumento de apoyo a las distintas universidades para promover y divulgar aquellos materiales bibliográficos que tengan como fin buscar la integración y desarrollo de la región centroamericana.</li> <li>• Disponer de mecanismos que permitan distribuir la producción editorial del Sistema, en toda la región centroamericana.</li> <li>• Disponer la producción editorial del Sistema a precios accesibles al público en general.</li> </ul>
<p><b>Red de Editoriales Universitarias y Académicas de México (Red ALTEXTO)</b><sup>20</sup></p> <p>Creada en noviembre de 2006, es un proyecto de la Universidad de Guadalajara.</p>	<p>La integran 50 miembros entre universidades y centros de investigación pertenecientes a la Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior (ANUIES).</p>	<p>La Red Nacional Altexto trabaja en cuatro líneas:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1.) Representa a las editoriales de las instituciones de educación superior de México frente a organismos similares nacionales e internacionales.</li> <li>2.) Incrementa la distribución y comercialización de los libros publicados por las instituciones de educación superior.</li> <li>3.) Facilita la participación de sus instituciones en ferias del libro nacionales e internacionales.</li> <li>4.) Desarrolla proyectos editoriales en coedición entre sus integrantes y con otras instituciones.</li> </ol> <p>La Red Nacional Altexto se compone de un coordinador, un secretario técnico y ocho comisiones de trabajo. Tales comisiones atienden aquellos asuntos urgentes de resolver en el quehacer editorial de las instituciones de educación superior mexicanas como derechos de autor y coediciones; capacitación; promoción del libro y la lectura; bases de datos y estadísticas; información y página web; catálogo; comercialización y bibliotecas.</p>

<sup>19</sup> **Fuente electrónica:** *Página web del Sistema Editorial Universitario Centroamericano* (<http://seduca.csuca.org/drupal/?q=node/89>).

<sup>20</sup> **Fuente electrónica:** *Sitio web oficial de la Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior (México)* ([http://www.anuies.mx/r\\_academicas/red\\_nacional\\_altexto.php](http://www.anuies.mx/r_academicas/red_nacional_altexto.php)).

<p><b>Editoriales Universitarias Públicas Costarricenses (EDUPUC)<sup>21</sup></b></p> <p>Fue creada en 2008 por la Comisión Nacional de Rectores (CONARE) de Costa Rica.</p>	<p>EDUPUC está conformada por la Editorial de la Universidad Nacional de Costa Rica (EUNA), la Editorial de la Universidad Estatal a Distancia de Costa Rica (EUNED), la Editorial Universidad de Costa Rica (Editorial UCR) y la Editorial del Instituto Tecnológico de Costa Rica (Editorial Tecnológica de Costa Rica).</p> <p>Anualmente estas cuatro universidades, producen más del 50% de los libros editados en el país centroamericano.</p>	<p>La intención de este proyecto es promover acciones conjuntas entre las cuatro editoriales de las universidades estatales costarricenses. Su objetivo fundamental es difundir el conocimiento generado en estas casas de estudio así como ofrecer a la sociedad costarricense y al resto de la región obras de alto valor científico, tecnológico, histórico, cultural, pedagógico, artístico o literario. Para alcanzar esta meta propone las siguientes actividades:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1.) En el ámbito de la difusión, organización de una feria universitaria del libro.</li> <li>2.) Participación en ferias internacionales del libro, en las cuales es posible realizar procesos de comercialización y venta de las obras producidas.</li> <li>3.) Publicación de un catálogo conjunto que facilite la promoción de las obras universitarias.</li> <li>4.) Publicación en coedición de obras de interés para las cuatro instituciones, lo que permitirá eventualmente la creación de un sello editorial universitario (amparado a CONARE).</li> </ol>
<p><b>Grupo de Editoriales Universitarias de la Red AUSJAL (Asociación de Universidades Confiadas a la Compañía de Jesús en América Latina)</b></p> <p>Se erigió el 3 de julio de 2009 en Lima.</p>	<p>Congrega a las 16 universidades que integran la Red AUSJUAL, las cuales cuentan con sedes en Ecuador, Colombia, Venezuela, México, El Salvador, Brasil, Argentina, Chile, Guatemala, Perú y Nicaragua.</p>	<p>Tiene por objetivo promover y apoyar las actividades que realizan las áreas editoriales de las instituciones de educación superior pertenecientes a la AUSJAL así como estimular la participación de estas en el desarrollo e instrumentación de proyectos de interés nacional, regional e internacional a través de la creación de mecanismos y condiciones propicias para la edición, publicación, distribución, intercambio y promoción de sus ediciones.</p> <p>Una vez cada dos meses se realiza una audioconferencia, para tratar los asuntos relativos al cumplimiento de los propósitos de la Red.<sup>22</sup></p>
<p><b>Red de Editoriales Universitarias y Politécnicas del Ecuador (REUDE)<sup>23</sup></b></p> <p>Constituida el 18 de junio de 2010 en la Universidad Laica Eloy Alfaro</p>	<p>La integran 19 miembros.</p>	<p>Su propósito es consolidar, diversificar, mejorar y ampliar los servicios que ofrecen las editoriales de las Universidades y Escuelas Politécnicas del Ecuador, privilegiando la cooperación editorial.</p> <p>Se han realizado reuniones de trabajo en distintas ciudades del país para consolidar la formación de la Red, así como para establecer acuerdos en beneficio de las publicaciones universitarias del país sudamericano.</p>

<sup>21</sup> **Fuente electrónica:** *Portal de Internet del Consejo Superior Universitario Centroamericano* ([http://www.csuca.org/seduca/Catalogo\\_2009\\_EDUPUC.pdf](http://www.csuca.org/seduca/Catalogo_2009_EDUPUC.pdf)).

<sup>22</sup> **Fuente electrónica:** *Sitio web de la Asociación de Universidades Confiadas a la Compañía De Jesús en América Latina* (<http://www.ausjal.org/publicaciones.php>).

<sup>23</sup> **Fuente electrónica:** *Blog de la Red de Editoriales Universitarias y Politécnicas del Ecuador* (<http://reude.blogspot.com/>).

de Manabí (ULEAM).		
<p><b>Red de Editoriales de Universidades Privadas de Argentina (REUP)</b></p> <p>Su presentación oficial se llevó a cabo durante las Jornadas de Edición Universitaria 2011 (20-21 de abril) celebradas en Buenos Aires.</p>	<p>La Red depende del Consejo de Rectores de Universidades Privadas de la República Argentina (CRUP) y cuenta con la participación de 15 editoriales.<sup>24</sup></p>	<p>La misión de la REUP es:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Difundir el conocimiento que se genera en las universidades que la integran.</li> <li>• Promover las ediciones universitarias.</li> <li>• Colaborar y cooperar interinstitucionalmente en materia de difusión de contenidos en concordancia con las políticas y el espíritu del CRUP.</li> </ul>

Sumamos a las redes y/o asociaciones de editoriales universitarias, creadas mayoritariamente a fines del siglo XX, otros importantes proyectos que las IES latinoamericanas por medio de sus oficinas de publicaciones, centros editores, editoriales y redes han puesto en marcha y que han marcado un hito en las actividades de esta industria a nivel regional e internacional. En el subsecuente listado enumeramos aquellas que tienen o tuvieron trascendencia epistemológica y de vínculo con la sociedad:

- a.) La fundación en 1958 de la que a la postre sería considerada un modelo de editorial universitaria en el continente y más allá de sus fronteras, la argentina *Editorial Universitaria de Buenos Aires* (EUDEBA).<sup>25</sup> EUDEBA fue iniciativa de Rusieri Frondizi, rector de esta casa de estudios, y su primer editor y gerente fue Boris Spivacow, quien convertiría a la editorial en uno de los sellos más importantes en América Latina. “EUDEBA vendía libros en sus propios kioscos callejeros, una novedad desconocida hasta que se vio gente haciendo cola en la calle Florida” recuerda Beatriz Sarlo en un artículo para el diario *Clarín* de abril de 2006.<sup>26</sup> Los libros eran vendidos en paquetes

<sup>24</sup> **Fuente electrónica:** *Página de Internet de la Red de Editoriales de Universidades Privadas (Argentina)* (<http://www.reup.com.ar>).

<sup>25</sup> **Fuente electrónica:** *Portal web de la Editorial Universitaria de Buenos Aires* (<http://www.uba.ar/eudeba/contenidos.php?m=1>).

<sup>26</sup> “Más libros para más” en *Clarín* del 02 de abril de 2006.

**Disponible en:** *Sitio en línea del diario argentino Clarín* (<http://edant.clarin.com/diario/2006/04/02/sociedad/s-01169623.htm>).

de cuatro ejemplares, muy baratos, ilustrados, de diseño moderno, que compraban por igual universitarios que trabajadores, amas de casa o niños.

La presencia y el peso del diseño organizacional de Spivacow se revalorizan en el libro-memoria escrito por Delia Maunas, *Boris Spivacow. Memoria de un sueño argentino* (Colihue/1995), que culmina con dos docenas de entrevistas a sus más cercanos colaboradores. Tras la ocupación militar de la universidad en 1966 en la “Noche de los bastones largos”, Boris dejaba 802 títulos nuevos, 281 reediciones, 11 461 032 ejemplares vendidos, una empresa que no daba pérdidas y multitudes que ya sabían que leer era un derecho irrenunciable. Su último éxito fue un *Martín Fierro* ilustrado por Castagnino; hoy un clásico que recorrió el mundo y del cual se vendieron tres ediciones en tres meses con un total de 170 000 ejemplares.

- b.) Una de las ferias con mayor tradición en la región, la *Feria del Libro del Palacio de Minería en México*, evento organizado anualmente -desde 1974- por la Facultad de Ingeniería de la UNAM.
- c.) El *Libro Universitario Regional* (LUR), programa de la EULAC que tuvo por objetivo la difusión de conocimientos innovadores y relevantes para el desarrollo de la región en las universidades latinoamericanas, mediante la publicación y comercialización de libros. La Editorial Tecnológica de Costa Rica (ET) actuó hasta 2005 como Centro de Producción (pre-prensa). El *LUR* pretendió que las diferentes editoriales universitarias llevaran a cabo proyectos de coedición, los cuales sumaron 14 libros con títulos como: *Violencia y paz en América Latina*, *Soberanía y política económica en América Latina*, *Género y salud reproductiva en América Latina*, entre otros.
- d.) La organización -a partir de 2005- del *Foro Internacional de Edición Universitaria* por la Universidad de Guadalajara y la Red Altexto, primero en su tipo en el ámbito iberoamericano que cuenta con el apoyo y la participación de la Unión de Editoriales Universitarias Españolas y de profesionales en el sector de Europa y los Estados Unidos.
- e.) La marca *Libro Universitario Argentino* (LUA) que identifica a los libros universitarios editados y publicados por las universidades de gestión pública de la Argentina. Esta marca fue registrada por la *Red de las Editoriales de las Universidades Nacionales* (REUN) en 2011 (<http://plua.educ.ar/>) y

para 2014 cuenta con un catálogo de 58 títulos que con el aval del *Programa Sur*<sup>27</sup> (ProSur) se ofrecen a editores de otros países para su traducción y publicación en diferentes lenguas.

La notoriedad y logros de las editoriales universitarias del subcontinente arriba enunciados serían insuficientes para terminar de contextualizar el momento actual por el que pasan estas empresas en el seno de una de las instituciones con mayor peso social y cultural; razón por la cual se mencionan aquí los principales problemas que enfrenta la edición universitaria en los países latinoamericanos:

- *La falta de definición en la finalidad.* Si bien suele reconocerse que las editoriales universitarias publican para satisfacer requerimientos institucionales; como apoyo a la docencia, para divulgar la investigación, acercar el conocimiento a la sociedad e incluso para remediar vacíos culturales de los que no se ocupa la industria editorial comercial, rara vez se reconoce que publican también para satisfacer necesidades del personal académico vinculadas con la promoción curricular y jerárquica. Se publica además, para atender solicitudes políticas de las autoridades universitarias en turno. Estos factores *conllevan a*

---

<sup>27</sup> A fin de promover el conocimiento de obras de la literatura y el pensamiento argentinos en el exterior se estableció por Resolución Ministerial (Ministerio de Relaciones Exteriores y Culto de la República Argentina) n°41 del 2 de febrero de 2009 el *Programa de apoyo a la traducción para favorecer y fortalecer la edición de esas obras en lenguas extranjeras*. Algunas de las características del PROSUR son:

- El Programa ha sido lanzado en función del compromiso asumido por el Gobierno Argentino de promover la traducción de obras de autores argentinos para facilitar su edición en lenguas extranjeras y difundir el imaginario, ideas y valores del país en el exterior.
- Las obras pueden ser elegidas dentro de los distintos géneros literarios y de autores argentinos clásicos y contemporáneos, cuyas temáticas sean representativas de la identidad nacional.
- Las subvenciones se otorgan a editores extranjeros contra el compromiso de publicar las obras antes del 30 de noviembre del año siguiente a la convocatoria.
- Los editores argentinos, los autores de las obras o los agentes que posean los derechos de autor pueden actuar en representación de los editores extranjeros, pero el pago se realiza siempre a estos últimos.
- Las obras deben haber sido escritas en castellano por autores argentinos y deberán haber sido editadas previamente.

Desde su creación hasta la fecha el PROGRAMA SUR lleva subsidiadas más de 400 obras traducidas a más de 34 idiomas.

**Fuente electrónica:** *Página de Internet del Ministerio de Relaciones Exteriores y Culto de la República Argentina* (<http://programa-sur.mrecic.gov.ar/>).

*la discontinuidad o inconsistencia de los catálogos universitarios; a la existencia de colecciones con uno o dos títulos, a las ediciones costosas u obsoletas, y finalmente, a tener las bodegas al tope.*

- Las innovaciones tecnológicas –producto de la era digital- han transformado radicalmente el ambiente en el cual desempeñan su labor investigadores y académicos; *la información que se requiere para la investigación en ciencias exactas se encuentra principalmente en artículos de revistas especializadas en Internet, lo que implica que muchos de los fondos que se destinaban a la edición y publicación de textos en estas áreas, se canalicen para la compra de accesos a índices o suscripciones a este tipo de materiales.*
- *La dependencia de la estructura burocrática-administrativa de la IES o universidad conduce a la falta de autonomía editorial, administrativa y financiera. La mayoría de los sellos dependen del presupuesto público cada vez más limitado. Debido a disposiciones administrativas de las universidades, los ingresos por ventas no se reinvierten en las editoriales. El papel subsidiario de las editoriales universitarias necesita cambiar hasta convertirlas en organizaciones autónomas y plenamente profesionales.*
- *La estrechez financiera deja en proyecto publicaciones o impide la reedición de obras que se vuelven inconseguibles con repercusiones evidentes para la investigación científica, de ahí que las instituciones propietarias de dispositivos tecnológicos adecuados, recurran a la digitalización para ahorrar costos, mientras que las que no los poseen quedan cada vez más relegadas en el ámbito de la divulgación y la comunicación científica.*
- *La escasa y lenta distribución de los textos universitarios, y la falta de equipos profesionales principalmente en las áreas de promoción y comercialización. El problema de la distribución alcanza proporciones impresionantes. Las publicaciones y materiales de las editoriales universitarias no circulan ni siquiera localmente, en ocasiones ni dentro de la misma institución o en la ciudad en donde se editaron. Esta situación obedece en gran parte a que no hay una demanda estudiada de los títulos a publicar. Los estudios de mercado, dentro y fuera de la universidad, que pueden servir para normar criterios en cuanto a la selección de títulos, su factibilidad económica, los tirajes convenientes y los*



*precios de venta, son una práctica desconocida.* Por eso se acumulan los libros sin vender, al mismo tiempo que se descuida la demanda real. Las innovaciones tecnológicas no se han aprovechado eficazmente en la distribución y comercialización de los materiales universitarios.

- *La política de precios de venta al público es totalmente arbitraria; no se basa en sondeos previos de mercado y muchas veces se caracteriza por un impulso demagógico de ofrecer precios “baratos”.* El subsidio institucional sería menos oneroso si se calcularan profesionalmente los costos del libro.<sup>28</sup> Para evitar que la editorial se convierta en un lastre en la IES es imprescindible solucionar problemas como la gestión autónoma, normas de operación, estructura profesional eficiente, que comúnmente son minimizados.
- *La dependencia cultural latinoamericana respecto a la ciencia y la tecnología de los centros mundiales, crea una situación aflictiva para la actividad editorial universitaria: exigua producción académica nacional (continuamente subestimada) y una descomunal necesidad de traducción de obras clásicas.* La falta de una política coherente de estímulos para la producción intelectual de los académicos obstruye lo que podría ser una relación positiva entre la editorial y la comunidad a la que sirve. Debe existir un compromiso institucional básico: el financiamiento de una investigación académica exige incluir el pago de la publicación y la difusión de sus resultados.
- *Mientras casi todas las editoriales universitarias publican obras para lectores extrauniversitarios, las editoriales privadas producen los textos académicos que necesitan los estudiantes universitarios.*

---

<sup>28</sup> Las ventas globales deben cubrir costos industriales, gastos generales, administrativos, de promoción y distribución para llegar al punto de equilibrio y así alcanzar la fase de recuperación financiera y de reinversión de utilidades. Para sobrevivir en un mercado difícil debe establecerse una gestión dura: tirajes y precio de venta al público (pvp) adecuados a la elasticidad de la demanda; control de la relación costos-ventas; calidad productiva y profesionalismo del equipo editorial. (Anaya, 2010: 45)

## **Capítulo II. La Editorial de la Universidad Estatal a Distancia y su papel en la difusión del conocimiento y la cultura de Costa Rica.**

### **La UNED: Institución Benemérita de la Cultura en Costa Rica.<sup>29</sup>**

La Universidad Estatal a Distancia de Costa Rica (UNED) fue creada en 1977 tomando como base los modelos educativos de la UNED de España y la Open University de Gran Bretaña que buscaban atender a poblaciones dispersas, independientemente de su ubicación geográfica y de su disponibilidad temporal.

A casi cuarenta años de la creación de la UNED, el panorama social y cultural ha sufrido cambios drásticos en Costa Rica y en el resto del mundo. Es ampliamente conocida la influencia que están teniendo en la concepción del papel de la Universidad, fenómenos como la evolución y el progreso de las ciencias; las nuevas formas de producción acelerada y difusión del conocimiento; las incertidumbres en los esquemas valorativos; la omnipresencia de las tecnologías informáticas y telemáticas y sus promesas y amenazas para la educación; las nuevas exigencias de equidad social, así como los problemas asociados con la discriminación de género, etnia o cultura.

Costa Rica es el segundo país centroamericano con menor extensión territorial (51 100 km<sup>2</sup>). Concentra junto con Panamá más del 40% del PIB regional pero agrupa el 11% de la población. La educación superior costarricense como la de gran parte de América Latina, ha sufrido un cambio esencial: el surgimiento de una oferta sin precedentes. En una docena de años, el número de universidades existentes en el país ha tenido un aumento que supera el 1 000%, es decir, hoy existen 10 universidades por cada una de las que había hace poco más

---

<sup>29</sup> La Asamblea Legislativa de la República de Costa Rica decretó el 01 de noviembre de 2007 a la Universidad Estatal a Distancia como Institución Benemérita de la Educación y la Cultura Costarricense. La distinción se otorga, entre otras razones, porque esta casa de estudios “durante tres décadas ha brindado inmensas oportunidades a personas que por condiciones socioeconómicas se han visto imposibilitadas para continuar con sus estudios tanto superiores como de educación media”. (Lobo y Fallas, 2008: 332-328) La UNED, la Universidad de Costa Rica (UCR) y más recientemente la Universidad Nacional (UNA) han recibido este reconocimiento.

de 12 años. En 2008 nació la quinta universidad pública, la Universidad Técnica Nacional, tres décadas después de la última fundación de un ente estatal en este ámbito.

Las universidades en Costa Rica tienen una oferta académica amplia (1 165 programas), con un énfasis importante en las áreas de Ciencias Sociales, Educación y Ciencias Económicas. Las universidades públicas aportan la mayor diversidad, tanto al cubrir áreas estratégicas para el desarrollo nacional como las Ciencias Básicas (29 programas) y los Recursos Naturales (48 programas), como por la variedad de grados académicos ofrecidos, ya que han ampliado las oportunidades de estudio a nivel de maestrías y doctorados. Estimaciones del Consejo Nacional de Rectores (CONARE) de 2012 indican que en la última década, la matrícula en las universidades públicas creció 39.7%, un 2.8% por año, siendo la UNED la que contribuyó con el 29.5% de ese incremento.<sup>30</sup>

Para 2013 la UNED ofertó un total de 34 carreras, 21 posgrados y más de 50 cursos libres acordes a las necesidades educativas de la población costarricense.<sup>31</sup> El Plan de Estudios de la Maestría en Educación a Distancia sintetiza en gran parte las experiencias y expectativas del modelo educativo de la universidad puesto que está orientada a la formación de profesionales de alto nivel que desarrollen proyectos educativos a distancia. Una de las metas del programa es fortalecer procesos como la selección, diseño y coordinación de la producción de materiales didácticos.<sup>32</sup>

La UNED posee cinco ejes sustantivos, tres de ellos compartidos con los diferentes sistemas de educación superior a nivel mundial como son los casos de la docencia, la investigación y la extensión universitaria; sin embargo se destaca el papel de la producción de materiales (tercer eje) y la gestión universitaria (quinto eje) que contiene los procesos de planificación.

---

<sup>30</sup> *Cuarto Informe Estado de la Educación 2013: 202, 209-210.*

<sup>31</sup> **Fuente electrónica:** *Portal web del periódico paraguayo ABC Color* (<http://www.abc.com.py/edicion-impresa/locales/educacion-a-distancia-para-mejorar-acceso-a-la-universidad-635199.html>).

<sup>32</sup> **Fuente electrónica:** *Sitio de Internet del Sistema de Estudios de Posgrado de la Universidad Estatal a Distancia de Costa Rica* (<http://www.uned.ac.cr/posgrado/index.php/maestrias/102-educacion-a-distancia>).

En el modelo de educación a distancia de la UNED, interactúan tres variables: los estudiantes, el docente y los contenidos o el conocimiento. El estudiante es el actor y componente principal; la docencia desdobra la figura individual del docente tradicional en un conjunto de funciones que llevan a cabo varias personas como los editores académicos y autores de las Unidades Didácticas; mientras que los contenidos mediatizan la relación entre el estudiante y el conocimiento, razón por la cual se enfatiza la forma en que se ponen en contacto con el primero.<sup>33</sup>

La universidad cuenta con cuatro escuelas (Ciencias Exactas y Naturales; Ciencias de la Administración; Ciencias de la Educación, y Ciencias Sociales y Humanidades), el Sistema de Estudios de Posgrado y 45 centros universitarios distribuidos por todo el país que son responsables de las tareas docentes. En la metodología a distancia, los centros universitarios son el punto de reunión del estudiante, el lugar donde realiza trámites administrativos y hace uso de diferentes servicios escolares.

La práctica docente en la institución se orienta a facilitar la búsqueda, el procesamiento y la asimilación de nuevo conocimiento por parte del estudiante. Considerando los planteamientos de la educación a distancia actual, la interrelación estudiante-“docente” se caracteriza por las transformaciones a continuación descritas:

- a.) Un cambio del esquema “un profesor-muchos estudiantes” a un esquema “un estudiante-muchos docentes”, entendidos estos como fuentes de conocimiento y orientación diversos y dispersos.
- b.) Una intensificación del trabajo interdisciplinario y de equipo en la función docente a distancia, que comprende la planificación académica, el diseño y la producción de Unidades Didácticas Modulares (UDM), la facilitación del proceso de aprendizaje, así como la evaluación y autorregulación de los aprendizajes.
- c.) La coordinación efectiva entre los actores responsables de las diferentes acciones relacionadas con el diseño y producción de las UDM, apoyados en un concurso sobre los principios epistemológicos y pedagógicos expertos.

La Unidad Didáctica Modular (UDM) definida como “el material impreso básico que desarrolla los contenidos fundamentales de cada asignatura y cuyos elementos didácticos están orientados para que el alumno *aprenda a aprender*” (Lobo y Fallas, 2008: 63) fue el

---

<sup>33</sup> *Modelo Pedagógico de la Universidad Estatal a Distancia*, 2007: 28.

parteaguas para la creación primero de una Oficina de Publicaciones en la UNED (mayo de 1977) y posteriormente el 31 de enero de 1979, de la Editorial EUNED, orientada a la publicación de textos de línea editorial.

### **La Dirección de Producción de Materiales Didácticos (DPMD) como instancia de difusión del conocimiento de la UNED.**

La producción de materiales didácticos en la UNED es rastreable a agosto de 1977 cuando dio inicio la edición de libros de texto de los cinco cursos del Ciclo Básico. De esta primera fase (agosto 1977-febrero 1978) surgieron documentos que regularon el proceso editorial en la Universidad por más de dos décadas como el *Contrato de Elaboración de Unidades Didácticas*, el *Reglamento de Selección de Autores* y el *Instructivo Metodológico*, primer documento guía para los autores de la institución.

El 1 de agosto de 1979 se creó la Dirección de Producción Académica (DPA), hoy Dirección de Producción de Materiales Didácticos (DPMD). La DPMD es una dependencia perteneciente a la Vicerrectoría Académica: instancia encargada de planificar, ejecutar, articular y evaluar con pertinencia y calidad, los quehaceres relacionados con el proceso de enseñanza y aprendizaje en la UNED.<sup>34</sup>

La DPMD agrupa a la fecha cinco programas: 1.) *Programa de Producción de Material Didáctico Escrito* (PROMADE); 2.) *Programa de Producción de Material Audiovisual*; 3.) *Programa de Producción Electrónica Multimedial*; 4.) *Programa de Videoconferencias y Audiográficas* y 5.) *Programa de Aprendizaje en Línea*. Estos justifican su accionar en el *Plan de Trabajo 2011-2015*, el cual cuenta con seis líneas de acción:

- Creación de un Consejo Editorial de Materiales Didácticos

---

<sup>34</sup> **Fuente electrónica:** *Sitio en línea de la Universidad Estatal a Distancia de Costa Rica* (<http://estatico.uned.ac.cr/academica/objetivos.shtml>).

- Sistema de Gestión de Proyectos
- Reorganización
- Sobre la Relación PROMADE-Dirección Editorial
- Plataformas Integradas para Producir y Distribuir Contenidos en Línea
- Radio y Televisión Educativa (2011: 1-10).

De los cinco programas adscritos a la Dirección de Producción de Material Didáctico nos enfocaremos en PROMADE, instancia cuyas producciones son sujetas de sello editorial EUNED además de las que produce la propia Editorial así como revistas y otras publicaciones de las distintas escuelas y dependencias universitarias,<sup>35</sup> las cuales serán abordadas más adelante en este trabajo.

**PROMADE: De la Unidad Didáctica Modular a la diversificación de los materiales didácticos escritos.**

PROMADE cuenta con un Coordinador y veintiún recursos humanos denominados *editores académicos*. Estos profesionales cubren la oferta académica de las cuatro escuelas de la UNED y la del Colegio Nacional de Educación a Distancia (CONED) que imparte estudios de bachillerato. Los *editores académicos* vigilan la calidad académica de los materiales a través de una mediación didáctica apropiada que procure el aprendizaje autónomo, autorregulado y autodirigido. Desde la fundación de la institución, PROMADE ha sido el centro y eje de la producción de aquellos textos que son el principal objeto de consumo didáctico de los estudiantes de la universidad. Por su calidad, pertinencia y actualidad, los contenidos didácticos elaborados en el Programa, son ampliamente requeridos en instituciones educativas públicas y privadas de nivel medio y superior del país y aún del resto de Centroamérica.

---

<sup>35</sup> Este dato se obtuvo durante el trabajo de campo que se realizó en la Universidad Estatal a Distancia durante los meses de febrero a noviembre de 2012.

La labor de PROMADE parte de que

la edición académica cumple, más que ninguna otra, la función de incubadora y creadora de la obra que finalmente llegará a manos de los estudiantes. La semilla de toda unidad didáctica se encuentra en el diseño curricular, el plan primigenio que debe guiar la realización del material (ya se trate de un libro, un manual, una antología o una guía de estudio) y el cual debe ser cumplido en todos sus aspectos de contenidos, metodología, calidad y profundidad. Los editores académicos toman ese plan de trabajo como punto de partida y acompañan al autor durante el proceso de transformar el diseño en una obra didáctica.<sup>36</sup>

PROMADE se encarga de producir las Unidades Didácticas Modulares (UDM): libros didácticos para estudiantes de la universidad y el bachillerato a distancia. También desarrolla materiales de apoyo al proceso de enseñanza–aprendizaje como guías de estudio, antologías, manuales de laboratorio, módulos, complementos, etc. Las UDM representan el grueso de la producción con sello editorial EUNED.

El proceso de producción de una UDM, a diferencia de otros materiales con fines didácticos publicados por editoriales universitarias en América Latina y el resto del mundo, evidencia un conjunto de implicaciones complejas entre academia, instancias de evaluación y tareas editoriales. Este empieza con la creación de la carrera y asignatura por parte de la Vicerrectoría Académica, posteriormente se hace el diseño curricular en el Programa de Apoyo Curricular y Evaluación de los Aprendizajes (PACE)<sup>37</sup> que lo trabaja con un especialista y con la cátedra. Cuando es aprobado y entregado al encargado o encargada de la cátedra, este acude a PROMADE con una *Solicitud de Producción*.<sup>38</sup>

---

<sup>36</sup> **Fuente electrónica:** *Portal de Recursos Didácticos de la Universidad Estatal a Distancia de Costa Rica* (<http://reccdidacticos.uned.ac.cr/promade/>).

<sup>37</sup> El PACE es la dependencia que orienta y acompaña sistemáticamente, en materia curricular y evaluación de los aprendizajes, a los programas de extensión, pregrado, grado y posgrado de la UNED. Entre sus funciones destaca “evaluar la utilización, administración y pertinencia de los medios didácticos aplicados en los procesos de enseñanza y aprendizaje en la universidad”.

**Fuente electrónica:** *Página web del Programa de Apoyo Curricular y Evaluación de los Aprendizajes de la Universidad Estatal a Distancia de Costa Rica* ([www.uned.ac.cr/pace](http://www.uned.ac.cr/pace)).

<sup>38</sup> *La Solicitud de Producción* que se entrega a PROMADE es un formato implementado hace 35 años y que con el tiempo se ha ido modificando hasta tener uno más pulido. El formato contiene ocho partes: datos del material solicitado; datos de los autores; datos del especialista (solo para Unidades Didácticas); datos de la cátedra; información de los programas que utilizan el material; datos de la autorización para la solicitud del material;

En PROMADE la Coordinación selecciona a un editor académico, quien convoca al equipo de trabajo a una reunión de inducción al proceso y solicita a los autores la elaboración del *Plan Global* (propuesta de contenidos que hace el autor sobre el diseño curricular de un curso; contempla un programa de cumplimiento). A partir de la revisión y aprobación del *Plan Global*, los autores inician la redacción del texto. Luego de que estos entregan cada capítulo, el editor académico solicita al resto del equipo realizar observaciones, según su función, al trabajo elaborado. La retroalimentación es el sustento del proceso ya que por cada capítulo, el especialista, los encargados de cátedra, los encargados de programa y el editor académico, entregan observaciones que los autores deben contemplar y/o incorporar.

Posterior a la revisión de todo el equipo, autores y editor académico continúan perfeccionando cada capítulo, reenviándose versiones mejoradas hasta cumplir los objetivos trazados en el *Plan Global*. Después de esto, se lleva a cabo la corrección de estilo a cargo de algún miembro del equipo de filología del *Programa*. La Coordinación da el visto bueno a la obra que se imprime en versión preliminar<sup>39</sup> y distribuye para su validación por la comunidad académica y estudiantil. Una vez validada esta primera versión, se solicita a la *Editorial* el diseño y diagramación de la UDM. El proceso concluye con la entrega oficial de la nueva unidad didáctica a la comunidad universitaria.

El *Proceso de Producción Académica* ejecutado en PROMADE se observa en este flujograma desprendido de la aplicación, revisión y ajustes hechos al documento “Lineamientos para la Producción de Materiales Didácticos” propuesto en agosto de 2011.<sup>40</sup>

---

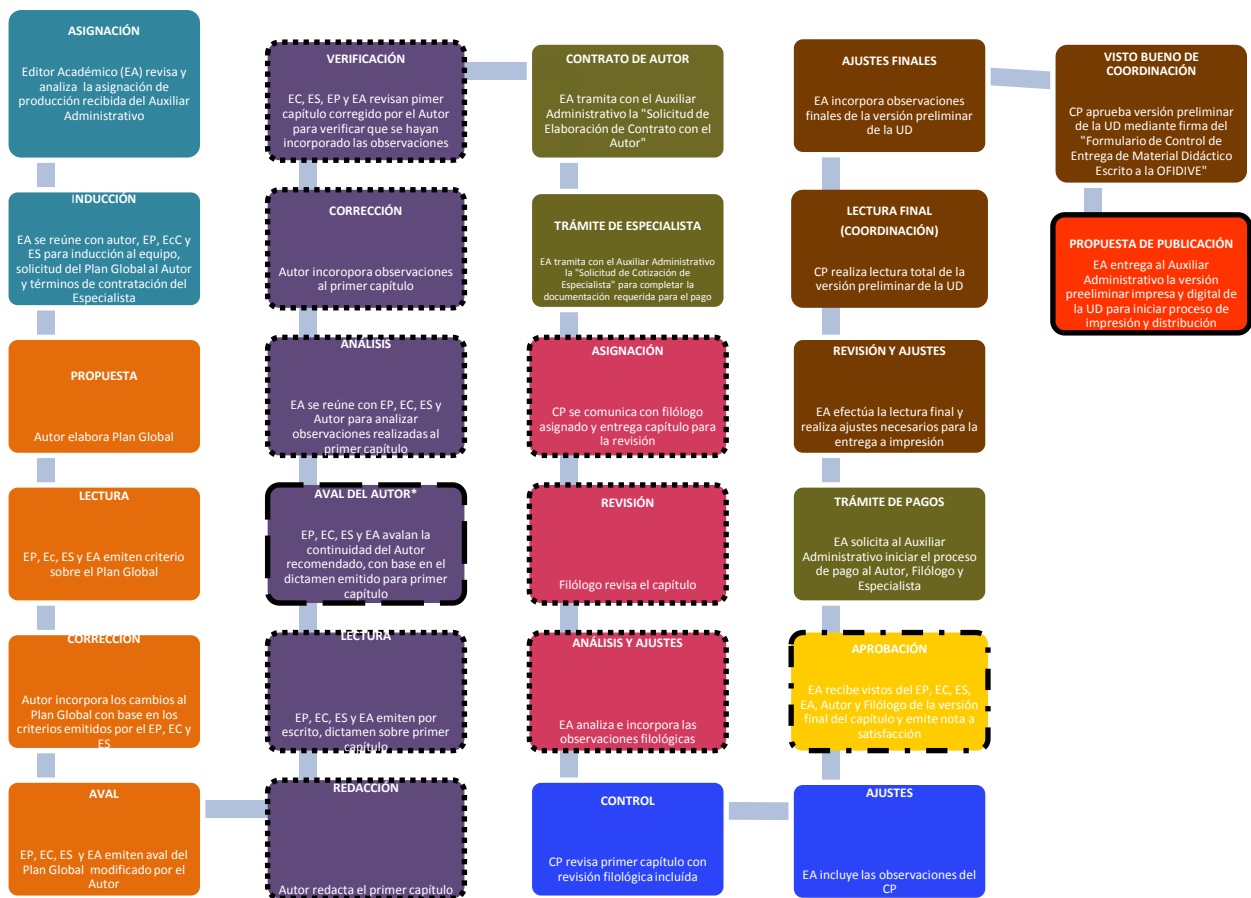
información general y datos para uso interno de PROMADE. La utilidad de la *Solicitud de Producción*, a decir del Coordinador del Programa,” es para una mejor organización del trabajo y para ver cómo se comporta en general nuestra producción”.

Gustavo Hernández Castro, *entrevista personal*, julio de 2012. San José de Costa Rica.

<sup>39</sup> Una *versión preliminar* de una Unidad Didáctica es una edición acabada en *Word* que será sometida a un proceso de validación por lo que se imprimirán únicamente la cantidad de ejemplares a utilizarse en un cuatrimestre. Es enviada a la Oficina de Distribución y Ventas de la Universidad (OFIDIVE) en formato *PDF* para ser reproducida. No se comercializa.

<sup>40</sup> En 2011 la entonces Coordinadora del Programa de Material Didáctico Escrito generó el documento “Lineamientos para la Producción de Materiales Didácticos”, el cual reúne todos los lineamientos acordados o





establecidos concernientes a la producción de materiales didácticos escritos identificados durante su gestión. Para facilitar la identificación de su área de aplicación se organizaron según el tipo de material didáctico al que se refieren. El documento puede consultarse en el CD de *Anexos* de esta tesis.

---

## LECTURA DEL FLUJOGRAMA



Los pasos para estos recuadros se repiten para cada capítulo

### Siglas

**CP** Coordinador de PROMADE  
**EP** Encargado de Programa  
**EC** Encargado de Cátedra  
**ES** Especialista  
**EA** Editor Académico  
**UD** Unidad Didáctica  
**OFIDIVE** Oficina de Distribución y Ventas

### Nomenclatura de color en relación a las Secuencias que integran el Proceso de Producción Académica

\* En caso de Aval Negativo se reinicia el proceso con un nuevo autor



---

Complementa al anterior instrumento la “Descripción del Proceso de Producción Académica de PROMADE”, documento que sintetiza número y nombre de secuencias, actividades, pasos, responsables, días hábiles, observaciones y documentación. Al final de esta se subraya que 96 es el promedio de días hábiles necesarios para la edición del primer capítulo de una Unidad Didáctica; 55 los días hábiles de producción por capítulo a partir del segundo capítulo; 24 el número de pasos que demandan tiempo en días hábiles y 17 meses o 371 días hábiles, el tiempo estimado de producción para una Unidad Didáctica de seis capítulos y 360 páginas.

Es significativo indicar que la edición académica en este *Programa* rebasa el diseño de la página didáctica; las labores se extienden a la construcción del discurso verbal en sus formas gráficas y de expresión visual. Por ello los agentes involucrados en la producción de la Unidad Didáctica y sus tareas se enumeran a continuación:

- a.) *Editores Académicos*: Coordinadores del equipo de producción encargados de garantizar el cumplimiento de la mediación didáctica en todas las dimensiones del proceso. Los editores académicos son los primeros lectores y críticos de la obra:

proponen cambios de estructura; ampliación y recortes de temas; aumento o disminución de contenidos; actividades complementarias y de autoevaluación; recursos para llamar la atención del estudiante; descansos en la lectura y metáforas e iconografías visuales. Su objetivo final es la creación de un entorno de lectura didáctico con herramientas facilitadoras del aprendizaje autorregulado de los estudiantes a distancia.

Una vez finalizada la versión preliminar del material escrito, el editor debe acompañar el proceso de evaluación y validación; las posibles correcciones derivadas de este y la conclusión del material para su primera edición definitiva. Solo entonces, cuando la obra está lista para colocarse en las librerías y/o distribuirse por la oficina institucional respectiva, se libera de la responsabilidad editorial, finiquitando su labor.

- b.) *Autores*: Son expertos en contenidos específicos. Los autores están a cargo de redactar la obra e incorporar los cambios sugeridos por el resto del equipo de producción.
- c.) *Especialistas*: Profesionales del área específica que trata la obra; realizan observaciones sobre la calidad de los contenidos incorporados y respaldan el trabajo hecho por los autores.
- d.) *Encargados de cátedra y programa*: Ejecutan análisis sobre los materiales escritos por los autores y velan por el cumplimiento de los objetivos trazados en el diseño curricular.
- e.) *Filólogos*: Encargados de la corrección de estilo de la obra.
- f.) *Coordinador de PROMADE*: Asigna al editor académico responsable del proyecto de elaboración del material didáctico. Atiende a situaciones especiales durante el proceso y da el visto bueno al material antes de entregarlo a la instancia respectiva.
- g.) *Diseñadores*: Les compete la diagramación y el diseño gráfico de la versión final de las producciones aprobadas por el Coordinador del Programa.

En América Latina son pocas las editoriales universitarias o programas de publicaciones que han estandarizado sus procesos editoriales más allá del simple establecimiento de una política editorial, PROMADE forma parte de estas excepciones. Durante la última etapa de gestión de la anterior Coordinadora del Programa, fue conformada la *Comisión de Sistematización y Estandarización de la Producción de Unidades Didácticas*. Esta Comisión produjo entre la segunda mitad de 2011 y abril de 2012 los siguientes instrumentos referentes a la recepción de documentos; contratación de autores y especialistas; trámites de pagos, entre otros.<sup>41</sup>

- *Trámite de contrato y recepción de documentos para autores*
- *Procedimiento de recepción de documentos y trámite de pago de especialistas*

---

<sup>41</sup> Las versiones de estos documentos fueron actualizadas en abril de 2012 pero continúan modificándose.

- *Ingreso de Datos al Programa de Registro de Producciones Activas (RPA)*
- *Entrega de Materiales Didácticos a la Oficina de Distribución y Ventas (OFIDIVE)*
- *Elaboración y actualización del perfil de puestos para PROMADE.* Dos son los formularios que sustentan esta práctica: el *Cuestionario sobre las características funcionales de los puestos de trabajo en PROMADE* y la *Hoja de sistematización descriptiva de los puestos de PROMADE.*
- *Manejo de Información Impresa Clasificada:* Para la preparación de este material se tomaron como fundamentos la *Ley general de control interno* (Ley No 8292); el *Manual de normas generales de auditoría para el sector público* (M-2-2006-CO-DFOE); el *Manual para el ejercicio de la auditoría interna en las entidades y órganos sujetos a la fiscalización de la Contraloría General de la República* (aprobado por el Consejo Universitario de la UNED el 16 de mayo de 1986); y el *Reglamento de auditoría interna* (aprobado por el Consejo Universitario de la UNED el 30 de octubre de 1986).

Al ser PROMADE una oficina de la Dirección de Producción de Material Didáctico también es objeto de las disposiciones generales de esta dependencia como la incorporación de su Coordinador en la *Comisión de Investigación de la Dirección de Producción de Materiales Didácticos* (COMI-DPMD). Esta Comisión creada en junio de 2011 y activa hasta la fecha (2014), tiene como atribución generar propuestas de investigación relacionadas con sus funciones como Dirección y vinculadas al quehacer de sus cinco programas. Las propuestas deben situarse en algunas de las líneas de investigación definidas por la Vicerrectoría de Investigación de la universidad.

El peso e importancia de la producción de Unidades Didácticas Modulares (UDM) como instrumentos de difusión de conocimiento con sello editorial EUNED se visibiliza en el *Informe Final de Gestión 2005-2011 de la Dirección Editorial*. En este documento el Director Ejecutivo reporta que de 2005 a 2010 se produjeron 2 534 Unidades Didácticas (títulos) equivalentes a 1 166 431 ejemplares o 592 790 717 millones de páginas. Su impresión tuvo un costo de 2 102 742 028. 18 colones; el 69.35% de los egresos totales de la *Editorial*. Las UDM representaron el 83.14% del total de la producción editorial catalogada como “libros” durante este periodo.<sup>42</sup> El citado informe también comunica que las producciones más costosas por

---

<sup>42</sup> La Producción Editorial en la EUNED contempla dos rubros: *libros* (unidades didácticas, línea editorial, otros libros) y *otros materiales* (materiales para matrícula, revistas y trabajos de impresión).

página son los libros de línea editorial (€9.66) y las revistas (€8.03) en contraste con las Unidades Didácticas (€3.55). (Muiños, 2011: 4, 14)

Por otra parte el *Informe de Labores de la Dirección de Producción de Materiales Didácticos: Julio 2011 a Julio 2012 y Propuestas de Acciones hasta el 2015* (Román, 2012: 6) enfatiza el hecho de que PROMADE continúa siendo el centro de atención de la producción didáctica en la UNED pues, al 30 de junio de 2013, la cantidad de producciones solicitadas a este programa por escuela en contraposición a los restantes cuatro quedaba así:

Escuela	PROMADE	PAL	PPMA (Horas Producción)	PEM	VAU	Total por Escuela
Escuela de Administración (ECA)	82	49	0,0	0	21	152, 0
Escuela de Ciencias de la Educación (ECE)	24	258	9,5	8	17	316, 5
Escuela de Ciencias Exactas y Naturales (ECEN)	130	439	124	14	27	734
Escuela de Ciencias Sociales y Humanidades (ECSH)	79	354	14,8	11	42	500, 8
Total por programa	365	1 100	148	33	107	1 753

Como vimos en el primer capítulo de esta investigación, la producción sin distribución de los materiales universitarios desemboca en esfuerzos carentes de sentido. En un ejercicio prospectivo, la UNED creó en agosto de 1977 la Dirección de Operaciones, primer

antecedente de la hoy Oficina de Distribución y Ventas (OFIDIVE). Para 1978 esta había cambiado su nombre a Dirección de Distribución de Materiales (DIDIMA) cuyo sistema de distribución operó hasta 1990. (Ramírez, 2006: 446-450) La OFIDIVE es una dependencia de la Vicerrectoría Ejecutiva, entidad encargada de ejecutar, supervisar y evaluar las actividades administrativas de la Universidad con el fin de que se desarrollen en forma eficaz y eficiente.<sup>43</sup>

Esta oficina tiene dos objetivos generales: 1.) cumplir eficientemente con la distribución de libros y cronogramas a los centros universitarios durante todo el año y 2.) generar ingresos propios por medio de la venta de libros y audiovisuales. Para concretar las metas, OFIDIVE cuenta con una estructura organizacional encabezada por un Jefe, a quien le siguen jerárquicamente el Coordinador de Servicios; el Supervisor de Librerías; 1 promotor de ventas; 1 encargado de ventas por Internet; 4 encargados de librerías; 8 dependientes de librerías (2 por cada ubicación); 1 secretaria; 1 encargada de entradas; 1 embalador; 1 misceláneo; 4 trabajadores de bodega y 1 encargado de la misma.

La oficina efectúa la distribución en dos niveles: 1.) contra matrícula a los estudiantes de la universidad y 2.) en librerías para el público en general. En la distribución contra matrícula, el estudiante recibe sus materiales del cuatrimestre (unidades didácticas, multimedios, audiovisuales, etc.) una vez que cubre el costo de inscripción o reinscripción en la Sede Central o en el centro universitario más cercano a su domicilio o trabajo. La distribución en librerías se realiza en: a.) las librerías de administración propia a cargo de la Supervisión de Librerías; b.) las librerías de administración de los centros universitarios y c.) las librerías comerciales privadas (labor a cargo del Promotor de Ventas).

Las librerías de administración propia son cuatro (Mercedes de Montes de Oca, San José Centro, Heredia Centro y Cartago Centro). Existe una quinta librería en convenio con el Ministerio de Obras Públicas y Transportes (MOPT) en la que se venden básicamente el

---

<sup>43</sup> **Fuente electrónica:** *Sitio web de la Vicerrectoría Ejecutiva de la Universidad Estatal a Distancia de Costa Rica* (<http://estatico.uned.ac.cr/ejecutiva/funciones.shtml>).

*Manual del Conductor*,<sup>44</sup>*Manual de Transporte Público*, *CD del Manual del Conductor* y algunos títulos de línea editorial. Los establecimientos cuentan con dos dependientes y un administrador quién reporta directamente al Supervisor de Librerías a través de un sistema de facturación que se actualiza diariamente. Antes de 2011 los empleados de las librerías UNED no vendían por metas, con la incorporación de esta directiva, los puntos de venta se han tornado rentables. El supervisor a cargo sostuvo, “tenemos un promedio de venta que no es muy bajo pero tampoco es el óptimo. Yo creo que ahorita estaríamos tal vez un poquito más arriba del punto de equilibrio”.<sup>45</sup>

Es conveniente señalar que las librerías de la universidad comercializan libros y revistas de la EUNED pero también de otras universidades y editoriales. Sin embargo, debido al crecimiento exponencial de su fondo<sup>46</sup> se ha ido reduciendo el espacio destinado a la exhibición de materiales externos al punto de que las librerías solo aceptan en consignación aquellos que tienen una buena rotación.

Del segundo tipo (librerías de administración de los centros universitarios), una se ubica en Cañas (Guanacaste) y otra en Alajuela. En estas el centro universitario se encarga de poner al personal y un espacio físico de 20 a 25 m<sup>2</sup> para la exhibición de los textos, además de administrar la caja y los asuntos gerenciales. Únicamente solicita a la OFIDIVE, libros en consignación y asesoría para la gestión de la librería por medio de la Supervisión de Librerías. La estrategia pretende concretar a mediano plazo el plan de regionalización del fondo editorial de la universidad.

---

<sup>44</sup> El *Manual del Conductor* es casi el *bestseller* de la EUNED. Se vende en cada una de las librerías de la universidad y específicamente en aquella que se localiza en el Ministerio de Obras Públicas. Esto porque en Costa Rica es obligatorio su estudio para presentar el examen de obtención de la Licencia de Conducir. Desde hace 30 años el *Manual* es publicado y comercializado exclusivamente por la EUNED, (anteriormente lo hacía la Editorial Costa Rica).

<sup>45</sup> Erick Escalante, *entrevista personal*, agosto de 2012. San José de Costa Rica.

<sup>46</sup> Para agosto de 2012, cuando se realizó la entrevista al Jefe de la OFIDIVE, el fondo editorial vivo o activo de la EUNED en sus librerías era de 1 180 títulos.

Uno de los obstáculos con el que topó OFIDIVE en el pasado, para la comercialización de sus materiales, fue que el aparato legal de la UNED no permite dar crédito a los compradores interesados en estos. Para atenuar esta traba ahora los trámites de compra y venta al extranjero de mayoreo se hacen vía la Fundación de la Universidad Estatal a Distancia para el Desarrollo y Promoción de la Educación a Distancia (FUNDEPREDI) que tiene como misión “facilitar la gestión y la búsqueda de financiamiento para promover el desarrollo de la investigación, la docencia, la extensión y la prestación de servicios vinculados con las actividades de la UNED”.<sup>47</sup> El papeleo para compras y envíos al extranjero con la intermediación de la Fundación<sup>48</sup> tarda 15 días hábiles y se contrata para la mensajería a Correos de Costa Rica o DHL. Las compras individuales de clientes extranjeros se gestionan hasta el momento con la empresa *Mall506*,<sup>49</sup> un consorcio costarricense que arrienda locales virtuales a terceros para actividades comerciales, promocionales o de cualquier otro tipo.

Para las ventas nacionales de mayoreo la OFIDIVE trabaja conjuntamente con la Unidad de Crédito y Cobro de la Oficina de Tesorería de la universidad que está autorizada para dar crédito y recaudar los recursos por ventas de libros. El crédito se adecua a las necesidades del cliente y este puede ser a 8, 15 y 30 días que es el mayor plazo. OFIDIVE maneja tres modalidades de pago: de contado, crédito y consignación. Pese a esta aparente flexibilidad, en la entrevista realizada al Supervisor de Librerías, este señaló en lo concerniente a los descuentos que “...el límite de descuento según el estatuto es de 30%. Sí se puede hacer un descuento mayor pero ya correspondería hacer una solicitud a una instancia mayor a la

---

<sup>47</sup> **Fuente electrónica:** *Página de Internet de la Fundación de la Universidad Estatal a Distancia para el Desarrollo y Promoción de la Educación a Distancia* (<http://fundepredi.org/Quienes-Somos.html>).

<sup>48</sup> Además de la UNED, las otras tres universidades estatales costarricenses también venden servicios editoriales y de otra índole a través de sus respectivas fundaciones que llevan por nombre FUNDAUNA (Fundación para el Desarrollo Académico) en el caso de la Universidad Nacional; FUNDEVI (Fundación de la Universidad de Costa Rica para la Investigación) de la UCR y la Fundación Tecnológica de Costa Rica (FUNDATEC) en el caso del Instituto Tecnológico de Costa Rica.

