

**Políticas y lineamientos para
la edición de textos en el área de
ciencias biológicas y de la salud**

Políticas y lineamientos para la edición de textos en el área de ciencias biológicas y de la salud

Idónea Comunicación de Resultados que presenta la alumna:
Zyanya Patricia Ruiz Chapoy

Para optar por el grado de
Maestra en Diseño y Producción Editorial

Tutora:
Sofía de la Mora Campos

Lectores:
Martha Esparza Ramírez
Marco Antonio Moctezuma Zamarrón

Universidad Autónoma Metropolitana
División de Ciencias y Artes para el Diseño
Maestría en Diseño y Producción Editorial

Ciudad de México, julio de 2019

*A Camila, por ser luz y amor infinito en mi vida.
Por serlo todo.*

*A mi pequeño “monstruito” en camino.
Te espero con ansias; te amo desde ya.*

*A Alejandro, por todo el amor y la paciencia.
Por darme la felicidad que siempre soñé.*

*A mis papás, Joaquín y Blanca,
porque sin ustedes no hubiera logrado esto.*

*A Sofía de la Mora, amiga y mentora.
Por tantos años de apoyo y complicidad.*

** A Goldo, mi amiguito de cuatro patas, por la fiel compañía.*

Índice

Presentación	9
Introducción	13
Edición universitaria en México	19
Producción editorial universitaria	25
La decisión editorial	29
Edición y capital simbólico en la universidad	33
El editor universitario	41
El autor-investigador universitario	47
Radiografía de una instancia editorial universitaria:	51
Programa Editorial DCSB, UAM-X.	
Discusión final.....	69
Bibliografía	75
Anexos.....	81

Presentación

“¿Soy editora?” Una pregunta que me hice durante mucho tiempo cuando comenzaba a formarme en el ámbito editorial. Foros, encuentros, talleres, seminarios, diplomados... el camino en búsqueda de la profesionalización se vislumbraba lejano y además confuso.

Podría decir que mi primer libro lo “edité” cuando tenía 10, tal vez 11 años; era sobre gatos –en aquel entonces, mi mayor *hobby*–. Sin tener la más mínima idea y a modo de juego, pasé por algunas labores de lo editorial: desde autora (busqué y escribí todo lo que encontré sobre los felinos), diseñadora (en hojas de cuaderno recortadas dibujé, pegué fotografías y transcribí texto) hasta encuadernadora (un bonito cosido de estambre con forros de fólder rosa).

Si en aquel entonces me hubieran dicho que a eso me iba a dedicar, probablemente me hubiera reído (y quizás ni hubiera entendido lo que eso implicaba). Incluso cuando inicié la licenciatura en Comunicación Social en la UAMX, no tenía idea de la cantidad de agentes involucrados en todo el proceso ni lo que implica el trabajo editorial.

Hablar de edición es complejo y de la figura del editor aún más. Me llevó tiempo comprender que sí estaba en el camino de consolidarme como editora, es un proceso de construcción e individualidad que hace único al editor. Hay tantos tipos de editor como líneas y proyectos editoriales que responden a la diversidad de perspectivas y formas de resolver cada texto, cada libro; es por ello que encasillarlo en una sola definición es impreciso.

Eso se refleja a lo largo de este documento, ya que no se pretende definir la figura del editor, mucho menos de aquel que está inmerso en el mundo académico, el universitario, sino presentar una perspectiva, la experiencia obtenida en una instancia específica que me permitió, aunado al tránsito

por la Maestría en Diseño y Producción Editorial (MDPE), realizar una reflexión sobre un entorno particular y poder realizar una intervención.

El acercamiento inicial me permitió reflexionar sobre la labor de la edición académica, dialogar y contraponer frente a las experiencias de otros; analizar el papel que juega el editor universitario y valorar la importancia de un marco legislativo que debiera ser adecuado para la toma de decisiones en un contexto y para un proyecto editorial universitario. Había que romper con la imagen de que el editor académico es sólo un “hacedor” de libros y que su intervención en el proceso beneficia a todos los involucrados, es decir, desde el autor académico hasta el lector que está en búsqueda de estos conocimientos producto de la investigación, la docencia y la creación.