<sup>49</sup> **Fuente electrónica:** *Plataforma de Internet de la empresa costarricense Mall506* (<http://www.mall506.com/uned/index.php>).



Jefatura de OFIDIVE para estos tipos de descuento. Ya hay que tocar a un Vicerrector para que él lo apruebe”.<sup>50</sup>

La normativa que regula la comercialización de la producción editorial interna y externa de la UNED es el *Reglamento de Ventas de Materiales Producidos y Adquiridos por la UNED* el cual fue aprobado por el Consejo Universitario el 31 de mayo de 2011. Su artículo 10° referente a los descuentos se modificó el 11 de julio de 2003. Este reglamento se acompaña del *Procedimiento para Crédito y Cobro del Material Didáctico Producido y Adquirido por la UNED* (17 de junio del 2000) que pone en práctica la Unidad de Crédito y Cobro de la Oficina de Tesorería.<sup>51</sup>

La OFIDIVE trabaja mediante un plan quinquenal dotado de un presupuesto ajustable anualmente acorde a las necesidades detectadas en sus distintas áreas. No cuenta con un departamento de mercadeo y una más de sus funciones es la compra de libros externos que por razones de tiempo o especialidad de la materia, no pueden producirse en PROMADE y son solicitados por la Academia.

Indicadores del *Informe Final de Gestión 2005-2011 de la Dirección Editorial* (2011: 19) revelan que la compra del libro externo<sup>52</sup> se incrementó de 2007 a 2008 de ₡ 322 608 948.21 a ₡ 454 953 067 44. Mientras que en 2009 se incorporaron 40 libros externos nuevos y solo 11 Unidades Didácticas.

Los inconvenientes de distribución y comercialización de los materiales producidos por PROMADE con sello editorial EUNED trataron de subsanarse parcialmente con la creación de la Plataforma en Internet *Recursos Didácticos* <http://reccdidacticos.uned.ac.cr/> gestionada en acceso libre por la Dirección de Producción de Material Didáctico. La plataforma permite

---

<sup>50</sup> Erick Escalante, *entrevista personal*, agosto de 2012. San José de Costa Rica.

<sup>51</sup> Ambos documentos son consultables en el CD *Anexos* de esta tesis.

<sup>52</sup> Esta práctica es regulada por el *Reglamento de Compra de Libros Nacionales y Extranjeros* (a consultar en *Anexos* de esta tesis) que entró en vigor el 05 de agosto de 1998. También compete esta tarea al Vicerrector Académico; la Oficina de Presupuesto y Finanzas; la Oficina de Contratación y Suministros; la Oficina de Contabilidad; la Dirección Financiera y la Unidad de Almacén General.

la publicación de textos en formatos digitales como PDF, SWF y EPub. A marzo de 2014 se localizaban en este portal 129 documentos sobre temáticas de 13 disciplinas; 1 versión preliminar de una Unidad Didáctica, 9 materiales de consulta y producciones de los restantes cuatro programas de la Dirección.<sup>53</sup>

Sobre la creación y pertinencia de esta plataforma, Roberto Román, Director de la DPMD comentó: “Uno de los grandes problemas que tienen estos sistemas productivos no es la producción sino la distribución. ¿Cómo yo distribuyo al menor costo posible lo que hice? Ese es un problema de enorme importancia porque el éxito de todo proceso en el que inviertes para producir está en cómo tú lo distribuyes. La distribución por portales y vías digitales nos garantiza bajar los costos al piso”.<sup>54</sup>

Aunque el sistema de distribución y comercialización esté correctamente articulado, es fundamental estudiar anticipadamente la demanda de lo que el programa o la editorial universitaria van a ofrecer al mercado de lectores. La ausencia de planificación tiene un costo muy alto traducido en libros embodegados, no recuperación de los gastos mínimos de producción, entre otros. En entrevista René Muiños, Director Ejecutivo de la EUNED abundó en las implicaciones que ha tendido para esta editorial el no estudiar la demanda real:

Las proyecciones y las realidades no siempre cuadran y eso es un problema serio. El otro problema es el de los inventarios ociosos que mandan hacer 500 ejemplares, viene un texto nuevo y esos 500 se quedaron ahí. No se puede hacer nada con ellos porque son bienes públicos. Le presentamos al Consejo Universitario un escenario en el que hay un 70% de libros embodegados que no tienen ninguna posibilidad de circulación porque son materiales didácticos. Diría que no pueden ni donarse porque uno no va a donar textos obsoletos. Una novela, un libro de poesía, un ensayo nunca van a ser obsoletos pero el texto didáctico sí. El hecho es que son bienes públicos que no se pueden tocar. Hasta ahora no ha habido ninguna política, hay política de donativos a escuelas, pero donar no sé cuántos millones en inventario ocioso nadie

---

<sup>53</sup> Este Portal tiene carácter gratuito para los usuarios y no exige la previa suscripción o registro de los mismos, pues es un dominio de naturaleza académica que se destina a tal fin. No obstante, la utilización de algunos servicios académicos confidenciales, el acceso a expedientes o a información de acceso restringido solo puede hacerse mediante suscripción, registro del usuario y/o pago de un precio.

**Fuente electrónica:** *Portal de Recursos Didácticos de la Universidad Estatal a Distancia de Costa Rica* ([http://www.uned.ac.cr/index.php?option=com\\_content&view=article&id=114:aviso-legal&catid=2:uned](http://www.uned.ac.cr/index.php?option=com_content&view=article&id=114:aviso-legal&catid=2:uned)).

<sup>54</sup> Roberto Román, *entrevista personal*, agosto de 2012. San José de Costa Rica.

se arriesgaría porque es delito. El 30% de libros que hay son de línea editorial y de ellos sí tenemos planes de donativo. Sí un libro no se planifica adecuadamente puede generar fácilmente 3 000-4 000 ejemplares. Para almacenar todo esto tenemos una bodega rentada y una propia. Se debe tomar una decisión institucional en lo que respecta a esos libros.<sup>55</sup>

La DPMD produce desde 2009 el “Análisis estadístico de materiales didácticos para la oferta académica del Programa Académico (PAC)” que permite conocer anticipadamente el comportamiento de la demanda de materiales didácticos para un determinado ciclo lectivo o escolar. Los aspectos considerados en este análisis son: 1.) Oferta académica del PAC en curso; 2.) Registro de Producciones en el RPA para el Colegio Nacional de Educación a Distancia (CONED) y 3.) Registro de producciones en el RPA para el Sistema de Estudios de Posgrado (SEP).<sup>56</sup>

A partir de enero de 2012 se sumó una nueva herramienta que ayuda a controlar con mayor eficiencia los materiales didácticos solicitados por Escuela y Cátedra en la UNED, esta es la “Sábana de Producción de Material Didáctico”. La *Sábana* analiza los pedidos de más de 90 jefes de Cátedra y oficinas de la institución mediante tablas de *Excel*. El programa consta de dos partes: la primera presenta gráficas de cada programa de la DPMD y la segunda muestra una línea que representa todos los servicios demandados por un curso en concreto. A esta herramienta tienen acceso los Directores de Escuela; el Director de la DPMD; los jefes de los cinco programas de la Dirección y la Vicerrectoría Académica. Sin embargo, la *Sábana* no concentra todo lo que hace cada programa porque no están integrados el Sistema de Estudios de Posgrado (SEP), el CONED, la Dirección de Extensión, Centro de Idiomas, Agenda Universitaria y Agenda Joven, instancias que también hacen solicitudes a la Dirección.

Aún con el complejo andamiaje organizacional enfocado en la producción editorial académica y ahora con la *Sábana*, en el conocimiento de su comportamiento; la compra del libro externo para el estudiante de la UNED sigue siendo alta, anualmente representa un gasto de entre 3 y 4

---

<sup>55</sup> René Muiños, *entrevista personal*, agosto de 2012. San José de Costa Rica.

<sup>56</sup> *Anexos* de este trabajo contiene el “Análisis estadístico de materiales didácticos para la oferta académica del PAC III-2011” con fecha de corte julio de 2011 facilitado por la DPMD.

millones de dólares. A este egreso se suman los costos que devienen de la edición e impresión de guías de estudio que acompañan a estos textos.

En el apartado PROMADE del *Informe de Labores de la Dirección de Producción de Materiales Didácticos: Julio 2011 a Julio 2012 y Propuestas de Acciones hasta el 2015* se menciona que al momento de la redacción del mismo (junio de 2012) el *Programa* trabaja para concluir:

- *Manual de Procedimientos Administrativos* en concordancia con los requerimientos de Control Interno y de la Normativa Internacional de Calidad (ISO).
- *Módulo del Manual de Estándares de Publicación* (Manual de Estilo) y *Módulo de Tipografía y Ortotipografía*. Este último en proceso de validación y consulta con la comunidad universitaria.(Román, 2012: 6)

Asimismo el *Informe* subraya que PROMADE concretará para el periodo 2013-2015 estas metas:

- *Formalizar a través de la Oficina de Recursos Humanos el Área de Corrección de Estilo de PROMADE*. El oficio de Corrector de Estilo es una especialización que es menester reconocer en la institución. En este momento las funciones de corrección se equiparan con el de editor académico, sin tener un perfil y funciones para lo que en la práctica se ejecuta en PROMADE. El equipo de filología de PROMADE revisa la totalidad de los materiales didácticos y da soporte de corrección de estilo al resto de programas de la Dirección, al Sistema de Estudios de Posgrado, al Consejo Universitario, a la Oficina de Comunicación y Mercadeo y a otras áreas de la Universidad.

Por lo anterior se solicitará a la Oficina de Recursos Humanos un estudio para que oriente el nuevo perfil, competencias y funciones para la creación del puesto de Corrector de Estilo en PROMADE y en la DPMD. Un proceso similar se llevó en la *Editorial* para crear el puesto de Editor Filológico para las obras de línea editorial.

- *Renovación del equipo tecnológico (computadoras)*. En los últimos cinco años a PROMADE se le ha asignado equipo de segunda mano que han desocupado el *Programa de Producción Electrónica Multimedial* y el *Programa de Aprendizaje en Línea*. La solicitud de cambio se realizó el 16 de febrero de 2012 a las Vicerrectorías Académica y Ejecutiva. Con este cambio la academia se fortalecería en: 1.) interacción en línea con programas de edición que permitan comunicarse en tiempo real con los autores de contenido y 2.) actualización de los materiales didácticos en línea sin tener que realizar gastos excesivos en impresión de papel.

La renovación del equipo, aparte de lo señalado, facilitará a PROMADE, la DPMD y a la institución contar con una publicación (revista digital) especializada, que sea punto de encuentro y sistematización de más de 30 años de experiencia de producción de materiales didácticos. Hoy las universidades del mundo están fortaleciendo la edición de textos académicos con estos espacios para la reflexión.

- *Se requiere cambiar el paradigma existente en la relación contractual de los autores con la UNED. Actualmente funciona un único formato de contrato (por encargo de obra), que limita las posibilidades a PROMADE y a la Academia de contar con contenidos entregados según cronogramas de trabajo, o bien de utilizar los contenidos redactados por autores. Por ejemplo, un autor que escribe cuatro capítulos de un total de seis y después comunica que no continuará con la redacción, deja a PROMADE y a la Academia sin posibilidad de emplear los contenidos ya escritos y pagados. Para solventar lo anterior, se considera contar con estas opciones contractuales: a.) Contratos por encargo de obra (ya existente); b.) Contratos por compra de contenido; c.) Contratos por obra colaborativa, entre otros.*
- *Se requiere fortalecer el equipo de edición externa para incrementar la producción de materiales didácticos (guías de estudio, manuales de laboratorio, materiales complementarios, otros) con el objetivo de que los editores académicos de planta puedan enfocarse exclusivamente en las Unidades Didácticas. (Román, 2012: 6-7)*

### **Libros que tienen la palabra: La EUNED en la difusión de la cultura y el conocimiento.**

Durante 35 años la Editorial de la Universidad Estatal a Distancia de Costa Rica (EUNED) ha administrado la línea editorial de la institución a la cual atañe y a la par, gestionado su sello (marca). La EUNED es una de las cuatro editoriales universitarias en este país pertenecientes a universidades públicas. Junto con la Editorial Universidad de Costa Rica (Editorial UCR), la Editorial de la Universidad Nacional (EUNA) y la Editorial del Instituto Tecnológico (Editorial Tecnológica) integra desde 2009 el proyecto *Editoriales Universitarias Públicas Costarricenses* (EDUPUC), una iniciativa de la *Comisión de Editoriales de las Universidades Públicas del Consejo Nacional de Rectores* (CONARE).



De acuerdo a la *Cuenta Satélite de Cultura de Costa Rica 2010-2012* (Ministerio de Cultura y Juventud) las editoriales universitarias costarricenses publicaron en este periodo el 33.24% del total de obras impresas en el país.<sup>57</sup> La principal fuente de financiamiento de la EUNED y de las restantes editoriales universitarias públicas son los presupuestos institucionales así como la

<sup>57</sup> **Fuente electrónica:** *Sitio web de la Cuenta Satélite de Cultura de Costa Rica 2010-2012* (Ministerio de Cultura y Juventud) (<http://cuentasatelitecultura.go.cr/>).

partida asignada al fortalecimiento de editoriales públicas universitarias de los *Fondos del Sistema del Plan Nacional de la Educación Superior Universitaria Estatal 2011-2015 del CONARE*.<sup>58</sup> Adicionalmente reciben ingresos por la venta de servicios y/o proyectos de vinculación externa, como la Librería Universitaria de la UCR. En el período 2005-2010 la EUNED recibió una asignación presupuestaria total de ¢5 253 799 797. 20 [10 516 012 USD aproximadamente] con una ejecución real de ¢4 643 602 724. 53 y un superávit de ¢610 197 072. 67.<sup>59</sup> (*Informe Final...*, 2011: 31)

La EUNED es una dependencia de la Vicerrectoría Ejecutiva. Tiene como *misión*:

[...] producir textos y materiales educativos para la Universidad Estatal a Distancia de Costa Rica y para la sociedad costarricense e internacional, acorde con sus necesidades, y con la aplicación de tecnologías apropiadas, con calidad en la producción y con entregas oportunas en función de la demanda. Para lograr tales fines cuenta con un equipo humano consciente de la calidad editorial al servicio de la enseñanza a distancia, del cuidado de la producción de textos, de las fechas de entrega, de la necesidad de mejoramiento continuo, de la seguridad ocupacional, del mantenimiento preventivo y correctivo de los equipos y de la actualización tecnológica de los procesos y del equipamiento.<sup>60</sup>

Su *visión* queda enunciada así:

La EUNED consolidará su liderazgo en el área editorial por medio del posicionamiento eficaz en el mercado de la producción de textos y medios para la educación a distancia y de las obras de interés general, gracias a su visión

---

<sup>58</sup> Los *Fondo del Sistema* se enmarcan en el *Plan Nacional de la Educación Superior* (PLANES) 2011-2015. Su objetivo es impulsar acciones y tareas de construcción y desarrollo del Sistema de Educación Superior Universitaria Estatal de Costa Rica. Estos fondos se asignan mediante convocatoria abierta a proyectos interuniversitarios presentados por al menos dos funcionarios activos de las cuatro universidades estatales adscritas al CONARE. (Se da prioridad a aquellos en los que participan en forma sustantiva representantes de las cuatro instituciones). Estos proyectos son revisados y en su caso aprobados por las Comisiones de Vicerrectores del Consejo.

**Fuente electrónica:** *Página de Internet del Consejo Nacional de Rectores de Costa Rica* (<http://proyectos.conare.ac.cr/fs/documentos>).

<sup>59</sup> El 64.74% de los egresos del período 2005-20120 correspondió a la partida de salarios, con su impacto proporcional en los costos de producción constituyendo las 2/3 partes de los gastos totales. Las otras partidas significativas de asignación presupuestaria a la EUNED; Servicios y Materiales y Suministros, participaron en el un 13,62% y un 21.47% de los egresos respectivamente.

<sup>60</sup> **Fuente electrónica:** *Sitio de Internet de la Editorial de la Universidad Estatal a Distancia de Costa Rica* (<http://www.uned.ac.cr/editoria/quienes/perfil.shtml>).

empresarial, a la aplicación de procesos de mejora continua y a la certificación de su sistema de gestión de calidad. La EUNED integrará sus productos y procesos con otras instancias de la UNED, para el diseño y producción de impresos educativos y de interés general, y promoverá nuevas formas de publicación, reproducción y lectura con eficacia pedagógica y comunicativa. Contribuirá al desarrollo social y cultural con la producción permanente de publicaciones que faciliten la transmisión apropiada del conocimiento en condiciones de calidad y equidad.<sup>61</sup>

Para forjar su misión organizacional y alcanzar la visión, la EUNED cuenta con dos grandes áreas: la *Editorial* propiamente dicha y el *Taller de Impresión*. La *Editorial* está conformada por el Director Ejecutivo, sus asistentes, el personal administrativo y las áreas de edición filológica y edición gráfica. Por su parte el *Taller de Impresión* agrupa los departamentos de pre prensa, impresión y acabados finales.

La máxima autoridad de la EUNED es el *Consejo Editorial*, este se encarga de definir políticas de publicación y promoción; aprobar o rechazar las obras de línea cultural y, en general, señalar la marcha de la dependencia ya que aunque no se pronuncia en materia didáctica sí lo hace en lo concerniente al precio de los textos producidos en PROMADE. Integran este cuerpo colegiado cuatro destacadas figuras de la cultura nacional que hacen su trabajo *ad honorem* (Alberto Cañas, Inés Trejos, María Eugenia Bozzoli y Rafael Cuevas); y cinco autoridades universitarias: el Vicerrector Ejecutivo, el Jefe de la OFIDIVE, dos representantes del Consejo Universitario y el Director Ejecutivo de la EUNED quien actúa como Secretario. Ellos rigen su accionar por el *Reglamento de la Editorial Universidad Estatal a Distancia*<sup>62</sup> (aprobado por el Consejo Universitario el 31 de octubre de 1979). El Consejo sesiona cada 15 días y sus acuerdos y decisiones son reunidos en un libro de actas. Cuenta con una publicación periódica, la *Revista Nacional de Cultura* que recopila parte del quehacer cultural del país desde 1988.

---

<sup>61</sup> **Fuente electrónica:** *Página de Internet de la Editorial de la Universidad Estatal a Distancia de Costa Rica* (<http://www.uned.ac.cr/editoria/quienes/perfil.shtml>).

<sup>62</sup> El documento completo puede revisarse en el CD *Anexos* de esta tesis.

Hace 15 años que el Director Ejecutivo de la EUNED es René Muiños. Muiños<sup>63</sup> obtuvo el cargo de Director Ejecutivo de la Editorial en octubre de 1998 por un concurso público del puesto. Como parte de sus funciones y atribuciones-consignadas en el *Reglamento de la Editorial Universidad Estatal a Distancia* (1979: 5) y en el *Manual de Puestos* de la Oficina de Recursos Humanos de la institución- están: a.) ejecutar los acuerdos del Consejo Editorial; b.) someter ante el Consejo Editorial las características formales y el presupuesto de las ediciones de cada obra de línea editorial, para que se les fije el tiraje y el precio de venta, según las políticas establecidas; c.) velar por el cumplimiento de lo dispuesto en el *Reglamento de la Editorial*, en el *Reglamento de Selección de Autores*, en la *Ley de Derecho de Autor y Conexos* y de las regulaciones nacionales e internacionales en esta materia, entre otras.

Jerárquicamente al Director Ejecutivo le sigue en la *Editorial*, el Coordinador de Edición Gráfica, quien supervisa el diseño gráfico de Unidades Didácticas, libros de línea editorial, revistas e incluso impresos institucionales como afiches, desplegados, etc. A su vez revisa y aprueba solicitudes de impresión de diferentes dependencias o programas universitarios porque independientemente del tipo de trabajo solicitado, deben completar la “Solicitud de Trabajos a Editorial”. Una vez ratificada esta solicitud se genera el “Imprimatur”: visto bueno para imprimir el material pedido. Cuando se trata de imprimir un libro, al “Imprimatur” se le adjunta la “Hoja Técnica Para Impresión de Libros”.

En *Edición Gráfica* trabajan 10 Productores Gráficos, profesionales responsables de asumir proyectos de diseño integrales como libros en unitario, colecciones, revistas o impresos institucionales. El perfil profesional de Productor Gráfico es de reciente creación (2009-2011); fue instaurado para mejorar el flujo de edición y disminuir gradualmente el “colchón editorial” que en 2005 alcanzó la cifra de 150 libros en proceso, provocando el cese en la recepción de obras por varios meses. Actualmente la asignación media de un Productor Grafico consta de 7 obras, con un promedio de publicación de 3 a 6 meses para Unidades Didácticas y 8 a 12 meses en obras de línea editorial. (*Informe Final...*, 2011: 33-34)

---

<sup>63</sup> Muiños fue docente de la Maestría en Educación a Distancia de la universidad. Es autor del libro *Producción y Edición de Textos Didácticos* (1999) en el que se presenta una metodología para el diseño, redacción, corrección, composición y diagramación de las Unidades Didácticas.



Las tareas de edición gráfica son acompañadas por 2 Editores Filológicos quienes corrigen los originales de línea editorial. Cuando este servicio es subcontratado de forma externa, vigilan su hechura acorde a los lineamientos de la EUNED, actividad nada sencilla sí se toma en cuenta que la *Editorial* aún trabaja en su *Manual de Estilo*.

Para operativizar la producción editorial, el Director Ejecutivo de la EUNED se apoya en el *Consejo de Producción*. Este *Consejo* toma decisiones operativas sobre el flujo de producción, insumos, compras, materiales, plan de producción y prioridades durante las reuniones que celebra cada 15 días.

El último nivel en la estructura de la *Editorial* es el *Taller de Impresión*, conformado por dos departamentos. *Preprensa e Impresión digital* es el primero de ellos y está coordinado por un Ingeniero en Producción Industrial quien tiene a su cargo a 8 personas -con la categoría Técnico en Artes Gráficas 2-,<sup>64</sup> encargadas de transformar los diseños producidos en el Departamento de Edición Gráfica en planchas de impresión; al mismo tiempo se responsabiliza de impresión digital. El *Departamento de Prensa y Acabados Finales (offset)*, ubicado completamente en planta, cuenta con otro Coordinador quien es auxiliado por una Asistente de Servicios y un Despachador de Libros. En este departamento laboran durante tres turnos, 26 trabajadores que ingresan con la categoría Operario de Litografía y una vez cumplidos requisitos de antigüedad y capacitación son promovidos a Técnico en Artes Gráficas 1. Los trabajadores del área son considerados polifuncionales porque se capacitan para manejar la maquinaria disponible (equipo *offset* de cuatro colores, alzada, compaginadora, guillotina, etc.) y poder ser rotados en caso de que el flujo de producción se concentre en una etapa.

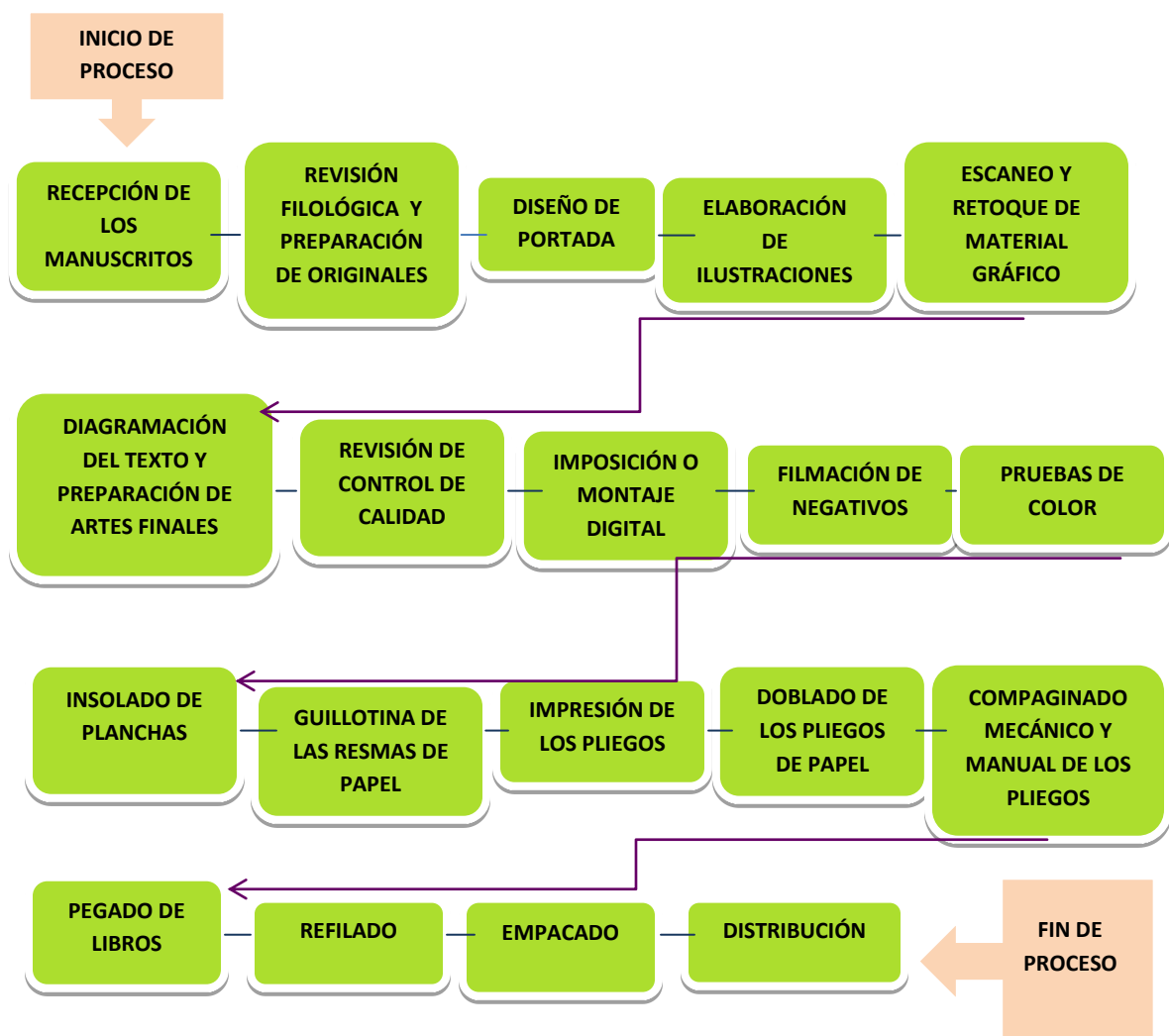
El trabajo en *Prensa y Acabados Finales* es programado en días hábiles conforme al proyecto (libro), cantidad de ejemplares, tipo de procesos a seguir y prioridad. Por título son un promedio de tres días de producción en varias fases. Como el sistema de producción es en U ha de completarse para no cortar el flujo. En algunos casos se pierde porque las máquinas son

---

<sup>64</sup> La clasificación de este y los puestos siguientes, así como sus funciones clave, responsabilidades, condiciones de trabajo, requisitos y competencias se consignan a detalle en el *Manual de Puestos No Profesionales (56-69)* de la Unidad de Servicios al Personal de la Oficina de Recursos Humanos de la UNED. El documento puede consultarse en el CD *Anexos* de esta tesis.

más rápidas que los procesos. A pesar de que el *Taller de Impresión* es uno de los mejores a nivel nacional, suele rebasar su capacidad productiva o de ciertos procesos (empastado duro) y entonces contrata a una empresa externa como *Editorama*. Todos los funcionarios que laboran en el *Taller* están en propiedad, lo que significa que cuentan con definitividad en sus cargos.

Cada obra publicada por la *Editorial* cumple con una serie de pasos sintetizados en el *Flujo de Producción*. En el caso de la línea editorial, competencia directa de la EUNED, el proceso se lleva a cabo a partir de que es enviada por el autor para su aprobación, hasta el momento en que sale del *Taller* en busca de lectores. Mientras que con las Unidades Didácticas, el proceso inicia en el paso 6: “Diagramación del Texto y Preparación de Artes Finales”.



Si bien la *Editorial* cuenta con los departamentos necesarios para realizar la totalidad del *Flujo de Producción* o proceso editorial, por cuestiones de tiempo y exceso de trabajo, tareas como revisión filológica y diagramación son subcontratadas externamente.

A la EUNED le compete directamente, como se ha reiterado, la producción de la línea editorial estructurada en veintitrés áreas temáticas (Agroindustria, Arte, Ciencias de la Administración, Ciencias Exactas, Ciencias Naturales, Derecho, Economía, Educación, Educación Física y Deportes, Filosofía, Geografía, Historia, Informática, Interés General, Investigación, Literatura, Matemática, Medicina, Política, Psicología, Salud, Sociología y Teología). Las áreas de Agroindustria, Derecho, Historia y Literatura<sup>65</sup> están conformadas por series y/o colecciones. En el *catálogo 2005-2012*<sup>66</sup> aparecen 471 títulos activos, siendo los más numerosos aquellos que pertenecen al área de Literatura (238). Educación Física y Deportes, Medicina, Psicología y Teología, tienen un solo título cada una. A decir del Coordinador de Edición Gráfica:

Cada colección tiene sus parámetros para trabajarla pero también nos entran muchos libros fuera de colección que son los que te dan un poco más de libertad en cuestión de diseño. Los compañeros diseñadores de producción –que tienen a su cargo varias colecciones- lo que hacen es coordinar con los proveedores externos que contratamos, el proceso de diagramación y una vez que está diagramado el material, entra acá y ellos afinan y finalizan. Nosotros tenemos muy poquitos proveedores externos por varias razones: una es las tarifas que paga la editorial que no son competitivas y de hecho, de las cuatro editoriales universitarias, entiendo que somos la que pagamos menos. Esto se hace así porque me tengo que regir por el tarifario<sup>67</sup> que impone el Consejo de Rectoría. Los miembros del Consejo ajustan este tarifario cada año.<sup>68</sup>

---

<sup>65</sup> La colección “Vieja y Nueva Narrativa Costarricense” del área de Literatura de la EUNED en conjunción con 31 novelas publicadas con motivo del 25 aniversario de la Editorial Costa Rica (1984), integran lo que se ha denominado el “corpus narrativo nacional”.

<sup>66</sup> *Catálogo* disponible en: [http://www.uned.ac.cr/editorial/documents/CATALOGOWEB2012\\_000.pdf](http://www.uned.ac.cr/editorial/documents/CATALOGOWEB2012_000.pdf) Desde 2012 la EUNED no ha publicado un nuevo catálogo de su producción. Las novedades de 2013 y 2014 se han dado a conocer por medio su sitio en Internet: <http://www.uned.ac.cr/editorial/novedad.asp>

<sup>67</sup> El tarifario para la contratación de servicios le compete a la Dirección Financiera dependencia de la Vicerrectoría Ejecutiva de la UNED. Los servicios que contrata la Editorial se clasifican en *Servicios filológicos* y *Revisión Filológica y Preparación de Originales*. Detalles y costos de estos servicios pueden consultarse en el documento *Tarifas para contratación de servicios 2012* del CD *Anexos* de esta tesis.

<sup>68</sup> Daniel Villalobos, *entrevista personal*, agosto de 2012. San José de Costa Rica.

Los autores interesados en publicar con la *Editorial* han de dirigir en primera instancia una carta de solicitud de evaluación de su original al *Consejo*<sup>69</sup> para que sea sometido a un proceso de dictaminación externa.<sup>70</sup> Esta es formalizada por dos especialistas en la temática, quienes ven los problemas de calidad, pertinencia, oportunidad e impacto de la obra en los lectores. Posteriormente se maneja el criterio de factibilidad editorial y se analizan los valores intrínsecos del libro y su potencialidad hacia el mercado. A la par se estudia el nivel de complejidad de la obra en cuanto a colores, trabajo de ilustración y eventual rotación. En el artículo 2º del *Reglamento de la Editorial Universidad Estatal a Distancia* se lee que “... el objetivo principal de la Editorial es brindar un servicio para la educación de la comunidad costarricense mediante la producción de impresos educativos y artísticos, para lo cual antepondrá sus metas culturales a las comerciales”. (1979: 1) A propósito de esta cláusula, el Director Ejecutivo de la EUNED, puntualizó en entrevista:

[... ] siempre se hace un análisis de costos y a veces si el proyecto es demasiado oneroso aunque sea de calidad, no se lleva a cabo. En otros casos puede ser un proyecto que tal vez no tenga una potencialidad de grandes lectores pero sí reviste de una importancia cultural muy grande. Hay publicaciones que solo las editoriales públicas van a hacer porque ninguna comercial lo hace. Probablemente una obra que sea un rescate o inédita no va a interesar a una editorial comercial. El Consejo Editorial opera por mayoría. Hay una cláusula de que en caso de que no haya consenso sobre una decisión, decide el Presidente [artículo 6º, inciso f.) del *Reglamento de la Editorial...*]. Hasta donde yo conozco y he vivido, no se ha presentado esa situación. A veces hay opiniones que no coinciden pero siempre la opinión de la mayoría es la que prevalece.<sup>71</sup>

Para la publicación de obras de línea editorial, el autor invariablemente firma un contrato (*Contrato de Edición de la UNED*). En este el autor o autora cede a la UNED el derecho de editar el libro en forma exclusiva dentro y fuera del territorio nacional por un plazo de cinco años a partir de su publicación. En el renglón de derechos de autor, la universidad se compromete a pagar al autor el 10% del precio al público por ejemplar vendido, ya sea a

---

<sup>69</sup> Primer lineamiento del documento *Requisitos para la presentación y publicación de obras en la EUNED* (disponible en el CD *Anexos* de esta tesis).

<sup>70</sup> Los dictámenes de la línea editorial no son de carácter público, solo conciernen al Consejo Editorial y al autor de la obra que se somete a evaluación.

<sup>71</sup> René Muñoz, *entrevista personal*, agosto de 2012. San José de Costa Rica.

estudiantes de la UNED, funcionarios o público en general. Son eximidos de esta disposición los primeros 100 ejemplares destinados para promoción; dentro de estos se incluyen los ejemplares que se entregan al autor. Los derechos de autor se liquidan semestralmente conforme a las ventas reportadas en junio y noviembre de cada año. Significativo es destacar que la editorial no figura como artífice del contrato sino la universidad y específicamente el Rector, quien de hecho firma al calce del documento.

El fenómeno de la coedición es común en la UNED. Su mecánica involucra una aportación igualitaria por parte de los coeditores en dinero o servicios equivalentes a los costos de derechos de autor e impresión de la obra. En los casi 16 años de gestión de René Muiños se han hecho coediciones con unas cincuenta instituciones y organismos diferentes. Colecciones como *Biblioteca del Cincuenta y Seis* e *Iglesia en el tiempo* son coediciones; la primera con el Museo Juan Santamaría de Alajuela y la segunda con el Instituto Arquidiocesano de Investigaciones Históricas.

Aparte de la coedición figura el cofinanciamiento con instituciones que proporcionan apoyo económico porque les interesa impulsar un material en concreto. Por ejemplo, el Centro Cultural de España en Costa Rica ha patrocinado en distintas ocasiones a los autores, quienes hacen el trámite ante ellos para que a su vez negocien la publicación de la obra con la EUNED. Posteriormente el Centro Cultural o la institución que brindó el cofinanciamiento aparece como coeditor porque financia una parte considerable de los gastos de producción del material, que, a diferencia de la coedición, no necesariamente tiene que ser del 50%. Generalmente es menor, aunque se han dado casos en que es mayor.

Otra manera de hacerse de material de calidad en la EUNED es por medio del *Concurso Anual de Poesía*. En este certamen pueden participar autores de nacionalidad costarricense y/o radicados permanentemente en el país, quienes envían una obra de poesía escrita en castellano, original, inédita y carente de compromisos de publicación con otras editoriales. Para garantizar la imparcialidad del fallo, los trabajos se firman con pseudónimo y son valorados por un jurado compuesto de tres reconocidos escritores o especialistas en literatura designados por el *Consejo Editorial* de la EUNED. El jurado está facultado para otorgar tantas menciones

honoríficas como crea conveniente pero solo concederá un premio consistente en la publicación de la obra.<sup>72</sup>

A diferencia de otras editoriales universitarias costarricenses o latinoamericanas, en la EUNED no es común la presentación pública de novedades editoriales en solitario a menos que acontezca una conmemoración, celebración patria o evento con el que el contenido del material tenga relación. Por el contrario, a fin de año se organiza una “Ceremonia de Entrega del Libro” a todos los autores que publicaron durante ese periodo.

La divulgación y promoción de los libros de la *Editorial* se realiza básicamente en dos medios:<sup>73</sup> 1.) en el *Semanario Universidad* de la UCR dirigido a estudiantes y profesores universitarios y 2.) en *Acontecer*, periódico institucional de la UNED de aparición semanal en impreso y actualización diaria en su versión digital. En ocasiones aparece una pequeña reseña en el *Semanario Áncora*, suplemento cultural del periódico *La Nación*. La elección de estos medios obedece a los escasos recursos asignados para la promoción.

En relación al precio de venta del libro EUNED, se fija, en el caso de las Unidades Didácticas, a partir de los costos de edición, impresión, distribución y derechos de autor. Con base en estos coeficientes se establece un factor de multiplicación que deja un margen de ganancia de 1.75%, casi imponderable. El gasto previo en el que incurre la UNED es una subvención estatal. Los precios de los libros didácticos no sobrepasan los 10 000 colones [20 USD aprox.] mientras que un texto de esa misma temática de una editorial comercial podría costar en el mercado nacional 17 000 colones [34 USD aprox.] con descuento. A decir del Director Ejecutivo de la Editorial:

Eso nos permite colocar el libro de manera competitiva porque es muy difícil competir con textos didácticos en el mercado. Nuestra competencia nacional es Pearson, Mc Graw Hill porque las otras universidades no hacen textos didácticos. Esporádicamente la UCR ha hecho algunos pero no hace textos didácticos masivamente. Entonces nosotros tenemos que competir en el mercado nacional con

---

<sup>72</sup> *Reglamento para el Concurso Anual de Poesía de la EUNED* (aprobado por el Consejo Universitario el 06 de mayo de 2010, San José de Costa Rica). Disponible para su consulta en el CD *Anexos* de esta investigación.

<sup>73</sup> Hasta fines de 2013 se empleó un tercer medio de divulgación y promoción de los libros de la EUNED, el *Boletín Editorial*. Este se enviaba semanalmente por correo electrónico a sus suscriptores para que estuvieran al tanto de novedades, invitaciones a presentaciones e informaciones varias sobre la *Editorial*.

unas editoriales que trabajan para toda América Latina y tiran 20 000, 50 000 ejemplares, 100 000 en algunos casos. Los costos unitarios de ellos son muy bajos. La única forma en que podemos competir es tratar de hacer los costos muy bajos y con algunas ventajas como la de que los textos están más apegados a Costa Rica en algunas materias.<sup>74</sup>

El precio de venta de los libros de línea editorial tiene una media de 10 USD, un precio competitivo en el ámbito nacional y en cualquier lugar del mundo. Solamente los libros de la serie infantil *Mapachín* tienen precios altos para el mercado local porque se invierten cantidades importantes en ilustración e impresión (digital a *full color*). Estas variables determinan que algunos de sus títulos se coticen hasta en 8 000 colones, impidiendo divulgarlos en escuelas primarias públicas y tornando necesario solicitar una subvención adicional en el Consejo de Rectoría de la universidad. Las revistas, en cambio, son los únicos materiales con sello EUNED que no se comercializan y a los que no hay que fijarles un precio de venta. Los motivos por los cuales se da esta práctica se puntualizan más adelante en este mismo capítulo.

La Editorial como todas las dependencias y programas de la UNED y de la administración pública costarricense efectúan su planificación anual por medio del Plan Operativo Anual<sup>75</sup> (POA). El POA de la EUNED, que comprendió el periodo 2005-2011, tuvo como objetivo general: “elaborar, producir y distribuir materiales didácticos impresos, audiovisuales y asistidos por computadora que requieren los programas docentes, de extensión y posgrado de la Universidad”. Igualmente dio seguimiento a 10 objetivos específicos que a su vez contenían:

- Metas programadas
- Unidad de medida
- Avance del cumplimiento
- Observaciones relevantes con relación al cumplimiento de las meta semestrales

---

<sup>74</sup> René Muiños, *entrevista personal*, agosto de 2012. San José de Costa Rica.

<sup>75</sup> El POA es la guía fundamental de gestión de las dependencias, en relación con la misión y la visión de la UNED que, articulado con el *Plan Nacional de la Educación Superior Universitaria Estatal 2011-2015* y el *Plan de Desarrollo Institucional PDI 2011-2015*, permite una mejor administración de la universidad.

De estos 10 objetivos, 5 alcanzaron un cumplimiento del 100% o más:

1. Producir y reproducir los materiales educativos impresos para los estudiantes de la UNED (184%).
2. Dar respuesta a la demanda de impresos varios y menores para el buen funcionamiento de las dependencias así como de las prioridades de la institución y sus compromisos (131%).
3. Promocionar el sello EUNED a través de impresos (177%).
4. Planificación y programación de la producción (160%).
5. Promocionar el sello EUNED a través de actividades presenciales de presentación de obras nuevas (100%).

4 alcanzaron niveles superiores al 90%:

- 1.) Producir y reproducir los materiales de matrícula para los diferentes periodos académicos (96%).
- 2.) Mejoramiento de los procedimientos empleados en las diferentes actividades de la *Editorial* (95%).
- 3.) Desarrollar la venta de servicios para la obtención de ingresos mediante el aprovechamiento óptimo de la capacidad de la Editorial en producción de bajo costo y alta calidad (95%).
- 4.) Promocionar el sello EUNED en medios de comunicación (93%).

Los objetivos que no llegaron a completarse fueron atribuidos por el Director Ejecutivo de la *Editorial* a razones ajenas a esta. (*Informe Final de Gestión...*, 2011: 23, 58) El seguimiento de logros obtenidos con respecto al POA es efectuado por el Equipo de Seguimiento al Plan de Mejora Institucional (EMI) adscrito a la Vicerrectoría de Planificación.<sup>76</sup>

Sobre la relación OFIDIVE-Editorial, el Coordinador de Edición Gráfica sostuvo:

Nosotros trabajamos como un matrimonio. La OFIDIVE y nosotros trabajamos juntos pero la Oficina de Distribución tiene su propia administración; su propio jefe, sus propios cronogramas con los que tiene que cumplir, y más bien ellos crean presión sobre la Editorial porque el señor que está a cargo me llama y dice “necesito sesenta unidades didácticas de Matemática para Administración y no me han entrado” entonces hay que correr a ver si está la orden o si él ya la había hecho, si está en proceso porque ellos distribuyen una semana antes –aproximadamente- de la matrícula ya que deben hacer llegar los materiales a los distintos centros universitarios del país. Nosotros además de matricular aquí en la Sede Central, también lo hacemos en los centros foráneos.<sup>77</sup>

---

<sup>76</sup> **Fuente electrónica:** Sitio web de la Vicerrectoría de Planificación de la Universidad Estatal a Distancia de Costa Rica ([http://estatico.uned.ac.cr/paa/documents/AidaAzze\\_000.pdf](http://estatico.uned.ac.cr/paa/documents/AidaAzze_000.pdf)).

<sup>77</sup> Daniel Villalobos, *entrevista personal*, agosto de 2012. San José de Costa Rica.



Datos de OFIDIVE señalan que tres cuartas partes del tiempo de la *Editorial* y sus funcionarios se destinan a surtir la demanda de materiales de la matrícula. El movimiento de libros de línea editorial en correlación con las Unidades Didácticas es del 25%. Las Unidades Didácticas de Ciencias Exactas son las de mayor venta porque son adquiridas por estudiantes de la Universidad Nacional, la Universidad de Costa Rica y las universidades privadas del país.

En el ciclo 2005-2010 la *Editorial* fue dotada de diez nuevas plazas con el propósito de fortalecer sus procesos productivos. Estas quedaron distribuidas así: 2 Editores Filológicos; 2 Productores Gráficos; 2 Auxiliares de Litografía; 4 Operarios de Litografía; 1 Técnico en Artes Gráficas y 1 Coordinador de Producción II. A pesar de estas incorporaciones se perdieron dos calificaciones de puestos, uno de Analista de Servicios Universitarios y otro de Coordinador de Producción II a cargo del Taller de Impresión, quedando la planilla nominal en 58 funcionarios y la real en 57, debido a que se trasladó un funcionario a otra dependencia por razones de salud. (*Informe Final de Gestión...*, 2011: 50)

En 2009 CONARE presentó a los ministros representantes del Poder Ejecutivo del Gobierno de Costa Rica el *Proyecto de Mejoramiento de la Educación Superior* para un convenio de financiamiento de las universidades públicas que integran este Consejo con el Banco Mundial. El convenio es una operación de crédito por 200 millones de dólares a distribuir en iguales proporciones entre las cuatro universidades con la intención de concretar estas metas: 1.) elevar su admisión de estudiantes y ampliar los cupos en las carreras que lo requieran; 2.) reforzar su capacidad científico-tecnológica expandiendo la infraestructura física, el equipamiento, las becas a profesores y la ampliación de los servicios estudiantiles incluyendo residencias.<sup>78</sup> Tales metas se relacionan directamente con la orientación del *Plan Nacional de Educación Superior Universitaria Estatal* (PLANES), previsto para el periodo 2011-2015.

Con fecha del 26 de octubre de 2012, la UNED dio a conocer en *Acontecer*, boletín institucional, la ejecución de *Nueve Iniciativas* del Plan de Mejoramiento Institucional (PMI) – derivado del *Proyecto de Mejoramiento de la Educación Superior*- mismas que, de acuerdo a

---

<sup>78</sup> **Fuente electrónica:** Portal de Internet del Consejo Nacional de Rectores de Costa Rica (<http://www.conare.ac.cr/index.php/presentacion.html>).

la universidad, dinamizarán la gestión institucional y optimizarán la educación superior a distancia a lo largo y ancho del territorio nacional. De estas iniciativas, aquellas relacionadas con el quehacer de la *Editorial* son:

a.) *Mejorar la equidad de acceso de los estudiantes a los recursos de aprendizaje digitales y en Internet.* Con una inversión de US\$600.000,00 se pretende asignar dispositivos tecnológicos a los estudiantes en condiciones de vulnerabilidad socioeconómica. La iniciativa beneficiará entre 2 000 y 2 500 alumnos y tendrán prioridad aquellos quienes no cuenten con redes de apoyo para poder ausentarse del hogar (mujeres jefas de hogar, población con discapacidad, indígenas). Se facilitarán además entre 800 y 1 000 dispositivos tecnológicos en los centros de recursos académicos (bibliotecas) de los centros universitarios y en las áreas educativas de los centros penales (sin acceso a Internet pero sí a los materiales multimedia por medio de un dispositivo de almacenamiento). Los estudiantes que requieran acceso a Internet recibirán una Datacard de 1 MB. Aquellos que no tengan posibilidades de acceder a Internet, ni siquiera con la Datacard, recibirán una llave maya (junto con el dispositivo tecnológico) con todos los recursos digitales para los cursos. Esta misma opción se emplearía con los privados de libertad;

b.) *Diversificar y ampliar la producción multimedia digital y en Internet.* US\$2.080.000.00 se destinarán a la actualización de los recursos técnicos que garantizarán los efectos positivos del lenguaje audiovisual en los procesos de enseñanza-aprendizaje;

c.) *Sistema de información para el apoyo a la toma de decisiones y la gestión institucional.* La inversión de US\$2.599.500. 00 comprende: Fortalecimiento, mejoramiento y modernización de los sistemas de información institucionales, específicamente los correspondientes a las áreas de Recursos Humanos, Gestión Académica, Gestión de Estudiantes y Financiero-Contable. Lo anterior con el fin de que satisfagan de manera oportuna y pertinente necesidades de información y servicios demandados por usuarios del área estudiantil, académica, administrativa y autoridades universitarias. Parte de la iniciativa es actualizar y mejorar la calidad de bases de datos, modificándolas para incluir nueva información relevante para la toma de decisiones y la gestión.<sup>79</sup>

---

<sup>79</sup> **Fuente electrónica:** *Sitio de Internet de Acontecer (periódico institucional de la Universidad Estatal a Distancia de Costa Rica)*  
(<http://web.uned.ac.cr/acontecer/index.php/a-diario/educacion/1581-nueve-iniciativas-fortaleceran-la-educacion-superior-a-distancia.html>).

## **Escuelas y dependencias universitarias en la edición de revistas académicas y científicas con sello editorial EUNED.**

La contribución de las universidades a la producción de conocimiento científico y tecnológico se mide hoy en día por el volumen de publicaciones indexadas en catálogos de prestigio mundial y sistemas de información en acceso abierto o pago. Brasil es el país que encabeza la producción científica latinoamericana con un 24.2%, seguido de México con un 14.7%. Costa Rica contribuye con un 1.7% a la ciencia regional. (Babini, 2012) Cerca del 83% de los investigadores y casi el 70% de la inversión en esta área provienen en la nación centroamericana del sector público. De las cuatro universidades adscritas al CONARE, la UNED es la que concentra menos investigadores, con un 2.2% del total mientras que la UCR tiene el 67% de los recursos humanos dedicados al rubro.

*(Cuarto Informe Estado de la Educación 2013:218)*

Las revistas universitarias en el subcontinente, sean de corte académico o científico, desarrollan su quehacer en un momento marcado por los cambios que la tecnología induce en las dinámicas del trabajo y la comunicación científica; el almacenaje masivo de información en soportes electrónicos; la evaluación de la calidad de las publicaciones a través del factor de impacto<sup>80</sup> así como el reciente reconocimiento de la economía del sistema de comunicación académica que en el caso del mercado de revistas es completamente inelástico.

En la UNED se publican al día de hoy 9 revistas; 4 son editadas por las escuelas de la universidad (*Revista Nacional de Administración* (Escuela de Ciencias de la Administración)/*Revista Espiga* (Escuela de Ciencias Sociales y Humanidades)/*Innovaciones Educativas* (Escuela de Ciencias de la Educación) y *Repertorio Científico* (Escuela de

---

<sup>80</sup> El factor de impacto (también conocido como índice de impacto) mide la repercusión que ha obtenido una revista en la comunidad científica. Es un instrumento utilizado para comparar revistas y evaluar la importancia relativa de una publicación concreta dentro de un mismo campo científico.

El factor de impacto de una revista es el número de veces que un artículo publicado en esta se cita por término medio. De esta manera el factor de impacto de una revista en el año 2014 hace referencia al número de veces que los artículos publicados en ella durante el período 2012 y 2013 han sido citados en 2014.

**Fuente electrónica:** *Biblioteca Virtual de la Universidad de Salamanca (España)*  
(<http://bibliotecas.usal.es/factor-de-impacto>).

Ciencias Exactas y Naturales)). Las 5 restantes son publicadas por las siguientes dependencias: *Biocenosis. Revista de Educación Ambiental* (Centro de Educación Ambiental); *Revista Electrónica Calidad en la Educación Superior* (Vicerrectoría Académica); *Cuadernos de Investigación* (Vicerrectoría de Investigación); *Revista Nacional de Cultura* (Consejo Editorial de la UNED) y *Rupturas* (Vicerrectoría de Investigación/Centro de Investigación en Cultura y Desarrollo). Las revistas cuentan con dos versiones: impresa y electrónica, exceptuando *Revista Electrónica Calidad en la Educación Superior* y *Rupturas* que están disponibles en línea únicamente.<sup>81</sup>

Si bien existe autonomía para que escuelas, centros y otras dependencias desarrollen sus publicaciones, en la UNED es competencia directa de la Vicerrectoría de Investigación difundir el conocimiento generado por 11 grupos de investigación, unos 100 investigadores, 140 estudiantes, 4 escuelas y 80 proyectos vinculados con más de 20 centros universitarios. Este conocimiento se convierte en contenidos para docencia y extensión; ubicándose en esta segunda sección seis revistas institucionales indexadas y una serie de televisión.<sup>82</sup> Las revistas institucionales cuentan con recursos asignados para su impresión que se desprenden de la partida que la *Editorial* destina a este dominio una vez que el Consejo de Rectoría aprueba el lanzamiento de una nueva publicación. Con los fondos del proyecto “Mejoramiento de las revistas científicas de las universidades públicas” de CONARE,<sup>83</sup> la Vicerrectoría de

---

<sup>81</sup> Hasta el primer semestre de 2013, el Sistema de Estudios de Posgrado publicó la revista *Posgrado y Sociedad* de carácter multidisciplinario, periodicidad semestral y en versión electrónica. Esta publicación estuvo indexada en *Latindex*.

<sup>82</sup> **Fuente electrónica:** *Sitio web de la Vicerrectoría de Investigación de la Universidad Estatal a Distancia de Costa Rica* (<http://www.uned.ac.cr/index.php/vicerrectorias-universidad/2-uned/111-vicerrectoria-investigacion>).

<sup>83</sup> Este proyecto empezó a ejecutarse en 2011. Uno de sus componentes es la capacitación vía Talleres de *Open Journal Systems* (OJS) que tienen entre otros objetivos:

- Ofrecer los conocimientos básicos sobre la plataforma OJS para que los editores de las revistas puedan valorarlo y decidir sobre su implementación.
- Desarrollar aplicaciones prácticas de la plataforma para que los participantes comprendan y lo apliquen.

Entre las 44 personas capacitadas- de 34 revistas- estuvieron los editores de *Innovaciones Educativas* y *Revista Electrónica Calidad en la Educación Superior* y *Rupturas*.

**Fuente electrónica:** *Portal de revistas académicas de la Universidad de Costa Rica* ([http://www.latindex.ucr.ac.cr/informes/informe\\_2011.pdf](http://www.latindex.ucr.ac.cr/informes/informe_2011.pdf)).

Investigación subsidia la diagramación externa de las publicaciones excluyendo la de la *Revista Nacional de Administración*, la *Revista Nacional de Cultura* y las dos que únicamente aparecen en digital. La universidad paga tiempo extra al editor o director de la revista para trabajar con ella.

La inyección de fondos por parte de CONARE a las publicaciones de la UNED y a las de las otras tres universidades públicas, representó para la mayoría una mejora en su diseño editorial y cumplimiento de requisitos de indexación. Así lo manifestó Fiorella Donato, editora de la revista *Biocenosis*, publicación que ha circulado ininterrumpidamente desde 1979.

Antes del presupuesto de la Vicerrectoría de Investigación teníamos un monto muy pequeño para dibujos. Los dibujos no eran muy bonitos porque no teníamos tanta plata como para contratar un dibujante profesional. El problema que vamos a tener es una vez que se acabe ese proyecto de la Vicerrectoría para la diagramación porque dicen que hay algunos vicerrectores de CONARE que sí están de acuerdo en apoyar las revistas pero hay otros que no, que dicen que eso es responsabilidad de cada institución y que no ven bien que la plata del Consejo se dé a las revistas.<sup>84</sup>

El tiraje de las revistas impresas es de 500 ejemplares; 1 000 en casos especiales. A partir de marzo de 2013, las revistas *Cuadernos de Investigación UNED* y *Rupturas* pueden consultarse en el *Portal de Revistas Electrónicas de la UNED* <http://investiga.uned.ac.cr/revistas/index.php>. En el sitio se especifica que ambas publicaciones usan el *Open Journal Systems 2.4.1.0*, software libre de gestión y publicación de revistas desarrollado, soportado y distribuido libremente por el *Public Knowledge Project* bajo Licencia Pública General GNU.<sup>85</sup>

Dada la importancia internacional y local que tiene la indexación para las publicaciones periódicas en los sistemas de información o índices, se resume aquí tanto la posición de las instituciones costarricenses de educación universitaria como de la UNED en específico, en *Latindex*. *Latindex* es un sistema de información sobre las revistas de investigación científica,

---

<sup>84</sup> Fiorella Donato, *entrevista personal*, agosto de 2012. San José de Costa Rica.

<sup>85</sup> **Fuente electrónica:** *Portal de revistas electrónicas de la Universidad Estatal a Distancia de Costa Rica* (<http://investiga.uned.ac.cr/revistas/index.php/index/about/aboutThisPublishingSystem>).

técnico-profesionales y de divulgación científica y cultural editadas en América Latina, el Caribe, España y Portugal. Comenzó como una iniciativa de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) y se convirtió en una red de cooperación internacional a partir de 1997. Su misión es difundir, hacer accesible y elevar la calidad de las revistas académicas editadas en la región a través del trabajo compartido.

*Latindex* ofrece tres bases de datos: 1.) un directorio con datos bibliográficos y de contacto de todas las revistas registradas, ya sea que se publiquen en soporte impreso o electrónico; 2.) un catálogo, que incluye únicamente las revistas -impresas o electrónicas- que cumplen criterios internacionales de calidad editorial establecidos por *Latindex* y 3.) un enlace a revistas electrónicas que permite el acceso a textos completos en los sitios en que se encuentran disponibles.

El catálogo *Latindex* fue puesto en línea en marzo de 2002 y a la fecha contiene 7 591 revistas académicas. Los títulos registrados constituyen un subconjunto del directorio y han sido seleccionados y clasificados por cada país socio, según criterios internacionales de calidad editorial probados y convenidos por el sistema en su conjunto. Estos criterios se dividen en cuatro grupos generales que a su vez contienen aspectos específicos que los definen como se resumen a continuación.

**Nombre del Criterio**<sup>86</sup>**Aspectos que lo definen**

Características básicas

1. **Mención del Cuerpo Editorial:** Se constata que en la revista se mencione la existencia de un consejo, comité editorial o responsable científico. El cuerpo editorial se puede conformar por el director general, editor responsable, editor ejecutivo, secretario de redacción, entre otros.
2. **Contenido:** Para calificar positivamente al menos el 40% de los documentos publicados en los fascículos a calificar se verificará que estos sean: artículos originales; artículos de revisión; informes técnicos; comunicaciones en congresos; comunicaciones cortas; cartas al editor; estados del arte; reseñas de libros, entre otros tipos de documento. En todos los casos deberá privar el contenido científico-académico.
3. **Antigüedad mínima de 1 año:** Para ser evaluada la publicación deberá haber comenzado a editarse al menos 12 meses antes del momento en que se hace el análisis. Las publicaciones semestrales o anuales deberán ser evaluadas con un mínimo de tres fascículos diferentes. En todos los casos deberá evaluarse con los fascículos más recientes.
4. **Identificación de los autores:** Los trabajos deben estar firmados por los autores con nombre y apellidos o declaración de autor institucional.
5. **Lugar de edición:** Debe hacerse constar en lugar visible el lugar de edición de la revista.
6. **Entidad editora:** Debe hacerse constar en lugar visible la entidad o institución editora de la revista.
7. **Mención del director:** En la revista debe constatarse el nombre del director de la publicación, responsable editorial o equivalente.
8. **Mención de la dirección:** Debe aportarse en lugar visible la dirección postal o de correo electrónico de la administración de la revista a efectos de solicitud de suscripciones; canjes; envío de trabajos; acciones de seguimiento, entre otras.

Características relativas a la presentación de la revista

9. **Páginas de presentación:** Estas deben incluir al menos el título completo de la revista, así como ISSN, volumen, número, fecha y membrete bibliográfico
10. **Mención de periodicidad:** La revista debe expresar o mencionar su periodicidad, o en su defecto, el número de fascículos que editará en el año.
11. **Tabla de contenidos (Índice):** Se califica positivamente cuando existe en cada fascículo una tabla de contenidos; índice o sumario en los que consten los datos de título, autor y al menos la página

<sup>86</sup> Cuadro elaborado con información de los documentos de *Latindex*: “Características editoriales para revistas impresas” y “Características editoriales para revistas electrónicas”.

**Disponibles en:** *Sistema Regional de Información en Línea para Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal* ([http://www.latindex.unam.mx/documentos/revistas\\_imp.html](http://www.latindex.unam.mx/documentos/revistas_imp.html)).

inicial.

12. **Membrete bibliográfico al inicio del artículo:** Se califica positivamente si el membrete bibliográfico aparece al inicio de cada artículo e identifica a la fuente. Para darlo por cumplido el membrete debe contener por lo menos: título completo o abreviado y la numeración de la revista (volumen, número, parte, mes o sus equivalentes)
13. **Membrete bibliográfico al interior del artículo:** Se califica positivamente si el membrete que identifica la fuente aparece en páginas pares o impares del artículo, no necesariamente en ambas.
14. **Miembros del consejo editorial:** Se califica positivamente si aparecen los miembros del consejo editorial de la revista.
15. **Afiliación institucional de los miembros del consejo editorial:** Se califica positivamente si se proporcionan los nombres de las instituciones a las que están adscritos los miembros del consejo editorial. No es suficiente que se indique solamente el país.
16. **Afiliación de los autores:** Debe proporcionarse el nombre de la institución de trabajo del autor o autores de cada artículo.
17. **Revisión y aceptación de originales:** Se califica positivamente solo si se indica ambas fechas.

Características relativas a la gestión y a la política editorial de la revista

18. **ISSN:** Se considera positivamente la existencia de código ISSN.
19. **Definición de la revista:** En la revista debe mencionarse el objeto y cobertura temática o en su defecto el público al que se dirige.
20. **Sistema de arbitraje:** En la revista debe constar el procedimiento empleado para la selección de los artículos a publicar.
21. **Evaluadores externos:** Se debe mencionar que el sistema de arbitraje recurre a evaluadores externos a la entidad o institución editora de la revista.
22. **Autores externos:** Al menos el 50% de los trabajos publicados deben provenir de autores externos a la entidad editora. En el caso de las revistas editadas por asociaciones se considerarán autores pertenecientes a la entidad editora, aquellos que forman parte de la directiva de la asociación o figuran en el equipo de la revista.
23. **Apertura editorial:** Al menos dos terceras partes del consejo editorial deberán ser ajenas a la entidad editora.
24. **Servicios de información:** Se califica positivamente si la revista está incluida en algún servicio de índices y resúmenes, directorios, catálogos, hemerotecas virtuales y listas del núcleo básico de revistas nacionales, entre otros servicios de información. Este aspecto se califica positivamente tanto si el servicio de información es mencionado por la propia revista como si lo agrega el calificador.
25. **Cumplimiento de la periodicidad:** Se califica positivamente si la revista edita al año el número de fascículos correspondientes con la periodicidad expresada.



#### Características de los contenidos

26. **Contenido original:** Se califica positivamente si al menos el 40% de los artículos son trabajos de investigación, comunicación científica o creación originales.
27. **Instrucciones a los autores:** Se califica positivamente si aparecen las instrucciones a los autores sobre el envío de originales y resúmenes al menos en algún momento del año.
28. **Elaboración de las referencias bibliográficas:** En las instrucciones a los autores debe indicarse las normas de elaboración de las referencias bibliográficas.
29. **Exigencia de originalidad:** Se califica positivamente si en la presentación de la revista o en las instrucciones a los autores se menciona esta exigencia para los trabajos sometidos a publicación.
30. **Resumen:** Todos los artículos deben acompañarse de un resumen en el idioma original del trabajo.
31. **Resumen en dos idiomas:** Se califica positivamente si se incluyen resúmenes en el idioma original del trabajo y en un segundo idioma.
32. **Palabras clave:** Se califica positivamente si se incluyen palabras clave o equivalentes en el idioma original del trabajo.
33. **Palabras clave en dos idiomas:** Para calificar positivamente este aspecto se deben incluir palabras clave o equivalente en el idioma original del trabajo y en otro idioma.

Del total de revistas registradas por Costa Rica en *Latindex* (336), 105 se encuentran compiladas en el catálogo. Costa Rica representa cerca del 1.38% del catálogo total.<sup>87</sup> Las cuatro universidades públicas agrupadas en CONARE aportan el 79.01% de las publicaciones indexadas del país. La UCR representa 48.14 de esos puntos porcentuales. La posición de las publicaciones de la UNED en el catálogo del sistema considerando: a.) criterios cumplidos según *Latindex*; b.) criterios no cumplidos según *Latindex* y c.) última actualización en el sistema, queda como sigue.

---

<sup>87</sup> Datos actualizados al 16 de junio de 2014.

**Fuente electrónica:** *Sistema Regional de Información en Línea para Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal* ([http://www.latindex.unam.mx/buscador/ficPais.html?opcion=1&clave\\_pais=11](http://www.latindex.unam.mx/buscador/ficPais.html?opcion=1&clave_pais=11)).

Nombre de la Revista/Dependencia Responsable/ Periodicidad/Idioma/Soporte	Temáticas/Clasificación Dewey <sup>88</sup>	Criterios cumplidos según Latindex	Criterios no cumplidos según Latindex	Última actualización en el Sistema
<b><i>Biocenosis. Revista de Educación Ambiental</i></b> <b>Centro de Educación Ambiental</b> <b>(Semestral)</b>  <b>En línea</b>	Biología Ecología Educación  (574.5)	1. Características básicas 2. Características relativas a la presentación de la revista 3. Criterios de gestión y política editorial de la revista 4. Características de los contenidos	<b>No se especifican.</b>	<u>20 de noviembre de 2012</u>
<b><i>Revista Nacional de Administración</i></b> <b>Escuela de Ciencias de la Administración</b> <b>(Semestral)</b>  <b>Impresa en Papel</b>	Administración (350)	1. Características básicas 2. Características relativas a la presentación de la revista 3. Criterios de gestión y política editorial de la revista 4. Características de los contenidos	<b>Criterios de gestión y política editorial de la revista</b>  a.) Apertura editorial	<u>28 de febrero de 2013</u>
<b><i>Revista Espiga</i></b> <b>Escuela de Ciencias Sociales y Humanidades</b> <b>(Semestral)</b>  <b>Español</b>	Humanidades Arte Literatura  (300)	1. Características básicas 2. Características de presentación de la revista 3. Criterios de gestión y	<b>Características relativas a la presentación de la revista</b>  a.) Afiliación de los autores	<u>13 de agosto de 2012</u>

<sup>88</sup> El Sistema de Clasificación Decimal Dewey es un sistema numérico que divide el conocimiento en diez grandes categorías: generalidades, filosofía, religión, ciencias sociales, filología, ciencias naturales, técnica y ciencias prácticas, arte y literatura e historia. Cada cifra de este sistema puede subdividirse muchas veces para lograr identificar claramente cada materia.

**Fuente electrónica:** *Sitio de Internet en español de la Biblioteca Pública de Denver (EEUU)* (<http://espanol.denverlibrary.org/servicios/dewey.html>).

<p align="center"><b>Impresa en Papel</b></p>		<p>política editorial de la revista</p> <p>4. Características de los contenidos</p>	<p><b>Criterios de gestión y política editorial de la revista</b></p> <p>a.) Evaluadores externos b.) Autores externos c.) Apertura editorial d.) Servicios de información</p>	
<p><b>Revista Electrónica Calidad en la Educación Superior</b> <b>Vicerrectoría Académica (Semestral)</b></p> <p align="center"><b>Español</b></p> <p align="center"><b>En línea</b></p>	<p align="center">Educación Superior (370)</p>	<p>1. Características básicas</p> <p>2. Características relativas a la presentación de la revista</p> <p>3. Características relativas a la gestión y a la política editorial de la revista</p> <p>4. Características de los contenidos</p> <p>5. Parámetros relativos exclusivamente a revistas electrónicas</p>	<p><b>Parámetros relativos a las características de los contenidos</b></p> <p>a.) Exigencia de originalidad</p>	<p align="center"><u>28 de febrero de 2013</u></p>
<p><b>Repertorio Científico</b> <b>Universidad Estatal a Distancia (Trimestral)</b></p> <p align="center"><b>Español</b></p> <p align="center"><b>Impresa en Papel</b></p>	<p align="center">Ciencia y Tecnología (Sin Clasificación Dewey)</p>	<p>1. Características básicas</p> <p>2. Características relativas a la presentación de la revista</p> <p>3. Criterios de gestión y política editorial de la revista</p> <p>4. Características de los contenidos</p>	<p><b>Características relativas a la presentación de la revista</b></p> <p>a.) Afiliación institucional de los miembros del consejo editorial</p> <p><b>Criterios de gestión y política editorial de la revista</b></p> <p>a.) Sistema de arbitraje b.) Evaluadores externos c.) Autores externos d.) Apertura editorial e.) Servicios de información</p>	<p align="center"><u>03 de agosto de 2012</u></p>

<p><b><i>Cuadernos de Investigación UNED (Semestral)</i></b></p> <p><b>Español</b></p> <p><b>En línea</b> <b>Impresa en papel</b></p>	<p>Multidisciplinarias (Sin Clasificación Dewey)</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Características básicas</li> <li>2. Características relativas a la presentación de la revista</li> <li>3. Criterios relativos a la gestión y a la política editorial de la revista</li> <li>4. Características de los contenidos</li> <li>5. Parámetros relativos exclusivamente a revistas electrónicas</li> </ol>	<p><b>Características relativas a la presentación de la revista</b></p> <p>a.) Afiliación de los autores b.) Recepción y aceptación de originales</p> <p><b>Parámetros relativos a la gestión y a la política editorial de la revista</b></p> <p>a.) Servicios de información</p>	<p><u>27 de mayo de 2013</u></p>
<p><b><i>Innovaciones Educativas UNED (Semestral)</i></b></p> <p><b>Español</b></p> <p><b>Impresa en Papel</b></p>	<p>Educación (370)</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Características básicas</li> <li>2. Características relativas a la presentación de la revista</li> <li>3. Criterios de gestión y política editorial de la revista</li> <li>4. Características de los contenidos</li> </ol>	<p><b>Criterios de gestión y política editorial de la revista</b></p> <p>a.) Evaluadores externos b.) Autores externos c.) Apertura editorial d.) Servicios de información</p>	<p><u>04 de febrero de 2012</u></p>
<p><b><i>Rupturas Vicerrectoría de Investigación/Centro de Investigación en Cultura y Desarrollo (CICDE) (Semestral)</i></b></p> <p><b>Español</b></p> <p><b>En línea</b></p>	<p>Ciencias Sociales y Humanidades (300)</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Características básicas</li> <li>2. Características relativas a la presentación de la revista</li> <li>3. Características relativas a la gestión y a la política editorial</li> </ol>	<p><b>Ninguna</b></p>	<p><u>29 de agosto de 2013</u></p>

		de la revista 4. Características de los contenidos 5. Parámetros relativos exclusivamente a revistas electrónicas		
--	--	---	--	--

A junio de 2014 ninguna de las revistas de la UNED se encontraba indexada en los sistemas de información más importantes de la región: *Redalyc* y *Scielo*. En la primera base de datos se ubicaron 17 publicaciones costarricenses de las cuales 13 son editadas por la UCR, 2 por la UNA, 1 por el Colegio de Médicos y Cirujanos de Costa Rica y 1 por el Colegio de Cirujanos Dentistas de Costa Rica.<sup>89</sup> En el segundo índice se localizaron 18 revistas del país, 5 de las cuales ya no se encuentran vigentes. De los títulos actualizados, 6 son editados por la UCR y el resto por asociaciones médicas. En febrero de 2013 la revista *Rupturas* fue indexada en el *Directory of Open Access Journals* (DOAJ, por sus siglas en inglés), el cual tiene como objetivo incrementar la visibilidad y facilitar el uso de revistas científicas y académicas en acceso abierto.<sup>90</sup>

<sup>89</sup> **Fuente electrónica:** *Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal (Universidad Autónoma del Estado de México)* (<http://redalyc.uaemex.mx/principal/BusquedaRevistaPorPais.jsp?pais=33>).

<sup>90</sup> **Fuente electrónica:** *Sitio de Internet de Acontecer (periódico institucional de la Universidad Estatal a Distancia de Costa Rica)* (<http://www.uned.ac.cr/acontecer/index.php/a-diario/investigacion/1628-una-nueva-indexacion-para-rupturas.html>).

Las revistas publicadas por la UNED con sello editorial se difunden de acuerdo a la *Open Access Initiative*, ya que: a.) la demora para impresión en *Editorial*, en casos como los de *Espiga* y *Biocenosis*, llegó a 2 años mientras que la versión digital siempre está 4 o 6 meses antes; b.) autores y suscriptores presionaban y cuestionaban la seriedad de las publicaciones al no aparecer con la periodicidad señalada; c.) el alcance internacional de las revistas al colocarlas en Internet de manera gratuita y a nivel global es mucho mayor en correlación a su exhibición en librerías nacionales, con poca opción de venta por dirigirse fundamentalmente a públicos especializados.

En el *Informe Final de Gestión 2005-2011 de la Dirección Editorial* aparece que de 2005 a 2010, la periodicidad de las revistas fue irregular puesto que algunas no efectuaron ninguna publicación durante un año o más. De hecho, el objetivo “reproducir y editar las publicaciones periódicas representativas del quehacer científico y cultural de la UNED” fue el de menor cumplimiento (52%) del POA 2005-2011. (2011: 23, 58) Para 2011 y 2012 se dio un cambio positivo: la *Revista Nacional de Administración* y la revista *Cuadernos de Investigación* cumplieron con el ritmo de aparición semestral. *Biocenosis*, *Revista Nacional de Cultura* y *Espiga* mejoraron su frecuencia, ayudadas por las nuevas facilidades de impresión digital. Sin embargo, revistas como *Innovaciones Educativas* y *Repertorio Científico* continúan con un ritmo de publicación muy esporádico.

### **Diagnóstico del sello editorial EUNED según el Modelo de Industria de Contenidos insertas en la Convergencia Digital.**

**1. Indicador Conocimiento:** Según María Alejandra Tejeda López, algunos de los criterios empleados para cualificar el impacto del conocimiento son: 1.) ¿Este conocimiento se produce o se reproduce?; 2.) ¿Para quién se produce este conocimiento?; 3.) ¿El conocimiento es académico o científico?; 4.) ¿Público o privado?; 5.) ¿Local o nacional?; 6.) ¿Regional o mundial? y 7.) ¿Se democratiza este conocimiento (*Open access*) o se restringe (*copyright*)? (Tejeda, 2009: 305)

Tomando en cuenta estos criterios es prudente afirmar que el conocimiento generado en PROMADE con sello EUNED es “original”, al producirse por encargo de una instancia académica conforme a las necesidades de un desarrollo curricular y cuya validez y pertinencia para los estudiantes inscritos en la Universidad Estatal a Distancia se corrobora institucionalmente con la aplicación de dos formularios de evaluación. Con el primero de ellos, PROMADE *evalúa el uso que hacen los estudiantes del material didáctico impreso* con el fin de mejorar las propuestas didácticas acordes con el modelo pedagógico de la universidad. El *segundo formulario se aplica para que los tutores evalúen los materiales didácticos escritos*. La información obtenida es confidencial y para uso exclusivo de la institución.

Por restricciones de la Ley de Derecho de Autor, menos del 5% del material que produce PROMADE está disponible en acceso gratuito en la Plataforma en Internet de *Recursos Didácticos*. Sin embargo, el precio de venta al público de las Unidades Didácticas, uno de los más accesibles en el mercado nacional, permite que estas sean adquiridas por un mayor número de lectores, impulsando la democratización del conocimiento.

Sobre la línea cultural concerniente a la *Editorial*, el fondo vivo de esta se compone de un 97% de material original; el 3% restante deriva de experiencias y trabajos emprendidos en programas institucionales, seminarios y cursos libres ofertados por la Dirección de Extensión de la UNED. La pluralidad temática de los libros y su tratamiento hace que se destinen a variados públicos, sean estos niños (*Literatura infantil, Serie Ambiental Infantil Mapachín*); adultos interesados en historia regional o personajes destacados de la vida costarricense (*Historia Local, ¿Quién fue y qué hizo?*), u otros. Pese a esta multiplicidad de materias (23), existe un preocupante desbalance en el *catálogo editorial 2005-2012* inclinado contundentemente a la literatura. Los títulos de esta temática representan poco más del 50% de los textos activos. La publicación de libros en las áreas de Agroindustria, Ciencias Naturales y Geografía, las de mayor interés en el contexto nacional y regional, está totalmente descuidada; apenas suman en conjunto 15 títulos.

Los materiales de línea cultural están a disposición del público mediante la compra y venta, su uso se rige por leyes de derechos de autor vigentes. El conocimiento implícito de los

contenidos es básicamente local, nacional y/o regional, la colaboración con autores o instituciones del extranjero se circunscribe al espacio centroamericano, específicamente Panamá y Nicaragua.

Las revistas con sello EUNED son las publicaciones que evidencian con más precisión los seis criterios arriba enunciados para cualificar el impacto del conocimiento. De las 9 revistas, 8 publican conocimiento académico y científico original en consonancia a normativas internacionales; solo la *Revista Nacional de Cultura* está especializada en producción cultural nacional. Con la finalidad de trascender el ámbito local y regional, todas ellas se difunden en Internet bajo la iniciativa de acceso abierto. En los casos en que las publicaciones se editan en impreso, son obsequiadas a quién así lo solicita.

Un problema significativo con el que lidian las revistas académicas de la universidad es la endogamia. Aunque los índices y sistemas de información internacionales solicitan artículos externos a la entidad, en la Vicerrectoría de Investigación perdura la creencia de que estos espacios son para divulgar el quehacer y la producción de conocimiento institucional. Tal situación dificulta aún más el trabajo de editores de revistas como *Biocenosis* y *Revista Electrónica Calidad en la Educación Superior* que adolecen de masa crítica (artículos recibidos para su evaluación y posible publicación).

Otro inconveniente es que aunque las 8 publicaciones de corte académico-científico con sello EUNED están indexadas, el sistema en el que se encuentran (*Latindex*) no responde ni por mucho a los criterios de validez manejados en índices como *Scielo* o *Redalyc*, por nombrar a los punteros regionales. Esta situación trae como consecuencia que las revistas sean constantemente presionadas tanto por las direcciones de las dependencias a las que corresponden, como por la propia Vicerrectoría de Investigación para buscar nuevas indizaciones. Lo anterior obliga a modificar la política editorial de las publicaciones y a imponer normas de recepción de artículos y evaluación más estrictas y por ende, restrictivas.

**2. Indicador Inmediatez:** La inmediatez del conocimiento con sello EUNED podría facilitarse mediante las condiciones establecidas en los contratos para autores. En el caso del material de línea cultural, en mayo de 2012 se incluyó una cláusula en la que los autores consienten a la institución la divulgación de su obra en formato impreso y en otros medios.



Así en la segunda estipulación del *Contrato de Edición de la Universidad Estatal a Distancia* lee “la autora o autor cede a la UNED el derecho de editarla por medios impresos o electrónicos, así como de reproducirla, difundirla, venderla comercialmente en forma exclusiva dentro y fuera del territorio nacional por un plazo de cinco años a partir de su publicación”. En este mismo tenor, la sexta estipulación del contrato dispone “la Editorial tendrá potestad para la promoción y comercialización del contenido del libro, para lo cual podrá utilizar parcialmente el contenido de este, sin que medie una venta propiamente dicha”.

La séptima estipulación del contrato, también relacionada con los ítems digitalización/ebook, sostiene que “la autora o autor autoriza la publicación de su libro por medio impreso, electrónico o ambos sin perjuicio de sus derechos de autor”.<sup>91</sup>

Reparando en que en la nueva economía Internet ha modificado las relaciones entre personas y empresas, facilitando el intercambio inmediato de conocimiento y servicios, la obsolescencia es la variable a evitar. La edición de libros destinados a los procesos de enseñanza-aprendizaje (Unidades Didácticas Modulares de PROMADE), su elaboración y actualización constante se han estandarizado en un esfuerzo de planificación continuo para evitar que lleguen al estudiante cuando ya son obsoletos. El desarrollo de herramientas de control como la “Sábana de Producción de Material Didáctico” que transita para trocarse en un software analítico y estadístico de la producción y gestión editorial académica, son un ejemplo de esto.

En esa línea es crucial fortalecer el *Portal de Recursos Didácticos* con el propósito de potenciar la inmediatez de los contenidos académicos de PROMADE. Se vuelve imprescindible mantener actualizados los contenidos de la plataforma en Internet para que sean consultados fácilmente por alumnos de la UNED y personas externas a la universidad. La iniciativa no ha terminado de concretarse porque el contrato de edición del *Programa* aún no establece la divulgación de las obras en variedad de soportes, total o parcialmente.

El *Repositorio Institucional de la Universidad Estatal a Distancia de Costa Rica* (ReUNED) nació en 2010 como un proyecto de graduación de estudiantes de la Maestría en Tecnología e

---

<sup>91</sup> *Contrato de Edición de la Universidad Estatal a Distancia*, 2012.

Informática Educativa de la Universidad Nacional de Costa Rica. El objetivo del proyecto, puesto en Internet a fines de 2013, es ofrecer, almacenar, gestionar y preservar materiales didácticos para su reutilización en nuevos elementos educativos. A diferencia del *Portal de Recursos Didácticos* (administrado por PROMADE) este se encuentra a cargo de la Vicerrectoría de Investigación. Reúne materiales distribuidos en 8 colecciones: Centro de Capacitación en Educación a Distancia (2); Docencia UNED (29); Fotografías (269); Investigación UNED (82); Materiales escritos (183); Multimedia (39); Objetos de Aprendizaje (7) y Sistema de Estudios de Posgrado (445).<sup>92</sup> La anexión de materiales está regulada por los *Criterios de calidad de los materiales que van a ser incorporados al repositorio*.<sup>93</sup> Complementariamente el autor o responsable ha de llenar una *Plantilla*<sup>94</sup> con datos técnicos del mismo, enviarla al coordinador del portal por correo electrónico y esperar a que sea adjuntado.

La disposición de los materiales del *ReUNED* está normada por la licencia *Creative Commons* que involucra Reconocimiento, No Comercialización y Compartir bajo la misma licencia (3.0 Unported). Reconocimiento en el sentido de que la UNED (quien otorga la licencia), permite a otros copiar, distribuir, exhibir y ejecutar las obras. A cambio, los beneficiarios deben hacer mención de la UNED y de los titulares de derechos de las obras que utilicen. Considerando que la universidad permite a otros copiar, distribuir, exhibir y ejecutar las obras; los beneficiarios no podrán utilizarlas para fines comerciales, salvo con el permiso del otorgante y el de los titulares de derechos correspondientes. El compartir bajo la misma licencia involucra

---

<sup>92</sup> **Fuente electrónica:** *Repositorio Institucional de la Universidad Estatal a Distancia de Costa Rica* (<http://repositorio.uned.ac.cr/reuned/>).

<sup>93</sup> **Documento disponible en el:** *Repositorio Institucional de la Universidad Estatal a Distancia de Costa Rica* ([http://repositorio.uned.ac.cr/reuned/otros/es/criterios\\_calidad.pdf](http://repositorio.uned.ac.cr/reuned/otros/es/criterios_calidad.pdf)).

<sup>94</sup> **Fuente electrónica:** *Repositorio Institucional de la Universidad Estatal a Distancia de Costa Rica* (<http://repositorio.uned.ac.cr/reuned/otros/es/plantilla.pdf>).

que la UNED aprueba a otros distribuir obras originales o derivadas<sup>95</sup> pero bajo una licencia idéntica a la que reguló la obra del otorgante.<sup>96</sup>

Al analizar contenidos y legislaciones de las plataformas *Recursos Didácticos* y *ReUNED* creemos que es más útil en términos de gestión y visibilidad de la información concentrar los materiales en un solo portal organizado por metadatos.<sup>97</sup> El tenerlos dispersos complica la búsqueda y en consecuencia, su presencia y reconocimiento institucional en la red, anulando con ello la finalidad del acceso inmediato.

**3.- Indicador Digitalización:** Ejemplos de emprendimientos encauzados a la digitalización de la producción de conocimiento con sello EUNED son el *Portal de Revistas Electrónicas* universitario y el *Portal de Recursos Didácticos* de la Dirección de Producción de Material Didáctico. La digitalización admite además la impresión bajo demanda que ahorra costos porque pueden imprimirse tirajes cortos de revistas, libros y papelería. En el *Informe Finalde*

---

<sup>95</sup> Por obras derivadas se entiende materiales del repositorio de la UNED que han sido editados, traducidos, combinados con materiales ajenos, reformateados o modificados de cualquier otro modo.

<sup>96</sup> **Fuente electrónica:** *Repositorio Institucional de la Universidad Estatal a Distancia de Costa Rica* (<http://repositorio.uned.ac.cr/reuned/otros/es/licencia.html>).

<sup>97</sup> Un metadato es un dato estructurado sobre la información, o sea, información sobre información, o de forma más simple, datos sobre datos. Los metadatos en el contexto de la *web*, son datos que pueden guardarse, intercambiarse y procesarse por medio de la computadora y que están estructurados de tal forma que ayudan a la identificación, descripción, clasificación y localización del contenido de un documento o recurso *web* y que, por tanto, sirven para su recuperación.

De forma general podemos encontrar metadatos referidos a:

- El contenido (concepto)
- Aspectos formales (tipo, tamaño, fecha, lengua, etc.)
- Información del *copyright*
- Información de la autenticación del documento o recurso
- Información sobre el contexto (calidad, condiciones o características de acceso, uso, etc.)

**Fuente electrónica:** *Hipertexto, el nuevo concepto de documento en la cultura de la imagen (Tesis electrónica)* (<http://www.hipertexto.info/documentos/metadatos.htm>).

*Gestión 2005-2011 de la Dirección Editorial* (2011: 27) se recalcan como ventajas comparativas de la impresión digital bajo demanda versus el *offset*, las siguientes:

- a.) Permite realizar cambios en el contenido de un tiraje a otro sin costos de materiales, lo cual es determinante para la actualización o puesta a prueba de los materiales didácticos.
- b.) Evita la acumulación de inventarios y el riesgo de pérdidas por obsolescencia de los textos.
- c.) Las nuevas tecnologías de impresión digital en línea permiten realizar con una sola operación desde la computadora las operaciones de impresión, compaginado, doblado y encuadernado de folletos y libros.
- d.) Es una tecnología limpia y amigable con el ambiente.

Durante el periodo 2005-2010 la UNED hizo una inversión de 371 133 948 de colones [743 000 USD aprox.] para la adquisición de tecnologías de impresión digital. Una vez analizada la eficiencia de estos nuevos equipos por dos años pudo instituirse: 1.) una estrategia de producción sustentable de los materiales didácticos que considera cinco variables (tiraje, uso del color, capacidad de producción, cantidad de páginas y vida útil del material) y 2.) políticas de producción a nivel institucional. (*Informe Final...*, 2011: 30-31) Esta inversión faculta a la *Editorial* para comercializar servicios de su *Taller de Impresión* de manera externa.

Para el período 2011-2014 la *Editorial* proyectó un plan de inversiones en ese rubro en el marco del préstamo del BID a CONARE y las universidades miembro. Según proyecciones de su Director Ejecutivo, la inyección económica en equipo digital a blanco y negro, escáneres para edición y pre prensa, software de administración de la producción y cámara fotográfica pondrá a la EUNED y a su *Taller de Impresión* a la cabeza de la edición en Costa Rica. (*Informe Final...*, 2011: 61)

A la par del fenómeno de digitalización *per se*, ocurren la retrodigitalización y la manufactura del libro electrónico o *ebook*. La retrodigitalización se emplea principalmente en la UNED para recuperar y preservar materiales como los de las revistas institucionales que antes se publicaban exclusivamente en papel. La producción del *ebook* aún está pendiente porque la universidad no ha resuelto lagunas legales en relación a derechos de autor de los contenidos. Sin embargo como el proyecto fue aprobado por el Consejo Universitario en 2011; comenzó en agosto de 2012 la capacitación sobre el tema dirigida a personal de *Editorial*, PROMADE y OFIDIVE.

La relevancia institucional del tema libro electrónico es tal que el Director Ejecutivo de la EUNED lo mencionó en entrevista como el desafío más importante que enfrenta la *Editorial* a mediano plazo:

El reto mayor en este momento es la transición hacia las publicaciones digitales, hacia el libro electrónico. Transición tanto en materia de producción como de distribución y circulación tanto al lector-comprador como a los estudiantes. Pienso que esto va a revolucionar todo el dispositivo actual e impactar a los sistemas de distribución del libro tradicional, a la distribución académica, a los estudiantes con acceso a computadora o dispositivos móviles y para eso nos estamos preparando.<sup>98</sup>

**4.- Indicador Virtualización:** La virtualización facilita contar con una extensión de la institución para difundir, promocionar y comercializar sus servicios o productos. Este aspecto es contemplado por PROMADE y la *Editorial* de la UNED en la figura de la librería virtual que está diseñando el área de Ventas por Internet de la OFIDIVE. Se tenía contemplado arrancar con el proyecto en el segundo semestre de 2013 para venta de libros físicos pero por factores legales y tecnológicos, a agosto de 2014 esto no ha sido posible.

Los libros de la línea cultural se han comercializado desde hace unos 5 años en la librería virtual de la UCR (<http://libreriaucr.com/catalogo/>) y a partir de 2010 en el espacio que la OFIDIVE arrienda a la empresa en línea *Mall506*.

**5.- Indicador Desintermediación:** La desintermediación de los materiales de PROMADE y la *Editorial* que son sujetos de sello EUNED es limitada. Continúan distribuyéndose por canales tradicionales como librerías físicas. No así las revistas que además de contar con su propia *página web*, están indexadas en sistemas de información en línea de acceso abierto lo que impulsa su difusión y consulta.

**6.- Indicador Interconexión en Red:** La presencia en redes sociales de la EUNED, PROMADE y las revistas con sello editorial se concentra en una cuenta en Facebook de la *Editorial*, otra de Librerías UNED y una más de la Vicerrectoría de Investigación. De ahí que la llamada *interconexión de integración*, definida por la conjunción de las funciones de producción y consumo en los propios participantes, esté aún en pañales en este sello editorial.

---

<sup>98</sup> René Muiños, *entrevista personal*, agosto de 2012. San José de Costa Rica.

Una causa que incide directamente en esta situación es el control institucional sobre la información de las distintas dependencias, escuelas y programas de la UNED que antes de ser difundida en la red debe pasar por la Oficina Institucional de Mercadeo y Comunicación y posteriormente por la Dirección de Tecnología, Información y Comunicaciones.

**7.- Indicador Innovación:** La convergencia digital plantea a instituciones y empresas, la responsabilidad de concebir servicios y productos innovadores para todo tipo de medios. Precisa innovar en adquisición de derechos, formas de comercialización y distribución si se quiere sobrevivir y ser competitivo en el mercado. La EUNED ha innovado en la adquisición de derechos, reformando en 2012 su *Contrato de Edición* que incorpora cláusulas sobre difusión y comercialización de las obras total o parcialmente en múltiples formatos.

La incorporación al catálogo editorial de 4 áreas temáticas y el diseño de 12 nuevas colecciones durante la gestión 2005-2011 del actual Director Ejecutivo de la *Editorial* habla de innovación en productos. La venta de servicios de impresión digital bajo demanda a instituciones públicas y empresas privadas expresa innovación en ese sector.

PROMADE ha innovado en el aspecto de distribución de los materiales didácticos con la creación del *Portal de Recursos Didácticos* en línea con los alcances y limitantes antes descritos.

Las revistas con sello EUNED, más que innovar, imitaron una práctica casi generalizada en las universidades públicas latinoamericanas, la difusión de sus contenidos en acceso abierto en Internet. Las nueve publicaciones cuentan con páginas alojadas en el sitio institucional de la UNED y varias de ellas están indexadas en sistemas de información que tienen esta política. Idéntica situación ocurre con el *Repositorio Institucional de la Universidad Estatal a Distancia de Costa Rica* (ReUNED).

**8. Indicador Nuevo Rol de los Actores:** El tránsito de la industria del libro tradicional a una de contenidos conlleva una cadena o ecosistema editorial con menor intermediación y mayor especialización de los eslabones productivos. Así en la UNED hablamos de la inclusión de sus académicos como editores de Unidades Didácticas (PROMADE) y de las revistas con sello EUNED. La participación de intelectuales locales y nacionales se concentra en la autoría de

obras de la línea cultural. Es marcadamente disminuida la participación de creadores independientes y público en general en funciones relacionadas con la generación y divulgación de contenidos. Los primeros ven reducida su actuación a las labores de ilustración de libros de la línea editorial y autoría de cuentos y poemas para la *Revista Nacional de Cultura*.<sup>99</sup> Los segundos tienen exclusivamente la oportunidad de participar en el concurso anual de relatos ambientales de la *Serie Infantil Mapachín* que premia al relato ganador con su publicación.

Desde la Dirección Ejecutiva de la EUNED el *nuevo rol de la gente* se concibe en la organización de sus Recursos Humanos. El Director Ejecutivo indicó en su *Informe Final de Gestión 2005-2011* (2011: 50-51) como uno de los logros más importantes, el estudio y la reclasificación de puestos realizado entre 2007 y 2008 por la Oficina de Recursos Humanos de la universidad con el propósito de actualizar antiguas categorías y funciones acorde a los cambios acaecidos en los nuevos escenarios productivos y tecnológicos. De este modo se eliminó del clasificador de puestos la categoría de Auxiliar de Litografía del Taller de Impresión, asimilándose en la de Operario de Litografía, dado que, en la práctica, ambos puestos realizaban las mismas funciones de operación de equipos. También se crearon las categorías de Técnico en Artes Gráficas A y B en sustitución de las categorías de Técnico I, II y III, reubicando en la más alta a los técnicos que se especializaron en el manejo de equipos digitales y software especializado. Finalmente se introdujeron los nuevos perfiles profesionales (anteriormente la *Editorial* no poseía ninguno) de Editor Filológico y de Productor Gráfico, este último en homologación con su contraparte funcional que es el Editor Académico de PROMADE.

---

<sup>99</sup> La *Revista Nacional de Cultura* implementó en el año 2005 el “Certamen Permanente de Cuento y Poesía” que recibe este tipo de textos cuatrimestralmente para ser seleccionados por el Consejo Directivo de la revista. Los textos elegidos además de publicarse son remunerados con 100 USD.

**Fuente electrónica:** Sitio en Internet de la Revista Nacional de Cultura (Editorial de la Universidad Estatal a Distancia de Costa Rica)  
(<http://sanpedro.uned.ac.cr/editoria/revistas/documents/PAUTASDEPUBLICACIONNREVISTANACIONALDEECULTURA.pdf>).

Como resultado de este proceso aumentaron las responsabilidades de cada funcionario en el puesto a su cargo pero también se incrementó la retribución salarial, lo que significó un ascenso de dos categorías ocupacionales en unos casos y de cuatro en otros. Funcionarios que poseían tiempo atrás los requisitos académicos pasaron del régimen administrativo al profesional. (Artículos 75, 76 y Capítulo VII del *Estatuto de Personal*<sup>100</sup> de la UNED)

Los productores gráficos de la *Editorial* y los funcionarios del área de pre prensa del *Taller de Impresión* son los que más capacitaciones sistemáticas han recibido desde 2008 a consecuencia de la actualización del software de producción. Estas acciones fueron posibles porque en los procesos de compra de los equipos, la universidad negoció con los proveedores el compromiso de ofrecer una amplia capacitación teórico-práctica en su uso. Algunas de estas capacitaciones fueron realizadas en el exterior a cuenta del proveedor o fabricante como el entrenamiento que recibieron cinco funcionarios en la Escuela Nacional de Artes Gráficas de Chile (miembro de la Red Gráfica Latinoamericana<sup>101</sup>) en las áreas de gerencia editorial e impresión digital.

Al contrario de los funcionarios de *Editorial* y pre prensa, aquellos que laboran en el *Taller de Impresión* son los que menos capacitaciones reciben. Esto sucede porque no hay capacitación para prensas *offset* en Costa Rica. El Instituto Nacional de Aprendizaje brinda cursos de Artes Gráficas pero sus programas son obsoletos para el tipo de maquinaria que se tiene en el *Taller* y la labor desempeñada en el mismo. Ocurre que los estudiantes de esta área del Instituto acuden al *Taller* a hacer pasantías y a conocer la maquinaria porque en el país solo existen tres prensas con estas características. El Jefe del *Taller de Impresión* considera que las oportunidades de que su personal se capacite se limitan porque “en artes gráficas lo que se hace ahora es simplificar, ya hay máquinas que casi imprimen solas. Hay software especializado que puede dirigir la maquinaria sin necesidad de personal, se está llegando a ese punto”.<sup>102</sup>

---

<sup>100</sup> Documento disponible en el CD *Anexos* de este trabajo.

<sup>101</sup> **Fuente electrónica:** *Portal de la Red Gráfica Latinoamericana* (<http://redgrafica.com/Escuela-Nacional-de-Artes-Graficas,491>).

<sup>102</sup> Luis Carlos Huertas, *entrevista personal*, agosto de 2012. San José de Costa Rica.



## **Diagnóstico de la Editorial Universidad Estatal a Distancia de Costa Rica según el Nuevo Institucionalismo Sociológico.**

**1. Indicador Mayor acoplamiento en algunas organizaciones (Mayor rendición de cuentas).** Respondiendo a las preguntas: ¿Qué procedimientos y prácticas en materia de rendición de cuentas legal y financiera lleva a cabo la UNED y en cuáles se inscribe su Editorial? ¿De qué forma se ejecutan?

La rendición de cuentas en las Instituciones de Educación Superior comprende dos aspectos centrales: a.) la *rendición de cuentas legal y financiera* orientada, por un lado, a la supervisión del cumplimiento de normas, y, por otro, a la supervisión en la asignación y uso de recursos públicos por parte de las IES, y b.) la *rendición de cuentas de carácter académico* donde la intención es supervisar la calidad de la oferta de las IES así como las demandas educativas de los estudiantes, mediante reglas externas de evaluación de la calidad.

La actividad editorial de la UNED es objeto de rendición de cuentas de forma legal y financiera. En la esfera de lo legal-financiero se aplica la *Ley contra la Corrupción y el Enriquecimiento Ilícito en la Función Pública*,<sup>103</sup> instrumento de alcance nacional con repercusión institucional, cuya finalidad es "... prevenir, detectar y sancionar la corrupción en el ejercicio de la función pública". Esta ley implica a los funcionarios de la Dirección Editorial, PROMADE, *Taller de Impresión*, OFIDIVE y todas aquellas instancias universitarias involucradas en el manejo y administración de recursos públicos vía presupuestos, asignación y resguardo de equipos, etc; de la UNED y de las otras cuatro universidades estatales.<sup>104</sup>

Concretamente en la UNED se cuenta con el *Reglamento de las cauciones que deben rendir los funcionarios de la Universidad*,<sup>105</sup> encargados de recaudar, custodiar o administrar

---

<sup>103</sup> **Fuente electrónica:** *Sistema Costarricense de Información Jurídica* (<http://www.pgr.go.cr/scij/Busqueda/Normativa/Normas>).

<sup>104</sup> *Ley contra la Corrupción y el Enriquecimiento Ilícito en la Función Pública*, 2004.

<sup>105</sup> Este documento puede consultarse en el CD *Anexos* de esta tesis.

*fondos públicos de efectivo, valores o sus equivalentes* y que sustenta su accionar en el numeral 13 de la *Ley de la Administración Financiera de la República y Presupuestos Públicos* y en la *Ley General de Control Interno*. Dicho reglamento contiene disposiciones sobre la naturaleza de la caución, los funcionarios llamados a rendir cauciones (entre los que encontramos al Jefe de la OFIDIVE), control de las cauciones, obligaciones del caucionante, sanciones, entre otras. La ejecución de este reglamento es de competencia directa de la Dirección Financiera de la universidad.

El peso de la *Ley contra la Corrupción...* sobre la contratación de personal externo para diseño de portadas o ilustraciones y sus repercusiones, concernientes a la Coordinación de Edición Gráfica de la EUNED, fue explicada por el coordinador de esta área:

Aquí de repente por la *Ley de Enriquecimiento Ilícito*, se puede ver como raro que yo esté contratando mucho a este artista y a aquel no. Hasta el año pasado tenía el tope de 500 000 colones para contratar lo que necesitara. Sí voy a ilustrar un libro de *Mapachín*, entonces la editora de la colección y yo tenemos que hacer números porque sí contratar al ilustrador se pasaba de 500 000 colones [aproximadamente 1 000 USD], yo tenía que llevarlo a licitación. Pero cómo vamos a llevar a licitación la ilustración de un material sí vos necesitás que lo haga determinada persona por el estilo que maneja. Si lo saco a licitación llega cualquiera y lo gana, así es que tengo que dárselo a esa persona. Hasta el día de hoy, nosotros negociamos con el ilustrador y ya se le paga cualquier cosa por hacer su trabajo. Tengo que decirle que solo tengo 500000 colones y nos han hecho las ilustraciones porque ellos creen en el proyecto de *Mapachín*.<sup>106</sup>

En las más de quince entrevistas que se hicieron durante el trabajo de campo en la UNED, se corroboró que el temor de los funcionarios a violentar esta normativa es una constante. Esto puede entenderse ya que la “ley tiene un especial interés en consagrar expresamente la importancia y los alcances del deber de probidad... y su inobservancia es justa causa para despido sin responsabilidad patronal”. (Calderón, s/a)

El Jefe de OFIVE al hablar de la dinámica de participación de la EUNED con EDUPUC en ferias internacionales como la de Guadalajara, dio una justificación legal que en principio parece solo de logística, al referir que los promotores de ventas de cada una de las cuatro

---

<sup>106</sup> Daniel Villalobos, *entrevista personal*, agosto de 2012. San José de Costa Rica.

editoriales se rotan para asistir a este evento que dura casi tres semanas y atender el *stand* común: “Hay un acuerdo de Contraloría de que no podemos estar más allá de cinco días para efectos de viáticos y ticket aéreo. Todos conocemos los fondos editoriales de las otras universidades por lo que con esta medida cubrimos todos los días de feria sin exceder los costos”.<sup>107</sup>

Este hecho se da en el seno de la UNED y de las otras universidades estatales porque los gastos de viaje y transporte locales e internaciones de los funcionarios o empleados del Estado y las instituciones y empresas públicas o estatales, cuando deben desplazarse para cubrir sus funciones, se regulan por el *Reglamento de Gastos de Viaje y Transporte para Funcionarios Públicos*.<sup>108</sup> El reglamento, que la Contraloría General de la República de Costa Rica aprobó en noviembre de 2009, contempla todo un capítulo sobre viajes al exterior en el que se destacan periodo del viaje, objetivos del viaje, tarifas para gastos de hospedaje y alimentación por país de destino y escalamiento tarifario por rango del funcionario.

De manera simultánea al anterior estatuto, la UNED ejecuta internamente el *Reglamento de Autorización de Viajes al Exterior para los Funcionarios de la Universidad Estatal a Distancia*. Asimismo cualquier funcionario que opte por una capacitación en el país o en el extranjero como ha sido el caso de editores académicos y coordinador de PROMADE; productores gráficos, Coordinador de Producción Editorial y Jefe del Taller de Impresión, entre otros, puede acogerse al *Estatuto de Personal*<sup>109</sup> de la institución y solicitar una beca en la Unidad de Capacitación y Becas<sup>110</sup> de la Oficina de Recursos Humanos de la universidad.

Por otro lado, el artículo 56 del *Reglamento de la Ley contra la Corrupción*<sup>111</sup> ... dice:

---

<sup>107</sup> Jorge Mora, *entrevista personal*, julio de 2012. San José de Costa Rica.

<sup>108</sup> **Fuente electrónica:** *Plataforma de la Contraloría General de la República de Costa Rica* (<http://documentos.cgr.go.cr/>).

<sup>109</sup> Este documento y el *Reglamento* antes citado pueden consultarse en el CD *Anexos* de esta investigación.

<sup>110</sup> **Fuente electrónica:** *Portal de Internet de la Universidad Estatal a Distancia de Costa Rica* (<http://estatico.uned.ac.cr/rechu/capacitacion/capacitacionperfec/informacion.shtml>).

<sup>111</sup> **Fuente electrónica:** *Portal de la Asamblea Legislativa de la República de Costa Rica* ([http://www.asamblea.go.cr/Centro\\_de\\_informacion/Regulaciones de la Asamblea Legislativa/Reglamentos](http://www.asamblea.go.cr/Centro_de_informacion/Regulaciones_de_la_Asamblea_Legislativa/Reglamentos)).

[...] deberán presentar declaración los funcionarios que ocupen los siguientes puestos o realicen las funciones correspondientes a dichos puestos, y que estén nombrados en los órganos y entes de la Administración Pública Descentralizada, tanto estatales como no estatales, en las Empresas Públicas y en los Órganos Desconcentrados.

... III. En las Universidades Estatales e Instituto Tecnológico de Costa Rica.

Miembros de los Consejos Universitarios propietarios y suplentes

Rector y Vicerrectores

Auditor interno o Contralor

Subauditor interno o subcontralores

Director, Jefe del Departamento, Área, Oficina o Sección Financiera

Jefe de la Oficina, Sección o Departamento de Aprovisionamiento, Proveeduría Interna o cargo similar

Director, Jefe o Encargado del Área de Tesorería

Directores, Jefes y Subjefes de Departamento

Coordinadores Generales y Específicos

Director Administrativo

*(Reglamento a la Ley contra la Corrupción..., 2005: 69-70)*

Tomando como base este artículo es que se produce el *Informe Final de Gestión 2005-2011 de la Dirección Editorial*. El informe comprende el periodo de entre el 19 de mayo de 2005 y el 19 de marzo de 2011. Ha de rendirse según el artículo citado y conforme a lo establecido en el artículo 12 (Deberes del jerarca y de los titulares subordinados en el sistema de control interno) de la *Ley General de Control Interno* que en su inciso e.) dice: “Presentar un informe de fin de gestión y realizar la entrega formal del ente o el órgano a su sucesor, de acuerdo con las directrices emitidas por la Contraloría General de la República y por los entes y órganos competentes de la administración activa”.<sup>112</sup>

---

<sup>112</sup> **Fuente electrónica:** *Sitio de Internet del Ministerio de Ciencia, Tecnología y Telecomunicaciones de Costa Rica* ([http://www.micit.go.cr/images/stories/Control\\_Interno/ley\\_8292\\_control\\_interno.pdf](http://www.micit.go.cr/images/stories/Control_Interno/ley_8292_control_interno.pdf)).

*El Informe* compila: a.) resultados de la gestión; b.) resultados productivos; c.) logros editoriales; d.) Planes Anuales Operativos (POA); e.) resultados tecnológicos; f.) ejecución del presupuesto ordinario; g.) desarrollo organizacional y mejora continua; h.) recursos humanos; i.) control interno; j.) recomendaciones y k.) conclusiones. Del mismo modo el documento hace referencia a los resultados obtenidos en la primera gestión de Muiños (1999-2004) “ya que muchas de las funciones de la etapa que se informa son continuidad de las precedentes”. (2011: 3)

En 2012 la Dirección de la Editorial retomó la práctica de elaborar un *Informe de Labores Anual*. El documento integra cuatro partes: 1.) logros concretos alcanzados durante el año; 2.) actividades en proceso; 3.) limitaciones concretas enfrentadas durante este periodo y 4.) alternativas concretas. No obstante en 2013 esto no se repitió, lo que desde la óptica de la rendición de cuentas es cuestionable al ser una acción discontinua.<sup>113</sup>

Mayormente enfocados a la parte legal-interna de la UNED se tienen el *Plan de Trabajo 2011-2015 de la Dirección de Producción de Materiales Didácticos* y el *Informe de Labores de la Dirección de Producción de Materiales Didácticos: Julio 2011 a Julio 2012 y Propuestas de Acciones hasta el 2015*.

- *Plan de Trabajo 2011-2015 de la Dirección de Producción de Materiales Didácticos*: Con este documento, en un principio propuesta, el actual director de la DPMD concursó en 2011 por el cargo. Esto de acuerdo a lo planteado en los artículos 1º, 2º, 4º y 5º del *Reglamento de Concursos para la Selección de Personal*<sup>114</sup> aprobado el 14 de febrero de 1984 por el Consejo Universitario de la UNED. El reglamento establece entre sus *Disposiciones Generales* que el sistema de concursos es parte del proceso de selección de personal de la universidad y abarca todas las clases de puestos existentes en el *Manual de Clasificación de Puestos* de la Oficina de Recursos Humanos, excepto los de Rector, Vicerrector, Auditor y cargos pertenecientes a los Centros Universitarios y Programas de Laboratorio. (*Reglamento de Concursos para la Selección...*, 1984: 1)

---

<sup>113</sup> **Fuente electrónica:** *Sitio web de Transparencia de la Universidad Estatal a Distancia de Costa Rica* (<http://www.uned.ac.cr/transparencia/index.php/informe-de-labores-2012/informes-de-labores-por-dependencias/vicerrectoria-ejecutiva-2012/219-direccion-editorial-2012>).

El *Plan de Trabajo* esboza en diez páginas la necesidad de “disponer en la UNED de una nueva metodología para producir materiales didácticos de acuerdo a las exigencias de docencia y en base a un Plan de la Institución”. (Román, 2011: 2) Para ello propone seis líneas de acción descritas en las primeras páginas de este capítulo. El documento se respalda en el conocimiento por parte de su autor, quien fungió como Coordinador del Programa de Producción de Material Audiovisual por 15 años, de la situación de la Dirección en el primer semestre de 2011, así como una justificación teórica sustentada en bibliografía actualizada en temas de tecnología, medios de comunicación y educación.

- *Informe de Labores de la Dirección de Producción de Materiales Didácticos: Julio 2011 a Julio 2012 y Propuestas de Acciones hasta el 2015.* El objetivo de este *dossier* es mostrar los primeros logros, limitaciones y alternativas que la DPMD tuvo en el periodo julio de 2011 a julio de 2012. Adicionalmente describe los principales proyectos de la DPMD solicitados por la academia. El documento se adjuntó a la *Plataforma de Recursos Didácticos* en marzo de 2013 y es de acceso público. Su precedente son los informes rendidos por los anteriores directores de *Materiales Escritos* que iniciaron en 1982.

La *rendición de cuentas académica* todavía no es aplicable a los materiales con sello editorial EUNED. Ninguna entidad en Costa Rica certifica la calidad académica en materia del libro universitario. A lo largo de esta investigación se ha encontrado que en el ámbito latinoamericano, solo Colombia a través de su Departamento Administrativo de Ciencia, Tecnología e Innovación (Colciencias) acredita la producción bibliográfica de sus universidades en lo concerniente a calidad científica, calidad editorial, visibilidad y permanencia.<sup>115</sup> En Brasil, país que cuenta con el sector de edición universitaria más grande y estructurado del subcontinente, los encargados de las editoriales miembros de la Associação Brasileira das Editoras Universitárias (ABEU) firmaron en abril de 2012 la *Carta de la ABEU Brasilia* que llama a “una movilización de los editores y los que defienden la cuestión institucional universitaria en Brasil para la creación de una ley federal que regule la función

---

<sup>115</sup> **Fuente electrónica:** *Página de Internet del diario periodístico “Crónica del Quindío” (Colombia)* ([http://www.cronicadelquindio.com/noticia-completa-titulo-omo\\_editorial\\_universitaria\\_fue\\_certificada\\_u\\_la\\_gran\\_colombia-seccion-general-nota-57879.htm](http://www.cronicadelquindio.com/noticia-completa-titulo-omo_editorial_universitaria_fue_certificada_u_la_gran_colombia-seccion-general-nota-57879.htm)).

objetiva y la base de la acción ordinaria de editoriales académicas en el país”.

(García y Canossa, 2012)

**2. Indicador Nuevas formas de producción de conocimiento caracterizado por promover las relaciones entre la ciencia y la sociedad y validado por estructuras legitimadoras (industria, Estado y organizaciones no gubernamentales, entre otras).** De este indicador se desprenden los siguientes índices-preguntas.

*¿Qué instituciones estatales legitiman la producción de conocimiento en la UNED (consejos nacionales de ciencia y tecnología, ministerios y/o secretarías de educación)?*

La legitimación de producción de conocimiento en tanto función sustantiva del quehacer de la universidad, es realizada en Costa Rica por el Ministerio de Educación Pública (MEP) y compete a la UNED y a las otras cuatro universidades estatales. El MEP a través del Consejo Superior de Educación orienta y dirige la política educativa en los diferentes ciclos y niveles del Sistema Educativo Costarricense pero en lo relativo a la educación superior interviene en un grado de observancia.<sup>116</sup>

El CONARE, integrado por cuatro de las cinco universidades públicas del país, efectúa acciones sistemáticas orientadas al fortalecimiento de la educación superior. En el marco de la producción de conocimiento ha conformado la Comisión de Vicerrectores de Investigación.<sup>117</sup> Esta comisión cuenta con la Subcomisión de Evaluación de la Investigación Universitaria y la Subcomisión de Indicadores de Ciencia y Tecnología, que le permiten forjar disposiciones en materia de investigaciones susceptibles de recibir financiamiento como el proyecto "Mejoramiento de las revistas científicas de las universidades públicas”.

El Ministerio de Ciencia, Tecnología y Telecomunicaciones es el ente estatal encargado de la promoción, innovación y estímulo de las condiciones para la investigación y el desarrollo tecnológico de Costa Rica. Guía su accionar por el *Plan Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación 2011-2014*<sup>118</sup> enfocado en la formación de recursos humanos altamente

---

<sup>116</sup> **Fuente electrónica:** Sitio web del Consejo Superior de Educación (República de Costa Rica) ([http://www.cse.go.cr/index.php?option=com\\_content&view=article&id=44&Itemid=56](http://www.cse.go.cr/index.php?option=com_content&view=article&id=44&Itemid=56)).

<sup>117</sup> **Fuente electrónica:** Página de Internet del Consejo Nacional de Rectores de Costa Rica (<http://www.conare.ac.cr/index.php/coordinacion-institucional.html>).

<sup>118</sup> **Fuente electrónica:** Sitio de Internet del Ministerio de Ciencia, Tecnología y Telecomunicaciones de Costa Rica ([http://www.micit.go.cr/images/stories/plan\\_nacional/Plan\\_Nacional\\_de\\_CTI.pdf](http://www.micit.go.cr/images/stories/plan_nacional/Plan_Nacional_de_CTI.pdf)).

especializados, la vinculación academia e industria y la promoción de la ciencia y la tecnología. El *Plan* contempla como una de sus metas el apoyo editorial y el fortalecimiento para la publicación de revistas científicas de investigadores de las ciencias exactas e ingenierías. El grado de cumplimiento y logros del objetivo no se han evaluado porque la estrategia continua vigente.

*¿Hay reconocimientos externos de la industria, el estado y/o las organizaciones no gubernamentales sobre la producción del sello editorial EUNED? (Indización en Sistemas de Información en el caso de las revistas, reconocimientos por parte de las cámaras nacionales del libro, reconocimientos por parte de las redes o asociaciones de editoriales nacionales a las que se pertenezca, etc.).*

Entre 1999 y 2013 las obras de la línea cultural de la EUNED obtuvieron 12 *Premios Nacionales de Literatura Aquileo J. Echeverría*<sup>119</sup> en diferentes géneros, 4 más se otorgaron a Unidades Didácticas de PROMADE. También se consiguieron 5 premios *Áncora* que confiere el periódico *La Nación*, un *Premio Nacional de Historia* y siete *Premios a lo Mejor de la Industria Gráfica* concedidos por la Asociación de la Industria Gráfica Costarricense. En 2012 obtuvo por cuarto año consecutivo el galardón de la editorial con más novedades publicadas anualmente, otorgado por la Cámara Costarricense del Libro.

Un logro más a destacar en este rubro es la selección de 13 títulos de la línea cultural como lecturas obligatorias para los diferentes niveles educativos del Ministerio de Educación Pública para los ciclos lectivos 2011 y 2012. 6 de estos libros fueron publicados en los últimos 7 años, lo que muestra el impacto creciente del sello editorial en el ámbito nacional, específicamente en el campo de la literatura infantil.

Históricamente en América Latina el CERLALC, organismo intergubernamental con sede en Colombia, ha sido el encargado de brindar asesoría técnica y desarrollar acciones de

---

<sup>119</sup> El *Premio Nacional Aquileo J. Echeverría* es entregado anualmente por el Ministerio de Cultura, Juventud y Deportes de Costa Rica a obras publicadas en el país en las categorías de poesía, cuento, novela, ensayo, teatro, historia, artes plásticas, música y categoría no ubicable.

**Fuente electrónica:** *Portal del Ministerio de Cultura, Juventud y Deportes de Costa Rica* ([http://www.mcj.go.cr/convocatorias\\_premios/premios.aspx](http://www.mcj.go.cr/convocatorias_premios/premios.aspx)).



investigación, diagnóstico y formación en el ámbito del libro y el derecho de autor a los países miembros, entre ellos Costa Rica. Fue pionero en los estudios y estadísticas sobre la edición universitaria en la región y aún continúa desarrollándolos. Sin embargo, el Director Ejecutivo de la EUNED negó haber recibido apoyo técnico o financiero de esta institución en algún momento de su gestión bajo el argumento de que

[...] CERLALC es un organismo gubernamental financiado básicamente por los ministerios de cultura de los países, entonces sus proyectos no tienen tanto una orientación hacia universidades ni tampoco los canales de comunicación. Si no me meto a la página *web* de CERLALC no tengo ningún canal para enterarme de nada. La Cámara del Libro no recibe nada. La relación con CERLALC es a través de los ministerios de cultura y en Costa Rica el Ministerio de Cultura no es muy afín al libro.<sup>120</sup>

La editora de la Editorial de la Universidad Nacional (EUNA) también negó en entrevista haber recibido algún apoyo del CERLALC mientras que los directores de la Editorial de la Universidad de Costa Rica y la Editorial Tecnológica calificaron el apoyo técnico del organismo como moderado. El CERLALC no otorga ningún reconocimiento a la actividad editorial universitaria.

Con la EULALC pasa una situación parecida que con el CERLALC. Pese a que la EUNED es fundadora de la asociación siempre ha tenido diferencias con su comité directivo porque este trabaja por medio de asociaciones nacionales de editoriales universitarias que existen en Colombia, México, Brasil y en otros países pero no en Costa Rica. Las asociaciones nacionales financian a la *EULAC*.

La EUNED y las demás editoriales de las universidades estatales costarricenses son invitadas a las actividades oficiales de la *Asociación* a las que asisten ocasionalmente, como las reuniones celebradas en 2011, 2012 y 2013 en Guadalajara (México). A comienzos de 2012, la coordinadora del *Sistema Editorial Universitario Centroamericano* (SEDUCA) se comunicó con la directiva de EULAC para que, a través de EDUPUC, la EUNED y sus contrapartes participaran como asociación nacional y con SEDUCA como asociación regional.

---

<sup>120</sup> René Muiños, *entrevista personal*, agosto de 2012. San José de Costa Rica.

El Director Ejecutivo de la UNED colabora desde 2014 con la Universidad Piloto de Colombia y la Universidad Tecnológica de Panamá en el comité “Estrategias de circulación”, el cual busca propuestas factibles para promover, distribuir, comercializar y coeditar con los miembros de la EULAC.<sup>121</sup>

Un punto notable a subrayar es que desde su creación en 1987, la EULAC no ha concedido ninguna certificación o reconocimiento a alguno de sus miembros cuando una de sus líneas de acción es la evaluación y acreditación de la calidad.<sup>122</sup> La *Unión de Editoriales Universitarias Españolas* (UNE) es la única asociación de publicaciones universitarias en Iberoamérica que reconoce anualmente el desempeño de sus miembros con el otorgamiento de los *Premios Nacionales de Edición Universitaria*.<sup>123</sup> En 2013 estos galardones llegaron a su edición número XVI. Los Premios son fallados por un jurado independiente que selecciona los mejores libros universitarios publicados en el último año en las categorías de: Mejor obra editada, Mejor monografía en Ciencias Humanas y Sociales, Mejor monografía en Ciencias Experimentales y de Tecnologías, Mejor monografía en Ciencias de la Salud, Mejor monografía en Ciencias Jurídicas y Económicas, Mejor edición digital y multimedia, Mejor colección, Mejor coedición con una editorial privada, Mejor coedición interuniversitaria y Mejor traducción.<sup>124</sup>

Los aspectos a valorar son originalidad y calidad del diseño editorial; interés, relevancia y oportunidad en el campo de la transmisión del conocimiento científico; capacidad de difusión

---

<sup>121</sup> **Fuente electrónica:** *Página de Internet de la Asociación de Editoriales Universitarias de América Latina y el Caribe* (<http://www.eulac.org/conformacion-comites-2014-2015/>).

Se presentan más detalles sobre esta y otras iniciativas de la EULAC en el capítulo III.

<sup>122</sup> **Fuente electrónica:** *Página de Internet de la Asociación de Editoriales Universitarias de América Latina y el Caribe* ([http://eulac.org/index.php?option=com\\_content&view=article&id=4&Itemid=3](http://eulac.org/index.php?option=com_content&view=article&id=4&Itemid=3)).

<sup>123</sup> Las editoriales, servicios de publicaciones y centros de investigación españoles agrupados en la UNE deben presentar las candidaturas de sus libros en un plazo previamente estipulado siguiendo las bases de la convocatoria que se difunde anualmente en el sitio de Internet de la *Unión*: <http://www.une.es/>

<sup>124</sup> **Fuente electrónica:** *Sitio web de la Unión de Editoriales Universitarias Españolas* (<http://www.une.es/Ent/Items/ItemDetail.aspx?ID=6523>).

y comercialización de las entidades editoras, trayectoria editorial de estas, así como críticas, reseñas y comentarios en revistas especializadas y medios de comunicación.<sup>125</sup>

### **Isomorfismo institucional en el sello editorial EUNED.**

Al inicio de esta tesis se puntualizó el hecho de que las Instituciones de Educación Superior atraviesan procesos de isomorfismo institucional (homogenización) que les confieren legitimidad a cambio de imitar prácticas de organizaciones exitosas. Concluido el diagnóstico editorial del sello EUNED, es atinado afirmar que las oficinas involucradas en las fases de producción, impresión y distribución de los materiales han venido franqueando desde 2010 un proceso de *isomorfismo normativo*.

El *isomorfismo normativo*, como se explicó, es resultado de la profesionalización (formación y experiencia previa) del personal técnico y directivo de una organización. Tras examinar la plantilla de Productores Gráficos de la *Editorial* es patente, en el perfil profesional de los mismos, el grado de Magíster en Tecnología Educativa por la UNED. El fenómeno no es casual pues este posgrado se encamina a formar profesionales que planeen, coordinen y participen en la producción de medios instruccionales para la enseñanza de acuerdo con los principios de la Tecnología Educativa, las teorías de la educación, del aprendizaje y la comunicación.<sup>126</sup>

Desde esta óptica la Maestría en Tecnología Educativa funge como espacio formativo para el funcionario de la *Editorial* y simultáneamente lo dota de habilidades específicas que difícilmente obtendría en otros programas académicos. La UNED a cambio, descarga de

---

<sup>125</sup> En la categoría de *Mejor colección* se toman también en consideración la temática, el plan de colección y el sistema de gestión editorial.

<sup>126</sup> **Fuente electrónica:** *Página web del Sistema de Estudios de Posgrado de la Universidad Estatal a Distancia de Costa Rica* (<http://www.uned.ac.cr/posgrado/index.php/maestrias/104-tecnologia-educativa?showall=&limitstart=>).

asignaciones al trabajador para que destine tiempo a sus estudios y cuando obtiene el grado es promovido a una categoría con más beneficios económicos y laborales.

Estimando que las organizaciones asumen como obligación parecerse a sus pares y que por ello reclutan a profesionales especialistas para capacitar al personal y validar su quehacer; PROMADE y la Dirección Editorial solicitaron a la Rectoría en 2010 la capacitación continua de sus recursos humanos con expertos extranjeros en cuatro temas cruciales: producción editorial, libro electrónico, derechos de autor/propiedad intelectual y mercadeo editorial. Para noviembre de ese año 45 funcionarios de la UNED iniciaron el “Diplomado Editorial Versal-UNED” que constó de 120 horas distribuidas en un mes. A juicio de su instructor, el mexicano Miguel Ángel Guzmán, Coordinador General del Centro Editorial VERSAL,<sup>127</sup> esta capacitación intensiva equivale a cinco años de práctica en los temas de mercadeo editorial; mercadotecnia y comercialización del libro; planeación editorial; derecho de autor; relación editor-autor; producción editorial; cálculo de costos editoriales; tipografía y diseño gráfico editorial.<sup>128</sup>

En julio de 2012, la UNED a través de PROMADE contrató de nueva cuenta los servicios del Centro Editorial Versal para impartir el “Curso-Taller Edición de Materiales”. Durante tres semanas, alrededor de 40 personas adquirieron nuevos conocimientos en Redacción editorial, Tipografía y Cuidados en la edición.<sup>129</sup>

---

<sup>127</sup> El Centro Editorial VERSAL nació en 1992 como una empresa de capacitación editorial, en principio desarrollaron esa actividad por un periodo de ocho años, posteriormente, se dedicó a realizar producción editorial y a brindar asesoría a empresas privadas y públicas. Desde entonces VERSAL ha enfocado sus esfuerzos en capacitar a instituciones dedicadas a la producción de libros y es una de las entidades más prestigiosas de México y América Latina.

La UNED estableció lazos con VERSAL en 1996 cuando algunos funcionarios de la Dirección de Producción de Materiales Didácticos visitaron México para recibir cursos de capacitación.

<sup>128</sup> **Fuente electrónica:** *Sitio de Internet de Acontecer (periódico institucional de la Universidad Estatal a Distancia de Costa Rica)*  
([http://www.uned.ac.cr/acontecer/index.php?option=com\\_content&view=article&id=215:funcionarios-iniciaron-con-el-diplomado-editorial-versal-uned&catid=39:educacion&Itemid=67](http://www.uned.ac.cr/acontecer/index.php?option=com_content&view=article&id=215:funcionarios-iniciaron-con-el-diplomado-editorial-versal-uned&catid=39:educacion&Itemid=67)).

<sup>129</sup> **Fuente electrónica:** *Sitio de Internet de Acontecer (periódico institucional de la Universidad Estatal a Distancia de Costa Rica)*  
([http://www.uned.ac.cr/acontecer/index.php?option=com\\_content&view=article&id=1469:versal-imparte-una-nueva-capacitacion-editorial-en-la-uned&catid=51:gestion-universitaria&Itemid=76](http://www.uned.ac.cr/acontecer/index.php?option=com_content&view=article&id=1469:versal-imparte-una-nueva-capacitacion-editorial-en-la-uned&catid=51:gestion-universitaria&Itemid=76)).

De forma paralela, la OFIDIVE y la Dirección de Tecnologías de la Información y Comunicaciones de la UNED han solicitado asesoría a la Oficina del Gobierno Digital de Costa Rica para la implementación de la producción, distribución y ventas de libros y contenidos digitales, que implica tanto los aspectos tecnológicos del problema como los comerciales y legales.

### Capítulo III. Las Instancias Editoriales de la UNAM y su papel en la difusión del conocimiento y la cultura de México.

#### De la Imprenta Universitaria a la descentralización de la actividad editorial.

La actividad editorial en la Universidad Nacional Autónoma de México inició formalmente en 1935 con la creación de la *Imprenta Universitaria*. A partir de esta fecha la edición en la UNAM ha pasado por seis etapas, cada una de ellas asociada a la institución de una dependencia y/o modelo de gestión de las publicaciones universitarias.

Las acciones más relevantes de estas dependencias y modelos de gestión son resumidas en orden cronológico en esta tabla.<sup>130</sup>

Periodo/Dependencia	Funciones y acciones relevantes
1935-1955. <i>Imprenta Universitaria</i> .	Editó obras encaminadas a la difusión de la cultura entre las que se destaca la <i>Biblioteca del Estudiante Universitario</i> . A comienzos de 1946 fue integrada a la Dirección General de Difusión Cultural.
1955. <i>Dirección General de Publicaciones</i> .	Sus funciones incluían la coordinación de la tarea editorial de los distintos institutos de investigación, escuelas, facultades y demás dependencias universitarias, prestando consistencia técnica a la formulación de presupuestos y a la vigilancia material de las impresiones. También estaba encargada de editar semanalmente la <i>Gaceta UNAM</i> ; coordinar el trabajo editorial de la <i>Revista Universidad de México</i> ; llevar a cabo las labores de composición, formación, impresión, etc. de los libros y adquirir derechos de traducción de obras científicas, filosóficas y literarias.
1982-1984. <i>Reestructuración interna de la Dirección General de Publicaciones</i> .	En 1982 el rector Rivero Serrano implantó nuevas medidas para el mejor funcionamiento de la dependencia: nombró a un director de la <i>Imprenta Universitaria</i> ; autorizó la creación de una Coordinación Editorial y de una Gerencia de Procesos Técnicos y aprobó un asesor de la Dirección.

<sup>130</sup> La mayoría de los datos utilizados para la elaboración de esta tabla provienen del libro *La universidad en sus publicaciones. Historia y perspectivas* (Dirección General de Publicaciones UNAM/1995). El texto aborda la historia de la actividad editorial de la UNAM desde que esta tuvo sus antecedentes en la Real y Pontificia Universidad de México hasta 1992, año en el que su autora, la Dra. Georgina Torres, concluyó el estudio.

	<p>Con la <i>Reforma Universitaria</i> de 1983 se establecieron dos programas vinculados al ámbito del libro universitario; el <i>Programa Editorial de la UNAM</i> y el <i>Programa Emergente del Libro de Texto</i>.</p> <p>Para 1984 quedó instituida una <i>Comisión Editorial</i> responsable de la política editorial de la universidad. Sus funciones eran entre otras: 1.) aprobar en última instancia los planes editoriales y las propuestas de publicaciones de facultades, escuelas, institutos, centros y dependencias administrativas de la UNAM y 2.) emitir sus resoluciones razonadamente a partir de dictámenes y recomendaciones de los comités asesores especializados y árbitros externos.</p>
<p>Febrero 1986. <i>Dirección General de Fomento Editorial</i>.</p>	<p>Su creación obedeció a la necesidad de adecuar estructural y orgánicamente la <i>Distribuidora de Libros de la UNAM</i>. Le fueron asignados los recursos humanos y el presupuesto que mantenían tanto la <i>Distribuidora</i> como el <i>Programa de Libro de Texto Universitario</i>. La Dirección tuvo dos objetivos específicos: 1.) lograr la incorporación de las publicaciones universitarias en el mercado del libro y 2.) instrumentar mecanismos que fomentaran la lectura y contribuyeran a la superación académica y profesional de la comunidad universitaria a través de la cultura escrita.</p> <p>En 1987 dicha Dirección puso en marcha cuatro programas (<i>Programa Editorial de Apoyo Académico; Programa de Promoción y Fomento a la Lectura; Programa de Atención y Estímulo a los Autores Universitarios</i> y <i>Programa de Apoyo Administrativo</i>) que habrían de estimular la actividad editorial de la institución y en ciertos casos irradiar ese impulso a la edición universitaria del país.</p>
<p>Marzo 1986-mayo 2003. <i>Creación del Consejo Asesor del Patrimonio Editorial</i> -hoy Consejo Editorial de la UNAM-.</p>	<p>En marzo de 1986 fue instituido este Consejo con el propósito de implementar el marco normativo y las políticas generales garantes del respeto absoluto a los autores universitarios en sus derechos. Tres de las siete facultades atribuidas a este órgano colegiado en aquel tiempo continúan vigentes en la actualidad, de la mano del <i>Consejo Editorial</i> de la UNAM. Estas son: 1.) autorizar el padrón de las empresas con las cuales puedan contratar servicios las dependencias editoras; 2.) establecer los lineamientos para la comercialización, canje y donación de publicaciones a los cuales deberán ajustarse las dependencias editoras y 3.) vigilar que las dependencias editoras cumplan las disposiciones generales a que se sujetarán los procesos editorial y de distribución de publicaciones.</p>
<p>Agosto 1986-presente. <i>Acuerdo por el que se delegan facultades a los directores de escuelas, facultades, institutos y centros, para firmar contratos en materia editorial</i> (proceso de descentralización de la actividad editorial de la UNAM).</p>	<p>El 14 de agosto de 1986 se expidió el acuerdo que otorgaba la facultad a los directores de escuela, facultades, institutos y centros para que suscribieran contratos y convenios en materia editorial, con base en los criterios establecidos por el <i>Consejo Asesor del Patrimonio Editorial</i>. Este acuerdo surgió de la exigencia por definir la participación de las dependencias</p>

	<p>universitarias (en materia editorial), luego de la creación del <i>Consejo Asesor del Patrimonio Editorial</i> y para establecer ciertos lineamientos que dieran uniformidad a los criterios definidos dentro de la nueva política editorial.</p> <p>En septiembre de ese mismo año se instituyeron las <i>Disposiciones generales a las que debían sujetarse los procesos editorial y de distribución en la UNAM</i>,<sup>131</sup> con lo cual se concreta el proceso descentralizador de la actividad editorial en la universidad. Los considerandos sostenían que la descentralización editorial implicaba una reordenación de las funciones asignadas a las entidades.</p>
--	--

### **Actualidad de la edición universitaria en la UNAM y acotación de las Instancias Editoriales objeto de estudio.**

Actualmente la edición universitaria en la UNAM se desarrolla bajo el modelo de la descentralización, puesto en marcha en 1986 en 125 dependencias que establecen un programa editorial, la mayoría de las veces, en consonancia con la labor que desempeñan. Con este modelo convive una editorial de la administración central que es también distribuidora y “rostro institucional” de los materiales universitarios, la *Dirección General de Publicaciones y Fomento Editorial UNAM*.

El quehacer de la UNAM como máxima casa de estudios de México, que tiene como ejes sustanciales la docencia, la investigación y la difusión cultural,<sup>132</sup> se organiza en estos cuatro subsistemas:

- *Subsistema de Humanidades*: Integrado por 11 institutos, 6 centros de investigaciones, 5 programas universitarios y 1 unidad académica.
- *Subsistema de Investigación Científica*: Conformado por 20 institutos y 10 centros de investigación.
- *Subsistema de Facultades y Escuelas*: Integrado por 13 facultades, 7 unidades multidisciplinarias, 4 escuelas, 9 planteles de la Escuela Nacional Preparatoria y 5 planteles del CCH.
- *Coordinación de Difusión Cultural*: Constituida por 15 direcciones y 3 coordinaciones.

<sup>131</sup> *Gaceta UNAM*, 4 de septiembre de 1986: 9-14.

<sup>132</sup> **Fuente electrónica:** Portal conmemorativo del Centenario de la Universidad Nacional Autónoma de México (<http://www.100.unam.mx/>).



Considerando este primer criterio y sumando a él los de edición académica, edición científica y muestreo aleatorio por conglomerados o áreas,<sup>133</sup> se eligieron las subsecuentes dependencias para efectuar la investigación en la UNAM:



La muestra de las instancias es representativa del quehacer editorial de la universidad sin ser reiterativa. Posibilita efectuar el análisis de todas las aristas contempladas en los objetivos específicos de esta tesis y da la pauta para profundizar en aspectos afines presentados en otras entidades y dependencias editoras.

Durante el rectorado de Juan Ramón de la Fuente se hizo una revisión de funciones del *Consejo Asesor del Patrimonio Editorial* y, advirtiendo, entre otros juicios que:

- [...] el amplio desarrollo de la materia editorial en nuestra institución es de vital importancia como instrumento medular en el cumplimiento de sus funciones sustantivas de docencia, investigación y difusión de la cultura;
- [...] hoy en día es una necesidad que la Universidad identifique, unifique y supervise las actividades que realizan sus facultades, escuelas, institutos, centros, cuerpos colegiados y dependencias administrativas en materia de producción editorial para fortalecer el cuidado de los recursos financieros destinados a este rubro, a través de la colaboración en la planeación, seguimiento y evaluación de las actividades editoriales;
- [...] nuestra institución por su amplia producción de publicaciones constituye una de las principales casas editoriales de América Latina.

<sup>133</sup> El *muestreo aleatorio por conglomerados o áreas* se define como: “el diseño estadístico que precisa que la población esté dividida en subpoblaciones, conglomerados, que no se solapen. Es seleccionada una muestra probabilística de conglomerados y se mide la variable de interés en todos los individuos de los conglomerados seleccionados”. (Goetz y LeCompte, 1988) Se buscan pautas de significación en los muestreos.

Acordó que desaparecía este *Consejo* y se creaba el *Consejo Editorial de la UNAM*, con el objeto de regular y difundir la actividad editorial universitaria y contribuir a extender los beneficios de la cultura.<sup>134</sup>

Al *Consejo Editorial* de la institución lo integran desde entonces: el Rector quien actúa como Presidente; el Secretario General quien asume la Presidencia en ausencia del Rector; el Coordinador de Humanidades; el Coordinador de la Investigación Científica; el Director General de Publicaciones y Fomento Editorial quien funge como Secretario Técnico; cinco representantes académicos designados uno por cada Consejo Académico de Área y del Bachillerato; el Abogado General quien actúa como Asesor Jurídico y un Secretario de Actas designado por la Secretaría General. Todos los integrantes, exceptuando al Secretario de Actas, tienen voz y voto en las sesiones del *Consejo* pero es el Presidente el que posee voto de calidad.

El *Director General de Publicaciones y Fomento Editorial* es el Secretario Técnico del *Consejo Editorial de la UNAM*. Sus facultades consisten en: a.) proponer políticas y lineamientos en materia editorial; b.) diseñar y proponer estrategias de planeación y evaluación de la actividad editorial y de comercialización; c.) convocar a las sesiones de trabajo del Consejo Editorial de la UNAM y d.) informar periódicamente al Consejo Editorial sobre el avance de los acuerdos emitidos por el propio Consejo.<sup>135</sup>

Las principales atribuciones otorgadas al *Consejo Editorial* con su creación se resumen así:

---

<sup>134</sup> Acuerdo por el que se crea el Consejo Editorial de la Universidad Nacional Autónoma de México, 26 de mayo de 2003.

**Disponible en:** Sitio de Internet de la Facultad de Economía de la Universidad Nacional Autónoma de México (<http://www.economia.unam.mx/publicaciones/nueva/normatividad/pdfs/acuerdoconsejoeditorial.pdf>).

<sup>135</sup> **Fuente electrónica:** Tienda Electrónica de Libros UNAM (<http://www.libros.unam.mx/index.php/nosotros/funciones>).



Definir criterios y políticas generales que orienten los distintos aspectos de la labor editorial de la Universidad.

Evaluar la actividad editorial de la UNAM para formular los ajustes pertinentes.

Establecer y autorizar las políticas de comercialización, distribución y venta, de canje, donación y precios de ediciones universitarias.

Dar seguimiento a la integración, al funcionamiento, a los proyectos y evaluaciones de los comités editoriales de las distintas entidades académicas y dependencias editoras.

Emitir las disposiciones universitarias en materia editorial y garantizar su revisión y actualización periódicas.

Emitir los lineamientos para la publicación de libros en diferentes soportes.

Para ejecutar tales atribuciones, en sesión del 19 de septiembre de 2006, el *Consejo Editorial* emitió las *Disposiciones Generales para la Actividad Editorial de la UNAM*. El documento consta de nueve capítulos y un apartado de *Transitorios*.<sup>136</sup>

El funcionamiento del *Consejo Editorial*, según el punto sexto del *Acuerdo por el que se crea el Consejo Editorial...*, opera con la celebración de al menos cuatro sesiones ordinarias al año, además de las reuniones extraordinarias que se estimen necesarias. El *Acuerdo...* insta de igual manera que “en cada una de las entidades académicas y dependencias administrativas que editen obras se constituirá un comité editorial que se integrará por el número de miembros, siempre impar, que determine el respectivo consejo técnico o interno. Los consejos técnicos o internos y, en su caso, los titulares de las dependencias administrativas, vigilarán la adecuada integración y funcionamiento de estos comités. El comité editorial será la instancia responsable de diseñar y ejecutar la política editorial de la entidad académica o dependencia administrativa y evaluará los originales de las obras que serán sometidos a su consideración,

---

<sup>136</sup> El documento puede consultarse íntegro en el *Sitio web Edición y Derecho de Autor en las Publicaciones de la UNAM* (<http://www.edicion.unam.mx/pdf/DiSpGaEDit.pdf>).

por conducto del director de las entidades o dependencia, determinando si los mismos reúnen los requisitos para publicarse”.<sup>137</sup>

El noveno punto del *Acuerdo...* señala que “los directores de las entidades académicas y dependencias administrativas, deberán remitir al Consejo Editorial, para su resguardo, una copia de los instrumentos jurídicos suscritos y del dictamen favorable de los comités editoriales”.

Con 125 instancias editoriales (entidades académicas y dependencias editoras) y la editorial de la Administración Central, la UNAM publicó en 2013, 2 600 libros en papel y 500 en formato digital.<sup>138</sup> El catálogo de libros alcanzó en este mismo año una cifra record de más de 45 000 títulos cuyas temáticas abarcan todas las ramas del conocimiento. Se tienen 550 colecciones y más de 300 series. Muchas de ellas vivas. La UNAM es la principal traductora de México, su catálogo incluye obras trasladadas de lenguas como el latín, griego, hebreo, náhuatl, japonés, alemán, danés, ruso o árabe. A lo largo de su historia, la universidad ha creado más de 400 publicaciones periódicas y más de la mitad está activa.

A junio de 2013 el *Almacén Central* de la UNAM contaba -en sus 9 000 m<sup>3</sup>- con 11 785 títulos con un tiraje global de 1 087 995 ejemplares. El catálogo comercial de la universidad, no obstante, está integrado por novedades. En el *Almacén* subsisten ejemplares de hace 20 o 30 años. Un número importante de estos libros es obsoleto y tiene un “precio castigado” de 1 peso o 3 pesos por lo que no puede salir al mercado.<sup>139</sup> La denominación “precio castigado” alude a la devaluación que ha sufrido el material al no ser comercializado en su momento, mismo que se incrementa con el paso de los años.

---

<sup>137</sup> Octavo Punto del *Acuerdo por el que se crea el Consejo Editorial...*

**Disponible en:** *Sitio de Internet de la Facultad de Economía de la Universidad Nacional Autónoma de México* (<http://www.economia.unam.mx/publicaciones/nueva/normatividad/pdfs/acuerdoconsejoeditorial.pdf>).

<sup>138</sup> *Gaceta UNAM*, 22 de mayo de 2014: 12.

<sup>139</sup> Datos oficiales de la Dirección General de Publicaciones y Fomento Editorial UNAM obtenidos en *entrevista personal* a Camilo Ayala Ochoa, Jefe del Departamento de Planeación Editorial de esta Dirección, junio de 2013. México, D.F.

Pero, ¿cómo operan las entidades académicas y dependencias editoras de la universidad, autoras de tan cuantiosa producción? El *Capítulo IV* de las *Disposiciones Generales para la Actividad Editorial de la UNAM* brinda las pautas (atribuciones y obligaciones) que deben seguir estas oficinas. Con el fin de contextualizar el grado de autonomía y sujeción institucional del que parte el trabajo editorial en estas instancias se enlistan aquellas que aparecen mencionadas en el *Artículo 17* de dicha legislación:

I. Observar los lineamientos editoriales y estas disposiciones generales.	XII. Enviar a la Dirección General de Publicaciones y Fomento Editorial un ejemplar de sus publicaciones comerciales para integrarlo al Centro de Información Libros UNAM.
II. Formar sus comités editoriales y elaborar sus respectivos reglamentos. Los reglamentos y sus actualizaciones deberán remitirse al Consejo Editorial de la UNAM, para su consideración.	XIII. Remitir a la Dirección General de Asuntos Jurídicos dos ejemplares de las obras universitarias publicadas, además de la documentación que demuestre la titularidad de los derechos a favor de la UNAM, para efectos del registro de la obra ante el Instituto Nacional del Derecho de Autor. Se deberá anexar para este trámite una carta firmada por el titular de la entidad académica o dependencia editora por la cual se manifieste que es una obra editada por la UNAM.
III. Utilizar el sello editorial universitario en sus publicaciones, cumpliendo con los requisitos señalados en estas disposiciones.	XIV. En caso de convenir con la Dirección General de Publicaciones y Fomento Editorial la gestión para producir sus publicaciones, las entidades académicas y dependencias editoras deberán anexar al material respectivo el correspondiente dictamen aprobatorio de su comité editorial.
IV. Ejercer las partidas presupuestales correspondientes a ediciones, encuadernaciones y derechos de autor.	XV. Responsabilizarse, por sí misma o en colaboración con la Dirección General de Publicaciones y Fomento Editorial, de la distribución y venta de sus títulos, observando lo que al efecto establecen las presentes disposiciones generales.
V. Contratar a proveedores de servicios editoriales y de impresión, de conformidad con las presentes disposiciones.	XVI. En colaboración con la Dirección General de Publicaciones y Fomento Editorial fijar los precios de sus publicaciones y actualizarlos.
VI. Informar al Consejo Editorial de la UNAM sobre los proveedores que no hayan cumplido con los contratos.	XVII. En caso de coediciones, consultar los contratos marco suscritos por la Universidad, en las oficinas de la Dirección General de Publicaciones y Fomento Editorial.
VII. Elaborar anualmente el informe de actividades y el programa editorial y remitirlos al Consejo Editorial de la UNAM, con la finalidad de evaluar la actividad editorial universitaria.	XVIII. Resguardar los negativos resultantes del proceso de impresión.
VIII. Promover la capacitación y actualización del personal dedicado a la producción y comercialización de las publicaciones, así como procurar y fomentar el uso de nuevas tecnologías.	XIX. Remitir a las direcciones generales de Asuntos Jurídicos, Patrimonio Universitario y Publicaciones y Fomento Editorial para su resguardo los convenios y contratos firmados.

IX. Cumplir con la entrega de los ejemplares derivados de las disposiciones legales y administrativas en materia editorial a través del envío de 25 ejemplares a la Dirección General de Publicaciones y Fomento Editorial.	XXI. Ser las encargadas de realizar los trámites del pago de derechos que sean necesarios para la asignación del ISBN, búsqueda de antecedentes registrales, dictámenes previos, registro de contratos, obras y demás trámites de conformidad con la Ley Federal del Derecho de Autor a efecto de que la Dirección General de Asuntos Jurídicos realice la gestión correspondiente.
X. Remitir a la Dirección General de Publicaciones y Fomento Editorial el 5% del tiraje de la edición de sus publicaciones comerciales para el programa central de donaciones de Administración Central.	XXII. Las demás que le confieren las presentes disposiciones generales o les asigne el Rector.
XI. Remitir a la Dirección General de Publicaciones y Fomento Editorial desde el 25% del tiraje de la edición para su comercialización.	

Las *Disposiciones Generales para la Actividad Editorial de la UNAM* puntualizan por lo demás que “los titulares de las entidades académicas o dependencias editoras serán responsables de la observancia de las presentes disposiciones generales”. (*Artículo 18*) Igualmente refieren que “la definición de los procedimientos administrativos y contables de la actividad editorial, así como su seguimiento en las entidades académicas y dependencias editoras estarán a cargo de las direcciones generales de Finanzas y de Auditoría Interna, en el ámbito de sus respectivas competencias y de acuerdo con los lineamientos que en materia editorial fije el Consejo Editorial de la UNAM”. (*Artículo 19*)

El cumplimiento de este último artículo significa la mayoría de las veces un obstáculo para las instancias editoriales porque tienen que informar trimestralmente sobre sus egresos e ingresos. En la UNAM hay un *Programa de Presupuesto* que condiciona las asignaciones económicas a las entidades y dependencias –sin importar su tipo- conforme la consecución de las metas planteadas en sus Planes de Desarrollo Institucional.

Además de esta práctica de *rendición de cuentas interna*, en la universidad existe un *Programa de Difusión* que deben acatar las distintas oficinas. Cada tres meses un encargado accede mediante clave a este sistema de cómputo institucional para colocar los logros de su dependencia. En el caso de los departamentos y programas de edición o publicaciones se registran los títulos de los libros o revistas, autor, ISBN o ISSN, fecha de publicación, etc.

En este trabajo hemos señalado las implicaciones que la fijación del precio de venta de los libros y otras publicaciones acarrea para las editoriales universitarias públicas. Las *Disposiciones Generales para la Actividad Editorial de la UNAM* de 2006 no pasan por alto este hecho y en su *Artículo 22* puede leerse:

Se establece como factor mínimo de fijación del precio para los libros universitarios la multiplicación en 2.5 del costo unitario de producción, es decir del total de los gastos incurridos en la edición, la impresión y la encuadernación de cada publicación dividida por su tiraje.

Las entidades académicas y dependencias editoras podrán establecer un precio unitario a los libros de una misma colección o serie. El precio de los libros producidos en coedición con instituciones académicas y casas editoriales nacionales o extranjeras, se fijará de común acuerdo tomando en cuenta el criterio establecido en este artículo.

Cotidianamente las instancias editoriales de la universidad interpretan este artículo, acorde a su dinámica interna y fijan factores de multiplicación inferiores para determinar el precio de venta, lo que trae como consecuencia un doble subsidio a la producción editorial difícilmente redimible. En entrevista, el Jefe del *Departamento de Ediciones y Ventas del Instituto de Investigaciones Económicas* explicó la dinámica que se sigue en su entidad sobre este aspecto:

Tenemos nuestros cuadros de los gastos en que incurrimos y un poco con base en eso es la orientación. Vemos por fin si puede ir multiplicado por 2 o por 2.5 pero el precio queda muy caro a veces. Entonces procuramos hacerlo multiplicado por 2 y todos los libros editados por nosotros tienen un descuento de 50 por ciento. Eso ya nos permite recuperar en el peor de los casos. Lo que son coediciones tienen un 35% de descuento en nuestra librería.

El precio promedio de nuestros libros está entre 150 y 200 pesos. Hay también de 100 y de 50 pesos. Creo que es un precio competitivo porque tratamos de que así sea. De repente la cuenta nos dice que un libro está muy caro porque algún costo se elevó: error de producción, etc. En términos generales sí la cuenta nos sale bien, los libros no quedan tan caros. Los libros salen económicos. Se cotizan las impresiones, el trabajo *freelance* se paga relativamente bien y no es una carga tremenda.<sup>140</sup>

---

<sup>140</sup> Roberto Guerra, *entrevista personal*, septiembre de 2013. México, D.F.

Siguiendo con la descripción de los aspectos más relevantes a observar por aquellas entidades y dependencias que publican materiales en la UNAM, nos enfocamos ahora en el contenido del *Artículo 24* que dice:

Ninguna publicación universitaria se realizará sin el dictamen favorable del comité editorial respectivo. En caso de que en alguna entidad académica o dependencia editora no se encuentre conformado el comité editorial, la Dirección General de Publicaciones y Fomento Editorial apoyará o asesorará la emisión del dictamen sobre la edición de títulos, a la vez que promoverá la integración del correspondiente comité editorial.

En diciembre de 2010 fue publicado en la revista *Letras Libres* el artículo *La UNAM editora* en el que Roger Bartra, su autor, argumenta que “la UNAM como editora carece del prestigio, la fuerza y la identidad que podría tener si utilizase sus inmensos recursos de la manera que sugiere el acuerdo que creó el Consejo editorial. Me parece evidente que es necesario *unificar, perfeccionar y dar identidad* a las publicaciones de la UNAM”.<sup>141</sup>

Aunque no han de desestimarse las agudas y atinadas observaciones del intelectual, lo cierto es que uno de los problemas más grandes de la producción editorial de la universidad tras la descentralización, es la multiplicidad de políticas editoriales que conviven y contradicen la política editorial institucional. Si uno lee el *Artículo 25* de las *Disposiciones Generales para la Actividad Editorial...* sobre las atribuciones de los comités editoriales de las entidades académicas y dependencias, encontrará que las fracciones II, III, IV, V, VI, X y XI son una “carta libre” para que cada instancia establezca la política editorial que más convenga a sus intereses o a los de la autoridad en turno.

En la UNAM la *Dirección General de Asuntos Jurídicos* es la dependencia autorizada para efectuar el control de los contratos de edición de las instancias editoriales.<sup>142</sup> A esta clase de

---

<sup>141</sup> *Letras Libres*, diciembre 8 de 2010.

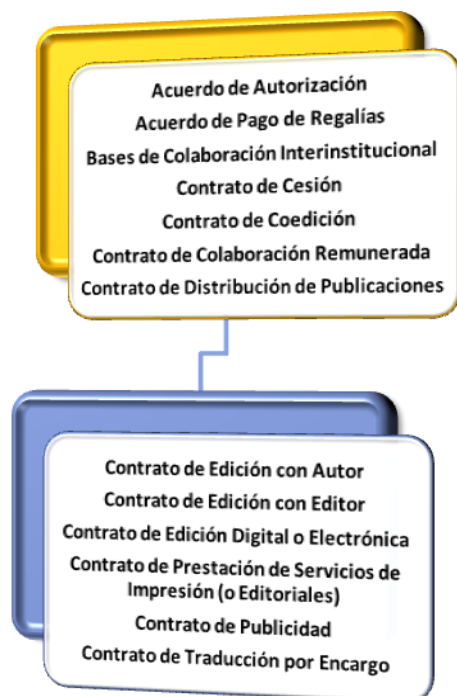
**Disponible en:** *La Jaula Abierta* (Blog de Roger Bartra en el Sitio en línea de la Revista *Letras Libres*) (<http://www.letraslibres.com/blogs/la-unam-editora>).

<sup>142</sup> *Artículos 32 y 33* de las *Disposiciones Generales para la Actividad Editorial...*

Es importante aclarar que la *Dirección General de Publicaciones y Fomento Editorial* es la dependencia encargada de resguardar los contratos y convenios de coedición y colaboración con editoriales externas a la UNAM. (*Artículo 50* de las *Disposiciones Generales para la Actividad Editorial de la UNAM*).



herramientas jurídicas se les denomina formalmente *Instrumentos Consensuales en Materia Autoral y Editorial*.<sup>143</sup> Tras su última actualización –en 2012–, quedaron definidos estos trece instrumentos:



Independientemente de su clase, “los convenios y contratos en materia editorial que se celebren deberán ser firmados por el titular de la entidad académica o dependencia editora en representación de la UNAM. De acuerdo con el *Artículo 30* de las *Disposiciones Generales para la Actividad Editorial*...“cuando el titular sea el autor de la obra, la representación para el exclusivo efecto de la firma del acto deberá delegarse en el secretario general, académico, técnico o administrativo de la propia entidad o dependencia”.

---

**Fuente electrónica:** *Sitio web Edición y Derecho de Autor en las Publicaciones de la UNAM* (<http://www.edicion.unam.mx/pdf/DiSpGaEDit.pdf>).

<sup>143</sup> **Fuente electrónica:** *Página web de la Oficina del Abogado General de la UNAM* (<http://www.abogadogeneral.unam.mx/PDFS/consensuales-mat-autoral-y-editorial-2012.pdf>).

## Los casos de estudio

# Publicaciones & Fomento Editorial

El 6 de febrero de 1997 la *Dirección General de Publicaciones* se fusionó con la *Dirección General de Fomento Editorial* para crear esta nueva dependencia adscrita, en un principio, a la *Secretaría General de la UNAM*. El 10 de enero de 2002 la *DGP y FE* fue transferida al subsistema de la *Coordinación de Difusión Cultural*.

Hoy en día esta *Dirección* es la editora de la administración central y al mismo tiempo la distribuidora de la universidad. Representa a la UNAM en ferias de libros nacionales, internacionales y eventos especiales.<sup>144</sup> La dependencia es la “cara pública” de los materiales universitarios; maneja la marca “libros unam” y administra el portal de difusión y comercialización en Internet <http://www.libros.unam.mx/>.

Entre las funciones conferidas a esta *Dirección*<sup>145</sup> están:

- Procurar que la diversidad temática de la producción editorial de la Universidad llegue a sus destinos.
- Proporcionar una permanente actividad de vinculación entre los lectores y la producción editorial.
- Introducir al ámbito universitario la producción editorial extrauniversitaria pertinente.
- Promover y proyectar la imagen institucional de las ediciones universitarias en el ámbito nacional e internacional.
- Profesionalizar el conocimiento sobre el mercado del libro.
- Mantener actualizado el índice de la producción editorial de la Universidad.

El organigrama de esta dependencia se compone de: Subdirección Editorial; Coordinación Comercial; Jefatura de Ferias y Eventos Especiales; Departamento de Difusión y Relaciones

---

<sup>144</sup> El listado completo de funciones y atribuciones de la *DGP y FE* puede consultarse ingresando a la *Tienda Electrónica de Libros UNAM* (<http://www.libros.unam.mx/index.php/nosotros/historia>).

<sup>145</sup> **Fuente electrónica:** *Tienda Electrónica de Libros UNAM* (<http://www.libros.unam.mx/index.php/nosotros/funciones>).

Públicas; Coordinación de Derechos de Autor; Departamento de Planeación Editorial; Gerencia de Sistemas; Jefatura de la Unidad Administrativa; Subdirección de Comercialización; Jefatura de Librerías; Jefatura de Almacén; Coordinación de Comunicaciones y Relaciones Públicas y Jefatura de Contenidos Electrónicos.<sup>146</sup>

La *misión* de la *DGPy FE* es “difundir, distribuir y comercializar la producción editorial de la UNAM y contribuir con la extensión de la cultura a la comunidad universitaria y la sociedad en general”. En tanto su *visión* radica en “agrupar con eficiencia la producción editorial de la UNAM mediante sistemas de información que garanticen la transparencia y la operación de esta dependencia. Difundir y comercializar dentro y fuera del territorio nacional nuestra producción editorial y convertirnos en referente por la calidad editorial de nuestras publicaciones y de nuestras librerías; propiciar la permanente evaluación y procurar una mejora constante y sostenida”.<sup>147</sup>

En mayo de 2012 Javier Martínez asumió el cargo de Director General de la *DGPyFE*. Durante el primer año y medio de su gestión, se verificaron cambios como el rediseño de la página electrónica [libros.unam.mx](http://libros.unam.mx), en la que ya es posible adquirir parte del catálogo comercial de la universidad. Asimismo es notorio que la página propicia un mayor involucramiento de la comunidad universitaria y del público externo a través de la organización de actividades como el *Concurso de ilustración AUTORES UNAM* (agosto de 2013), el *Concurso Diseña la Playera de Estación de Lectura (descarga+lee+comparte)* y el *Concurso Ponle Nombre a la Tarjeta de Fidelidad*.

El primero de estos certámenes tuvo como propósito promover el talento de jóvenes universitarios y público en general, así como difundir la obra de ilustradores, diseñadores y artistas visuales por medio de la creación de un retrato de un autor universitario publicado por

---

<sup>146</sup> **Fuente electrónica:** *Tienda Electrónica de Libros UNAM* (<http://www.libros.unam.mx/index.php/nosotros/directorio>).

<sup>147</sup> **Fuente electrónica:** *Tienda Electrónica de Libros UNAM* (<http://www.libros.unam.mx/index.php/nosotros/mision-vision>).

la UNAM. Todas las piezas ganadoras y seleccionadas se reprodujeron en pantallas, impresos promocionales y en el *stand* de *Libros UNAM* en la Feria Internacional del Libro de Guadalajara de 2013.<sup>148</sup>

Mediante el segundo concurso se invitó a diseñadores gráficos, ilustradores, artistas visuales, alumnos de bachillerato, licenciatura y posgrado de la institución así como público en general, a diseñar las playeras que debe portar el personal de las *Estaciones de Lectura de la Universidad*.<sup>149</sup> El último certamen consistió en enviar por correo electrónico una propuesta sobre el nombre que tendría la tarjeta del programa de fidelidad de librerías de la universidad, próximo a implementarse.<sup>150</sup>

La nueva gestión de la *DGP y FE* busca avanzar en términos de internacionalización de las publicaciones tanto de la *Dirección* como del resto de la institución. Del 29 de mayo al 01 de junio de 2013, la dependencia asistió por vez primera a un Congreso Internacional de la Asociación de Estudios Latinoamericanos (Washington, EEUU) con un *stand* en el que exhibió más de 300 títulos, 90 novedades editoriales y cerca de 9 mil ejemplares de áreas como Historia, Ciencias Sociales, Ciencias Aplicadas, Arte, Filosofía y Literatura.<sup>151</sup> En ese mismo mes (17 al 19 de mayo) concurrió a la Feria del Libro en Español de Los Ángeles (EEUU) por tercera ocasión. Ahí expuso unos 750 títulos, 90 novedades, realizó siete presentaciones editoriales y estableció vínculos académicos con la University of California,

---

<sup>148</sup> **Fuente electrónica:** *Tienda Electrónica de Libros UNAM*  
([http://libros.unam.mx/autoresunam/UNAM\\_A5.pdf](http://libros.unam.mx/autoresunam/UNAM_A5.pdf)).

<sup>149</sup> **Fuente electrónica:** *Tienda Electrónica de Libros UNAM*  
([http://libros.unam.mx/convocatoria/convocatoria\\_playeras.pdf](http://libros.unam.mx/convocatoria/convocatoria_playeras.pdf)).

<sup>150</sup> La idea de este certamen era buscar un nombre original, atractivo y que no estuviera registrado por algún otro producto o servicio; que hablara sobre los beneficios de ser cliente frecuente de las *Librerías UNAM*. En la convocatoria podían participar todos los alumnos de la institución desde bachillerato hasta posgrado así como público en general interesado, de cualquier edad y nacionalidad.

**Fuente electrónica:** *Tienda Electrónica de Libros UNAM*  
([http://www.libros.unam.mx/convocatoria/convocatoria\\_tarjeta.pdf](http://www.libros.unam.mx/convocatoria/convocatoria_tarjeta.pdf)).

<sup>151</sup> **Fuente electrónica:** *Hoy Tamaulipas (Portal de noticias por Internet)*  
(<http://www.hoytamaulipas.net/notas/82298/Asistira-Publicaciones-de-la-UNAM-al-Congreso-LASA-2013.html>).

Los Ángeles (UCLA) y la University of Southern California (USC).<sup>152</sup>

Para la segunda mitad de 2014 la *DGPYFE* proyectó realizar cuatro actividades de internacionalización asistiendo a: 1.) Congreso a celebrarse en Chicago (EEUU); 2.) EXPE SUGAR organizado por la Stanford University Global Alliance for Re-design (EEUU); 3.) Feria del Libro de Panamá (dentro del Pabellón de México) y 4.) Centro Cultural Gabriel García Márquez (Colombia).<sup>153</sup>

Cabe destacar que para varios responsables de departamentos editoriales de la UNAM, entrevistados para esta investigación, resulta desconcertante que no se trabaje con más fuerza la internacionalización de los materiales que publica la institución en otras ferias latinoamericanas y en la propia Feria del Libro de Frankfurt a donde las editoriales universitarias argentinas y brasileñas han asistido apoyadas por los entes de educación y cultura de sus países como detallaremos más adelante.

La *DGPYFE*, en tanto editora de la *Administración Central*, publica material de *Rectoría* de la universidad, de *Coordinación de Difusión Cultural* y proyectos especiales. Los proyectos especiales son libros de académicos o científicos connotados en el ámbito universitario. Estos proyectos son de sumo cuidado y su urgencia altera el programa editorial de la *Dirección* al punto de que materiales planificados para un año pasan al siguiente. La consecuencia directa de estas exigencias es un programa editorial improvisado y condicionado por situaciones que la universidad presenta.

El catálogo de la *Dirección* responde al estilo y necesidades de quien esté al frente de la *Administración Central*. Con el Dr. José Sarukhán se puso énfasis en la publicación de libros científicos. Juan Ramón de la Fuente estuvo interesado en difundir los logros de la universidad externamente y para ello se diseñó la colección *Diálogos por México*, que acoge títulos reflexivos sobre problemas económicos, políticos y educativos del país. También hay

---

<sup>152</sup> *Gaceta UNAM*, 16 de mayo de 2013: 20.

<sup>153</sup> *Gaceta UNAM*, 22 de mayo de 2014: 12.

injerencia de los coordinadores de Difusión Cultural. Con Javier Martínez al frente de la *Dirección* se ha planteado el no publicar libros fuera de colección.

Como *Distribuidora Central de la UNAM*, la *DGPYFE* maneja los 6 000 títulos de su catálogo. Esta cifra no refleja la totalidad de lo publicado en la institución ya que hay dependencias que controlan íntegramente su fondo editorial como son los casos del *Instituto de Investigaciones Jurídicas* y la *Dirección General de Cómputo* que produce libros para sus cursos y que por su grado de especialización y particularidades, no se comercializan en las librerías institucionales.

La Gerencia Administrativa es la oficina regente del presupuesto de esta *Dirección* y se encarga, a su vez, de asignar imprenta a los aproximadamente 100 libros que publican cada año. El Departamento de Producción y Costos colabora en definir el costo del tiraje de un libro.

Ciertas colecciones tienen determinado el costo de impresión por página aunque varía de acuerdo al precio de los insumos en el mercado. La proyección del costeo es relativamente fácil porque se hace mediante un programa computacional diseñado para esta área. Lo que resulta prácticamente imposible para la *DGPYFE* es estandarizar los tiempos de producción. Hay proyectos que manejan cronogramas pero estos suelen romperse fácilmente. Cuando se proyecta una obra para tres meses, sobreviene un proyecto que la desplaza o se da la orden de que esa misma obra se publique en mes y medio para presentarla en una feria o evento en particular. A decir del Jefe de Planeación Editorial de esta dependencia:

Los tiempos son terribles. Por eso muchas personas –imprentas, proveedores externos como correctores, diseñadores- no quieren trabajar con nosotros como universidad por estos tiempos. Porque se les castiga mucho, se les piden trabajos que exceden lo que uno había proyectado. Ya al final el pago es de hecho un poco difícil. Un corrector termina su trabajo, pasa su orden de pago a Unidad Administrativa y pasan 2 o hasta 3 meses para que le paguen. En el caso de las imprentas se tarda un mes pero si vienen vacaciones eso se duplica, en cierre de año se triplica.<sup>154</sup>

Anteriormente la *Dirección* implementó un *software* que determinaba en qué fase de la producción iba cada una de las obras, sin embargo no era un programa que estuviera ligado al

---

<sup>154</sup> Camilo Ayala Ochoa, *entrevista personal*, junio de 2013. México, D.F.

*Almacén Central* o a otras áreas. El programa se canceló y en la actualidad se trabaja con *Excel* en espera de que se consolide el *Programa de Seguimiento de Ficha Documental* de *Almacén Central*. Varias empresas privadas trataron de concluir el diseño de ese programa pero como no han llegado a buen término se mantiene el seguimiento en *Excel*, lo que dificulta y atrasa las labores de esta dependencia.



El Centro de Investigaciones sobre América Latina y el Caribe es un espacio académico interdisciplinario que vincula el conocimiento de la realidad mexicana con el de la latinoamericana y caribeña. Cuenta con un *Departamento de Publicaciones* encargado de coordinar el proceso editorial (preprensa y prensa) de obras aprobadas para su publicación por el Comité Editorial del Centro. A la par realiza funciones administrativas y legales.

El Programa Editorial Anual del Centro deriva de reuniones que efectúa su Comité Editorial – en promedio, unas tres al año-. Este órgano está integrado por el Director del CIALC, el Secretario Académico, el Jefe de Publicaciones y cuatro investigadores del Centro.<sup>155</sup> Posee como atribuciones: evaluar las obras propuestas para su publicación, solicitar el arbitraje académico respectivo de cada obra y aprobar los títulos a publicar. La mayor parte de obras publicadas por el CIALC procede de investigaciones de su personal. El Centro edita un promedio de 20 a 25 anuales además de publicaciones periódicas como *Latinoamérica. Revista de Estudios Latinoamericanos* (de periodicidad semestral) y *Cuadernos Americanos* (trimestral).

La relación contractual/laboral del *Departamento* con los autores, tomando en cuenta que estos son investigadores de la entidad, es cordial y de apoyo mutuo porque algunos de ellos

---

<sup>155</sup> El Comité Editorial del CIALC se renueva cada dos o tres años. Cada uno de sus integrantes responde o debe responder en teoría, a una de las cuatro líneas de investigación del Centro.

Ricardo Martínez, *entrevista personal*, febrero de 2014. México, D.F.

han trabajado en la cuestión editorial y conocen cómo se realiza este trabajo. A decir del Jefe de Publicaciones del CIALC: “[...] a nosotros no se nos olvida que somos un área de servicio. Tenemos que dar un servicio a la actividad sustantiva del Centro que es la investigación y su concreción que son los libros”.<sup>156</sup>

En el *Departamento* laboran 2 formadores (diseñadores gráficos), 4 correctores, 2 personas de apoyo académico y un jefe. El personal cuenta con la categoría de Técnico Académico. El proceso de impresión se subcontrata externamente -conforme al mencionado *Padrón de Imprentas...*; el trabajo de pre prensa, cuidado editorial y formación tipográfica, se efectúa en casos<sup>157</sup> muy concretos con proveedores externos. Con relación al adecuado número y eficiencia de estos recursos humanos, el Jefe de Publicaciones apuntó en entrevista: “Son suficientes, más bien podrían hacer más. A un proveedor tú le pides que te forme un libro en tres días y lo hace y aquí alguien lo puede formar en dos meses. Hay una cultura laboral muy particular”.<sup>158</sup>

A través de su *Departamento de Publicaciones*, el CIALC edita las colecciones de libros: 1.) *Política, economía y sociedad en América Latina*; 2.) *Filosofía e historia de las ideas en América Latina y el Caribe*; 3.) *Historia de América Latina y el Caribe*; 4.) *Literatura y ensayo en América Latina* y 5.) *Cuadernos de apoyo docente*. Son raros los títulos editados fuera de colección y los que así se hacen corresponden normalmente a monografías u homenajes. Las coediciones representan el 35% del total de obras publicadas al año. El *Departamento* cuenta con un presupuesto anual<sup>159</sup> otorgado por la Dirección del Centro que

---

<sup>156</sup> Ricardo Martínez, *entrevista personal*, febrero de 2014. México, D.F.

<sup>157</sup> De acuerdo al Jefe de Publicaciones del CIALC se consideran como casos concretos, aquellas ocasiones en que los investigadores tienen proyectos PAPIIT (Programa de Apoyos a Proyectos de Investigación e Innovación) y cuentan con recursos económicos, por lo que pre prensa no se efectúa al interior del Departamento sino por fuera. Lo anterior no exime al Departamento de labores de supervisión, evaluación y revisión de la obra.

<sup>158</sup> Ricardo Martínez, *entrevista personal*, febrero de 2014. México, D.F.

<sup>159</sup> El presupuesto es revisado por el Comité Editorial y el Jefe de Publicaciones. Secretaria Administrativa es la encargada de vigilar el ejercicio del mismo. Si antes de que concluya el año el presupuesto se agota, no se hacen ajustes, por lo que los libros pendientes de publicarse quedan en lista de espera hasta el siguiente año. Aunque no es frecuente que tal situación se presente, ha llegado a ocurrir. Cuando por el contrario sobran ingresos y no hay títulos en espera, la jefatura revisa el Almacén y hace reimpresiones. En 2013 se llevaron a cabo cinco reimpresiones, fenómeno poco común en las ediciones de la UNAM. La reimpresión es un mecanismo con el que tanto editoriales privadas como públicas empiezan a obtener ganancias. El único gasto ya es el de la impresión.



para 2014 aumentó en un 15%. Sin embargo la oficina depende directamente de la Secretaría Técnica a la cual también pertenecen los departamentos de Distribución y Promoción y Difusión y Extensión Académica con los cuales *Publicaciones* trabaja para la presentación de libros y organización de actividades académicas.

Desde 2009 *Publicaciones* hace tirajes de 250 ejemplares; cuando se trata de coediciones el número sube a 500 y hasta 1 000 ejemplares. En un principio los tiros cortos aumentan el precio de venta del libro al público pero si esto no se hiciera, a largo plazo sería más costoso el que quedaran 500 libros en Almacén. La entidad académica no presenta problemas de títulos embodegados en la actualidad. Precedentemente tenía pero para dar solución a ello recurrió a la donación y colaboración con la *DGPYFE* y la Coordinación de Humanidades para organizar ventas accesibles dirigidas a la comunidad universitaria. Del mismo modo participa en la Feria de la Torre II de Humanidades que se realiza año con año.

La fijación del precio del libro en el CIALC contempla el costo de producción de la obra dividido entre su tiraje y multiplicado por 2.5, cifra proporcionada por la *DGPYFE* al *Departamento de Publicaciones*. Las coediciones son vendidas a la comunidad universitaria con un descuento del 25%, si se trata de libros patrimoniales la rebaja es del 50%. El precio promedio del libro del Centro es de 150 pesos, aplicando el descuento al estudiante puede quedar en 75 pesos. En ocasiones se establecen acuerdos con los autores de textos coeditados para que estos asuman por medio de sus instituciones, ciertos costos de producción que permitan abaratar el precio de venta al público de algunas obras. A diferencia de otras entidades y dependencias de la universidad, el CIALC sí obtiene ganancias por la comercialización de sus títulos

La venta directa en actividades académicas organizadas por el Centro es la estrategia de comercialización más eficiente del *Departamento*. Por medio de esta modalidad, en el

---

Ricardo Martínez, *entrevista personal*, febrero de 2014. México, D.F.

periodo 2011-2013, se vendieron el 58% de las publicaciones CIALC, unos \$72 581. 41.<sup>160</sup> Complementa esta táctica el contar con vitrinas de exhibición de novedades aunque con la desventaja de ubicarse al interior del Centro, lo que limita sus posibilidades promocionales.

El tiempo de publicación de una obra en el CIALC es muy variable porque en ocasiones no reúne las características técnicas para ser evaluada por el Comité Editorial y menos aún sujeta a dictaminación externa, así es que se devuelve a su autor o coordinador quien puede tardar de 1 a 3 meses en corregirla. A esto se suma la presión ejercida por títulos rezagados, la extensión de la obra y el retraso en la entrega de los dictámenes académicos.<sup>161</sup>

El *Departamento de Publicaciones* participa en el proceso editorial de las revistas *Latinoamérica. Revista de Estudios Latinoamericanos* y *Cuadernos Americanos* desde la recuperación del material, el arbitraje académico, la formación tipográfica, el diseño de la portada y el trabajo con proveedores ya que, al tratarse de publicaciones periódicas, es muy importante que aparezcan en tiempo y forma. La edición de las revistas no impacta en la producción de los libros del Centro porque hay personal enfocado completamente en esto y existe planificación sobre los tiempos de aparición de ambas publicaciones.

La revista *Cuadernos Americanos* maneja suscripciones porque al ser una publicación consolidada en un mercado ajeno a las TIC's, sus lectores desean contar con los números impresos. La suscripción es anual y tiene un costo de \$340 para México y 335 USD para otros países por cuatro títulos.

Sobre el tema de la digitalización y el *ebook*, el Jefe de Publicaciones del Centro señaló:

---

<sup>160</sup> *Informe de Actividades 2012-2013 del Director del Centro de Investigaciones sobre América Latina y el Caribe.*

**Disponible en:** *Sitio de Internet del Centro de Investigaciones sobre América Latina y el Caribe (UNAM)* (<http://www.cialc.unam.mx/pdf/informe2012-2013.pdf>).

<sup>161</sup> En principio se les da un mes a los revisores académicos para que entreguen el dictamen de la obra pero a veces pueden retrasarse 2 meses o más. Ante los dictámenes académicos el autor o coordinador del libro puede tardar en atenderlos igual cantidad de tiempo o más.

Algunos investigadores, como muchas otras personas, confunden el *ebook* con un PDF. A veces nos solicitan la elaboración de un libro electrónico bajo el argumento de que saldrá más barato pero eso no es del todo cierto porque en algunas ocasiones sale más caro el libro electrónico porque la formación tipográfica es completamente diferente a la que se hace para un impreso.

Aquí nosotros debemos sujetarnos a las decisiones institucionales. Hay una persona que está tomando el *Taller para la elaboración de ebooks* de la DGTIC, pero nuestro personal no está capacitado para elaborar un *ebook* técnicamente. Por otro lado, está la cuestión de que la propia universidad no tiene una plataforma de promoción y comercialización de este tipo de materiales.<sup>162</sup>

El Jefe de Publicaciones del CIALC acotó que subsiste la idea de que el libro electrónico por fuerza tiene como antecedente un libro impreso cuando esto no es una regla. En la *página web* del Centro hay vínculos a los índices (*Redalyc* y *Scielo México*) en los que se localizan en acceso abierto las revistas institucionales así como PDF's de las portadas y contraportadas de algunos libros.

Como instrumentos de rendición de cuentas, *Publicaciones* lleva a cabo informes anuales para la Dirección del Centro y para la *DGPYFE* en rubros como títulos, autores, precios, número de páginas, portadas, etc.

Entre las fortalezas del *Departamento de Publicaciones* del CIALC, su jefe mencionó: el sello UNAM, los productos derivados de sus investigaciones y los recursos humanos. Destacó como debilidades: los procesos editoriales carentes de agilidad, solo apresurados cuando se aproximan eventos como la Feria del Libro de Minería. Asimismo consideró necesario a corto y mediano plazo la incorporación del libro electrónico; el énfasis en la promoción, distribución y comercialización y la elaboración de estudios de mercado. El encargado puntualizó que: “[...] bien utilizada la mercadotecnia se le va a hacer justicia al trabajo académico de nuestros investigadores. Estoy convencido de que por muy específico que sea el tema de un libro, tiene su mercado”.<sup>163</sup>

---

<sup>162</sup> Ricardo Martínez, *entrevista personal*, febrero de 2014. México, D.F.

<sup>163</sup> Ricardo Martínez, *entrevista personal*, febrero de 2014. México, D.F.



La actividad editorial en el Instituto de Investigaciones Económicas (IIEc) es patente en el *Departamento de Ediciones y Ventas* y el *Repositorio Institucional* (rU-IIEc). La función sustancial del *Departamento* es apoyar la publicación de resultados de investigación del personal del Instituto. La edición es básicamente interna aunque en ocasiones hay colaboración con otras dependencias universitarias para coediciones.

Los recursos humanos del *Departamento* constan de un jefe, tres editoras, una secretaria y un técnico académico. En promedio publican anualmente entre 20 y 25 títulos –a veces han logrado publicar 30- por lo que el encargado considera necesario incorporar a una persona más a la plantilla porque aparte de la cuestión de los libros hay trabajo administrativo, diseño de folletos y papelería institucional. Una editora del *Departamento* está comisionada simultáneamente a la *Revista Problemas del Desarrollo*. Al tratarse de una publicación periódica, su actividad es apremiante porque ha de aparecer oportunamente. Lo anterior torna la labor de la revista en prioritaria y la del *Departamento* en secundaria.

Un aspecto favorable a las tareas del *Departamento* es su apoyo en servicios externos. El Jefe del mismo manifestó en entrevista<sup>164</sup> su preferencia por trabajar con este tipo de recursos para corrección de estilo, lecturas, formación de libros y diseño de portadas. Las subcontrataciones no se rigen por una normativa; el trabajador únicamente debe contar con facturas en regla.

Para la impresión de sus textos el *Departamento* solicita cotizaciones a las imprentas registradas en el *Padrón de Imprentas de la UNAM* y confecciona un cuadro comparativo. Existe la obligación de presentar al menos tres cotizaciones de un trabajo. Las imprentas elegidas presentan -previamente- muestras de su trabajo y deben haber colaborado con otros departamentos editoriales de la universidad. Sí una empresa falla y no asume el costo de su error no es contratada nuevamente.

El *Departamento* ha dejado paulatinamente de publicar libros en colecciones. Las colecciones que permanecen son *Breviarios de Investigaciones Económicas*, la de la revista *Problemas del*

---

<sup>164</sup> Roberto Guerra, *entrevista personal*, septiembre de 2013. México, D.F.

*Desarrollo*, los premios del concurso *Silva Herzog* y las obras ganadoras del *Premio Internacional de Investigación en Desarrollo Económico* –organizado por el Instituto en conjunto con la CEPAL–.

La mayoría de títulos editados es resultado de seminarios organizados por investigadores de la entidad. La coordinadora o coordinador del seminario entrega al término de este el material para publicarlo. Cuando carece de actualidad, interés o aspectos críticos sobre el tema, el material (íntegro o resumido) puede publicarse electrónicamente en el Repositorio Universitario o en la Página de Internet del Instituto con acceso a las secciones de la Unidad de Investigación encargada. Aparte de los seminarios, el *Departamento* publica tesis de doctorado, aunque estas representan un volumen reducido con respecto a los primeros.

Los criterios para publicar el resultado de un seminario y una tesis son los mismos. Todo va a dictaminación exceptuando los primeros lugares del premio *Silva Herzog*. Los segundos y terceros lugares de este galardón son objeto de publicación siempre que pasen por el proceso de revisión externa. El material de los seminarios precisa reunir por lo menos un par de dictámenes académicos externos favorables. Si se presenta un libro externo se recurre a dictaminadores que laboren en el Instituto pero tal situación es extraordinaria; el *Departamento* existe para publicar los resultados de investigación o trabajo académico de los investigadores del IIEc.<sup>165</sup>

El *Departamento* carece de injerencia directa en la publicación de las revistas institucionales *Ola Financiera*, *Problemas del Desarrollo* y *Economía UNAM* (coeditada con la Facultad de Economía, la FES Acatlán y la FES Aragón) pero sí tramita los registros de título, renovación de reserva y todo lo relacionado con los aspectos administrativos y editoriales de estas.

La relación contractual del *Departamento* con el autor o autores es distintiva. Los contratos formales solo se verifican en el caso de coediciones. Cuando coeditan con empresas privadas como *Porrúa* o *Siglo XXI* firman contratos. Si por el contrario coeditan con alguna entidad o dependencia universitaria como el Centro de Investigaciones sobre América del Norte o el

---

<sup>165</sup> Roberto Guerra, *entrevista personal*, septiembre de 2013. México, D.F.

Instituto de Investigaciones Sociales, entra en vigor la figura de *bases de colaboración*. La cuestión económica está presente tanto en las *bases de colaboración* como en los contratos. Se plantea en qué términos y cuánto va a costar la edición; cuánto aporta cada instancia en efectivo o en otro tipo de participación. La coedición es un proceso factible lo mismo con dependencias de la universidad que con empresas externas. En los casos en que se han presentado conflictos es porque una empresa incurre en problemas de puntualidad o calidad en la entrega del material. Entre 2012 y 2013 el *Departamento* publicó un promedio de diez títulos en coedición.

El tiempo promedio de publicación de un nuevo título, a partir de que llega a la oficina como original hasta que se imprime, es alrededor de 5 meses. Una vez entregado el original, la jefatura del *Departamento* lo remite al Comité Editorial quienes analizan la situación de los dictaminadores. Sí cuentan con dictaminadores no es necesario sugerirles; sí hacen falta, los integrantes del Comité, también investigadores, buscan en primer término revisores externos y posteriormente internos. El dictamen es una de las fases que ocupa un tiempo considerable porque dependiendo de la temática del libro y el lapso que tarda el Comité en ubicar un revisor, este puede tardar un mes, mes y medio o incluso dos meses.

El Jefe del *Departamento de Ediciones y Ventas* del IIEc externó su descontento ya que considera excesivo el tiempo que tardan en publicar un libro. Siempre ha deseado que los tiempos se acorten y publicar en un par de meses cuando mucho. Sin embargo argumenta que esto es complicado porque los materiales son entregados con numerosas deficiencias de estilo y forma por parte de los investigadores, a quienes por su jerarquía es casi imposible hacerles señalamientos.

Se han dado algunos talleres, un investigador de aquí impartió un taller en *Notes*, un programa para controlar tu bibliografía y ordenarla pero nadie lo usa. Todos siguen su caminito trillado. Este es un Instituto como bastantes de la universidad de personas ya mayores [...]. Yo espero jubilarme el año que viene. Esto también es un problema porque están acostumbrados a hacer las cosas de manera muy tradicional. Se apoyan mucho en becarios y estudiantes pero de repente los mismos becarios tampoco están muy bien que digamos.<sup>166</sup>

---

<sup>166</sup> Roberto Guerra, *entrevista personal*, septiembre de 2013. México, D.F.

Los tirajes que maneja *Ediciones y Ventas* para sus libros son de 500 ejemplares. En 2012 aún imprimían 300 pero a instancias de la Dirección esta cantidad aumentó a 500 esencialmente para obsequiarlos. El propósito es cubrir el universo de lugares en donde deberían estar los libros del Instituto pero que difícilmente serán adquiridos. 10% del tiraje es destinado a derechos de autor y promoción en programas de radio y televisión en los que participa el IIEc. Es común que los materiales sean utilizados como “moneda de cambio” por los académicos cuando viajan.

La fijación del precio del libro en esta entidad académica se ejecuta a partir de cuadros que concentran los gastos en que inciden; de ahí deducen si multiplican por 2 o por 2.5. No obstante en ocasiones el precio queda muy alto y entonces multiplican por 2. Todos los libros que publican poseen un 50% de descuento en la librería institucional mientras que las coediciones tienen un 35%. El precio promedio de los libros del Instituto está entre los 150 y 200 pesos; si bien hay títulos ofertados en 50 o 100 pesos. En general los precios son competitivos.

Cuando inició la gestión de la actual Directora (Dra. Verónica Villarespe Reyes) en 2011, el *Departamento de Ediciones* quedó a cargo de ventas (librería), que compete por igual a Secretaría Administrativa del IIEc. El personal de la librería es administrativo. Van a ferias como la de la Torre II de Humanidades, llevan una mesa y entre la asistencia a este y otros eventos facturan alrededor de 100 mil pesos al año.

En 2013 la *Dirección General de Publicaciones y Fomento Editorial* ofreció al Instituto confeccionarle *ebooks* de su fondo bibliográfico impreso. El *Departamento de Ediciones y Ventas* accedió enviándole archivos PDF pese a contar con dos editoras capacitadas en la producción de libros electrónicos, quienes al carecer de recursos de cómputo especializados por negativa de la Dirección, no pueden poner en práctica estas competencias.

En la búsqueda de nuevas alternativas de difusión y comercialización de las publicaciones de esta entidad, el responsable de *Ediciones y Ventas* comenzó en 2011 a subir varios libros de su fondo a *Create Space* (empresa en Internet de *Amazon*). La citada plataforma consiente adjuntar los textos en PDF y el interesado los adquiere en impresión bajo demanda. Al momento de la entrevista, el Instituto contaba con 18 títulos en *Amazon*, disponibles con la

opción *Look Inside* que autoriza al potencial lector ver capítulos de una cierta obra de manera gratuita y revisar otros textos editados por el IIEc.

La cooperación con *Amazon* reside en la cesión de un porcentaje de las transacciones a modo de regalías. *Amazon* paga regalías al rebasarse 100 dólares, 100 libras o 100 euros en ventas. Tras dos años de colaboración con este portal en línea, *Ediciones y Ventas* ha vendido 44 ejemplares (principalmente en Estados Unidos). La selección de los títulos expuestos en este medio obedece al grado de interés que el Jefe del *Departamento* cree que despertarán, o como él mismo argumentó “libros que no son producto de seminarios sino escritos por personas que son especialistas en el tema”<sup>167</sup>.

El precio de los libros es variable aunque el responsable del *Departamento* procura asignar costos lo más económico posible. *Amazon* le da un precio base y sobre ese precio él lo multiplica por 2 o un poco menos de 2. La suscripción a *Amazon* es gratuita. Secretaría Académica y Dirección del Instituto tienen comentarios positivos sobre la estrategia porque más que percibirla como fuente de grandes ventas, la vislumbran como una alternativa óptima para difundir y promocionar sus publicaciones.

Conjuntamente con el empleo de *Amazon*, en tanto herramienta de difusión digital, el *Departamento* cuenta con una página en *Facebook* ([www.facebook.com/pages/IIEc-Ediciones/](http://www.facebook.com/pages/IIEc-Ediciones/)) y utiliza el recurso de vistas previas de *Google* agenciado por la *DGP y FE*.

Por otra parte el repositorio del Instituto (ru-IIEc) creado a finales de 2010, atiende a la idea de recuperación, resguardo, conservación y difusión del material académico de calidad, producto de la investigación de su personal. El material divulgado vía el repositorio satisface un interés centrado en la visibilidad. La interfase empleada es atractiva para el usuario porque es radicalmente distinta a las plantillas de los desarrolladores de *software*.

Para interesar a los investigadores en este proyecto se dieron charlas en las que los responsables resolvían dudas que los académicos pudieran tener sobre qué era, cómo

---

<sup>167</sup> Roberto Guerra, *entrevista personal*, septiembre de 2013. México, D.F.



funcionaba, para qué servía y qué ventajas les daba en la difusión de sus investigaciones. La respuesta durante estos cuatro años ha sido positiva ya que *Ediciones y Ventas* refuerza permanentemente la participación en el proyecto.

En el *ru-IIEc* además de artículos de revistas, libros y revistas completas hay entrevistas, programas radiofónicos y de televisión porque el Instituto tuvo en un tiempo, participaciones en TV UNAM. Lo almacenado en el repositorio está disponible en acceso abierto para que lo consulte quién sea, de dónde sea. Según el Jefe del *Departamento*:

Algunos investigadores han sentido que algo ha pasado porque de repente tienen más demandas, más invitaciones, más solicitudes o los identifican con tal tema, con tal línea de trabajo porque alguien los vio ahí. Sabemos también que ha sido útil para la educación, para el apoyo porque algunos estudiantes que están fuera del DF se han beneficiado con bajar libros que no encuentran en bibliotecas cercanas y ninguna biblioteca de repente los tiene; entran al repositorio y pueden leer un texto que les recomienda un maestro y que no se consigue ni en librerías y a veces las mismas bibliotecas no los tienen.

El repositorio no cuenta con un presupuesto asignado para su operación, corre como un servicio lateral en uno de los servidores del Instituto. Está a cargo de una Comisión Académica conformada por el Secretario Técnico, un Técnico Académico de Secretaría Técnica, el Secretario Académico, el Jefe de Ediciones y Ventas, el Jefe de la Biblioteca y un Encargado Técnico que reporta al Secretario Técnico de la entidad.

El Encargado Técnico del *ru-IIEc* recalcó<sup>168</sup> que se han presentado limitantes en su operación porque el proyecto implica responsabilidad en la revisión y aprobación del material que se sube. El repositorio funciona muy bien para el material institucional, entendiendo por este los programas radiofónicos, las revistas históricas que está digitalizando la biblioteca y todo aquello que los usuarios adjuntan sin requerir aprobación de la Comisión Académica. Pero la movilidad es lenta para la aprobación de lo que añaden los académicos del Instituto, público primario del repositorio. En octubre de 2013, cuando se concertó la entrevista, el *ru-IIEc* tenía en lista de espera 100 documentos por cuestiones de revisión académica y derechos de autor.

---

<sup>168</sup> Gunnar Wolf, *entrevista personal*, octubre de 2013. México, D.F.

El *Departamento de Ediciones y Ventas* depende directamente de la Secretaría Académica del Instituto, el Jefe del mismo calificó las relaciones con esta oficina y con la Dirección como buenas.



El Centro de Ciencias de la Atmósfera (CCA) es una institución de investigación de frontera en ciencias atmosféricas y ambientales. La oficina responsable directamente de sus publicaciones es la *Sección Editorial*. Esta –que no figura en el organigrama de la entidad- se formó como tal en 2002 por la institucionalización de la *Revista Internacional de Contaminación Ambiental* (publicada desde 1985 y en la que a la fecha participan la Universidad Autónoma de Tlaxcala, la Universidad Veracruzana, la Universidad de Occidente y el Programa Universitario de Medio Ambiente (PUMA) de la UNAM).

Son atribuciones de la *Sección Editorial* la edición y publicación de las revistas *Atmósfera* (publicación insignia del Centro) e *Internacional de Contaminación Ambiental*; diseño y administración de la *página web* institucional; diseño de carteles; etc.<sup>169</sup> La periodicidad de estas dos publicaciones es trimestral; cada una cuenta con Editor en Jefe, Editor Técnico (Ejecutivo), Editor Asistente o Asociado, Coordinador de Arbitraje y Comité Editorial.

El personal que labora en la *Sección*, además del ya referido para cada publicación, consiste de un diseñador gráfico, una secretaria y un Jefe quién vigila los procesos editoriales de las revistas del CCA y es también Editor Técnico de la *Revista Internacional de Contaminación Ambiental*. El Jefe de la *Sección* sostuvo la insuficiencia de este personal, pero a comparación de lo que acontece en otras revistas de la universidad, considera que son parcialmente afortunados.

---

<sup>169</sup> Debido a que el Centro de Ciencias de la Atmósfera está experimentando un crecimiento importante, en próximas fechas se creará el Departamento de Vinculación y Comunicación de la Ciencia que se encargará entre otras cosas, de la administración del sitio del Centro en Internet, dejando a la *Sección Editorial* solo la edición de las revistas.

La publicación de libros nunca ha sido muy frecuente en el Centro, los que en su momento se editaron fueron coediciones con Dirección General de Divulgación de la Ciencia de la universidad y Secretaría del Medio Ambiente y Recursos Naturales. Estos títulos tuvieron más el carácter de cuadernos de trabajo o manuales que de libros. La política de la actual administración del CCA en cuanto a la edición de libros es canalizar esta a la *Dirección General de Publicaciones y Fomento Editorial* con miras a que la *Sección* se enfoque exclusivamente en las revistas. A decir del Jefe de la *Sección*:

[...] esto tiene mucho sentido porque especialmente para la Revista de Contaminación, nos llegan una cantidad de artículos que no podemos manejar. En este momento tenemos como 120 artículos en proceso de arbitraje, 11 que no hemos podido revisar y 2 en proceso de edición para el número de mayo. El primer número de 2014 salió con 11 artículos, tuvimos que retirar uno por cuestiones de plagio sino hubiéramos sacado 12. La idea es que en cada número de la revista estemos sacando 12 artículos. Pasamos de 8 a 12 en 2013.<sup>170</sup>

Al encontrarse ambas revistas institucionales indexadas en las dos bases de citas científicas más importantes del mundo como son *International Science Indicators/Thomson Reuters (ISI)* y *Scopus* (Base de datos bibliográfica de la empresa holandesa *Elsevier*<sup>171</sup>); la presión sobre sus procesos editoriales es significativa.<sup>172</sup> *Atmósfera* es más eficiente porque su Editor Asociado se concentra completamente en ella. La *Revista Internacional de Contaminación Ambiental* ha subsistido por su relación con la Universidad Autónoma de Tlaxcala y por apoyos que su Editor en Jefe consiguió de la Universidad Veracruzana y del PUMA, en épocas difíciles para las revistas de la UNAM (años 90) en que la política institucional fue cerrar las revistas universitarias.<sup>173</sup>

---

<sup>170</sup> Claudio Amescua García, *entrevista personal*, febrero de 2014. México, D.F.

<sup>171</sup> *Elsevier* creó la base de datos *Scopus*, parámetro oficial adoptado por la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) para medir la productividad de los científicos en los países que la integran.

<sup>172</sup> Las dos publicaciones del CCA también están indexadas en los sistemas de información en acceso abierto: *DOAJ (Directory of Open Access Journal)*, *Redalyc*, *Scielo México* y *Scielo Citation Index* (iniciativa de *Scielo Internacional* y *Thomson Reuters*).

<sup>173</sup> La política a la que refirió el responsable de la *Sección Editorial* del CCA —en entrevista— se originó en primer término en la Academia Mexicana de Ciencias que argumentaba la inutilidad de las publicaciones nacionales en correlación a las del resto del mundo. Razón por la que propuso a las Instituciones de Educación Superior del país que las revistas mexicanas de ciencia y tecnología se transformaran en revistas de divulgación. En esa época en la UNAM se cancelaron las ediciones de los *Anales del Instituto de Biología*, los *Anales del Instituto de Ciencias del Mar* y *Limnología* y se prohibió publicar la *Revista Internacional de Contaminación Ambiental* por lo que el

Para evitar que la revista de *Contaminación Ambiental* pasara por una situación similar en el futuro, el CCA y las universidades coeditoras firmaron un convenio para que cada una pagara la impresión de un número al año. El convenio se ha ratificado periódicamente aunque cada vez es menor el tiraje impreso porque los interesados consultan la revista en su versión digital. La impresión de ejemplares se conserva ya que bibliotecas alrededor del mundo continúan solicitándolos a través de suscripciones. De esta publicación se tiran unos 200 ejemplares y de *Atmósfera* entre 100 y 120.

Aprovechando la confirmación del convenio citado se intentó que las universidades coeditoras de la *Revista Internacional de Contaminación Ambiental* aportaran recursos económicos para la contratación de otro editor que atienda el rezago en la evaluación de los artículos recibidos. El rector de la Universidad Autónoma de Tlaxcala se ha sumado a la propuesta y el responsable de la *Sección Editorial* pidió una cita en el *Consejo de Publicaciones Académicas de la UNAM*. No obstante, este último expresó sus reservas sobre el apoyo que pueda conseguir de este organismo contemplando que los miembros del mismo se pronunciaron por la dotación de recursos únicamente a revistas en vías de consolidación.

Si bien se solicita a los evaluadores<sup>174</sup> tener listo el dictamen en 30 días, el Jefe de la *Sección* informó en entrevista que es poco frecuente que cumplan este plazo. Tal situación ha obligado a recrudescer los filtros para descartar materiales:<sup>175</sup> de entrada si el artículo no cumple con los lineamientos para autores es descalificado y si carece de dos sugerencias de revisores también es rechazado. Una vez que el artículo pasa el primer filtro es sometido a un escrutinio sobre su forma (redacción y estructura); si aprueba esta segunda fase se lleva a cabo una revisión breve de fondo en la que colaboran investigadores del CCA como editores asociados. Sorteados estos procesos se remiten los artículos elegidos a los árbitros.

---

Editor en Jefe hubo de recurrir a la Universidad Veracruzana para que pagara una parte del papel de la publicación.

Claudio Amescua García, *entrevista personal*, febrero de 2014. México, D.F.

<sup>174</sup> La *Sección Editorial* cuenta con un Banco de Evaluadores para sus dos publicaciones.

<sup>175</sup> El porcentaje de rechazo de colaboraciones que llegan a ambas revistas es de más del 50%.

Tanto *Atmósfera* como *Revista Internacional de Contaminación Ambiental* se localizan en el *Índice de Revistas Mexicanas de Investigación Científica y Tecnológica* del Conacyt.<sup>176</sup> Hasta 2012 el organismo daba al CCA el 50% del costo en que incidía con la impresión de las dos publicaciones. El monto máximo era de 100 mil pesos al año para cada revista; la *Sección* gastaba en promedio 80 mil y Conacyt reembolsaba la mitad de eso en efectivo.

En este momento las publicaciones de la *Sección Editorial* son presionadas para divulgar sus archivos en HTML y XML, marcados con metadatos y referencias, en formato *Podme*. La intención de incorporarlas a nuevos índices y sistemas de investigación internacional está complejizando sus procesos editoriales.

La *Sección Editorial* rinde cuentas a la Dirección del CCA, no tiene tratos con ninguna otra Secretaría del Centro. Su planeación anual consiste en publicar sin retraso cuatro números de *Atmósfera* y cuatro de la *Revista Internacional de Contaminación Ambiental* en fechas específicas.

### **Diagnóstico de las Instancias Editoriales de la UNAM según el Modelo de Industria de Contenidos insertas en la Convergencia Digital.**

**1. Indicador Conocimiento:** El conocimiento en la Universidad Nacional Autónoma de México se produce y difunde en soportes análogos y digitales. En el caso de libros del *Subsistema de Humanidades*<sup>177</sup> se detectó como problemática medular el que la mayoría de lo que se publica –con sello editorial- es producto de seminarios y no del trabajo de investigación. Paradójicamente los Centros e Institutos integrantes del *Subsistema* poseen

---

<sup>176</sup> A partir de 2014 Conacyt apoyará económicamente a las revistas que se encuentren en su *Índice* para la digitalización de sus contenidos y ya no para su impresión.

<sup>177</sup> El portal de *Estadística Universitaria de la UNAM* señala que en el periodo 2012-2013 el *Subsistema de Humanidades* produjo 609 libros y 1 160 capítulos de libros.

**Fuente electrónica:** *Portal de Estadística Universitaria de la UNAM* (<http://www.estadistica.unam.mx/numeralia/>).

como ocupación fundamental la investigación original en su área. Los títulos de esta área tienen además el inconveniente de ser muy extensos y continuar imprimiéndose en tiros de más de 200 ejemplares.

A fines de 2013 el Instituto Nacional del Derecho de Autor (INDAUTOR) empezó a colocar trabas para el otorgamiento del número ISBN. Los argumentos fueron que el material entregado -en ciertos casos- por las IES del país no podía considerarse libro porque este era de carácter institucional y carente de interés permanente. La medida ya impactó a los departamentos de edición y publicaciones de la UNAM que han tenido que idear mecanismos para “hacer pasar los productos de seminarios como libros”; enfrentando las más de las veces la negativa del órgano.

Un segundo inconveniente diagnosticado en *Humanidades*, es el de la libertad de cátedra que vuelve casi imposible la incorporación de títulos publicados por Institutos y Centros en la bibliografía de los programas de licenciatura y posgrado en los que estas entidades tienen participación o relación directa.

Como subrayó el Jefe del *Departamento de Publicaciones del CIALC*:

[...] los mejores promotores del libro universitario son los profesores y no lo son porque ni siquiera conocen lo que se edita en la universidad. Nosotros aquí no hemos hecho ese trabajo pero yo a veces me pregunto, ¿cuántos de los libros que editamos están en la bibliografía del plan y programa de estudios de Estudios Latinoamericanos? Podría decir que muy pocos. Lo cual es una contradicción.<sup>178</sup>

Por otro lado el *Subsistema de Investigación Científica* guarda notables diferencias en materia editorial. Debido a las especificidades del conocimiento que produce, sustentado en la innovación, inmediatez y desuso, enfoca sus esfuerzos en la publicación de revistas científicas y de divulgación. La edición y publicación de libros ha sido eliminada casi por completo de los programas editoriales de sus Institutos y Centros. Cuando requieren publicar un título lo verifican a través de la *DGPYFE* o de la *Dirección General de Divulgación de la Ciencia*.

Al realizar trabajo de campo y revisar los organigramas de Centros e Institutos de este *Subsistema* observamos que el trabajo editorial es llevado a cabo por Unidades de

---

<sup>178</sup> Ricardo Martínez, *entrevista personal*, febrero de 2014. México, D.F.

Publicaciones o Difusión, mismas que se acompañan o complementan con Oficinas o Departamentos de Comunicación Científica o Divulgación de la Ciencia. En casos como los del *Centro de Ciencias Aplicadas y Desarrollo Tecnológico*; *Centro de Física Aplicada y Tecnología Avanzada*; *Instituto de Energías Renovables* e *Instituto de Investigaciones en Matemáticas Aplicadas y en Sistemas*, los departamentos o áreas de divulgación son sustituidos por coordinaciones y unidades de Vinculación y Gestión Tecnológica o Servicios porque estas entidades se orientan a la transferencia tecnológica de sus productos de investigación en los ámbitos industrial, urbano y rural.

El *Portal de revistas científicas y arbitradas de la UNAM* reúne a abril de 2014 los siguientes números de revistas activos por área de conocimiento:

Área de Conocimiento	Número de revistas que se publican
Biología y Química	4
Biotecnología y Ciencias Agropecuarias	1
Ciencias Sociales	31
Físico Matemáticas y Ciencias de la Tierra	4
Humanidades y Ciencias de la Conducta	29
Ingenierías	3
Medicina y Ciencias de la Salud	6
Multidisciplinarias	6

De igual forma se presenta a continuación una muestra<sup>179</sup> del número de artículos científicos, libros y revistas publicadas durante 2013 por el personal de algunos Institutos, Centros de Investigación, Facultades y Escuelas de la UNAM.

---

<sup>179</sup> Los datos empleados son un condensado de información aparecida en las *Gacetas UNAM* de los meses de marzo y abril de 2014.

**Fuente electrónica:** *Portal de la Dirección General de Comunicación Social de la UNAM* (<http://www.dgcs.unam.mx/gacetaweb/>).

Entidad Académica	Indicadores <sup>180</sup>
Centro de Nanociencias y Nanotecnología (CNyN)	<p>42 investigadores y 13 becarios posdoctorales produjeron 66 artículos publicados en revistas indizadas en las bases ISI Thomson.</p> <p>El promedio del factor de impacto de las publicaciones fue de 2.43 y recibieron 1 255 citas de sus pares internacionales.</p>
Instituto de Ciencias Físicas (ICF)	<p>39 investigadores y 12 posdoctorantes redactaron 86 artículos. Dos de sus investigadores fueron los más citados del país en el área de física a nivel internacional de acuerdo al índice <i>Thomson</i>.</p>
Instituto de Geografía (IGg)	<p>Con una planta académica de 49 investigadores y 3 posdoctorantes en el Instituto se publicaron 42 artículos ISI, 9 internacionales, 2 nacionales en revistas del <i>Padrón de Conacyt</i> y 4 en otras publicaciones nacionales.</p> <p>También editaron: 2 libros internacionales; 14 nacionales; 31 capítulos en libros internacionales; 65 capítulos en textos nacionales y 3 Atlas (1 de ellos dirigido a la educación primaria).</p>
Centro de Ciencias Genómicas (CCG)	<p>Integran su personal: 26 investigadores y 8 posdoctorantes que publicaron durante este periodo 46 artículos en revistas internacionales indizadas con una media de 1.76 artículos por investigador. El índice de impacto promedio de estos trabajos fue de 3.73.</p> <p>Generaron además 3 artículos en revistas no indizadas, 6 capítulos en libros de difusión internacional, 3 artículos en memorias internacionales y 2 libros (un manual teórico-práctico y otro de divulgación).</p> <p>Tres de sus investigadores forman parte del grupo de mexicanos más citados en las revistas científicas de acuerdo a <i>Elsevier</i>.</p> <p>Una investigadora del Centro cumple funciones editoriales de notable importancia como: Review Editor de <i>Frontiers in Plant Biotechnology</i>; Associate Editor de <i>Frontiers in Plant Genetics and Genomics</i>; miembro del <i>International Editorial Advisory Board de Legume Genomics &amp; Genetics</i> y coeditora de <i>Frontiers in Plant Science-Genetics and Genomics</i> 2013.</p> <p>El Centro participó en un consorcio</p>

<sup>180</sup> En la tabla no se incluyen el número de técnicos académicos y personal subcontratado en las entidades elegidas porque no se encontró relación directa con la producción científica de estas. Hay casos excepcionales en que se mencionan porque estos recursos humanos llevan a cabo trabajo de investigación y/o son reconocidos como miembros del SNI.



	<p>multiinstitucional que consiguió la secuenciación completa del genoma de un parásito intestinal; los resultados fueron publicados en la prestigiosa revista <i>Nature</i>.</p>
Instituto de Biotecnología (IBt)	<p>Enfocado al desarrollo de patentes y creación de empresas tecnológicas vinculadas con la industria, este Instituto cuenta con 100 investigadores y una productividad científica de 1.49 artículos por investigador. El promedio de índice de impacto de sus documentos es de 3.85 según <i>Web of Science</i>.</p> <p>83% de sus académicos publica en revistas internacionales. En 2013 la entidad editó y presentó 2 libros nacionales y 1 internacional.</p>
Instituto de Investigaciones Biomédicas (IIBm)	<p>Cuenta con 93 investigadores, 12 técnicos académicos y 28 posdoctorantes. Este personal generó durante el periodo considerado 176 artículos indizados cuyo factor de impacto promedio fue de 3.26.</p>
Instituto de Matemáticas (IM)	<p>87 investigadores produjeron 132 artículos; una media de 1.58 documentos por académico.</p> <p>En el periodo comprendido se publicaron 2 libros científicos, 3 de texto y 2 de divulgación.</p>
Facultad de Estudios Superiores Iztacala	<p>Teniendo como prioridad la docencia, la planta académica de esta FES está conformada por: 1 868 docentes; 123 de ellos inscritos en el Sistema Nacional de Investigadores.</p> <p>En 2013 el personal publicó 695 contribuciones científicas: 550 artículos en revistas (148 correspondieron al ámbito nacional y 402 al internacional); 38 libros y 107 capítulos en libros.</p>
Centro de Investigaciones Interdisciplinarias en Ciencias y Humanidades (CEIICH)	<p>79 investigadores publicaron 21 libros, 46 capítulos en libros, 36 artículos en revistas arbitradas, 124 artículos de opinión y divulgación científica además de 32 ponencias en extenso en memorias.</p> <p>La entidad inició la publicación de la <i>Revista INTERdisciplina</i> en septiembre de 2013. De periodicidad cuatrimestral y arbitrada, esta aparece en formato digital e impreso. La versión impresa sale en español y la electrónica es una edición bilingüe que favorece la creación de redes de investigación nacionales y extranjeras.</p>
Escuela Nacional de Trabajo Social (ENTS)	<p>Líder nacional en su área de estudio, la Escuela cuenta con 29 profesores de carrera, 251 de asignatura y 9 técnicos.</p> <p>Durante 2013 se publicaron 3 libros, 15 capítulos de libros en autoría y 7 en coautoría; 128 artículos en revistas arbitradas y 17 materiales didácticos.</p>

	<p>Por vez primera durante ese año, 6 profesores de carrera participaron en la <i>Revista México Social</i> que edita el Centro de Investigación y Estudios para la Asistencia Social.</p>
Instituto de Investigaciones Filosóficas (IIFs)	<p>La producción científica de este Instituto constó de 2 libros, 8 compilaciones y 40 capítulos de libros. Adicionalmente sus investigadores publicaron 32 artículos en revistas arbitradas de la importancia del <i>Journal of Philosophy</i>, <i>Philosophical Issues</i> y <i>Journal of Moral Philosophy</i>.</p> <p>Las dos revistas que edita, <i>Diánoia</i> y <i>Crítica</i>, tienen un prestigio sólido que se refleja en los índices internacionales a los que pertenecen y en el número de artículos que reciben anualmente. <i>Diánoia</i> pertenece al <i>Índice de Revistas Científicas del Conacyt</i> y a <i>Scielo</i>. Maneja un índice de rechazo de artículos de 62% aproximadamente. <i>Crítica</i> también pertenece al <i>Índice de Revistas Científicas del Conacyt</i>, a <i>Jstor</i> y al <i>European Reference Index for the Humanities</i>. Su índice de rechazo de artículos es del 55% aproximadamente.<sup>181</sup></p>
Instituto de Investigaciones Antropológicas (IIA)	<p>La entidad publica la revista <i>Anales de Antropología</i> que en 2014 cumple 50 años de aparición. Cuenta con 34 técnicos académicos y 47 investigadores (2 eméritos),</p> <p>El personal académico publicó los resultados de sus investigaciones en 4 libros de autor único; en 14 títulos como editor, coordinador o compilador; 42 artículos científicos en revistas impresas y 7 en electrónicas; además de 47 capítulos de libros y 34 artículos de divulgación.</p>
Facultad de Derecho (FD)	<p>Enfocada en la enseñanza del Derecho a nivel licenciatura y posgrado; la Facultad cuenta con una planta docente de 111 profesores de asignatura y 135 de carrera. 56 de estos últimos pertenecen al SNI.</p> <p>Producto del trabajo de sus académicos, la FD editó 13 publicaciones, 3 de ellas en coedición con Grupo Porrúa. Asimismo publicó en formatos impreso y electrónico, los dos primeros números de la <i>Revista Latinoamericana de Derecho Comercial Internacional</i>. Creó también la gaceta electrónica <i>El Búho</i>, que relata los acontecimientos relevantes de este espacio</p>

<sup>181</sup> Los datos de este párrafo se obtuvieron del documento *Segundo Informe de Labores del Dr. Pedro Stepanenko Gutiérrez* (Director del Instituto de Investigaciones Filosóficas).

**Disponible en:** *Sitio web del Instituto de Investigaciones Filosóficas de la UNAM*  
(<http://recursos.filosoficas.unam.mx/~jrg/iifs/sitio/docs/294/files/SegundoInformeStepanenko.pdf>).

	académico e incluye artículos de fondo relacionados con temas de interés para la comunidad académica y estudiantil.
--	---

Una barrera para acercar el conocimiento es que aún en una institución pública como la UNAM existe reticencia para utilizar *software* o recursos informáticos libres. Cuando se creó el *Portal de revistas científicas y arbitradas de la UNAM* (<http://www.revistas.unam.mx/>) en 2011 los dos responsables del proyecto rehusaron en un principio emplear *Open Journal Systems* por considerarlo de baja calidad aunque tuvieron que aceptarlo tras la presión que ejercieron tanto la DGTIC como los editores de las revistas institucionales.

La vastedad del fondo editorial de la UNAM no impide que continúe creciendo. En 2012 fue presentada la serie infantil *La Constitución comentada para Niñas, Niños y Jóvenes... y para Todos* en coedición con la Suprema Corte de Justicia de la Nación. En septiembre de 2013 El Colegio Nacional y la universidad firmaron un convenio para la publicación de libros, memorias, así como para la reedición de textos agotados de integrantes de la institución editados por la UNAM.<sup>182</sup> En ese mismo año la Secretaría de Desarrollo Institucional y la Coordinación de Estudios de Posgrado lanzaron la *Convocatoria Colección Posgrado* en la que invitaban a los egresados de maestría y doctorado de la institución durante el periodo 2012-2013, a participar en el concurso de selección de las mejores tesis para su publicación.

En mayo de 2014 la Coordinación de Innovación y Desarrollo de la UNAM y el Centro de Desarrollo de Material Didáctico<sup>183</sup> de la Dirección General de la Escuela Nacional

<sup>182</sup> *Gaceta UNAM*, 17 de septiembre de 2013: 20.

<sup>183</sup> El Centro de Desarrollo de Material Didáctico se creó en 2014. Aquí se produce material de apoyo a la docencia para todas las asignaturas que se imparten en la ENP. La apertura del espacio busca incrementar la cifra de insumos didácticos, incorporar recursos innovadores y contar con repositorios disponibles para la comunidad de la entidad.

**Fuente electrónica:** *Gaceta Digital de la UNAM* ([http://www.gacetadigital.unam.mx/ediciones\\_anteriores/2014/16-06-2014/index.php/gobierno/3017-vanguardia-de-la-escuela-nacional-preparatoria.html](http://www.gacetadigital.unam.mx/ediciones_anteriores/2014/16-06-2014/index.php/gobierno/3017-vanguardia-de-la-escuela-nacional-preparatoria.html)).

Preparatoria (ENP) convocaron al personal docente a participar en el *Concurso para el Desarrollo de Materiales Didácticos Digitales*.<sup>184</sup> El certamen tuvo como objetivos:

- Integrar un acervo de materiales para apoyar el aprendizaje y las actividades docentes de las asignaturas de 4° grado de la ENP.
- Contribuir con material digital de apoyo para enriquecer el aprendizaje dentro del aula a alumnos de 4to grado de la ENP.
- Propiciar el uso de la tecnología para facilitar la comprensión de las asignaturas.
- Aprovechar los recursos tecnológicos para proporcionar un aprendizaje significativo y el desarrollo de habilidades de los estudiantes.

Los aspectos positivos a destacar en esta convocatoria son:

- a.) La participación de profesores activos de la EPN que previamente hayan diseñado material didáctico digital. Esta podía hacerse de manera individual o en equipo de máximo 5 integrantes.<sup>185</sup>
- b.) La opción de presentar varias propuestas de diferentes unidades de cualquiera de las asignaturas de 4° grado.
- c.) La flexibilidad en la ejecución del material que podía desarrollarse mediante cualquier herramienta, plataforma o sistema operativo siempre y cuando fuera funcional en dispositivos móviles.
- d.) El cumplimiento de al menos un elemento de los subsecuentes tópicos en la composición del material digital.

---

<sup>184</sup> *Gaceta UNAM*, 22 de mayo de 2014: 21.

<sup>185</sup> Él o los participantes debían ser titulares de los derechos de autor. Previamente habían de firmar un documento en el que manifestaban que el material presentado era de su creación original y contaba con todos los derechos de propiedad intelectual, incluyendo los de terceros que participan con él. El jurado se reservaría el derecho de descartar las propuestas en las que, a su juicio, se corría algún riesgo relacionado con derechos de propiedad intelectual.

<b>Tópicos</b>	<b>Elementos</b>
<b>Estrategia Didáctica</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Teórico expositivo</li> <li>• Ejercicio</li> <li>• Actividad experimental</li> <li>• Actividad de reforzamiento</li> <li>• Evaluación</li> </ul>
<b>Medios</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Texto</li> <li>• Imagen</li> <li>• Video</li> <li>• Audio</li> <li>• Animación 2D</li> <li>• Animación 3D</li> <li>• Simulador</li> <li>• Interactivo</li> </ul>
<b>Uso</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Trabajo individual en clase</li> <li>• Trabajo en Laboratorio</li> <li>• Autoestudio</li> <li>• Evaluación</li> <li>• Autoevaluación</li> </ul>

- e.) La evaluación de las propuestas didácticas por un jurado de académicos distinguidos quienes seleccionarían las mejores en función de: 1.) Cobertura temática; 2.) Actualización; 3.) Didáctica; 4.) Aprovechamiento del medio y 5.) Calidad editorial.
- f.) El estímulo a los participantes con la premiación económica y la publicación digital de los materiales ganadores.<sup>186</sup>
- g.) La inclusión de los materiales seleccionados en el repositorio de recursos educativos de la ENP y su certificación con el sello de calidad del Centro de Desarrollo de Materiales Didácticos.

En el rubro de las publicaciones periódicas, de enero de 2012 a noviembre de 2013 aparecieron tres nuevas revistas: *Revista Mexicana de Bachillerato a Distancia* (Coordinación del Bachillerato a Distancia en coedición con la Red de Bachilleratos Universitarios Públicos a Distancia del Espacio Común de Educación Superior a Distancia); *Revista Mexicana de Derecho Electoral* (Instituto de Investigaciones Jurídicas) y Revista electrónica *Patrimonio: Economía Cultural y Educación para la Paz* (Facultad de Psicología). La *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales* inició una nueva época, dejó de ser el instrumento informativo

<sup>186</sup> De acuerdo a la convocatoria, cada material seleccionado recibiría un reconocimiento y un premio económico en función de la valoración del jurado. Podrían premiarse hasta tres propuestas de una misma unidad. El premio mínimo consistía de 2 500 pesos y el máximo de 15 mil.

de esta Facultad para dar cabida a colaboraciones de distintas instancias universitarias mexicanas e internacionales.<sup>187</sup>

**2. Indicador Inmediatez:** Una alternativa a la difusión del conocimiento y la cultura producidos en las universidades contemporáneas son los repositorios institucionales. Estos se definen como “un conjunto de servicios que ofrece la universidad a los miembros de su comunidad, para la distribución de materiales digitales creados por la institución y los miembros de esa comunidad”. (C. A. Lynch en Torres, 2011: 31)

La UNAM desarrolla desde 2009 la *Red de Acervos Digitales-UNAM* (RAD-UNAM). Su objetivo es crear una red de Repositorios Universitarios (RU's) para apoyar a las dependencias y entidades de la universidad en el manejo y disseminación de recursos en formato digital producto de la actividad académica, en particular: artículos, presentaciones, imágenes y bases de datos. Simultáneamente los recursos digitales de los RU's en su conjunto pueden ser recuperados y consultados por medio del buscador del Repositorio Institucional RAD-UNAM (<http://www.rad.unam.mx>).

Esta *Red* se circunscribe en el programa institucional *Toda la UNAM en Línea*. La RAD-UNAM cuenta con una Coordinación General, una Coordinación Técnica y responsables técnicos y de contenidos de los 10 Repositorios Universitarios existentes en la universidad:<sup>188</sup>

@ **Reflexión de los Futuros de México** (Coordinación de Difusión Cultural)

@ **Repositorio de la Coordinación de Universidad Abierta y Educación a Distancia** (CUAED)

@**RU-TIC** (Dirección General de Tecnologías de Información y Comunicación)

@**Repositorio Institucional de la Facultad de Ciencias**

@**RU-FFYL** (Facultad de Filosofía y Letras)

@ **RUd-IIS** (Instituto de Investigaciones Sociales)

---

<sup>187</sup> Información obtenida de *Gaceta UNAM*, ejemplares del 09 de enero de 2012; 29 de marzo de 2012; 12 de abril de 2012 y 07 de noviembre de 2013.

<sup>188</sup> **Fuente electrónica:** *Repositorio Institucional RAD-UNAM* (<http://www.rad.unam.mx/index.php/index/equipo>).

**@Repositorio del Instituto de Ingeniería**

**@RU-CELE** (Centro de Enseñanza de Lenguas Extranjeras)

**@ Irekani**(Repositorio Universitario del Instituto de Biología)

**@ RU-IIEc** (Instituto de Investigaciones Económicas)

La intención de los repositorios es que los documentos y materiales de interés de las respectivas áreas estén disponibles de forma gratuita y su accesibilidad sea casi inmediata a su conclusión (modalidad *preprints*<sup>189</sup>), lo que difícilmente ocurre con libros y en menor medida, con revistas. En la UNAM cualquier dependencia puede participar en la *RAD-UNAM* siempre y cuando cumpla con tres requisitos: 1.) crear un Repositorio Universitario (RU) que utilice el protocolo OAI-PMH;<sup>190</sup> 2.) nombrar un responsable técnico y 3.) participar en las reuniones generales de *RAD-UNAM*.

Resulta ineludible aclarar que los repositorios integrantes de la *RAD-UNAM* son muy diferentes entre sí. Por ejemplo el *ru-IIEc* del Instituto de Investigaciones Económicas es el único que basa su interés en ser mayormente un “autodepósito”. En tanto el del Instituto de Biología (RU Irekani) solo autoriza que un grupo de académicos concedores del funcionamiento y registrados, adjunten material propio o de su área basándose en las necesidades de sus usuarios.<sup>191</sup>

El 14 de noviembre de 2011 el Rector de la UNAM dio a conocer la iniciativa *Toda la UNAM en Línea* (<http://www.unamenlinea.unam.mx/>). El proyecto ampara su instauración en las declaraciones de Budapest (2002); Bethesda (2003) y Berlín (2003) orientadas a la accesibilidad vía Internet de los resultados de la investigación científica en el mundo, primordialmente de aquella generada con recursos públicos.

---

<sup>189</sup> Los denominados *preprints* (preimpresos o preimpresiones) son versiones de artículos académicos o científicos enviados a revistas pero que aún no han sido publicados. (Galina, 2011: 161-162)

<sup>190</sup> *Open Archives Initiative Protocol for Metadata Harvesting* (OAI-PMH) es un protocolo para la transmisión de contenidos en Internet.

<sup>191</sup> **Fuente electrónica:** *Revista Digital Universitaria (Dirección General de Cómputo y de Tecnologías de Información y Comunicación de la UNAM)* (<http://www.revista.unam.mx/vol.11/num4/art41/>).

En la *Gaceta UNAM* del 30 de agosto de 2012 fue publicado el *Acuerdo por el que se crea el Consejo General de Toda la UNAM en Línea*. Este es un programa de largo plazo que pretende poner a disposición del público en general toda la producción académica y cultural de la universidad, de forma gratuita y sin restricciones. *Toda la UNAM en Línea* se incluyó en la Línea Rectora 16 (Visibilidad UNAM) del Plan de Desarrollo Institucional 2011-2015.<sup>192</sup>

De las 14 funciones conferidas al *Consejo*, estas son las más relevantes:



**Proponer, distribuir, dar seguimiento y evaluar el ejercicio del presupuesto correspondiente al programa.**

**Proponer estrategias y mecanismos para impulsar la proyección nacional e internacional de la UNAM apoyada por la visibilidad de su presencia en línea.**

**Establecer estándares institucionales para la evaluación cualitativa y cuantitativa de los avances de la presencia en línea de entidades y dependencias de la UNAM.**

**Emitir recomendaciones y opiniones sobre la presencia en línea de entidades y dependencias de la UNAM y presentar informes periódicos al Presidente del Consejo.**

**Crear grupos de trabajo para desarrollar estudios y proyectos transversales.**

**Proponer modificaciones y/o adecuaciones a la Legislación Universitaria.**

**Establecer vínculos de colaboración con organizaciones e instituciones nacionales y del extranjero en los temas que le competen.**

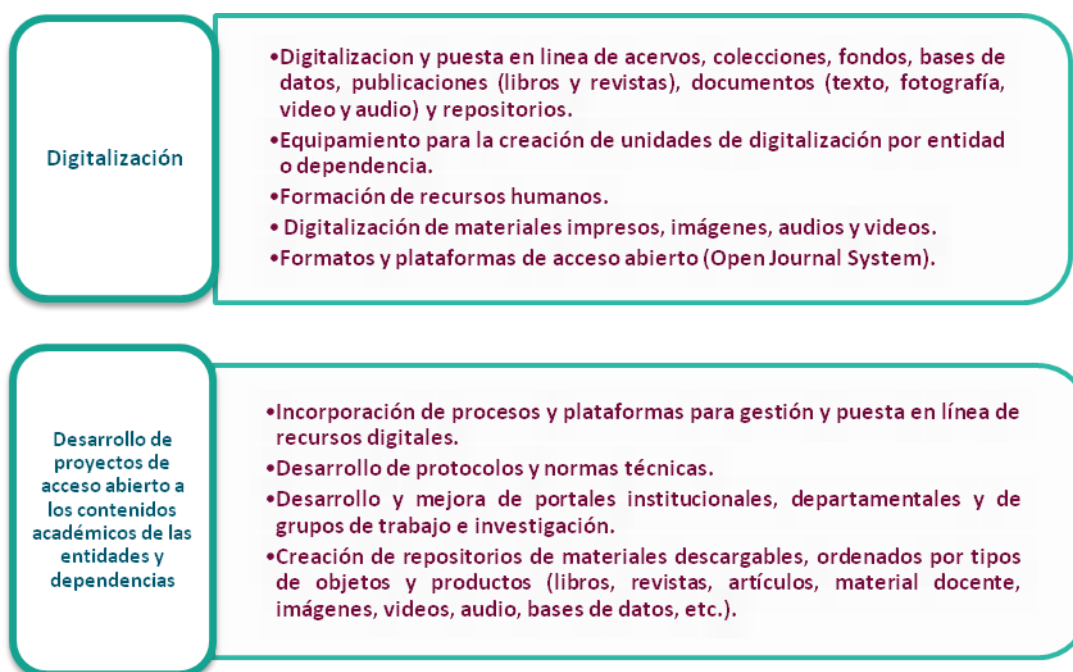
La dotación de recursos económicos de este programa estratégico inició en febrero de 2014 con la convocatoria *Programa de Apoyo Financiero para el Desarrollo y Fortalecimiento de los Proyectos Unitarios de Toda la UNAM en Línea*. El objetivo general de esta invitación es impulsar la elaboración de proyectos unitarios referentes a recursos digitales y contenidos

<sup>192</sup> **Fuente electrónica:** *Portal de la Dirección General de Planeación de la UNAM* ([http://www.planeacion.unam.mx/consulta/Plan\\_desarrollo.pdf](http://www.planeacion.unam.mx/consulta/Plan_desarrollo.pdf)).



específicos que pudieran ser realizados o diseñados por una o varias entidades académicas o dependencias, así como por universitarios, individualmente o en grupos, para su puesta en línea tales como: a.) elaboración de contenidos digitales; b.) digitalización de materiales existentes; c.) clasificación y catalogación de materiales; d.) publicación de contenidos y e.) preservación, difusión y mantenimiento de materiales.<sup>193</sup>

De los cuatro componentes del programa *Toda la UNAM en Línea*, dos son los que atañen directamente al trabajo editorial y de difusión de conocimiento y cultura de las instancias universitarias. Aquí los rubros que conciernen a cada uno.



Como proyecto estratégico a largo plazo, *Toda la UNAM en Línea* se desarrolla por etapas. En enero de 2014 concluyó la primera de ellas dirigida a sentar las bases y concretar dos

<sup>193</sup> *Gaceta UNAM*, 17 de febrero de 2014: 23-24.

objetivos: 1.) generar nuevos recursos ya digitalizados y 2.) rescatar libros, artículos y colecciones de la institución, aún en versión impresa.

La segunda etapa, iniciada en febrero de 2014, plantea que el proyecto vaya más allá de un buscador especializado, acrecentando la generación de contenidos universitarios y brindando acceso libre a todo lo que producen entidades y académicos universitarios. El portal se modificó y ahora es más amigable al clasificar los materiales de una forma básica: docencia digital; cultura y entretenimiento; ciencia e investigación y bibliotecas, tesis y acervo digital.

Un instrumento más de difusión del conocimiento producido en la universidad, es la plataforma *Ciencia Nueva: Doctorados UNAM*(<http://www.ciencianueva.unam.mx/>).El sitio de Internet –presentado en febrero de 2014- aspira a reunir las investigaciones con las que, de 2011 a la fecha, han obtenido el grado de doctor los estudiantes de los 42 programas de doctorado con que cuenta la institución.<sup>194</sup>

La colección *Ciencia Nueva: Doctorados UNAM* estará formada íntegramente por libros electrónicos, cada uno con ISBN y disponibles en acceso abierto (por lo que no generarán regalías). Los autores suscribirán una *autorización de publicación no exclusiva* en formato digital; todos los derechos patrimoniales o económicos, como la transformación o la traducción, seguirán perteneciendo a los autores. Este es un esfuerzo conjunto de la Dirección General de Publicaciones y Fomento Editorial, la Dirección General de Cómputo y Tecnologías de la Información y Comunicación y la Dirección General de Evaluación Institucional.

**3. Indicador Digitalización:** Los procesos de digitalización (conversión de una señal analógica en una sucesión de impulsos eléctricos equivalente al código binario<sup>195</sup>) se han constituido usualmente en panacea para la gestión, resguardo, circulación y consulta de información y conocimiento público y privado, científico y cultural. El sector educativo ha

---

<sup>194</sup> **Fuente electrónica:** *Sitio web Ciencia Nueva: Doctorados UNAM* (<http://www.ciencianueva.unam.mx/docs/convocatoria.pdf>).

<sup>195</sup> **Fuente electrónica:** *Página de Internet de la Universidad de Concepción (Chile)* (<http://www2.udec.cl/~lsalazarv/digitalizacion.html>).

sido pionero en ellos. Empero hay que mirar la digitalización, tanto de los materiales editados por las universidades o IES como de empresas comerciales en México, con cautela. Aunque la *Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana* reportó en diciembre de 2013 un incremento del 60% en la producción de ediciones digitales con respecto a 2011; se pasó de 0.1% a 0.2% lo que revela que aún falta mucho para alcanzar la cifra mínima de 1% de la producción total de la industria editorial nacional.<sup>196</sup>

El peso de las publicaciones digitales en la UNAM se ha manifestado a partir de 2012 en la demanda de profesionales con conocimientos y habilidades en el campo de las TIC's aplicadas a los procesos de edición, difusión cultural y científica. De marzo de ese año a marzo de 2014 se convocaron 16 concursos de oposición para contratar nuevo personal bajo las modalidades de Técnico Académico Asociado B, Técnico Académico Ordinario C, Técnico Académico Ordinario Titular A y Técnico Académico Asociado A. Las instancias universitarias solicitantes del mayor número de nuevos recursos humanos fueron la DGTIC y el Instituto de Investigaciones Bibliográficas, con 3 cada uno. Pese a esa numeralia, la contratación de personal necesita ser analizada con precaución porque bajo el argumento de la incorporación de recursos humanos integrales, se reduce el número de plazas en las áreas editoriales y de difusión en pro de una contratación selectiva que exige personal multitarea.

Grupos de académicos e investigadores de la UNAM han previsto las demandas introducidas en la trasmisión y el resguardo del conocimiento y la cultura en el actual contexto definido por la convergencia digital. En ese sentido surgió la *Coordinación de Colecciones Universitarias Digitales* (CCUD), dependencia adscrita a la Secretaría de Desarrollo Institucional y formalizada el 14 de enero de 2013.

El proyecto de la CCUD se originó en el Instituto de Biología de la universidad como una

---

“Hay pabellón digital, pero en 2012 la producción de ebooks no llegó a 1%”.

**Disponible en:** *Portal en Internet del periódico mexicano El Universal*  
(<http://www.eluniversal.com.mx/cultura/2013/impreso/hay-pabellon-digital-pero-en-2012-la-produccion-de-ebooks-no-llego-a-1-73096.html>).

respuesta a la carencia de normatividad, formatos de digitalización y procesos de guarda de información de las colecciones de biología y las cadenas de ADN. Posteriormente la Rectoría argumentó<sup>197</sup> como puntos nodulares para su creación, entre otros:<sup>198</sup>

- Que la Universidad Nacional Autónoma de México cuenta con un vasto patrimonio conformado por un extenso acervo de colecciones científicas, humanísticas y culturales custodiadas por las entidades que conforman los tres subsistemas, así como las facultades y escuelas.
- Que las colecciones en su conjunto constituyen una herramienta invaluable para ampliar el conocimiento en temas globales y profundizar en la investigación de frontera en todas las áreas del saber.
- Que el empleo de las tecnologías de la comunicación y de la información es hoy en día indispensable para garantizar la preservación y divulgación de los bienes generados por la ciencia, las humanidades y las artes, así como para extraer o integrar de formas novedosas el conocimiento que almacenan.
- Que dados su volumen y su diversidad, es de suma importancia integrar, organizar y sistematizar a través de una red tecnológica transdisciplinaria el acervo de colecciones que resguarda la UNAM, así como las que genera mediante el trabajo académico cotidiano.
- Que, en virtud del volumen y de la diversidad del acervo de colecciones que resguarda la UNAM, resulta conveniente la creación de una instancia universitaria responsable de las tareas que implica la detección, concentración, organización, sistematización, digitalización y divulgación de este patrimonio.

---

<sup>197</sup> El fundamento legal de la creación de esta *Coordinación* se encuentra en los artículos 1º y 9º de la *Ley Orgánica de la Universidad Nacional Autónoma de México* y en el artículo 34, fracciones IX y X del *Estatuto General*. (*Gaceta UNAM* del 14 de enero de 2013)

<sup>198</sup> El *Acuerdo por el que se crea la Coordinación de Colecciones Universitarias Digitales* puede consultarse de forma íntegra en la *Gaceta UNAM* del 14 de enero de 2013: 20.

**Fuente electrónica:** Portal de la Dirección General de Comunicación Social de la UNAM (<http://www.dgcs.unam.mx/gacetaweb/historico.html>).

De ahí que la nueva oficina tenga como objetivos:<sup>199</sup>



En palabras del Jefe de Planeación Editorial de la *DGPyFE*:

Lo preocupante del surgimiento de la CCUD es que hasta cierto punto puede invadir las atribuciones de la DGTIC. Pero hemos vivido mucho estos proyectos, lo que pasa es que cuando no hay una normatividad, ya no se concretan. Se supone que la CCUD va a hacer un registro de lo que es material digital especializado en la universidad para que no se dupliquen esfuerzos, para que haya normas sobre el escaneo, el

<sup>199</sup> El titular de la CCUD es nombrado por el Secretario de Desarrollo Institucional previo acuerdo con el Rector. En esta primera etapa la Coordinadora General es la Dra. Tila María Pérez Ortiz, investigadora del Instituto de Biología. La estructura y organigrama de la Coordinación son propuestos por su titular y aprobados por el Secretario de Desarrollo Institucional, previo acuerdo con el Rector. (*Gaceta UNAM* del 14 de enero de 2013)

almacenamiento. Creo que es su principal labor y sí lo logra estamos muy bien. Sin embargo tiene también otras actividades y esperamos que no la distraigan.<sup>200</sup>

El fenómeno de la digitalización ha alcanzado en la institución a los libros publicados con recursos financieros del *Programa de Apoyo a Proyectos de Investigación e Innovación Tecnológica* (PAPIIT), el *Programa de Apoyo a Proyectos para la Innovación y Mejoramiento de la Enseñanza*<sup>201</sup> (PAPIME) y la *Iniciativa para Fortalecer la Carrera Académica en el Bachillerato de la UNAM*<sup>202</sup> (INFOCAB). En concordancia con el Plan de Desarrollo de la Universidad, la UNAM convocó en mayo de 2014, a sus académicos que presentaron solicitudes de conversión y edición digital de libros publicados en papel, para difundirse en la *web* bajo el esquema de libre descarga en beneficio de la comunidad universitaria y el público en general.<sup>203</sup>

---

<sup>200</sup> Camilo Ayala Ochoa, *entrevista personal*, junio de 2013. México, D.F.

<sup>201</sup> El PAPIME es operado por la Dirección General de Asuntos del Personal Académico (DGAPA). Impulsa la superación y desarrollo del personal académico con el apoyo a proyectos que conduzcan a la innovación y mejoramiento del proceso enseñanza-aprendizaje y que beneficien directamente a los alumnos tanto del bachillerato como de la licenciatura de la UNAM.

Los proyectos de innovación de la enseñanza deben girar en torno a temas que permitan una enseñanza creativa, con nuevas formas de pensar, para motivar el interés y la imaginación de los estudiantes, y penetrar en los campos multidisciplinarios que permitan resolver situaciones complejas.

**Fuente electrónica:** *Sitio de Internet de la Dirección General de Asuntos del Personal Académico de la UNAM* (<http://dgapa.unam.mx/html/papime/papime.html>).

<sup>202</sup> La INFOCAB promueve la participación de los profesores en actividades académicas que, simultánea e integralmente, repercutan en su superación y en el sostenimiento de un ámbito de trabajo académico en beneficio del bachillerato de la UNAM.

Se apoyan, mediante la evaluación colegiada de pares académicos de las distintas áreas del conocimiento, proyectos que presenten acciones académicas colegiadas; de innovación y creatividad que fundamentalmente incluyan el desarrollo y aplicación en la enseñanza de lenguas y fomenten integralmente en el alumno las habilidades lingüísticas esenciales de comprensión auditiva, expresión oral, lectura y escritura en niveles básicos y avanzados; que impulsen el desarrollo de las habilidades, tanto en el uso de las nuevas tecnologías educativas, como en el manejo de la informática y de los ambientes virtuales o a distancia.

**Fuente electrónica:** *Sitio de Internet de la Dirección General de Asuntos del Personal Académico de la UNAM* (<http://dgapa.unam.mx/html/infocab/infocab.html>).

<sup>203</sup> *Gaceta UNAM*, 16 de mayo de 2014: 30-31.

Las modalidades en las que podían presentarse las obras fueron dos: 1.) Edición digital en formato *ePub* (con una dotación de hasta 40 mil pesos) y 2.) Edición digital en formato *ePub3* (con una dotación máxima de 75 mil pesos). El primer tipo aludió a obras que se publican como un archivo simple sin una maquetación estática, factibles de leerse en la mayoría de lectores de libros electrónicos, ordenadores y algunos móviles. La segunda modalidad apuntó a las obras interactivas con elementos complejos multimedia.

En contraste con otros intentos de digitalización este dio cuenta de una planeación en la elección de los textos. Ya en los requisitos de la convocatoria se leía que para que los títulos sean digitalizados precisaban cumplir, entre otros, estos requisitos:

- Que el contenido de la obra tenga actualidad y pertinencia de acuerdo al estado del arte del tema.
- Que la obra esté agotada.
- La alta demanda de la obra.
- La publicación de un libro electrónico por académico.

La parte cuestionable del proyecto es que la distribución de los libros electrónicos se haría solo por la página electrónica de la DGAPA y la librería virtual de la *DGPYFE*. Lo más conveniente sería la inserción de estos materiales en el portal *Toda la UNAM en Línea*, una vez que este ha entrado en una segunda etapa, encaminada a la generación de contenidos universitarios en acceso libre.

**4. Indicador Virtualización:** El 01 de diciembre de 2013 en el marco de la FIL Guadalajara, la UNAM presentó la versión actualizada de la librería virtual universitaria *libros unam*,<sup>204</sup> en donde los interesados en las publicaciones universitarias pueden comprarlas vía Internet y recibirlas en su domicilio si son impresas o descargarlas en dispositivos electrónicos si se trata de *e-books*.<sup>205</sup> La librería está organizada en las categorías: novedades; más buscados;

---

<sup>204</sup> Antes de que Javier Martínez asumiera la jefatura de la Dirección General de Publicaciones y Fomento Editorial UNAM en mayo de 2012, el portal *libros unam* servía únicamente para brindar información sobre algunos libros publicados por la universidad, básicamente del *Sistema de Humanidades*. La página no era actualizada continuamente, su diseño era muy básico y no podían hacerse compras en línea.

<sup>205</sup> *Gaceta UNAM*, 02 de diciembre de 2013: 12.

premios; para todos; para el especialista; colecciones; libros de texto y recomendamos. A junio de 2014 el portal reportaba 240 e-books disponibles para su descarga pero al intentar llevar a cabo esta acción aparecían solamente 62 títulos, ninguno de los cuales podía descargarse.<sup>206</sup>

---

<sup>206</sup> A ese respecto resulta dudosa la veracidad con que los responsables de *libros unam* gestionan y llevan un registro de sus ventas en línea pues en la lista de “lo más comprado online” de su página aparecen los e-books: *La gran Tenochtitlan* (Hernán Cortés); *El arte de caminar* (William Hallitz) y *La guerra con Estados Unidos* (Guillermo Prieto) lo cual es imposible dado que estos materiales ni siquiera están disponibles para la descarga.

**Fuente electrónica:** *Tienda Electrónica de Libros UNAM*  
(<http://libros.unam.mx/index.php?controller=best-sales>).



*Libros unam* opera de acuerdo a las disposiciones establecidas en el Artículo 76 BIS de la *Ley Federal de Protección al Consumidor de México*.<sup>207</sup> Las modalidades de pago son amplias e incluyen tarjetas de crédito, débito y cuenta *PayPal*. La empresa contratada para hacer los envíos es *FedEx*; el comprador paga una tarifa acorde a su ubicación en la República Mexicana. El tiempo que se maneja para los envíos es de 3 a 8 días y a diferencia de librerías comerciales en Internet como *Amazon*, *librosunam* no cuenta con la opción de envío urgente o exprés.

A menos de un mes del lanzamiento de la librería comercial en línea de la UNAM, su sitio *web* dejó de funcionar en cuanto la universidad entró en receso vacacional de fin de año (16 de diciembre de 2013 al 03 de enero de 2014). Si el interés es difundir y comercializar los libros entre el público no universitario resulta contradictorio que en este mes, cuando se lleva a cabo el mayor número de compras de libros como opción de regalo, la página no esté disponible.

En esta iniciativa en particular, la *DGPYFE* como responsable de la misma, debió plantearse que su librería virtual no puede, a diferencia de las físicas, permanecer cerrada durante vacaciones administrativas o asuetos académicos. El público que acostumbra comprar por Internet desea que los productos o servicios estén disponibles los 365 días del año, las 24 horas como ocurre en librerías mexicanas en línea como *Gandhi*, *El Sótano* o el *Fondo de Cultura Económica*. El hecho de que el sitio en línea no esté disponible o presente fallas técnicas, resta credibilidad y seriedad a *librosunam*; perdiéndose por partida doble un lector y un cliente potencial.

En la *Gaceta UNAM* del 22 de mayo de 2014 el Director de la *DGPYFE* anunció que: “La UNAM acaba de autorizar la adquisición de una licencia para tener los DRM<sup>208</sup> de los eBooks,

---

<sup>207</sup> **Fuente electrónica:** *Tienda Electrónica de Libros UNAM* ([libros.unam.mx/index.php?id\\_cms=2&controller=cms&id\\_lang=1&content\\_only=](http://libros.unam.mx/index.php?id_cms=2&controller=cms&id_lang=1&content_only=)).

<sup>208</sup> Los DRM (Digital Rights Management), en español “gestión digital de derechos” es un término genérico que alude a las tecnologías de control de acceso usadas por editoriales y titulares de derechos de autor para limitar el uso de medios o dispositivos digitales. También se utiliza para referir a las restricciones asociadas a instancias específicas de obras digitales o dispositivos.

lo que nos va a posibilitar que esa producción de 500 libros digitales pueda comercializarse mediante la tienda de Libros UNAM”. (p. 12)

**5. Indicador Desintermediación:** En la nueva economía de la convergencia digital entendemos a la desintermediación como una “función de ruptura en la distribución que salta de los canales tradicionales a Internet u otros mecanismos que permiten distribuir a costos muy reducidos y sin estructuras fijas”. En este orden de ideas sostenemos que la producción editorial de la UNAM se encuentra a medio camino entre la distribución tradicional y la distribución digital. La distribución tradicional se consume en 1.) la *Red de Librerías UNAM*; 2.) librerías de entidades y dependencias universitarias y 3.) en ferias del libro al interior y exterior de las dependencias universitarias y/o campus central.

La *Red de Librerías* está integrada por 7 tiendas, la última de ellas, (Librería Jorge Carpizo<sup>209</sup>) abrió sus puertas (enero de 2012) en las instalaciones de la Asociación Autónoma del Personal Académico de la Universidad Nacional (AAPAUNAM). Paralelamente hay entidades o dependencias que cuentan con librerías de administración propia (Facultad de Filosofía y Letras; Instituto de Investigaciones Sociales; Centro de Enseñanza de Lenguas Extranjeras) y/o en concesión (Centro Cultural Universitario, Facultad de Arquitectura).

Diversas instancias organizan anual u ocasionalmente ferias en sus espacios académicos. La Facultad de Contaduría y Administración emprende uno de los eventos con más tradición en Ciudad Universitaria, la *Expo Libros y Revistas*. La muestra, que nació en 1987, se organiza cada semestre y lo mismo exhibe textos de la Facultad que de otras entidades y editoriales.<sup>210</sup> La Feria de la Torre II de Humanidades convoca desde 2001<sup>211</sup> un aproximado

---

**Fuente electrónica:** *Versión electrónica de la “Guía del Consumidor sobre Gestión de Derechos Digitales” (INDICARE)* ([http://www.indicare.org/tiki-download\\_file.php?fileId=201](http://www.indicare.org/tiki-download_file.php?fileId=201)).

<sup>209</sup> La *Librería Jorge Carpizo* es un espacio que cuenta con títulos editados por la UNAM y editoriales como Siglo XXI, Océano, entre otras. Posee cafetería, invernadero y galería de arte donde pueden adquirirse obras de académicos de la Facultad de Artes y Diseño. (*Gaceta UNAM*, 5 de enero de 2012: 12).

<sup>210</sup> **Fuente electrónica:** *Portal de la Facultad de Contaduría y Administración de la UNAM* ([http://www.fca.unam.mx/expo\\_libro\\_XL.php](http://www.fca.unam.mx/expo_libro_XL.php)).

de 10 mil visitantes al año y ofrece unos 30 mil ejemplares con descuentos de hasta el 70 por ciento. En la explanada de *Las Islas* las entidades universitarias adscritas al Subsistema de Humanidades exponen libros, videos, publicaciones periódicas y digitales relacionadas con estas disciplinas.<sup>212</sup> En esta feria como en las de algunas dependencias (Instituto de Investigaciones Filosóficas, Instituto de Investigaciones Sociales) la intención eje no es la promoción de novedades sino la comercialización de aquellos títulos carentes de rotación. El problema es tan grande en la universidad que la *DGPYFE* realizó en marzo de 2014 el *Gran Remate de Libros UNAM* en el que participaron 31 instancias, de las cuales 22 correspondían al Subsistema de Humanidades.<sup>213</sup>

En el caso de las ferias de libro externas, la participación se hace ordinariamente por medio de la *DGPYFE*, que acude con un *stand* institucional de novedades con fuerte presencia en eventos nacionales como la Feria Internacional del Libro de Guadalajara y la Feria del Libro de Minería, organizada anualmente por la Facultad de Ingeniería de la casa de estudios. La importancia de la FIL Minería en la presentación de libros y novedades de las entidades y dependencias de la UNAM se sintetiza de esta forma:

- En 2012 de las 1 100 actividades desarrolladas en la Feria, 37.5% fueron generadas por la UNAM.<sup>214</sup>
- En 2013, 49 instancias universitarias participaron en la feria y realizaron el 40% de las actividades de la misma. Las direcciones de Literatura y General de Publicaciones y Fomento Editorial exhibieron conjuntamente 4 700 títulos y más de 45 mil ejemplares en 400 metros cuadrados.<sup>215</sup>
- Para la edición de 2014 se programaron 1 440 actividades y participaron 46 entidades. En esta ocasión, especialistas de la DGTIC, crearon una aplicación para dispositivos con sistemas

---

<sup>211</sup> La Feria de la Torre II de Humanidades es un proyecto del CEIICH y la Coordinación de Estudios de Posgrado.

<sup>212</sup> *Gaceta UNAM*, 21 de mayo de 2012: 06.

<sup>213</sup> **Fuente electrónica:** *Tienda Electrónica de Libros UNAM* (<http://www.libros.unam.mx/remate/index.html>).

<sup>214</sup> **Fuente electrónica:** *Revista digital Sinembargo (México)* (<http://www.sinembargo.mx/22-02-2012/157527>).

<sup>215</sup> **Fuentes electrónicas:** *Portal de medios de comunicación REVOLUCIÓN TRESPUNTOCERO (México)* (<http://revoluciontrespuntocero.com/narro-robles-inaugura-fil-de-mineria>) y *Sitio web de la Facultad de Ingeniería de la UNAM* ([http://www.ingenieria.unam.mx/informe2013/informe\\_2013.pdf](http://www.ingenieria.unam.mx/informe2013/informe_2013.pdf)).

operativos *iOS* y *Android* (a partir de la versión 2.2). Por medio de ella podían consultarse las actividades del evento.<sup>216</sup>

A decir del Jefe de Publicaciones del CIALC: “En la Feria de Minería hemos llegado a hacer 15 o 20 presentaciones de libros. Es el evento en donde más presentaciones tenemos”.

Otras ferias nacionales a las que asistió la institución en los últimos años son:



🏛️ Feria UANLeer/Universidad Autónoma de Nuevo León (anualmente desde su apertura en 2010).

🏛️ Feria Internacional del Libro Universitario organizada por la Universidad Veracruzana (anualmente desde su apertura en 1994).

🏛️ Feria Nacional del Libro de la Universidad Autónoma de San Luis Potosí (marzo 2012).

🏛️ Feria Universitaria del Libro de la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo.

---

<sup>216</sup> **Fuente electrónica:** *Página de Internet del periódico El Financiero (México)*  
(<http://www.elfinanciero.com.mx/after-office/todo-sobre-la-fil-de-mineria-en-una-app.html>).

Entidades académicas como el Instituto de Investigaciones Jurídicas (IIJ) y la Facultad de Contaduría y Administración (FCA), ejecutan gran parte de la distribución editorial de manera digital/virtual. El IIJ fue pionero en esta práctica en la UNAM. En 2005 puso en línea el portal [www.bibliojuridica.org](http://www.bibliojuridica.org) que ofrecía –y sigue convidando- en texto completo sus publicaciones (libros y revistas) para ser leídos en pantalla y vendidos en impreso. La FCA por su parte, lanzó en septiembre de 2012 el proyecto Publicaciones Empresariales UNAM. FCA Publishing (<http://publishing.fca.unam.mx/>). Primera librería electrónica universitaria especializada en temas empresariales y organizacionales en América Latina.<sup>217</sup> El espacio virtual alberga 51 libros electrónicos; apuntes de asignaturas del plan de estudios 2012; revistas, entre otros materiales.<sup>218</sup>

Desafortunadamente estas dos librerías enfrentan el mismo conflicto que la tienda *libros unam*: no comercializar sus textos en periodos vacacionales de la universidad. La situación que, vista con un enfoque de mercado, reclama una atención urgente; puede estar motivada por la necesidad de contratar personal externo no sindicalizado y/o por análisis sobre demanda que indican a las instancias un escaso tráfico comercial durante esos momentos.

**6. Indicador Interconexión en Red:** En el contexto de las redes sociales emergen modelos de negocio que suelen integrar las funciones de producción y consumo en los propios participantes. Las modas como factor dinamizador y transformador de estos mercados ejercen una influencia determinante sobre las decisiones, conductas y emociones de los miembros de la red.

Las instancias editoriales de la UNAM han aprovechado las nuevas herramientas tecnológicas disponibles gratuitamente en Internet como formas de divulgación de sus publicaciones y acercamiento con públicos jóvenes, ajenos y cercanos a la institución así como especialistas del área. En la red social *Facebook*, entidades como el Instituto de Investigaciones Bibliotecológicas y de la Información (IIBI) cuentan con un perfil en el que aparte de notificar

---

<sup>217</sup> *Gaceta UNAM*, 06 de septiembre de 2012: 9.

<sup>218</sup> Datos actualizados al 17 de julio de 2014.

sobre actividades académicas, incluyen información de las nuevas publicaciones de sus investigadores e incluso proporcionan *links* para descargar libremente los materiales. Entre las entidades que explotan la referida red con los mismos fines que el IIBI encontramos al Centro de Investigaciones Interdisciplinarias en Ciencias y Humanidades; al Instituto de Ecología; la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales; la Coordinación de Estudios de Posgrado; la Facultad de Filosofía y Letras y el Instituto de Investigaciones Estéticas.

Las dependencias mencionadas cumplen con un requisito esencial de las redes sociales, la interacción.<sup>219</sup> Esta implica que los interesados se suscriban sin trabas a las páginas, dejar comentarios o solicitar información. Su presencia en la red social acarrea el seguimiento de instituciones o individuos con inquietudes análogas en el campo científico o cultural respectivo, creando una red de infocomunicación integrada en la comunidad en línea. Ella es vinculable con *Twitter*, *Youtube*, *Instagram* y las redes que van sumándose a este tejido cada vez más complejo.

El factor moda es explotado en la difusión de productos editoriales por la Coordinación de Difusión Cultural. La oficina gestiona el portal en línea *Descarga Cultura*, sitio que congrega una variedad creciente de literatura grabada –en formato multimedia- por sus propios autores o por lectores profesionales además de *podcasts* de ciencia y música. Los materiales se descargan gratuitamente a dispositivos como computadora personal, Tablet, *smartphone* o reproductor de mp3. Estas modalidades orientan el consumo de los contenidos a los más jóvenes, familiarizados con la descarga de música en la red o la compra de aplicaciones en las tiendas electrónicas *iTunes* de *Apple* o *Google Play*. *Descarga Cultura* mantiene al tanto de las novedades a sus seguidores ligando su página principal a *Facebook*, *Twitter* y *Youtube*.<sup>220</sup>

**7. Indicador Innovación:** La innovación como aspecto imprescindible en todos los sectores de la economía para la convergencia digital y su elemento clave, la creatividad, han

---

<sup>219</sup> El caso del perfil en Facebook de *libros unam* es contrario a esta afirmación. El elemento interacción fue relegado sin contemplar que el acto hace creer al cliente que no es tomado en cuenta.

<sup>220</sup> **Fuente electrónica:** *Podcast cultural de la UNAM* (<http://descargacultura.unam.mx/>).

sido considerados notoriamente en la industria contemporánea del libro. La jefatura del *Departamento de Ediciones y Ventas* del Instituto de Investigaciones Económicas incorporó a la dinámica de sus presentaciones de libros, la entrega a los asistentes de una tarjeta tipo postal. Esta contenía una breve reseña del texto, fotografía de la obra y su autor y un código QR, que al escanearse con un teléfono inteligente, conduce al potencial lector a una *web* que amplía la información sobre el título u otros trabajos del autor.

*La Fiesta del Libro y la Rosa* conmemora el Día del Libro y el Derecho de Autor con un programa de actividades literarias (charlas con escritores, lecturas colectivas, exhibición y venta de publicaciones) y culturales (danza, teatro, cine) y académicas (coloquios). El evento es una propuesta innovadora de la Coordinación de Difusión Cultural en la que se involucran dependencias relacionadas con el mundo del libro, la lectura y la ciencia de la universidad como la *DGPYFE*, el Instituto de Investigaciones Bibliográficas, la Dirección General de Divulgación de la Ciencia. Su primera edición fue en 2008 en el Centro Cultural Universitario que la continua albergando hasta el momento.

Desde la edición de 2012 se incorporaron estaciones de audio (*Descarga Cultura*) para que los asistentes escucharan grabaciones de la colección *Voz Viva* así como quioscos para descargar libros seleccionados del catálogo editorial.<sup>221</sup> *La Fiesta* se ha hecho extensa a sedes foráneas de la institución como la Escuela Nacional de Estudios Superiores (Morelia) que la celebró por vez primera en abril de 2014.<sup>222</sup>

La *DGPYFE* plantea innovar en la experiencia del lector en su Red de Librerías. A finales de 2013 esta Dirección firmó un convenio de colaboración con el Centro de Investigaciones de Diseño Industrial de la universidad para desarrollar un proyecto bajo la metodología SUGAR - coordinada por el profesor Larry Leifer de la Universidad de Standford, encaminada a la innovación en ingeniería y diseño-.

---

<sup>221</sup> *Gaceta UNAM*, 19 de abril de 2012: 18.

<sup>222</sup> **Fuente electrónica:** *Sitio web del diario La Jornada (México)* (<http://www.lajornadamichoacan.com.mx/2014/04/10/anuncia-unam-primera-emision-de-la-fiesta-del-libro-y-la-rosa/>).

La colaboración consistió en el diseño de prototipos para mejorar la experiencia del usuario en las librerías universitarias, concibiéndolas como espacios que reúnen libros, diseño, tecnología y comunicación. Los involucrados partieron de la idea de que las librerías UNAM deben integrar la producción editorial, tanto en papel como digital, en un espacio multidisciplinario que permita la compra tradicional de libros; la descarga de publicaciones digitales y la consulta interactiva del catálogo editorial. Además aspiran a convertir estos lugares en puntos de encuentro a la usanza de pequeños centros culturales para charlas, presentaciones y otras actividades artísticas.

Los resultados de la iniciativa se hicieron públicos en junio de 2014 en la SUGAR DesignFair<sup>223</sup> -la Alianza Global de la Universidad de Stanford para el Re-diseño-. El primer prototipo, creado por el equipo de *UNAM Mobile*, integra diseño y tecnología para implantar un punto de encuentro dinámico en la librería. Nuevo mobiliario, iluminación y distribución con un dispositivo para explorar el catálogo de publicaciones; ofrecer contenido digital extra (recomendaciones, agenda, videos, material digital gratuito) y aplicaciones para dispositivos electrónicos que faciliten la descarga de novedades editoriales, cartelera cultural, recomendaciones de libros y material extra.

Por otro lado, alumnas de la Facultad de Ingeniería y de la Facultad de Contaduría y Administración, presentaron a HUGO, un búho que funciona como herramienta de activación comercial. Este prototipo que camina y habla, busca atraer al público hacia *Libros UNAM*.<sup>224</sup>

**8. Indicador Nuevo Rol de los Actores:** La inclusión del público universitario y no universitario como productores de conocimiento y cultura se expresa en la multiplicidad de concursos literarios a los que convocan anualmente las distintas entidades y dependencias de la UNAM. Los concursos incluyen tradicionalmente la publicación de los trabajos

---

<sup>223</sup> Esta feria celebra la creatividad de los estudiantes y la productividad en los prototipos desarrollados por distintas universidades patrocinados por empresas en todo el mundo.

<sup>224</sup> **Fuente electrónica:** *Perfil institucional de Libros UNAM en la Red Social Facebook* (<https://www.facebook.com/media/set/?set=a.865390256808860.1073741842.374684995879391&type=3>).



ganadores; lo que garantiza la adquisición de material innovador y el no tener que lidiar con la compra de derechos de autor y complicaciones derivadas de esta.

En 2012 la *Dirección de Literatura* invitó a la sexta edición del concurso *Caza de Letras* en las modalidades de cuento y poesía. La participación fue abierta, sin impedimento de nacionalidad ni lugar de residencia, con la salvedad de que la obra estuviera escrita en español. Los ganadores de cada categoría obtuvieron 50 mil pesos y la publicación del texto con el sello de *Literatura UNAM*.<sup>225</sup>

La *Revista Punto de Partida* de la *Dirección de Literatura* lanzó en noviembre de 2013, como cada año, la convocatoria número 45 de su concurso en los géneros de crónica, cuento, cuento breve, ensayo de creación, fotografía, gráfica, poesía y traducción literaria. El concurso es extensivo a todos los estudiantes de bachillerato, licenciatura y posgrado de México. Contempla que los trabajos han de ser inéditos, firmados con seudónimo e ir acompañados de un sobre cerrado que contenga nombre completo del autor, rubro en el que concursa, entre otros datos.

La convocatoria es clara en cuanto a extensión de las obras en consonancia a la categoría en la que se participe, la opción de participar en más de una categoría, la no devolución de los trabajos exceptuando aquellos que participen en fotografía y gráfica y la premiación que está dotada económicamente.<sup>226</sup> La premiación incluye la publicación del trabajo ganador en la revista, un reconocimiento y un lote de libros editados por la *Dirección de Literatura* de la UNAM. Además de dos primeros lugares por categoría, el jurado podría otorgar las menciones que considerara pertinentes en cada una de ellas. Estas recibirían un reconocimiento y un lote de libros publicados por la *Dirección*.<sup>227</sup>

---

<sup>225</sup> *Gaceta UNAM*, 18 de octubre de 2012: 17.

<sup>226</sup> La convocatoria del *Concurso 45 de la Revista Punto de Partida* en su punto 7 señala que “se otorgarán dos premios (primer y segundo lugar) en cada categoría. El primer lugar recibirá \$7, 000.00 (Siete mil Pesos M.N.); el segundo lugar recibirá \$5, 000.00 (Cinco Mil Pesos M.N.)...”. (*Gaceta UNAM*, 04 de noviembre de 2013: 26)

<sup>227</sup> *Gaceta UNAM*, 04 de noviembre de 2013: 26.

## **Diagnóstico de las Instancias Editoriales de la UNAM según el Nuevo Institucionalismo Sociológico.**

**1. Indicador Mayor acoplamiento en algunas organizaciones** (Mayor rendición de cuentas). Respondiendo a las preguntas: *¿Qué procedimientos y prácticas en materia de rendición de cuentas legal y financiera lleva a cabo la UNAM y cuáles conciernen a sus Instancias Editoriales? ¿De qué forma se ejecutan?*

Una forma o mecanismo de rendición de cuentas legal-interno es la creación de órganos de control, seguimiento y aseguramiento del cumplimiento de funciones y/o deberes de las distintas oficinas y dependencias universitarias. Para el caso de la actividad editorial en la UNAM fueron creados mediante acuerdo el *Consejo y la Red de Directores y Editores de Revistas Académicas y Arbitradas*. Estos dos nuevos órganos se constituyeron con la finalidad de definir políticas institucionales que promuevan la proyección e impacto de las publicaciones de la universidad en los ámbitos nacional e internacional, así como un acceso más abierto a sus contenidos.<sup>228</sup>

El *Consejo* está integrado actualmente por el Director General de Cómputo y de Tecnologías de Información y Comunicación; el responsable de Publicaciones Digitales de esa misma dependencia; el titular del Instituto de Investigaciones Bibliotecológicas y de la Información; el Director General de Bibliotecas; los directores de las revistas *Investigación Bibliotecológica, Atmósfera, Investigación Económica, Ingeniería, Investigación y Tecnología y Cuestiones Constitucionales* así como la editora de la *Revista Mexicana de Astronomía y Astrofísica* y una investigadora del Instituto de Física.

Los antecedentes del *Consejo* y la *Red* se remontan al tiempo en que fungió como Secretario General de la universidad el Dr. Sergio Alcocer Martínez de Castro (2008-2012); época que coincidió con el descenso de la UNAM en los *rankings* internacionales. La estrategia para posicionarse de nueva cuenta en ellos fue la indexación de las publicaciones institucionales en *Scopus*. Al respecto el Editor Técnico de la *Revista Internacional de Contaminación Ambiental* recuerda: “[...] estuvimos en Rectoría y nos dijeron: el objetivo de esta reunión es

---

<sup>228</sup> *Gaceta UNAM*, 23 de septiembre de 2013: 6.

que todas las revistas de la UNAM entren a *Scopus*. Los editores nos reímos porque fue evidente que se desconocían los alcances de esta petición”.

A partir de ese momento inició un proceso importante: con el apoyo de la Secretaría General se publicó en 2010 el *Catálogo de Revistas Científicas y Arbitradas de la UNAM* (en impreso, CD y posteriormente el portal en Internet <http://www.catalogoderevistas.unam.mx/>). Pese a que el proyecto fue una iniciativa para dar solución a corto y mediano plazo al problema del reconocimiento externo de la universidad, a largo plazo ayudó a las revistas institucionales a mantener el proyecto una vez que el Secretario General en turno abandonó el cargo.

Por otra parte la *Red* existía –si bien no se había formalizado-, porque los editores de las publicaciones consolidadas de la universidad tenían reuniones periódicas, había políticas; los coordinadores (Adriana Ortiz y Ricardo Vidal) trabajaban en equipo, consultando a los editores en todo momento y la DGTIC estaba involucrada. Tras una propuesta que los editores hacen llegar al Coordinador de Publicaciones Digitales de la DGTIC, la *Red* consigue institucionalizarse.

Uno de los argumentos que esgrimieron los editores fue la añeja tradición de la UNAM en la publicación de libros pero el escaso interés por la difusión de sus revistas exceptuando la *Revista de la Universidad* y en alguna época *Los Universitarios*. Las publicaciones periódicas de la universidad habían tenido que resolver sus problemáticas internas, que comprendían la aportación económica de los propios editores para la impresión de estas. Ahora con el *Acuerdo de Creación del Consejo de Publicaciones Académicas y la Red de Editores de Revistas Académicas y Arbitradas en la UNAM* los apoyos no son producto de la buena voluntad de una autoridad.

El inconveniente que ven los editores sobre la operación del *Consejo* es que esta es sumamente lenta ya que a febrero de 2014 solo se habían realizado tres reuniones. Los acuerdos a los que llegaron durante dichas sesiones fueron: 1.) el otorgamiento de recursos económicos –involucrando para ello al Coordinador de Planeación, Presupuestación y Evaluación de la universidad- y 2.) la necesidad de profesionalizar los equipos editoriales de

cada revista porque hay Consejos Editoriales de ciertas publicaciones o dependencias que funcionan formalmente pero en general una o dos personas hacen el trabajo de todos los días para que la revista en turno salga. Son comunes los casos en que alumnos que prestan servicio social en las áreas editoriales o de publicaciones de las dependencias sean contratados por honorarios. La UNAM pretende –por sugerencia de los auditores- contratar bajo esta modalidad a recursos humanos necesarios para áreas u oficinas de este tipo, haciéndoles renovar contrato cada tres meses.

La inquietud del *Consejo* y la *Red* es unificar a los equipos editoriales de las más de 100 revistas universitarias para que alcancen un nivel parecido en lo referente a salarios, preparación, capacitación y oferta de cursos.

Los departamentos editoriales, jefaturas de publicaciones u oficinas de índole similar al interior de la UNAM presentan cada año informes sobre lo producido en términos de número de títulos, ejemplares y/o tirajes de libros, revistas y otros materiales a las direcciones de sus respectivos Centros, Institutos, Facultades o Escuelas. Estas los incorporan al Informe General de Labores que todo Director debe brindar anualmente durante su gestión. Este mismo ejercicio lo realizan las instancias editoriales para entregarlo a la *DGP*y*FE* que lo integra a un nuevo documento de carácter estadístico.

A los dos primeros informes se suma un tercero que participa de los egresos e ingresos en los que incurrió la instancia respectiva. Para el caso que nos concierne comprenden: a.) los gastos de los procesos totales o concretos de la cadena de producción del libro o material distinto y b.) las ganancias agenciadas por la venta de estas publicaciones/contenidos. Estos informes son remitidos a los departamentos de contabilidad y presupuesto o unidades administrativas según corresponda.<sup>229</sup>

Entre las acciones que toman los Comités Editoriales de las entidades y dependencias con

---

<sup>229</sup> Las entidades académicas y dependencias administrativas universitarias (165) son revisadas también por el Órgano Interno de Control.

relación a estos informes se cuentan: 1.) modificar su programa editorial anual reduciendo o incrementando los títulos y tirajes; 2.) compaginar la edición impresa con la digital en línea; 3.) contratar servicios y recursos externos a sus departamentos o jefaturas editoriales y 4.) delegar las tareas editoriales a la *DGP y FE* como ya hicieron la mayoría de los Centros e Institutos del Subsistema de Investigación Científica.

La UNAM en tanto institución receptora de recursos públicos del Gobierno Mexicano entrega la Cuenta Anual (ejecución de su presupuesto)<sup>230</sup> a la Comisión de Vigilancia de la Auditoría Superior de la Federación de la Cámara de Diputados. Así la universidad atiende a lo dispuesto en la *Ley Federal para la Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental* y cumple con el *Reglamento de Transparencia, Acceso a la Información Pública y Protección de Datos Personales para la UNAM*.<sup>231</sup> En la página electrónica sobre transparencia de la institución <http://www.transparencia.unam.mx/>; universitarios y sociedad en general acceden a datos de las actividades sustantivas de la casa de estudios, y de los aspectos de carácter presupuestal y financiero. La información es actualizada mensualmente.

En el *Estado de ingresos, gastos e inversiones del 1º de enero al 31 de mayo de 2014*,<sup>232</sup> contenido en esta *web*, la *Edición de libros y revistas* aparece como un *gasto* de 82, 728 pesos sin ningún apunte adicional que esclarezca la procedencia de este. De igual manera no es posible saber si en los egresos clasificados como *Materiales, refacciones, herramientas y accesorios didácticos y de investigación y Apoyo a programas de extensión y colaboración académica y científica* hubo incentivos económicos para actividades relacionadas a la publicación, difusión, distribución y comercialización de publicaciones.

---

<sup>230</sup> La Cuenta Anual como compromiso con la rendición de cuentas y la transparencia ha sido entregada por la casa de estudios desde 2001. Es realizada por el Consejo de Transparencia que se auxilia del Comité de Información institucional. El *Reglamento* citado fue publicado en la *Gaceta UNAM* del 12 de septiembre de 2011; entró en vigor a partir del 13 de septiembre.

**Fuente electrónica:** Sitio web “Transparencia y Acceso a la Información” de la UNAM (<http://www.transparencia.unam.mx/informeannual.pdf>).

<sup>231</sup> *Gaceta UNAM*, 23 de mayo de 2013: 8.

<sup>232</sup> **Fuente electrónica:** Sitio web “Transparencia y Acceso a la Información” de la UNAM (<http://www.transparencia.unam.mx/InfPresCon/Estados%20Ingreso%20Gasto.pdf>).

A través de la *DGpyFE* las instancias editoriales de la UNAM efectúan el *Depósito Legal*: obligación de los editores y productores de materiales bibliográficos y documentales en México, de entregar ejemplares de sus obras a la Biblioteca Nacional y a la Biblioteca del Congreso de la Unión. El *depósito legal* comprende la cesión de dos ejemplares de cada libro, folleto, revista, mapa, partitura, cartel, materiales audiovisuales y electrónicos.<sup>233</sup>

El *depósito legal* actúa como un objeto de rendición de cuentas de la función de extensión universitaria. Contribuye a la integración del patrimonio cultural del país y de su incumplimiento devienen multas.

**3. Indicador Nuevas formas de producción de conocimiento caracterizado por promover las relaciones entre la ciencia y la sociedad y validado por estructuras legitimadoras (industria, Estado y organizaciones no gubernamentales, entre otras).** De este indicador se desprenden estos índices-preguntas.

- *¿Qué instituciones estatales legitiman la producción de conocimiento en la UNAM (consejos nacionales de ciencia y tecnología, ministerios y/o secretarías de educación)?*

En México se carecen de partidas presupuestarias del Gobierno Federal para el rubro de la edición universitaria. El Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (Conacyt), máximo órgano promotor del desarrollo de la investigación científica y tecnológica en el país solo destina recursos económicos para las revistas de investigación y de divulgación de ciencia y tecnología.<sup>234</sup>

---

<sup>233</sup> **Fuente electrónica:** *Portal de la Biblioteca Nacional de México* (<http://bnm.unam.mx/index.php/antecedentes-historicos/59>).

<sup>234</sup> Los gobiernos de Argentina, Colombia, Costa Rica y Venezuela son los únicos que a nivel regional están incentivando la edición universitaria. El gobierno venezolano comenzó a involucrarse en la edición de materiales universitarios en octubre de 2013. A fines de este mes el ministro del Poder Popular para la Educación Universitaria confirmó la creación de un fondo editorial que apoyará a la difusión del pensamiento humanístico y científico de las universidades de este país. Con un monto inicial de 30 millones de bolívares se pretende conformar un fondo que incentive no solo la producción de libros sino la distribución, promoción y desarrollo de libros digitales para personas con diversidad funcional y audiolibros. Los argumentos que sostienen esta propuesta son: 1.) que las universidades son instituciones de gran producción editorial fundamental para la actividad intelectual de Venezuela y 2.) que hay regiones del país en que las universidades son el principal centro editor o el único centro cultural y científico al que muchas veces le hace falta acompañamiento, asesoría o recursos.

En septiembre de 2007 Conacyt hizo público el *Índice de Revistas Mexicanas de Investigación* como un reconocimiento a las revistas científicas de calidad y excelencia editorial. Los criterios para definir la calidad y la excelencia editorial de estas publicaciones son entre otros:<sup>235</sup>

- **La inclusión de artículos y reseñas producto de investigación con resultados originales y sujetos a un estricto arbitraje.** Un mínimo de 75% del material total publicado en el año debe cumplir con esta condición. El requisito se evalúa de conformidad con los estándares internacionales establecidos por cada área del conocimiento. Al menos 60% del total de autores por cada número publicado deben estar adscritos a dependencias distintas a la que edita la revista.

- **El Comité Editorial debe estar formado por investigadores de calidad reconocida por la comunidad nacional e internacional.** Es fundamental que este cuerpo editorial sea multi-institucional y multi-nacional.

- **La revista debe contar con arbitraje riguroso, especializado y argumentado.** Cada artículo publicado debe haber sido aprobado por al menos dos árbitros. La cartera de árbitros debe incluir todas las áreas que trate la revista y estar compuesta por investigadores líderes en su especialidad, adscritos a instituciones nacionales y extranjeras. El 60% de los árbitros que evalúan los artículos de la revista deberán ser externos a la dependencia que la edita.

- **El rigor de las evaluaciones se deberá apreciar en las respectivas actas de dictamen.**

- El contenido del formato de dictamen ha de contener estos seis criterios: 1.) relevancia temática y originalidad; 2.) discusión de la materia y contribución para el avance de la disciplina; 3.) consistencia y estructura de la exposición de objetivos; 4.) orientación de la línea de argumentación (o bien de la evidencia empírica) hacia la fundamentación de los planteamientos esenciales; 5.) evaluación del uso y actualización de las fuentes y 6.) correspondencia de la metodología con los objetivos de la investigación y/o de la reflexión teórica.

---

<sup>235</sup> El listado completo y detallado de estos criterios puede consultarse en el documento “Criterios generales de evaluación para el Índice de Revistas Mexicanas de Investigación Científica y Tecnológica del Conacyt” incluido en el CD *Anexos* de esta tesis.

El texto también se encuentra disponible en la *Página de Internet del Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (México)* ([http://www.conacyt.gob.mx/comunicacion/IndiceRevistas/Documents/Indice-de-Revistas\\_Criterios-valoracion\\_Convocatoria-2009.pdf](http://www.conacyt.gob.mx/comunicacion/IndiceRevistas/Documents/Indice-de-Revistas_Criterios-valoracion_Convocatoria-2009.pdf)).

Este *Índice* clasifica a las publicaciones en ocho áreas de conocimiento. La UNAM tiene revistas en cada una de ellas como se aprecia en la siguiente tabla, en que se presentan algunos títulos:

Área de Conocimiento/Número total de publicaciones por área	Nombre de la Publicación/Instancia Editorial a la que pertenece/Vigencia en el Índice
<b>I. Físico Matemáticas y Ciencias de la Tierra</b>  <b>(10 revistas)</b>	<i>Revista Atmósfera</i> /Centro de Ciencias de la Atmósfera/(2007-2017)  <i>Boletín de la Sociedad Geológica Mexicana</i> /Instituto de Geología/(2007-2014)  <i>Revista Geofísica Internacional</i> /Instituto de Geofísica/(2007-2017)  <i>Boletín del Instituto de Geografía</i> /Instituto de Geografía/(2007-2017)  <i>Revista Mexicana de Astronomía y Astrofísica</i> /Instituto de Astronomía/(2007-2017)  <i>Revista Mexicana de Ciencias Geológicas</i> /Centro de Geociencias/(2007-2017)
<b>II. Biología y Química</b>  <b>(14 revistas)</b>	<i>Revista de Educación Química</i> /Facultad de Química/(2011-2013)  <i>Revista Internacional de Contaminación Ambiental</i> /Centro de Ciencias de la Atmósfera/(2007-2014)  <i>Revista Mexicana de Biodiversidad</i> /Instituto de Biología/(2007-2017)
<b>III. Medicina y Ciencias de la Salud</b>  <b>(3 revistas)</b>	<p>o Sin presencia institucional en esta área del conocimiento.</p>
<b>IV. Humanidades y Ciencias de la Conducta</b>  <b>(26 revistas)</b>	<i>Crítica. Revista Hispanoamericana de Filosofía</i> /Instituto de Investigaciones Filosóficas/(2007-2014).  <i>Dianoia</i> /Instituto de Investigaciones Filosóficas/(2007-2014)  <i>Revista Estudios de Cultura Maya</i> /Instituto de Investigaciones Filológicas/(2010-2014)  <i>Revista Estudios de Historia Novohispana</i> /Instituto de Investigaciones Históricas/(2007-2017)  <i>Revista Perfiles Educativos</i> /Instituto de Investigaciones sobre la Universidad y la Educación/(2007-2014)
<b>V. Ciencias Sociales</b>	<i>Anuario Mexicano de Derecho de Internacional</i> /Instituto



<p><b>(40 revistas)</b></p>	<p>de Investigaciones Jurídicas/(2008-2016).</p> <p><i>Boletín Mexicano de Derecho Comparado</i>/Instituto de Investigaciones Jurídicas/(2007-2014).</p> <p><i>Revista Contaduría y Administración</i>/Facultad de Contaduría y Administración/(2007-2014)</p> <p><i>Cuestiones Constitucionales. Revista Mexicana de Derecho Constitucional</i>/Instituto de Investigaciones Jurídicas/(2007-2017).</p> <p><i>Revista Investigación Bibliotecológica</i>/Instituto de Investigaciones Bibliotecológicas/(2007-2014).</p> <p><i>Norteamérica. Revista Académica del CISA-UNAM</i>/Centro de Investigaciones sobre América del Norte/(2010-2016).</p> <p><i>Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales</i>/Facultad de Ciencias Políticas y Sociales/(2011-2013).</p> <p><i>Revista Mexicana de Sociología</i>/Instituto de Investigaciones Sociales/(2007-2017).</p>
<p><b>VI. Biotecnologías y Ciencias Agropecuarias</b></p> <p><b>(8 revistas)</b></p>	<p>o Sin presencia institucional en esta área del conocimiento.</p>
<p><b>VII. Ingenierías</b></p> <p><b>(8 revistas)</b></p>	<p><i>Journal of Applied Research and Technology (JART)</i>/Centro de Ciencias Aplicadas y Desarrollo Tecnológico/(2009-2014).</p> <p><i>Revista Ingeniería, Investigación y Tecnología</i>/Facultad de Ingeniería/(2007-2014).</p>
<p><b>VIII. Multidisciplinarias</b></p> <p><b>(3 revistas)</b></p>	<p><i>Latinoamérica. Revista de Estudios Latinoamericanos</i>/Centro de investigaciones sobre América Latina y el Caribe/(2011-2016).</p>

No perdamos de vista que en las áreas de Físico Matemáticas, Biología y Química;<sup>236</sup> Humanidades y Ciencias de la Conducta; Ciencias Sociales e Ingenierías, la UNAM es la institución con mayor número de publicaciones indexadas, lo que la perfila como una institución líder a nivel nacional en esos campos y eficaz en la gestión y difusión de

<sup>236</sup> En esta área de conocimiento la UNAM empata con el Instituto de Ecología A.C. que también tiene tres revistas en el *Índice*.

conocimiento especializado. Pese a ello las dependencias editoras de estas revistas no son ajenas a los inconvenientes y presiones de Conacyt y de sus propias direcciones para mantenerse en el *Índice*, lo que conlleva un trabajo de indexación en otros sistemas de información. Al respecto citamos un fragmento de la entrevista concedida por Claudio Amescua, Editor Técnico de la *Revista Internacional de Contaminación Ambiental*.

Entrar al *Índice de Conacyt* es más difícil que entrar a *Thomson* o a *Scopus*. Ahora *Thomson* y *Scopus* son cada vez más exigentes porque al menos el primero recibe cerca de 30 mil solicitudes de revistas para ser indexadas en su núcleo o *core*. Conacyt pregunta si los árbitros mexicanos son SNI, qué publicaciones tienen, cuáles son sus líneas de investigación. Son exhaustivos en extremo.

Posterior al *Índice* antes referido, Conacyt creó el *Índice de Revistas Mexicanas de Divulgación Científica y Tecnológica* con el objetivo de fomentar la divulgación de la ciencia y tecnología a través de los medios escritos, así como dar un reconocimiento a la labor y calidad de las publicaciones dedicadas a la divulgación.<sup>237</sup>

A noviembre de 2013 figuraban 17 revistas en este *Índice*. La UNAM conserva en el mismo a las publicaciones: *¿Cómo ves?* (a cargo de la Dirección de Divulgación de la Ciencia); *Revista Ciencias* (revista de difusión de la Facultad de Ciencias) y *Revista Digital Universitaria* (publicada por la Dirección General de Cómputo y de Tecnologías de Información y Comunicación). Es la IES mexicana con mayor número de publicaciones indexadas en el listado.

• *¿Hay reconocimientos externos de la industria, el estado y/o las organizaciones no gubernamentales sobre la producción de las Instancias Editoriales de la UNAM? (Indización en Sistemas de Información en el caso de las revistas, reconocimientos por parte de las cámaras nacionales del libro, reconocimientos por parte de las redes o asociaciones de editoriales nacionales a las que se pertenezca, etc.).*

La Universidad Rey Juan Carlos de España y la Sociedad Latina de Comunicación Social concedieron en diciembre de 2011 el Premio Álvaro Pérez-Ugena a la Divulgación Científica en Comunicación al Sistema Regional de Información en Línea, *Latindex*. El argumento fue que el portal de revistas científicas conducido por la UNAM, fomenta la “cooperación de una

---

<sup>237</sup> **Fuente electrónica:** *Índice de Revistas Mexicanas de Divulgación Científica y Tecnológica del Conacyt* (<http://www.conacyt.gob.mx/comunicacion/Paginas/IndiceRevDivulg.aspx>).

red de instituciones coordinadas para reunir y disseminar información bibliográfica sobre revistas científicas seriadas producidas en lenguas portuguesa y española”.<sup>238</sup>

La calidad académica, científica, cultural y editorial de los libros UNAM es reconocida a nivel nacional e internacional por instituciones públicas y privadas. Un ejemplo es el certamen editorial *Antonio García Cubas*, organizado anualmente por el Instituto Nacional de Antropología e Historia,<sup>239</sup> que premia a los mejores libros en ambas disciplinas con el propósito de estimular la labor de investigadores, instituciones y editoriales públicas y privadas.<sup>240</sup> En su versión de 2011 la institución ganó el premio al Mejor Libro de Arte y la mención honorífica en este rubro.<sup>241</sup> Para 2012 se obtuvieron los premios: Mejor Libro de Arte y Mejor Obra Científica y una mención honorífica en la categoría de Obra Científica.<sup>242</sup> En la edición de septiembre de 2013, de este mismo evento, 8 obras de la universidad consiguieron cuatro premios y cuatro menciones honoríficas.

La Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana (CANIEM) falla en el mes de noviembre de cada año los *Premios CANIEM al Arte Editorial* en 12 categorías para revistas y en 18 para libros. En la edición de 2013 las publicaciones de la UNAM recibieron estos reconocimientos:

---

<sup>238</sup> **Fuente electrónica:** *Sistema Regional de Información en Línea para Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal* (<http://www.latindex.unam.mx/noticias/resNotHis.html?id=204>).

<sup>239</sup> *Gaceta UNAM*, 19 de septiembre de 2013: 18-19.

<sup>240</sup> El *Premio Antonio García Cubas* es convocado por el Consejo Nacional para la Cultura y las Artes a través del Instituto Nacional de Antropología e Historia. Busca reconocer obras referentes a los temas de antropología física, antropología social, arqueología, etnología, historia, lingüística, etnohistoria, paleontología, restauración y conservación del patrimonio.

<sup>241</sup> **Fuente electrónica:** *Periódico en línea “El Punto Crítico”* (México) (<http://www.elpuntocritico.com/noticias-cultura/24310-entregan-premio-antonio-garcia-cubas-2011.html>).

<sup>242</sup> **Fuente electrónica:** *Diario digital de la Coordinación de Difusión Cultural de la UNAM* (<http://www.cultura.unam.mx/index.html?tp=articulo&id=3620&ac=mostrar&Itemid&ct=0&titulo=premiacion-calidad-de-publicaciones-de-la-unam&espCult=ccu>).

Título de la obra/Autor (es) <sup>243</sup>	Categoría en la que fue premiada	Instancia Editora
<b><i>Álgebra. Dirigido a estudiantes ciegos. Volumen 1 Tomos 1 y 2.</i></b> (Reyes Martínez, Hugo y Larrasa, Silvia)	Libros de texto para Secundaria	Facultad de Estudios Superiores Acatlán
<b><i>Historia documental de México. Tomos 1 a 3. Cuarta Edición.</i></b> (León Portilla, Miguel)	Libros científicos y técnicos en general	Instituto de Investigaciones Históricas
<b><i>Revista Ciencias</i></b>	Revistas científicas y técnicas	Facultad de Ciencias
<b><i>Revista FacMed</i></b>	Revistas médicas y de salud	Facultad de Medicina
<b><i>Revista Punto de partida</i></b>	Revistas de cultura, literarias, religiosas, académicas y universitarias	Dirección de Literatura
<b><i>Un almacén de secretos. Pintura, farmacia, ilustración: Puebla, 1797.</i></b> (Enríquez Rubio, Lucero)	Libros de Arte	Instituto de Investigaciones Estéticas

La UNAM obtuvo en la edición 2013 de la FIL Guadalajara, el premio al mejor pabellón en la categoría Platino, correspondiente al sitio más grande –más de 350 metros cuadrados-, funcional, visible, impactante, con mejor diseño y viabilidad de la feria. En colaboración con el Departamento de Mecatrónica de la Facultad de Ingeniería de la universidad, alumnos del último semestre de esta carrera desarrollaron un mecanismo de realidad aumentada disponible para los visitantes y que permitía manipular libros digitales, páginas *web* y archivos multimedia. La UNAM también presentó unas 680 novedades y exhibió casi 4 mil títulos.<sup>244</sup>

*Elsevier* –filial América Latina Norte- en colaboración con Conacyt entrega en México desde 2007 los *Premios Scopus*<sup>245</sup> cuyo objetivo es reconocer la trayectoria y productividad de los

<sup>243</sup> **Fuente electrónica:** *Plataforma de la Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana* (<http://caniem.org/archivos/general/premiosyreconocimientos/arteeditorial2013libros.pdf>).

<sup>244</sup> *Gaceta UNAM*, 05 de diciembre de 2013: 13.

<sup>245</sup> Los *Premios Scopus* son entregados también en Brasil (a partir de 2006); Argentina (desde 2007); Chile (desde 2008); Colombia (a partir de 2007) y Uruguay (desde 2010) en colaboración con las instituciones estatales

científicos mexicanos así como las acciones destacadas de instituciones y empresas que impulsen el conocimiento.

En septiembre de 2013, José Alejandro Sandoval Romero de la Facultad de Estudios Superiores Iztacala y María Asunción Corsi Cabrera del Laboratorio del Sueño de la Facultad de Psicología fueron distinguidos con el *Premio Scopus Elsevier-Conacyt* por la calidad y cantidad de sus artículos científicos citados por pares en el mundo.<sup>246</sup> Este premio internacional es otorgado por la editorial holandesa presente en 180 países y referente en la publicación de textos de ciencia y tecnología.

Con respecto a la participación y reconocimiento de las instancias editoriales de la UNAM en la *Red Altexto* (Editoriales Universitarias y Académicas de México) y la *Asociación de Editoriales Universitarias de América Latina y el Caribe* (EULAC), agrupaciones en las que son miembros, esta es limitada, cuando no, inexistente. *Altexto* restringe su accionar a la organización -cada dos años- del *Foro Internacional de Edición Universitaria*, como parte del programa para Profesionales de la FIL Guadalajara. Se ha podido establecer mediante seguimiento de sus tareas que esta *Red* no cumple con funciones que ella misma instituyó como la de informar de sus actividades periódicamente en la página electrónica asociativa, la cual está desactualizada. La capacitación tampoco es un servicio que brinde a sus inscritos. La UNAM, por ejemplo, hubo de firmar vía la *DGPYFE*, un convenio de colaboración con la Editorial de la Universidad de Buenos Aires para capacitación e intercambio comercial (mayo de 2014).

Recién en marzo de 2014 una nueva directiva asumió el mando de la *Red*. Su plan de trabajo estará encaminado básicamente a incidir en los reglamentos del Sistema Nacional de

---

de apoyo a la investigación en dichos países. De los 61 premios otorgados en México, durante los 6 años de vigencia del galardón, 22 han sido para investigadores de la UNAM.

**Fuente electrónica:** *Base de Datos del Grupo Editorial Elsevier para América Latina* ([http://www.americalatina.elsevier.com/sul/es/eventos/premio\\_scopus.php](http://www.americalatina.elsevier.com/sul/es/eventos/premio_scopus.php)).

<sup>246</sup> *Gaceta UNAM*, 09 de septiembre de 2013: 5.

Investigadores; a través de encuentros y discusiones colectivas con los miembros del *Foro Consultivo Científico y Tecnológico*<sup>247</sup> así como a abrir una librería de la red.<sup>248</sup> Será interesante estudiar cómo se desarrolla el diálogo con el *Foro* ahora que José Franco López, director general de Divulgación de la Ciencia de la UNAM, tomó protesta como su coordinador. (*Gaceta UNAM*, 01 de septiembre de 2014: 11)

De las 11 redes o asociaciones de editoriales universitarias que actúan en América Latina se halló que la *red* con mayor proyección en cuanto a posicionamiento de sus miembros en el extranjero es la *Red de Editoriales de las Universidades Nacionales de Argentina* (REUN). Esta *red* organizó con incentivos del *Programa de Promoción de la Universidad Argentina* (PPUA) del Ministerio de Educación<sup>249</sup> el *Foro Mundial de Edición Universitaria* (12 de

---

<sup>247</sup> El *Foro Consultivo, Científico y Tecnológico* es un organismo autónomo encargado de analizar el desarrollo de la ciencia, la tecnología y la innovación (CTI) en México. Forma parte del Consejo General de Investigación Científica, Desarrollo Tecnológico e Innovación, encargado de regular los apoyos que el Gobierno Federal está obligado a otorgar para impulsar, fortalecer y desarrollar la investigación científica, tecnológica y las actividades de innovación. Entre sus funciones sustantivas están:

- Ser un órgano de expresión y comunicación de los usuarios del sistema de ciencia, tecnología e innovación, con el objeto de propiciar el diálogo con los legisladores y las autoridades federales y estatales estrechando los lazos de colaboración entre los diversos actores.
- Comunicar y difundir la CTI, para lo cual el Foro hace uso de distintos medios, desde la comunicación directa a través de congresos, seminarios, talleres, mesas de discusión, la publicación de libros, artículos y reportes hasta el uso de los medios de comunicación masiva y redes sociales.

**Fuente electrónica:** *Sitio de Internet del Foro Consultivo, Científico y Tecnológico A.C. (México)* (<http://www.foroconsultivo.org.mx/home/>).

<sup>248</sup> **Fuente electrónica:** *Portal periodístico Crónica del Poder (Veracruz, México)* (<http://cronicadelpoder.com/vida-universitaria/201403/director-de-la-editorial-uv-coordinara-red-altexto>).

<sup>249</sup> El *Programa de Promoción de la Universidad Argentina* (PPUA) tiene como objetivo promover las actividades de las universidades argentinas en el ámbito internacional. Fomenta la creación de redes y consorcios con universidades extranjeras; organiza misiones a otros países para lograr asociaciones y desarrollo de la investigación, intercambio de estudiantes y profesores, diseño de desarrollos tecnológicos conjuntos, difusión de las producciones culturales del país y otras actividades pertinentes que realiza en coordinación con el Ministerio de Relaciones Exteriores, Comercio Internacional y Culto, y con las eventuales actividades de promoción de las embajadas nacionales.

Con el auspicio de este programa, la *Red de Editoriales de las Universidades Nacionales de Argentina* (REUN) estuvo presente en la Feria Internacional del Libro de Beijing ( 28 de agosto-1 de septiembre, 2013) y en la Feria de la European Association for International Education (EAIE) celebrada en Estambul en septiembre de este mismo año. El 14 y 15 de octubre en la Casa Argentina en París, la REUN organizó la *II Jornada del Libro Universitario Argentino* en Francia enfocada en la exhibición de libros universitarios. Por otra parte, los días 17 y

octubre de 2013) en el marco de la Feria del Libro de Frankfurt. El encuentro reunió a profesionales de 23 países y acogió a las redes de editoriales universitarias de Francia, Canadá, Estados Unidos y Brasil.<sup>250</sup>

El continuo trabajo para la profesionalización de sus miembros y la internacionalización de los fondos editoriales de las instituciones asociadas y de la marca *Libro Universitario Argentino* aparecen en los eventos que ha organizado o a los que ha concurrido la *REUN* durante este 2014:

- *Feria del Libro de Ciudad del Cabo* (13-15 de junio). Difundieron las producciones editoriales de las universidades argentinas y propusieron estrategias de colaboración e intercambio de contenidos en el marco de las relaciones internacionales Sur-Sur que brinda subsidios a la traducción de autores argentinos. En ese mismo viaje dos miembros de la *REUN* hicieron una misión exploratoria a Angola.<sup>251</sup>
- *Jornadas Internacionales de Edición Universitaria* (celebradas en julio en Villa María, Argentina). La *REUN* anunció aquí que en las próximas semanas presentaría un proyecto de ley para la creación del Instituto Nacional del Libro. Con esta normativa busca evitar acciones monopólicas y que el Instituto intervenga en la provisión de los insumos; estímulos a los sectores más pequeños de la cadena e injerencia en los procesos de adquisición de libros por parte del Estado.<sup>252</sup>

La participación de la UNAM en la *EULAC* tampoco es destacable porque esta asociación regional carece de aspectos que incluyen el aseguramiento de un presupuesto económico para su operación; padece escasez de recursos humanos y poca concreción de sus emprendimientos.

---

18 de octubre la *Red* llevó a cabo la *Jornada del Libro Universitario Argentino* en España con el tema “El Libro Universitario Argentino: Derechos Humanos y el Contexto Iberoamericano”.

**Fuente electrónica:** *Portal del Ministerio de Educación de la Nación Argentina* (<http://portales.educacion.gov.ar/spu/promocion-de-la-universidad-argentina/>) y *Sitio de Internet de la Red de Editoriales de las Universidades Nacionales de Argentina* (<http://reun.com.ar/newsletter/01/>).

<sup>250</sup> Se convino realizar un segundo encuentro en 2014 como parte del programa de la feria alemana.

**Fuente electrónica:** *Blog de la Red de Editoriales de las Universidades Nacionales de Argentina* (<http://standreun.blogspot.com.ar/2013/10/mas-de-20-paises-participaron-del-foro.html>).

<sup>251</sup> **Fuente electrónica:** *Página web de la Editorial de la Universidad Nacional de Villa María (Argentina)* (<http://www.eduvim.com/noticias/producciones-editoriales-argentinas-en-sud%C3%A1frica>).

<sup>252</sup> **Fuente electrónica:** *Diario en línea El Liberal (Santiago del Estero, Argentina)* (<http://www.elliberal.com.ar/ampliada.php?ID=143232>).

En el *Foro de Edición Universitaria* de 2012 se anunció la cancelación del *Catálogo de la Producción Editorial Universitaria* (RILV). Este proyecto puesto en marcha en junio de 2010 pretendía que las editoriales u oficinas de publicaciones de las universidades latinoamericanas, registraran en un formato en línea cada uno de sus títulos con fines de difusión.<sup>253</sup> Paradójicamente el formato nunca apareció en el sitio de Internet de la EULAC sino del CERLALC por lo que muchas instituciones ignoraron su existencia y quienes hicieron el registro se enteraron dos años después de la sustitución de aquel por la *web* “Visibilidad y conocimiento”.<sup>254</sup> Acciones como esta restan seriedad a la asociación y desalientan a sus participantes.<sup>255</sup>

Recientemente fueron definidos comités para el periodo 2014-2015, situación que no había acontecido desde que se conformó la asociación en 1988. Los comités buscan reconstituir y hacer funcional a la EULAC. Ellos son:

- *Estatutos y estructura*: Comisión encargada de revisar los estatutos vigentes y hacer una propuesta para modernizar la asociación de acuerdo con las necesidades y objetivos actuales.
- *Edición y universidad*: Comité que reflexiona permanentemente de lo editorial en la universidad no como agente instrumental y pasivo, sino como un producto de la industria cultural que debe contribuir a crear tendencias ideológicas y debates y a formar individuos desde los saberes propuestos en los textos.
- *Investigación y documentación*: Delegación que propondrá líneas de investigación en beneficio de la edición universitaria a fin de contar con textos teóricos y estudios de la situación en cada uno de los países.

---

<sup>253</sup> El formato de registro del RILV incluía: título; ISBN; ciudad y país de publicación; colaboradores (autor, traductor, ilustrador, compilador, etc.); materia; tipo de contenido; formato; disponibilidad en impresión digital por demanda; tipo de encuadernación; idioma de publicación; idioma de traducción; colección; número de edición; fecha de publicación; fecha de impresión; reseña; precio en dólares y precio en moneda local.

El documento completo puede consultarse en el CD *Anexos* de esta tesis.

<sup>254</sup> “Visibilidad y conocimiento” es una relación de publicaciones latinoamericanas de carácter universitario y académico en el que ciertas IES regionales han registrado sus títulos. Contiene como datos básicos: categorías temáticas; autores; editorial; universidad; país; fecha de edición; ISBN; idioma; conceptos clave; disponibilidad (impresa/digital); precio; descripción e información adicional. Pese a que aparece el precio en que el lector puede adquirir los textos, el portal no tiene fines de comercialización. A agosto de 2014 la UNAM no ha inscrito ningún material en el sitio. De México solo diez IES tienen libros registrados en este portal, los cuales suman 167 títulos.

<sup>255</sup> En los años noventa la UNAM participó al igual que la EUNED del *Programa Libro Universitario Regional* (LUR), gestionado por la EULAC. LA UNAM coeditó nueve títulos.



- *Comunicación, eventos y ferias*: Comisión que obedece a la necesidad de mantener a todos los interesados en comunicación continua para que haya una mayor participación en los diversos eventos.
- *Finanzas*: Comité encargado de recabar fondos y de administrar el buen uso de los mismos.
- *Portal “Visibilidad y conocimiento”*: Comité que dará seguimiento para que se siga llenando la base de datos del catálogo universitario y académico latinoamericano e impulsará el desarrollo de las siguientes fases de la plataforma.
- *Estrategias de circulación*: Comisión que obedece a la necesidad y el interés común de crear estrategias que sí funcionen para promover, distribuir, comercializar, coeditar, los títulos que todos los integrantes tienen para que haya una verdadera circulación del conocimiento.<sup>256</sup>

La *DGPyFE* ni ninguna otra instancia editora de la UNAM registrada en la *EULAC* forma parte de alguno de estos comités, lo que habla de un desconocimiento o desinterés de la universidad hacia estos planes.

### **Isomorfismo institucional en las instancias editoriales de la UNAM.**

Una vez efectuado el diagnóstico en las instancias editoriales seleccionadas de la UNAM y de manera amplia, en los subsistemas en que se organizan las tareas de esta casa de estudios, se ubicó la presencia de *isomorfismo coercitivo*.

El *isomorfismo coercitivo*, como se expuso con anterioridad, es producto de las presiones formales e informales provenientes de organizaciones matrices o de las expectativas del sector público. Las universidades o IES sufren la imposición desde arriba, aunque no necesariamente por la fuerza, de una norma, regla o cualquier tipo de comportamiento con relación a su dependencia directa o indirecta del gobierno. En el caso de la UNAM, su carácter de universidad nacional, con el mayor presupuesto otorgado a una IES en el país -35 mil 484 millones de pesos en 2014-<sup>257</sup> y posicionada como una de las mejores universidades en

---

<sup>256</sup> **Fuente electrónica:** *Página de Internet de la Asociación de Editoriales Universitarias de América Latina y el Caribe* (<http://www.eulac.org/conformacion-comites-2014-2015/>).

<sup>257</sup> **Fuente electrónica:** *Sitio web del diario La Jornada (México)* (<http://www.jornada.unam.mx/ultimas/2013/12/11/ejercera-unam-presupuesto-de-35-mil-584-mdp-para-2014-424.html>).

Iberoamérica, la coloca en el centro del escrutinio público y de sus pares nacionales e internacionales.

Acorde a lo sugerido por Gloria Del Castillo Alemán,<sup>258</sup> el *isomorfismo coercitivo* puede renombrarse como *isomorfismo burocrático* en virtud de que en países como México, las relaciones entre gobierno e IES no se caracterizan por la coerción ya que ciertas universidades son autónomas.

La autonomía universitaria, que otorga facultad y responsabilidad para gobernarse a sí misma a la máxima casa de estudios del país y administrar su patrimonio, es palpable en las actividades editoriales que sus entidades y dependencias desarrollan. Podríamos decir que en la UNAM se ejerce una doble autonomía, la de la institución en sí y la de cada una de sus entidades facultadas para destinar recursos financieros, humanos y materiales a labores como las de edición y publicación. Basta citar el *Acuerdo por el que se delegan facultades a los directores de escuelas, facultades, institutos y centros, para firmar contratos en materia editorial* que desconcentra las tareas editoriales a partir de 1986.

Es común que la UNAM encabece proyectos pioneros en los rubros de docencia, investigación y extensión a nivel nacional e internacional a los que otras IES suelen sumarse como un medio de legitimarse a sí mismas. En el terreno de la edición, programas como *Latindex* deben buena parte de su éxito a que fueron propuestos y conducidos por esta universidad. Coincidentemente iniciativas como la *Red Altexto* no se han consumado porque, a juicio de editores y miembros, falta la seriedad y el prestigio de una institución como la UNAM que marque la pauta, toda vez que es la IES con el programa editorial más grande de México.

Advertimos que la UNAM es seguida por otras IES en sus planes pero estas, de manera simultánea, le demandan liderazgo. Algo similar ocurre al interior de la institución con las

---

<sup>258</sup> **Referencia hemerográfica:** “Una propuesta analítica para el estudio del cambio en las instituciones de educación superior”.

instancias editoras que exigen a la *DGP y FE* resultados en materias de coordinación, difusión, distribución y comercialización.

La burocracia en la Universidad Nacional ha frenado acciones como la de convertir a *Latindex* en un portal de mayores alcances, –colaboración y vinculación interdisciplinaria y supranacional-, como sí ocurrió con la Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal (*Redalyc*), impulsado por la Universidad Autónoma del Estado de México en 2002.<sup>259</sup> El peso de la administración institucional se revela hoy en día en los lánguidos avances del *Consejo de Publicaciones Académicas* y la *Red de Editores de Revistas Académicas y Arbitradas*<sup>260</sup> manifiestos líneas arriba. Complementa a estos ejemplos el de la *Coordinación de Colecciones Universitarias Digitales* que, en agosto de 2014 no cuenta con un sitio en Internet en el que exponga sus adelantos y/o proyectos en marcha.

Estimando que la subordinación más generalizada entre las IES y el gobierno es la correspondiente al financiamiento, es de esperar que a mayor dependencia de recursos, mayor fuerza tenga el isomorfismo en las instituciones supeditadas. En la UNAM el financiamiento para publicaciones proviene de los presupuestos asignados a cada una de las entidades que deciden cómo conferirlos. El condicionamiento de recursos es más perceptible en la valoración de la investigación y sus productos (artículos científicos y académicos especialmente) que impacta directamente a investigadores e Institutos y Centros de Investigación.

Si reparamos en que el *isomorfismo coercitivo* o *burocrático* concibe al cambio institucional como consecuencia de factores externos, observamos que la viabilidad del cambio en las universidades como efecto estricto de un proceso interno es cuestionable. Los cambios experimentados en los sistemas de enseñanza superior y en las IES a partir de la evaluación (indización de publicaciones; inclusión en el Sistema Nacional de Investigadores; citación;

---

<sup>259</sup> **Fuente electrónica:** *Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal (Universidad Autónoma del Estado de México)* (<http://www.redalyc.org/home.oa>).

<sup>260</sup> Recién el 27 de agosto de 2014 se realizó la primera sesión del *Seminario Permanente de Editores del Consejo de Publicaciones Académicas y Arbitradas de la UNAM*.

rankings educativos, etc.) significan alteraciones radicales que modifican la dinámica del cambio intra-organizacional. No obstante su adopción y adaptación dependen de factores internos que componen a las universidades. Así es que, en la UNAM, se han contenido influencias externas que en otras IES han implicado la redirección, cuando no el cese, de líneas de investigación; programas editoriales, dotación de recursos para promoción de lectura, etc.

#### **Capítulo IV. Propuestas de administración y gestión estratégica para la EUNED y las Instancias Editoriales de la UNAM.**

*[...] las editoriales universitarias [...], y sobre todo las que provienen del Estado tienen una función social que es equilibrar, intervenir entre la hiperconcentración de los capitales privados y multinacionales que concentran la mayor cantidad de autores y títulos, y los autores independientes pequeños que no pueden trascender más allá de la frontera o de la región en la que editan.*

Carlos Gazzera, Director de la Editorial  
Universidad Nacional de Villa María (Argentina)

Los capítulos y páginas precedentes han buscado contextualizar, teorizar y analizar la edición universitaria latinoamericana en dos casos de estudio. Esta primera fase bien puede llamarse *el porqué*, en tanto ha:

- ✓ Descrito las prácticas editoriales que en el rubro de la difusión del conocimiento y la cultura realizan la EUNED y las Instancias Editoriales de la UNAM en la lógica del modelo de industria de contenidos, correlacionándolas con la política institucional de las universidades a las que pertenecen; su modelo educativo y las condicionantes de aseguramiento de la calidad impuestas por los entes gubernamentales de ciencia y educación de sus países.
- ✓ Profundizado en los aspectos institucionales que en la UNED y la UNAM condicionan el perfil administrativo y operativo de sus entidades editoriales.
- ✓ Analizado la colaboración interinstitucional de ambas entidades editoras para la producción, coedición, traducción, distribución, comercialización y/o capacitación en el marco de las redes o asociaciones de editoriales universitarias y sistemas de indización de publicaciones periódicas de sus países o de la región.
- ✓ Identificado mecanismos o prácticas isomórficas (de imitación) en la labor editorial de las instituciones casos de estudio así como la operación y viabilidad del cambio institucional.

En contraparte, este capítulo final viene a ser el *cómo*. ¿Cómo hacer más eficiente y rentable la producción editorial de dos instituciones disímiles en cuanto a tamaño, modelo educativo, contexto científico y editorial local, etc.? Valga decir que los involucrados en la edición universitaria, sobre todo la de carácter público, han pensado y gestionado esta –habitualmente– como no retributiva, afectando su difusión; la recuperación de lo invertido; la ausencia de políticas de reimpresión; las malas o nulas estrategias de distribución, entre otras secuelas.

Generalizar a estas alturas no es válido. El lector hallará en las siguientes páginas una relación de las fortalezas y debilidades detectadas en los proyectos de edición universitaria estudiados; cómo potenciar las primeras y subsanar las segundas. Las propuestas enunciadas son de índole cualitativa; basadas en objetivos, alcances y metas sin caer en expectativas cuantitativas pero no olvidando lo inexcusable que es encontrar un equilibrio financiero en pro de la sustentabilidad, permanencia y crecimiento de estos espacios de difusión de conocimiento y cultura. Las recomendaciones que presento son a corto y mediano plazo, según lo dispuesto en *Planeación Estratégica*, herramienta gerencial<sup>261</sup> basada en la búsqueda de una o más ventajas competitivas de la organización; la formulación y ejecución de estrategias que crean o preservan sus prerrogativas en función de la misión institucional, sus objetivos, el medio ambiente, las presiones externas y los recursos disponibles. (Sallenave, 2002: 221)

Los planes estratégicos de una organización son trazados a corto, mediano o largo plazo, dependiendo de la magnitud de la institución o empresa puesto que la planeación responde a la cantidad de actividades que deberán realizar las diversas partes de esta, usualmente divididas en jerarquías que integran niveles inferiores y superiores.

### **El sello editorial EUNED: ¿Cómo equilibrar la producción de material didáctico, la producción editorial general y los productos de investigación?**

Este sello universitario enfrenta diariamente la obligación de compaginar la publicación y difusión de materiales didácticos, revistas académicas, científicas y libros de interés general. La primera de estas tareas es ineludible, se asienta en el modelo pedagógico institucional que demanda la utilización de diversos apoyos para el proceso de enseñanza-aprendizaje a distancia, acordes con los estilos de aprendizaje, el nivel de dificultad de las asignaturas, el

---

<sup>261</sup> La *Planificación Estratégica* es una herramienta de la *Gerencia Estratégica*. Esta última se encarga de formular, ejecutar y evaluar acciones que permitan que una organización logre sus objetivos. Las instituciones y empresas que emplean esta clase de gerencia son más rentables y exitosas porque tienen una mayor conciencia de las amenazas ambientales; mayor comprensión de las estrategias de los competidores; mayor productividad del personal y una visión más clara de las relaciones desempeño/recompensa. (Sallenave, 2002: 19) En esta tesis las “amenazas ambientales” se traducen en las demandas que impone la convergencia digital a la industria editorial y a otras industrias creativas; además de la influencia que tienen los criterios de evaluación y acreditación de instituciones gubernamentales y privadas hacia el quehacer de las Instituciones de Educación Superior.

carácter autoinstruccional y las condiciones y características de los estudiantes. Tal es su importancia que es en sí misma un eje sustantivo de la UNED, de ahí que su cumplimiento sea prioritario.

La asignación de este cometido al *Programa de Material Didáctico Escrito* (PROMADE), dependencia de la Vicerrectoría Académica de la institución, entraña conflictos por la relación que ha de mantener con la *Editorial* –oficina adscrita a la Vicerrectoría Ejecutiva- para diagramación, impresión de sus publicaciones y otorgamiento del sello. El álgido escenario es reconocido por las entidades involucradas quienes al vivir cotidianamente estas situaciones han propuesto crear una Vicerrectoría de Tecnología o Tecnologías que agrupe a la Dirección de Producción de Materiales (DPMD) a la que pertenece PROMADE y a las áreas de producción de la *Editorial*. El *Taller de Impresión*, al momento parte de la *Editorial* se mantendría como un departamento de servicio anexo a la Vicerrectoría Ejecutiva. La *Oficina de Distribución y Ventas* (OFIDIVE) también permanecería anexa a la Vicerrectoría Ejecutiva.

En términos gerenciales esto sería óptimo por las características del modelo educativo de la universidad que desde su apertura ha tenido su base en los medios de comunicación social en tanto instrumentos de difusión y acceso al conocimiento de los estudiantes. Pero el peso de la tarea académica y su resguardo impondrían nuevas trabas. No en vano las decisiones que se toman desde la Vicerrectoría Académica son las que impactan a toda la institución. La figura del Vicerrector Académico es más respetada que la del Rector. En un marco realista la Vicerrectoría Académica debe continuar a cargo de la creación de carreras y asignaturas, diseño curricular vía el *Programa de Apoyo Curricular y Evaluación de los Aprendizajes* (PACE), entre otras atribuciones estrictamente académicas. Las funciones específicamente editoriales (producción) de sesgo académico permanecerían en PROMADE/DPMD que rendiría informes por ciclo lectivo –el calendario escolar de la UNED es cuatrimestral- a una Comisión o Comité coordinado por la Vicerrectoría Académica en el que se reunirían el Director de la DPMD, el Coordinador de PROMADE, la Coordinadora del PACE, un miembro de la Vicerrectoría de Planificación, un miembro de la Dirección de Tecnología, Información y Comunicaciones (DTIC) y un representante por cada Escuela o programa institucional solicitante de materiales didácticos. Este órgano daría el visto bueno o *sello de calidad* del material producido y posteriormente otorgaría el *sello editorial*.

El *sello de calidad* vendría ligado a parámetros pedagógicos y editoriales de cumplimiento obligatorio para las Unidades Didácticas Modulares y todo aquel material didáctico con origen en PROMADE. El diseño e institucionalización de esta herramienta facilitaría que estos obtuvieran legitimación y validación externa mediante certificaciones del Consejo Nacional de Rectores (CONARE), la Cámara Costarricense del Libro y la *Asociación de Editoriales Universitarias de América Latina y el Caribe* (EULAC). Así la dotación o pedimento de recursos financieros para estas publicaciones quedaría si no asegurada, comprometida, pudiendo evolucionar en una normativa que hiciera extensiva la medida al resto de la cadena de edición universitaria del país.

La *Comisión de Sistematización y Estandarización de la Producción de Unidades Didácticas de PROMADE* sería el espacio idóneo para nutrir el listado de parámetros editoriales toda vez que entre 2011 y 2012 diseñó seis instrumentos relativos a la recepción de documentos; contratación de autores y especialistas; trámites de pagos, etc. Los parámetros pedagógicos estarían detallados por la nueva Comisión o Comité regulado por la Vicerrectoría Académica –propuesto líneas arriba- con una enfática participación del PACE. La viabilidad del empleo del *sello de calidad* es alta y su ejecución sería de mediano plazo (3-5 años).

El *sello editorial* habría de ser una consecuencia directa de la obtención del *sello de calidad* y no a la inversa. La *Editorial* no intervendría ya autorizando el sello porque la nueva Comisión o Comité adscrito a la Vicerrectoría Académica contaría con esta potestad. Como los procesos de pre prensa permanecerían en PROMADE la mitad de los Productores Gráficos que laboran en la Coordinación de Edición Gráfica de la EUNED se reubicarían en el *Programa* sin detrimento de sus funciones y/o beneficios laborales. La *Editorial* quedaría circunscrita a la administración y producción de la línea cultural.

Considero que la *Comisión de Investigación de la Dirección de Producción de Materiales Didácticos*, puesta en marcha en junio de 2011, tendría que reforzarse y colaborar directamente con Vicerrectoría Académica y la DTIC. Es indispensable investigar en lo referente a formatos, innovaciones pedagógicas, mecanismos de distribución, alianzas para coedición, conocimiento de mercados, etc. No se puede permanecer ajeno a lo que ocurre en el negocio del libro en general y en la edición universitaria en particular. Igualmente es



imprescindible contar en las reuniones con la participación de todos los que laboran en PROMADE porque los colaboradores que enfrentan cotidianamente problemas y retos son los que por familiaridad poseen una idea de las soluciones.

El organigrama y la consecuente profesionalización de PROMADE: editores académicos, autores, especialistas, filólogos, coordinador y diseñadores debe mantenerse. Es uno de sus puntos más fuertes y del cual padecen la mayoría de los programas de edición universitaria no solo a nivel Latinoamérica sino en el contexto internacional. Esto es un garante indiscutible de calidad de las UDM, manuales de laboratorio, guías de estudio y otros materiales didácticos a los cuales se suman el diseño de un *Plan Global* y una versión preliminar validada por la comunidad escolar y el cuerpo de tutores.

La compra de material didáctico externo se mantiene alta a pesar de la relevancia de PROMADE en la dinámica pedagógica de la UNED y de emplear el mayor tiempo de *Edición Gráfica, Taller de Impresión y Oficina de Distribución*. De ahí que sea necesario ampliar la cadena de producción de las UDM y demás materiales didácticos, lo que obligará a la canalización de recursos que *Editorial* emplea en la publicación de obras del catálogo de línea cultural. Dado que no es correcto descuidar la extensión universitaria en la que participa la EUNED con la edición de libros de interés general, la medida exigirá a corto plazo la selección de títulos de mejor calidad y relevancia por el *Consejo Editorial* de esta oficina así como la consideración de textos referentes a materias poco atendidas en el fondo editorial. La convocatoria o pronunciamiento sobre la decisión requiere ser clara en cuanto a que no constituye una censura premeditada a autores y títulos sino el afán de una mayor representatividad temática en el catálogo cuyo sesgo es preminentemente literario, lo que de cierta manera es una restricción a la bibliodiversidad. El aumento en la contratación de editores académicos, especialistas y otros recursos humanos también ha de ser contemplada para acrecentar la producción de PROMADE.

Teniendo en cuenta que la distribución por portales y vías digitales baja los costos al piso, instituciones como la UNED, que hicieron en su momento fuertes inversiones en este sector, habrían de aprovecharlo para incursionar en el desarrollo de materiales didácticos interactivos como guías, manuales y otros de los cuales se imprimen grandes y onerosos tirajes. La

disposición influiría en los apartados de inmediatez y actualidad de estos contenidos que a veces no pueden difundirse tan pronto se concluyen porque la Vicerrectoría de Planificación fuerza a ocupar ejemplares en bodega.

La demanda de un *software* que complemente la capacidad de control sobre la producción de materiales didácticos que inició con la consumación de la *Sábana de Producción de Material Didáctico* ha de atenderse en el corto plazo (1-2 años). Esto ayudará, como se comprobó en su fase piloto (2012), a no duplicar contenidos de una misma temática o cátedra; conocer el grado de avance en la producción de un cierto material y evitar exceder plazos marcados en los planes globales.

El precio del libro didáctico, cuando es comercializado como parte del catálogo editorial, es competitivo pues la media es de 20 USD, yendo en consonancia con los ideales de la universidad. Sin embargo no es prudente el manejar precios bajos cuando los gastos de producción son altos con el argumento de que “así ha sido siempre”. Se entiende el doble subsidio para la comunidad de estudiantes de la UNED que son comúnmente poblaciones vulnerables o de bajo nivel socioeconómico pero no para el público en general como los estudiantes de otras universidades públicas o privadas que son consumidores vastos y constantes de estos materiales por su carácter instruccional. Ahí tenemos un nicho de mercado claramente identificado a quienes ofrecer el material con un costo más alto y del cual es posible obtener ganancias reinvertibles en PROMADE.

La regionalización de las Unidades Didácticas en el entorno centroamericano requiere llevarse a cabo a corto plazo (1-3 años) como un freno a la piratería de que son objeto. Para ello PROMADE puede valerse del *Sistema Editorial Universitario Centroamericano* (SEDUCA) que ha tomado nuevos bríos con su participación en la EULAC. El cobro y los descuentos se gestionarían por medio de la *Fundación de la Universidad Estatal a Distancia para el Desarrollo y Promoción de la Educación a Distancia* como se ha hecho con anterioridad y en casos especiales, con la Vicerrectoría Ejecutiva.

Es notorio y coherente que la *Dirección de Producción de Material Didáctico* cuente con un *Plan (Propuestas de Acciones hasta el 2015)* hacia dónde dirigir las acciones con un margen de cumplimiento de estas, el periodo 2013-2015 que incluye a PROMADE. De los puntos

considerados y detallados en el Capítulo II de esta tesis, los que resultan prioritarios son el disponer con distintas opciones de contratos y el fortalecimiento del equipo de edición externa. El no concretarlos significará, en primer término, barreras sustanciales al sistema de producción y entrega de publicaciones en tiempo y forma y, secundariamente, la recepción de materiales que no cumplan con los requisitos académicos y técnicos impuestos por el *Programa*.

Contradigo que entre las *Propuestas de Acciones hasta el 2015* se quiera descargar a los editores académicos de planta de PROMADE de la elaboración de guías de estudio, manuales de laboratorio y materiales complementarios para que se enfoquen exclusivamente en las Unidades Didácticas, relegando la manufactura de las publicaciones señaladas a personas ajenas al *Programa*. Si se busca por un lado aumentar los criterios de calidad, el número de los materiales y reducir la compra del libro externo, lo lógico será aumentar el número de editores académicos y profesionales al frente de las tareas sustanciales. La contratación de equipo externo es conveniente en áreas de filología, autoría, como especialistas y productores gráficos alternos pero no en quehaceres que soliciten acompañamiento constante. El punto es quizá uno de los más álgidos en un entorno en que la universidad pública está en riesgo y las contrataciones de personal definitivo o de base son cada día menos frecuentes. Aún con estas restricciones la UNED se ha mantenido firme en el respeto hacia los derechos de los trabajadores y la inclusión de nuevo personal. Cabría pues gestionar y administrar mejor para que el desempeño interno de oficinas como PROMADE no sea cuestionado, redundando en la disminución de plantillas, la contratación temporal o la eliminación de puestos.

Será inexcusable que PROMADE y la *Dirección* de la que depende aprovechen los recursos del *Proyecto de Mejoramiento de la Educación Superior* en el renglón: *Diversificar y ampliar la producción multimedia digital y en Internet (dotado con US\$2.080.000.00)*<sup>262</sup> para

---

<sup>262</sup> **Fuente electrónica:** *Sitio de Internet de Acontecer (periódico institucional de la Universidad Estatal a Distancia de Costa Rica)*  
(<http://web.uned.ac.cr/acontecer/index.php/a-diario/educacion/1581-nueve-iniciativas-fortaleceran-la-educacion-superior-a-distancia.html>).

materializar la producción del *ebook* y de distintos contenidos digitales. La UNED afirmó que estos fondos se destinarían a la actualización de los recursos técnicos que garantizarán los efectos positivos del lenguaje audiovisual en los procesos de enseñanza-aprendizaje, por lo que es de esperar que las oficinas referidas en colaboración con la DTIC trabajen sobre estos temas.

El acotamiento de la *interconexión en red* (conjunción de las funciones de producción y consumo en los participantes o usuarios de contenidos en Internet) en la UNED es un factor positivo. De entrada parecería un obstáculo pero no olvidemos que la institución produce materiales didácticos que han de ser planificados, elaborados y supervisados por especialistas para ser confiables. Empero la práctica tendría que ser considerada en la línea cultural para nutrir principalmente las áreas del catálogo desestimadas de ordinario.

La UNED a través de PROMADE tiene la “gallina de los huevos de oro” como se diría coloquialmente. Es la única editorial universitaria pública en Costa Rica y América Central que publica esa cantidad y diversidad de libros didácticos. Esta es una ventaja competitiva que de ser aprovechada eficientemente redundaría en un programa editorial sustentable e incluso autosuficiente.

La *misión institucional* de la *Editorial* es incongruente en la sección en la que asevera que el deber de la oficina es: “producir textos y materiales educativos para la Universidad Estatal a Distancia de Costa Rica y para la sociedad costarricense e internacional, acorde con sus necesidades, y con la aplicación de tecnologías apropiadas, con calidad en la producción y con entregas oportunas en función de la demanda [...]”. Lo que en verdad hace la *Editorial* es manufacturar los materiales y dar un sello. Básicamente su labor se enfoca en la línea cultural por ello su injerencia en PROMADE debe ser menor en el mediano plazo (3-4 años). La práctica ha de incluir la no intervención en la administración de recursos para materiales didácticos, recursos de gestión inmediata por la Dirección de la DPMD. El *Consejo Editorial* tampoco podría pronunciarse ya en lo concerniente a la fijación del precio de venta de las publicaciones didácticas como ha hecho hasta ahora. La *Coordinación de Edición Gráfica* se

ubicaría en adelante en el *Taller de Impresión* para brindar servicios tanto a *Editorial* como a PROMADE.

La principal fuente de financiamiento de la EUNED y de las restantes editoriales de las universidades públicas costarricenses son los presupuestos institucionales así como la partida asignada al fortalecimiento de editoriales públicas universitarias de los *Fondos del Sistema del Plan Nacional de la Educación Superior Universitaria Estatal 2011-2015 del CONARE*. Esto, nos guste o no, más que un compromiso con la ciencia es un rasgo de voluntad política sujeto a cambios y a variaciones, a no perdurar. Es preciso apremiar a CONARE para que estos fondos se institucionalicen por medio de una normativa que los haga imperativos con el correspondiente incremento de acuerdo a las alteraciones del mercado de dinero.

En el orden administrativo de la *Editorial*, la limitación más relevantes la falta de un sistema de costeo y fijación del precio adaptado al nuevo escenario productivo. El que actualmente utiliza la *Oficina de Contabilidad* es anterior a la introducción de las TIC's en los procesos de pre prensa e impresión digital. Esto crea inexactitudes en las cotizaciones/fijación del precio y afecta ostensiblemente los cálculos para la venta de servicios. En 2012 fue reactivada la Comisión a cargo, pero hasta el momento la EUNED no cuenta con las nuevas fórmulas de cálculo. El problema es manifiesto en el precio de venta del libro de línea cultural que ronda los 10 USD sin contemplar que hay libros, como los de empastado duro, cuya hechura es costosa.

La circulación local no es una debilidad por completo en la EUNED: posé una red de cuatro librerías propias y una en convenio; presencia moderada en las librerías más importantes del país (Librería Lehman, Librería Internacional) y participación habitual en las ferias interuniversitarias del libro coordinadas por *Editoriales Universitarias Públicas Costarricenses* (EDUPUC). El problema recae en la distribución regional e internacional por los motivos arriba expuestos. La única editorial en Costa Rica capaz de “garantizar” la circulación de sus textos en estos dos niveles es la de la Universidad de Costa Rica que comercializa sus publicaciones y las de las otras tres editoriales universitarias en el sitio *web*: <http://libreriaucr.com/catalogo/>. Habría que agilizar en los próximos dos años la conclusión de la Librería Virtual, proyecto a cargo del área de Ventas por Internet de la OFIDIVE. Para esta

iniciativa se contrató a un especialista en el área que inició su trabajo en 2012 pero que no lo ha concluido porque no fueron considerados los aspectos legales sobre derechos de autor para las vistas previas de los libros.

Fundamental es asegurar la supervivencia del *Taller de Impresión* por dos razones esenciales: 1.) el respeto hacia los derechos de los trabajadores multitarea y 2.) porque en los análisis realizados por la Dirección de la Editorial, este aparece como una oportunidad de captar recursos con la venta de servicios externos en los tiempos muertos. A mediano y largo plazo si PROMADE y *Editorial* disminuyen los tirajes de sus impresos, el *Taller* ampliaría su disponibilidad para imprimir a terceros con estos beneficios: a.) salvaguardia de su plantilla de trabajadores e incluso incorporación de nuevos elementos; 2.) ingresos reinvertibles en el mantenimiento y operación del mismo con el correspondiente desahogo de gastos para la UNED.

Un factor positivo es que OFIDIVE haya contratado un Supervisor de Librerías que fije metas para los dependientes de estos espacios. Eso mantiene motivado al personal porque aparte de conseguir un ingreso extra, su salario no depende directamente de las ventas pues son personal de base. Es imperioso que la *Supervisión* vigile la correcta exhibición de los libros en estos espacios porque cuando se hizo el trabajo de campo fue evidente el poco orden en la colocación de novedades y uso del lugar. Había títulos presentados en vitrinas con vista a la calle; descoloridos, lo que afecta gravemente la imagen de la librería y del sello editorial. En 2013 se incorporaron nuevos exhibidores en la librería más grande (Mercedes de Montes de Oca, San José) para que los materiales no estuvieran apretados y se maltrataran con el paso del tiempo. La estrategia funcionó pero no se hizo extensiva al resto de las librerías que también necesitan la adecuación de mobiliario en el corto plazo (1-2 años).

La OFIDIVE en general es una dependencia eficaz cuyo trabajo sería notoriamente más eficiente si se subsanaran las dificultades encontradas en los procesos de producción e impresión de materiales tanto didácticos como de la línea cultural. Es pertinente que se conserve adjunta a la Vicerrectoría Ejecutiva, debido a que mantiene una posición neutral ajena a los conflictos entre *Editorial* y PROMADE que entorpecerían su tarea.

El *Plan Operativo Anual* es un mecanismo de rendición de cuentas y control efectivo en la gestión de la EUNED que es menester mantener.

De las debilidades más prominentes que ostenta el sistema editorial de la UNED destaca el rol secundario de sus revistas. Estas no logran consolidarse porque los recursos que la universidad destina para su edición, diagramación y en ciertos casos, impresión son insuficientes. Con la dotación de fondos que llevó a cabo CONARE por medio del proyecto *Mejoramiento de las revistas científicas de las universidades públicas*(2011-2014) a las publicaciones de la UNED y de las otras tres universidades públicas, la mayoría mejoró en su diseño editorial y dos cumplieron requisitos de indexación: *Biocenosis* y *Posgrado y Sociedad*.

Lamentablemente el plan de CONARE no está formalizado y el seguir otorgando estos recursos es cuestionado en cada reunión de la Comisión de Vicerrectores de Investigación que alegan que las universidades son responsables de la materia. A esto se suma el que Costa Rica carece de un Sistema Nacional de Investigadores como México u otros países de la región que recompense la participación de los académicos como editores, miembros de comités editoriales o colaboradores de las publicaciones nacionales.

Pienso que lo más viable es que la UNED asuma integralmente la publicación de sus revistas científicas digitalizando la producción y distribuyendo en Internet en *Open Access*. La impresión de ejemplares ha de reducirse a unos 50-100 ejemplares (impresos en digital) para la distribución en bibliotecas, presencia en ferias y eventos académicos. Este acto excluiría a la revista *Biocenosis*, dirigida a profesores de educación secundaria, bachillerato y educadores ambientales que necesitan el ejemplar a la mano como herramienta de trabajo. Así como a la *Revista Nacional de Cultura* en el entendido de que divulga además de textos literarios, obra gráfica de artistas plásticos costarricenses difícilmente apreciable fuera de este soporte tradicional. El plan requiere del apoyo e involucramiento de la Vicerrectoría de Investigación y la colaboración de las editoriales agrupadas en EDUPUC para proponer a CONARE una suerte de escalafón académico-científico vinculado con la edición de estas publicaciones periódicas.

## **Las Instancias Editoriales de la UNAM: ¿Cómo organizar y administrar la vastedad de un fondo editorial que comprende todas las disciplinas del saber?**

La investigación, conocimiento y cultura originados en el seno de la UNAM son reconocidos nacional e internacionalmente. Como una extensión de esto, sus productos editoriales gozan de considerable reputación. Sin embargo al exterior e interior de la institución la dinámica de la actividad editorial es frecuentemente cuestionada en dos temas: producción y distribución. Pareciera a simple vista que se trata de fenómenos ajenos pero lo cierto es que son inherentes.

Con el *Acuerdo por el que se delegan facultades a los directores de escuelas, facultades, institutos y centros, para firmar contratos en materia editorial* que descentraliza la edición en la universidad en agosto de 1986; el sistema de publicaciones de la UNAM muda a un modelo en que cada entidad o dependencia es en potencia una editorial pequeña y especializada que puede o no ejecutar la normativa. La carencia de obligatoriedad en el desempeño de esta atribución provoca que coexistan programas editoriales consolidados que publican ordinariamente y programas editoriales que lo hacen ocasionalmente. Asimismo el grado de proyección editorial de los programas es disímil. Mientras que hay una notoria presencia en el interior y exterior del campus de los materiales de las entidades del *Subsistema de Humanidades* y la *Coordinación de Difusión Cultural*, aquellos que se originan en el *Subsistema de Investigación Científica* y el *Subsistema de Facultades y Escuelas* son poco visibles por dos causas: 1.) la especialización de los textos científicos y de los títulos de facultades y escuelas (públicos limitados) y 2.) la exigua divulgación más allá del propio recinto en que se producen. En ferias del libro nacionales e internacionales y en librerías grandes como Gandhi, El Sótano o Fondo de Cultura Económica, el lector encuentra preferentemente textos del *Subsistema de Humanidades*. Igual sucede en la *Red de Librerías* de la universidad.

Los fenómenos referidos acontecen porque pese a que el *Acuerdo* de 1986 constriñó las funciones de la *Dirección General de Fomento Editorial* –hoy *Dirección General de Publicaciones y Fomento Editorial* (DGPyFE)- esta aún realiza cometidos que coartan sus labores en la parte de distribución de materiales editados por las instancias de la UNAM y por ella misma.



La *DGPYFE* falla en tres de sus seis<sup>263</sup> funciones conferidas: 1.) *Procurar que la diversidad temática de la producción editorial de la Universidad llegue a sus destinos*; 2.) *Promover y proyectar la imagen institucional de las ediciones universitarias en el ámbito nacional e internacional* y 3.) *Mantener actualizado el índice de la producción editorial de la Universidad*.

A mi juicio en el mediano plazo (3-5 años) la *DGPYFE* necesita concentrarse en seis acciones:

1.) *Crear una base de datos actualizada de publicaciones de toda las instancias editoriales de la universidad que sea de conocimiento institucional y público*. La falta de ella: a.) impide la comunicación entre académicos que en distintas entidades estudian temas afines; b.) genera la producción desmedida de títulos sobre el mismo tópico que carecen de mercado; c.) mantiene el desconocimiento de textos de interés por parte de lectores ajenos a la institución y d.) pone en riesgo la preservación y comprensión del fondo editorial universitario afectando su integración en la memoria histórica de la UNAM.

2.) *Operar eficientemente la Distribuidora de Libros UNAM* con: a.) la integración de una subjeatura u oficina en la Coordinación Comercial que analice los espacios de venta idóneos para cada título; b.) la implementación de un *software* que permita conocer las entradas y salidas de *Almacén*, la colocación de títulos en librerías institucionales, privadas, instituciones educativas o de investigación y ferias y la necesidad de reimpresiones o cambios de soporte para la comercialización (*ebook*, impresión bajo demanda, acceso libre) y búsqueda de nuevos canales de distribución de acuerdo al contenido del texto o colección; c.) poner en funcionamiento las innovaciones que se han trabajado durante los últimos dos años en la *Red de Librerías UNAM*: reconfiguración de los espacios como facilitadores de la compra tradicional de libros; descarga de publicaciones digitales; consulta interactiva del catálogo editorial; lugares para charlas, presentaciones y otras actividades artísticas e implementación

---

<sup>263</sup> Las tres funciones restantes de la *Dirección* son: Proporcionar una permanente actividad de vinculación entre los lectores y la producción editorial; Introducir al ámbito universitario la producción editorial extrauniversitaria pertinente y Profesionalizar el conocimiento sobre el mercado del libro.

de la tarjeta del programa de fidelidad. El atraso en la práctica de esta última iniciativa nos habla de lo pausado que son los tiempos de la universidad como ente público. En 2013 se lanzó un concurso para proponer su nombre pero en agosto de 2014 continúa sin aplicarse; d.) extender el funcionamiento de la librería virtual <http://libros.unam.mx/> que no opera en periodos vacacionales de la institución. Mejorar esta debilidad es complejo porque entran en juego derechos laborales de los trabajadores pero no adolece de viabilidad. *DGPYFE* tiene tres alternativas: pagar tiempo extra a personal que ya esté trabajando en la librería o dependencia; convocar y capacitar a personal administrativo o de servicios de la universidad que esté interesado o subcontratar personal ajeno a la UNAM con experiencia en ventas por Internet; e.) retomar el proyecto *Convenios intrauniversitarios de apoyo editorial* que hicieron posible en los años ochenta<sup>264</sup> la relación con otras universidades e instituciones de educación superior del país para difundir las publicaciones de estas y de la UNAM. Con este objetivo se armaron paquetes de publicaciones de la UNAM que eran útiles en el apoyo de los planes de estudio de cada institución copartícipe; f.) agregar el elemento interactividad a la página en Facebook de *Libros UNAM*.

3.) *Incentivar la investigación para la articulación y el correcto funcionamiento del “sistema editorial UNAM”* con los Institutos, Direcciones, Coordinaciones, Consejos y Programas enfocados en la materia: Instituto de Investigaciones Bibliográficas, Instituto de Investigaciones Bibliotecológicas y de la Información, Coordinación de Colecciones Universitarias Digitales, Programa Toda la UNAM en línea, Dirección General de Cómputo, Dirección General de Bibliotecas y Programa Universitario de Fomento a la Lectura Universo de Letras.<sup>265</sup> También será esencial crear vínculos más estrechos con la última *Dirección* y así

---

<sup>264</sup> Participaron en los convenios originales 13 universidades públicas y 2 privadas.

<sup>265</sup> El *Programa de Fomento Universo de Letras* tiene la intención de motivar la lecto-escritura entre la comunidad estudiantil de la UNAM y ofrecer una opción de enriquecimiento profesional y personal, con el establecimiento de vínculos significativos con la lectura y la escritura, tanto creativa como cotidiana. De los apartados que comprende este programa destacan: 1.) la profesionalización lectora y de promoción del libro por medio de un seminario encauzado a la formación de narradores orales; 2.) la institucionalización de la cátedra extraordinaria de lectura José Emilio Pacheco; 3.) la creación de *Círculos de Letras Itinerantes* en cada una de las escuelas, facultades, preparatorias y planteles del Colegio de Ciencias y Humanidades que se visiten; 4.) la propuesta del *Cultibus*, autobús lúdico para leer dentro de la UNAM y 5.) el desarrollo de *Librópolis: ciudad de letras*, sitio *web* interactivo para el aprendizaje de lectura y escritura.

conocer las nuevas demandas de materiales y soportes por parte de estudiantes y académicos universitarios. Lo ideal es la formación de grupos de investigación y/o trabajo que han existido pero sin darles continuidad.

4.) *Vigilar y auditar a las instancias editoras en lo concerniente a la revisión de archivos de libros publicados y fijación del precio de venta.* Cerciorarse de que los originales hayan sido puestos a consideración de los respectivos comités editoriales de las entidades o dependencias y obtenido un dictamen favorable. No intervenir más en la fijación del precio de venta de los títulos que producen las distintas instancias editoriales. La *DGPYFE* instituyó una normativa y entiendo que es su atribución vigilar el cumplimiento de la misma pero la *Dirección* no debe exceder esta facultad y forzar a establecer precios de venta –como es su costumbre- que apenas sí cubren los gastos en los que incurren los editores.

5.) *Restringir su función de entidad editora al servicio de la Administración Central y la Coordinación de Difusión Cultural.* Enfatizar a esta *Coordinación*, de la que depende, que la falta de un *Programa de Seguimiento de Ficha Documental* impide conocer la fase en que se localiza cada una de las obras producidas en la *Dirección*; con lo que se presenta descuido o saturación del programa editorial. La *DGPYFE* dejará de ser la editora de los materiales que el *Subsistema de Investigación Científica y facultades y escuelas* delegan por incapacidad o saturación de sus departamentos o jefaturas de publicaciones. Las opciones a estas modificaciones, para cada caso, son: a.) la creación de una oficina o jefatura de publicaciones dependiente de la *Dirección de Divulgación de la Ciencia* -a usanza de lo propuesto por Roger Bartra en diciembre de 2010- que edite los raros textos que de esta área se producen anualmente por las propias características que tienen Institutos y Centros del campo y b.) obligar a escuelas y facultades a que planifiquen mejor la elección de los títulos que editarán cada año según sus recursos humanos y materiales.

---

La iniciativa comprende también el impulso y la integración de actividades como *Poesía en Voz Alta* en la Casa del Lago, la *Fiesta del Libro y la Rosa* y la labor conjunta con la *Dirección General de Actividades Deportivas* para fomentar la lectura de manera simultánea a las actividades físicas. (*Gaceta UNAM*, 16 de junio de 2014: 14). Oficialmente el *Programa* arrancó el 03 de septiembre de 2014.

**Fuente electrónica:** *Portal en Internet del periódico mexicano El Universal*  
(<http://www.eluniversal.com.mx/cultura/2014/programa-universitario-fomento-lectura-1035212.html>).

6.) *Aumentar la internacionalización de la marca Libros UNAM* con presencia en ferias como la de Frankfurt; cambiando la dinámica de participación: de difusión a venta de derechos de autor de las obras universitarias. Previo a esta maniobra, la *Dirección* en tanto representante de la UNAM, gestionaría en solitario o como miembro de la *Red Altexto* (Editoriales Universitarias y Académicas de México), un programa de incentivos a la traducción de libros académicos y científicos con el respaldo de la Secretaría de Educación Pública o el Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología. El argumento a esgrimir sería la cooptación de este tipo de textos nacionales en las manos de editoriales comerciales transnacionales que condicionan su circulación al espectro local.

Es sustancial que la Rectoría, a través de la Secretaría de Desarrollo Institucional, motive a entidades y dependencia a concebir sus libros y materiales universitarios en un sentido integral que involucre un estudio de su demanda o lectores potenciales, mecanismos de difusión que sujeten el uso con la compra-venta como se hizo con el ciclo de conferencias *Las preparatoria y los libros de Humanidades* (2013-2014). El ciclo lo planeó la *Jefatura de Literatura* de la *Dirección de la Escuela Nacional Preparatoria* con el apoyo de la *Jefatura de Difusión Cultural* de la *Coordinación de Humanidades* y tuvo como finalidad vincular los contenidos del programa de Lengua Española (4to año) con la interpretación de las obras por parte de especialistas en ellas que alentaran su lectura. Al finalizar cada sesión se vendía el título examinado a precios accesibles y algunos más de interés y utilidad para los estudiantes del bachillerato. La actividad se complementaba con visitas guiadas a la *Casa Universitaria del Libro* (CASUL), sede del evento, y obsequio de material escolar promocional de la *Coordinación de Humanidades*.

En una primera fase se planearon ocho conferencias-talleres impartidas por profesores de la *Escuela Nacional Preparatoria* en septiembre, octubre, noviembre y diciembre de 2013. Tras el éxito logrado con la asistencia de estudiantes y su vigencia como herramienta pedagógica, se concibió una segunda etapa de ocho nuevas conferencias-talleres presentadas en los meses de enero, febrero y marzo de 2014.

Hemos presenciado en la UNAM -de 2011 al presente- la circulación de varios *Acuerdos* orientados a la institucionalización de la digitalización; estos erigieron el Programa *Toda la*

*UNAM en línea* y la *Coordinación de Colecciones Universitarias Digitales* y formalizaron la administración de las publicaciones periódicas (*Consejo y Red de Directores y Editores de Revistas Académicas y Arbitradas*). Consciente de los esfuerzos que acarrea la institucionalización de dichas iniciativas creo útil su acompañamiento -en el corto plazo (1-2 años)- con *Planes de Trabajo* o *Planes Operativos Anuales* a modo de lo que ocurre en la EUNED. Estos permitirán manejar metas y tiempo de cumplimiento de las mismas; identificar qué está fallando y hacer un balance integral de resultados.

Encuentro indefectible la adhesión de los sitios *web* universitarios (*Biblioteca Digital de la Medicina Tradicional Mexicana*, *Cienciorama* y el *Repositorio Institucional RAD-UNAM*) a la plataforma *Toda la UNAM en línea* (<http://www.unamenlinea.unam.mx/>) no solo para mantenerla actualizada sino porque está comprobado que la búsqueda de documentos y materiales en grandes portales aumenta su visibilidad, lo que no pasa por separado. La apuesta por este programa es alta y sus perspectivas a corto plazo se están cumpliendo. Para agosto de 2014 ha establecido alianzas académicas con el *Espacio Común de Educación Superior a Distancia* (<http://www.ecoesad.org.mx/>); la *Comunidad Digital de Conocimiento: Académica* de la Fundación Carlos Slim (<http://www.academica.mx/login.html>); el *Espacio Común de Educación Superior* (<http://www.ecoes.unam.mx>) y la *Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior* (<http://www.anuies.mx/#>). *Toda la UNAM en línea* permanece activa los 365 días del año con actualizaciones de *Twitter* y *Facebook* sobre sus contenidos y los de otros dominios UNAM que aparecen en la página de inicio.

Cuestioné en el capítulo tercero de este trabajo el parco desempeño de las instancias editoriales UNAM en la *Red Altexto* por la ineficacia de esta. En el transcurso de la investigación hallé que una red de editoriales puede ser eficiente. La *Unión de Editoriales Universitarias Españolas* cuenta a diferencia de *Altexto* con: 1.) vínculos con el gobierno; 2.) formación profesional; 3.) librerías que trabajan como red y 4.) políticas de calidad. En la gestión que encabeza a la fecha Lluís Pastor, se han establecido las *Jornadas Taller sobre el Libro Universitario* como espacio de discusión de los criterios de difusión y de impacto académico de las colecciones universitarias. A las jornadas asisten los miembros de la *Unión*, personal de la *Dirección General de Política Universitaria*; de las direcciones de la *Comisión*

*Nacional Evaluadora de la Actividad Investigadora (CNEAI) y de la Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación (ANECA) del país ibérico.*

En las reuniones, los editores han buscado perfilar estrategias a concretarse en el corto y mediano plazo como la especialización de las editoriales, emprendimiento que se visualiza como arranque del fortalecimiento de la red; ya que a decir de su Presidente: “[...] en la red, los nodos que la forman son importantes pero tan importantes o más son las relaciones entre estos nodos. Es lo que da fuerza, resistencia y flexibilidad a la red”. (*Unelibros*, 2013: 2) La UNAM tiene ventaja en este campo porque la autonomía editorial de las entidades y dependencias de sus cuatro subsistemas indirectamente está segmentada y especializada.

No sostengo que la *Red Altexto* prescindiera de proyectos destinados a mejorar la posición de las publicaciones universitarias mexicanas en el mercado nacional e internacional, particularmente la de los libros, pero es bien cierto que estos intentos son moderados y con poca o ninguna repercusión. En 2011 la *Red* emprendió el estudio –aún inconcluso- *Cuanto vale la edición universitaria*, que trata de dimensionar la situación actual de la edición universitaria nacional. El estudio que consideró como muestra las 174 instituciones, públicas y privadas afiliadas a la *Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior* (ANUIES) y tomó como punto de partida los registros del ISBN del *Instituto Nacional del Derecho de Autor*; encontró que de 2009 a 2011, 98 de las instituciones adscritas a la ANUIES publicaron al menos un título en este periodo mientras que la cifra desciende a 79 para las que publicaron más de cinco libros. Del mismo modo trazó un mapa de los polos de producción editorial que ubica a la Ciudad de México como el sitio en el que se publica casi la mitad del total nacional porque 18 instituciones tienen su sede ahí, siendo la UNAM la que dispara de manera radical estas cifras.

Quizá lo más notable del estudio sea la captación de estos datos:



La información precedente nos indica que la carencia, ocultamiento y escaso interés por conocer estos indicadores imposibilita pensar en temas como las políticas de calidad<sup>266</sup> que son centrales en editoriales universitarias de países europeos y en redes como la *Red de Editoriales de las Universidades Nacionales de Argentina* y la *Asociación Brasileña de las Editoriales Universitarias*. Tampoco existe en el país un programa informático similar al índice *Books in Print* que registra cada semana los libros publicados por las universidades norteamericanas para su ágil localización por temas, autores y títulos.

### **A modo de conclusión**

Las autoridades universitarias deben visualizar a las editoriales y/o programas editoriales institucionales como una herramienta estratégica para la óptima difusión del conocimiento y la cultura originada en el seno de sus instituciones. Es patente que en la UNED hay una mayor conciencia sobre este importante rol, incluso es un eje del marco institucional por sí solo.

Los esfuerzos institucionales, como he relatado, aparecen tras un largo periodo de latencia y requieren de compromiso y constante coordinación para tener éxito. El camino hacia el

<sup>266</sup> El *Centro de Desarrollo de Materiales Didácticos* de la Escuela Nacional Preparatoria es pionero en la UNAM en el otorgamiento de un *sello de calidad*. Lo puso en marcha en el primer trimestre de 2014. A mediano plazo puede hacerse extensivo a todas las instancias editoriales. Las secretarías de publicaciones de los subsistemas certificarían a sus entidades.

*cambio institucional* es dificultoso y siempre está en riesgo en las universidades públicas. El entender que las *industrias de contenidos* dislocan el *modelo editorial tradicional* brindará perspectivas que encausen a los casos de estudio considerados hacia un *modelo de publicaciones universitarias sustentable*.

Reitero que el presente trabajo no pretende constituir un paradigma del “deber ser” de las editoriales universitarias sino un termómetro de su comportamiento en un contexto determinado por la convergencia digital y las prácticas institucionales tradicionales y de reciente implementación en las Instituciones de Educación Superior de América Latina y el Mundo.



## Fuentes bibliohemerográficas

Altamirano, Carlos. “La elección de un modelo de editorial universitaria” en *Editorial de la UNQ: construcción y consolidación de un proyecto editorial en la universidad pública*. Mesa de reflexión y debate. 8 de octubre de 2009. Bernal, Argentina.

Anaya Rosique, Jesús (2010). *Editar en la universidad: Paradojas y retos*. Medellín: Editorial Universidad de Antioquia.

Avilés, Karina. “AL, lejos de enfrentar retos de la sociedad del conocimiento” en Periódico *La Jornada*. Sábado 26 de marzo de 2011. P. 33.

Babini, Dominique, *coordinadora*. *El conocimiento como bien común: acceso abierto a las Ciencias Sociales de América Latina y el Caribe*. Coloquio en el marco de la Conferencia Latinoamericana y Caribeña de Ciencias Sociales CLACSO. (09 de noviembre de 2012) México, D.F.

Balcázar Nava, Patricia, Gurrola Peña, Gloria Margarita y Moysén Chimal, Alejandra (2005). *Investigación cualitativa*. Toluca: Universidad Autónoma del Estado de México.

Brenes Bonilla, Lizette (2011). *Dirección Estratégica para Organizaciones Inteligentes*. San José de Costa Rica: Sistema de Estudios de Posgrado de la UNED/EUNED.

Calcagno, Natalia y D’Alessio, Francisco (2012). “¿Analogías de lo analógico? Reflexiones sobre economía cultural en el mundo digital en *En la ruta digital. Cultura, convergencia tecnológica y acceso*. Buenos Aires: Secretaría de Cultura de la Presidencia de la Nación. Pp. 20-31.

Castro, Cosette (2008). *Industrias de Contenidos en Latinoamérica*. Buenos Aires: CEPAL.

Chartier, Roger (2007). “La Universidad y la Edición: Pasado, Presente, Futuro” en Polo Pujadas, Magda, *coordinadora* (2007). *Innovación y retos de la edición universitaria*. Madrid: Unión de Editoriales Universitarias Españolas.

Chávez Sánchez, Guillermo (2010). “Publicaciones digitales: las nuevas reglas del juego” en *La transformación impostergable: Editores, libros y derechos digitales. Memoria del III Foro Internacional de Edición Universitaria*. Guadalajara: Red Altexto.

Cole, David (2003). *Marketing editorial: la guía*. México: FCE.

De la Torre Villar, Ernesto (1999). *Elogio y Defensa del Libro*. México: Dirección General de Publicaciones y Fomento Editorial/UNAM.

De Sagastizábal, Leandro. “Estudio comparativo de las editoriales universitarias de América Latina y el Caribe” en *Las editoriales universitarias en América Latina* Bogotá: IESALC/CERLALC. Pp. 95-235.

DiMaggio J. Paul y Powell, Walter (1999). *El nuevo institucionalismo en el análisis organizacional*. México: Colegio Nacional de Ciencias Políticas y Administración Pública/UAEM/FCE.

*El espacio iberoamericano del libro 2012* (2012). Bogotá: Centro Regional para el Fomento del Libro y la Lectura en América Latina y el Caribe.

- García Canclini, Néstor (2007). *Lectores, espectadores e internautas*. Barcelona: Gedisa.
- García Rosa, Flávia Goulart y Canossa Mendes, João Carlos. *Panorama de la edición universitaria en Brasil* (Ponencia). Foro Internacional de Edición Universitaria (26 y 27 de noviembre de 2012). Feria Internacional del Libro de Guadalajara.
- Goetz, Judith P. y LeCompte, Margaret D. (1988). *Etnografía y diseño cualitativo en investigación educativa*. Madrid: Ediciones Morata.
- Hernández, Hilda Elena (2010). “Las lógicas del mundo académico y la transformación de la edición universitaria”. Ponencia presentada en el *IV Foro Internacional de Edición Universitaria. Reformar para Posicionar*. 29 y 30 de noviembre de 2010. Feria Internacional del Libro de Guadalajara 2010.
- Hernández Sampieri, Roberto, Fernández-Collado, Carlos y Baptista Lucio, Pilar (2008). *Metodología de la Investigación*. México: McGraw-Hill.
- Ibarra Colado, Eduardo (2008). “Nuevo Institucionalismo sociológico e instituciones educativas “empresarializadas”: procesos de institucionalización bajo una racionalidad de mercado” en Buendía Espinosa, Ma. Angélica. *Análisis institucional y educación superior. Aportes teóricos y resultados empíricos*.
- La transformación impostergable: Editores, libros y derechos digitales. Memoria del III Foro Internacional de Edición Universitaria* (2010). Guadalajara: Feria Internacional del Libro de Guadalajara/Red Nacional Altexto/Unión de Editoriales Universitarias Españolas.
- Lara Pacheco, Gonzalo Clemente. “Libros de la UNAM a través de Google: dos años después” en *Crítica Bibliotecológica*, Vol. 2 Núm. 2. Julio de 2010. Monterrey, Nuevo León, México. Pp. 104-110.
- Lobo Solera, Nidia y Fallas Araya, Víctor Hugo (2008). *La Benemérita Universidad Estatal a Distancia en la Sociedad del Conocimiento*. San José de Costa Rica: EUNED.
- Modelo Pedagógico de la Universidad Estatal a Distancia. (Aprobado por el Consejo Universitario sesión No. 1714, Artículo IV, inciso 3 del 9 de julio del 2004)* (2007). San José de Costa Rica: EUNED.
- Morán Sarmiento, Adriana. “Propuesta de un modelo de gerencia para la editorial universitaria venezolana” en *Revista de Artes y Humanidades UNICA*, año 8, núm. 19. Mayo-agosto 2007. Pp. 36-63. Universidad Católica Cecilio Acosta.
- Muñoz Gual, René (2011). *Informe Final de Gestión 2005-2011 de la Dirección Editorial*. Documento de Control Interno de la Editorial de la Universidad Estatal a Distancia de Costa Rica. San José de Costa Rica.
- Ramírez Ramírez, Celedonio (2006). *La Tercera Revolución Educativa Costarricense. Memoria de la creación y puesta en marcha de la UNED (1975-1982)*. San José de Costa Rica: EUNED.
- RausellKöster, Paul y Carrasco Arroyo, Salvador (2003). “Algunos Apuntes Sobre la Economía de la Comunicación y La Cultura”. en Antuñano, Jordan, *editor* (2003). *Política Económica: Fundamentos, Objetivos e Instrumentos*. Valencia: Editorial Tirant Lo Blanch.
- Revista *Unelibros*. Núm. 27. Otoño 2013. Junta Directiva de la Unión de Editoriales Universitarias Españolas (UNE). Madrid. Pp. 2-65.
- Sallenave, Jean-Paul (2002). *Gerencia y planeación estratégica*. Bogotá: Editorial Norma.

Serna Alcántara, Gonzalo Aquiles (2007). “Misión social y modelos de extensión universitaria: del entusiasmo al desdén”. En *Revista Iberoamericana de Educación* núm. 43 junio de 2007. Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación, la Ciencia y la Cultura (OEI). Madrid. Pp. 1-7.

Sierra Quinte, Jorge Alfonso (2005). *Marketing para editoriales universitarias en el siglo XXI*. San José de Costa Rica: Editorial DirectLibros.

*Situación de las Editoriales Universitarias de Centroamérica* (2003). Ciudad de Guatemala: IESALC/Secretaría Permanente del CSUCA.

Tejeda Gómez, María Alejandra (2009). “Adelantos y retos en la medición de la información y el impacto de las publicaciones científicas en el mundo académico” en *Memorias del VII Congreso Internacional de Publicaciones Universitarias de Iberoamérica. Conocimiento y Sociedad*. Bogotá: ASEUC/Cámara Colombiana del Libro/La Librería de la U.

Torres Vargas, Georgina Araceli (1995). *La Universidad en sus publicaciones. Historia y perspectivas*. México: UNAM/Dirección General de Publicaciones.

Torres Vargas, Georgina Araceli (2011). “Los espacios virtuales de investigación: tendencia para compartir información y colaborar en el entorno digital” en *Quehacer editorial*, núm. 10 pp. 27-35. México, noviembre de 2011.

Uribe Schroeder, Richard, *director* (2010). *El espacio iberoamericano del libro 2010*. Santiago de Chile: CERLALC/Cámara Chilena del Libro/Fundación Grupo Iberoamericano de Editores.

Van Vught, Frans A. (1996) “Evaluación de la calidad de la educación superior: el primer paso” en Buendía Espinosa, Ma. Angélica. *Análisis institucional y educación superior. Aportes teóricos y resultados empíricos*.

### **Fuentes electrónicas**

Buendía Espinosa, Ma. Angélica. “Análisis institucional y educación superior. Aportes teóricos y resultados empíricos” en *Perfiles Educativos* 2011, vol. 33, n. 134 pp. 8-33. Disponible en: <http://www.scielo.org.mx/pdf/peredu/v33n134/v33n134a2.pdf>

CalderónGassmann, Andrea (s/a). *El régimen preventivo de la Ley contra la Corrupción y el Enriquecimiento Ilícito en la Función Pública (Ley No 8422)*. San José de Costa Rica: Procuraduría General de la República. Disponible en: [www.pgr.go.cr/capacitacion/etica/prohibiciones.ppt](http://www.pgr.go.cr/capacitacion/etica/prohibiciones.ppt)

“Capítulo 4. La evolución de la educación superior” en *Cuarto Informe Estado de la Educación 2013*. San José de Costa Rica: Programa Estado de la Nación (PEN). Disponible en: [http://www.estadonacion.or.cr/files/biblioteca\\_virtual/educacion/004/9-Cap-4.pdf](http://www.estadonacion.or.cr/files/biblioteca_virtual/educacion/004/9-Cap-4.pdf)

Casani, Fernando; Rodríguez-Pomeda, Jesús y Sánchez, Flor. “Los nuevos modelos de negocio en la economía creativa: Emociones y redes sociales” en *Universia Business Review*, Primer Trimestre 2012, pp. 48-69. Disponible en: [http://ubr.universia.net/pdfs\\_web/3303.pdf](http://ubr.universia.net/pdfs_web/3303.pdf)

De la Parra Trujillo, Eduardo (2012). “Derecho de autor en el entorno digital” en *Memoria del III Seminario el Derecho de Autor en el ámbito editorial*. México: Conaculta. Disponible en: <http://www.conaculta.gob.mx/seminario/seminario3/?q=5>

Del Castillo Alemán, Gloria (2006). “Una propuesta analítica para el estudio del cambio en las instituciones de educación superior” en *Perfiles Educativos* 2006, vol. 28, n. 111 pp. 37-70. Disponible en: <http://www.scielo.org.mx/pdf/peredu/v28n111/n111a3.pdf>

Galina Russell, Isabel (2011). “La visibilidad de los recursos académicos. Una revisión crítica del papel de los repositorios institucionales y el acceso abierto” en *Investigación Bibliotecológica*, Vol. 25, Núm. 53, enero/abril 2011. México. Pp. 159-183. Disponible en: <http://www.scielo.org.mx/pdf/ib/v25n53/v25n53a7.pdf>

*IV Informe Estado de la Región en Desarrollo Humano Sostenible 2011*. San José de Costa Rica: CONARE. Disponible en: <http://www.estadonacion.or.cr/index.php/prensa/carpetas/centroamerica/informe-iv>

Muñoz Gual, René (2012). *Informe de Labores Anual de la Dirección Editorial 2012*. San José de Costa Rica: Vicerrectoría Ejecutiva/Dirección Editorial UNED. Disponible en: <http://www.uned.ac.cr/transparencia/index.php/informe-de-labores-2012/informes-de-labores-por-dependencias/vicerrectoria-ejecutiva-2012/219-direccion-editorial-2012>

Patalano, Mercedes. “Las publicaciones del campo científico: las revistas académicas de América Latina”. *Anales de Documentación*, 8 de enero de 2005. Disponible en: <http://revistas.um.es/analesdoc/article/view/1451/1501>

Peres, Wilson y Hilbert, Martín, editores (2009). *La sociedad de la información en América Latina y el Caribe. Desarrollo de las tecnologías y tecnologías para el desarrollo*. Santiago de Chile: CEPAL/IDRC/CRDI. Disponible en: [http://www.eclac.org/publicaciones/xml/2/36002/LCG2363\\_indice.pdf](http://www.eclac.org/publicaciones/xml/2/36002/LCG2363_indice.pdf)

Piedras, Ernesto. “Indicadores de Cultura. Economía cultural y economía creativa” en *Este País*, 04 de enero de 2008. pp. 28-29 Disponible en: [http://estepais.com/inicio/historicos/205/29\\_cultura\\_indicadores\\_piedras.pdf](http://estepais.com/inicio/historicos/205/29_cultura_indicadores_piedras.pdf)

Román González, Roberto (2011). *Plan de Trabajo 2011-2015 de la Dirección de Producción de Materiales Didácticos*. San José de Costa Rica: UNED/Dirección de Producción de Materiales Didácticos. Disponible en: [http://reccdidacticos.uned.ac.cr/recursos/docs/plan\\_trabajo.pdf](http://reccdidacticos.uned.ac.cr/recursos/docs/plan_trabajo.pdf)

Román González, Roberto (2012). *Informe de Labores de la Dirección de Producción de Materiales Didácticos: Julio 2011 a Julio 2012 y Propuestas de Acciones hasta el 2015*. San José de Costa Rica: UNED/Vicerrectoría Académica/Dirección de Producción de Materiales Didácticos. Disponible en: [http://reccdidacticos.uned.ac.cr/recursos/docs/informe\\_dpmd\\_2011-2012.pdf](http://reccdidacticos.uned.ac.cr/recursos/docs/informe_dpmd_2011-2012.pdf)

**Esta tesis se terminó de imprimir el 24 de octubre de 2014 en *La Casa de la Tesis* (Copilco, México). La fecha coincide con el 69 aniversario de la fundación de la Organización de las Naciones Unidas (ONU). El tiraje consta de 8 ejemplares impresos y 2 versiones electrónicas en CD.**