La primera oportunidad que tuve para “mancharme las manos de tinta” y desempeñarme completamente como editora se presentó en 2011, cuando comencé a laborar en la División de Ciencias Biológicas y de la Salud (CBS) de mi alma mater, la UAM-Xochimilco, como “encargada del Comité Editorial” bajo la coordinación de la Secretaría Académica. En ese momento, ésta era la única instancia responsable de la producción editorial, donde el proceso consistía en pasar directamente de la dictaminación a la impresión. No tomé demasiado tiempo para que comprendiera que estaba frente a un problema complejo y necesario de atender.

Asimismo, la MDPE había estado entre mis planes desde que comencé aquel confuso camino de la profesionalización; sin embargo, no me sentía lo suficientemente empapada de la labor del editor como para sacarle el mejor provecho. Después de cuatro años a cargo de lo que hoy se llama Programa Editorial CBS, se han logrado consolidar las bases, principalmente, el entendimiento de la comunidad académica de la División sobre el funcionamiento de esta instancia, en el contexto y las demandas actuales para la edición universitaria.

El cambio fue notorio; sin embargo, aún quedaban cosas por resolver. Es así como, en 2015, ingresé a la MDPE con el claro objetivo, no sólo de continuar con mi profesionalización, sino de analizar la problemática identificada y, a la vez, retribuirle algo a mi universidad, ofreciendo propuestas para la resolución de los puntos centrales

y poco atendidos de las políticas y lineamientos para la edición universitaria, y particularmente, para la de textos académicos de la División de Ciencias Biológicas y de la Salud, convirtiéndose en un claro objeto de estudio. De allí que la presente se planteó como una investigación-acción.

Introducción

La edición es un objeto de estudio amplio y cambiante, ya que se va modificando junto con todas las variantes en torno a los contenidos, los lectores y las tecnologías, entre otras; es decir, como toda investigación con perfil social, se encuentra en constante movimiento, así que es conveniente hacer las delimitaciones necesarias que permitan analizarla y tomar decisiones que apoyen el crecimiento de dicha actividad.

En el caso de las universidades, la edición tiene un papel importante para coadyuvar al cumplimiento de sus funciones sustanciales: docencia, investigación y difusión de la cultura. Al realizar un primer acercamiento a las condiciones y objetivos de este perfil insertado en la industria editorial surgen preguntas como, ¿cuáles son las verdaderas razones por las que publican las universidades?, y particularmente, ¿por qué publica la Universidad Autónoma Metropolitana (UAM)? Esto nos lleva a un recorrido histórico, legal y político que involucra aspectos administrativos y académicos que nutren a este espacio cultural de difusión de contenidos propios de la institución.

Para ello, a lo largo del presente documento se analizaron los diversos actores que intervienen en el proceso editorial, cómo se relacionan y actúan en ese campo académico con lineamientos y reglamentos existentes, algunos no explícitos ni codificados (Bourdieu, 2008: 135). Se parte de que en ese campo social existen tensiones de ejercicios de poder enmarcadas en criterios de selección del material que se mueven dependiendo de demandas internas y externas, y que se quedan en una situación de ambigüedad, lo que genera conflictos y poca claridad del por qué se publica lo que se publica.

Esto último abona a una de las problemáticas de la producción editorial, ya que hay una gran demanda de propuestas que no se puede atender. Los académicos escriben y las editoriales universitarias publican, por el simple hecho de que todas las investigaciones y sus resultados merecen ser

conocidos, difundidos (o al menos es la creencia generalizada), pero ¿realmente esas publicaciones tienen un destino claro, un público definido?, ¿se garantiza su distribución, más aún, su lectura? Todo esto afecta la objetividad, precisión y delimitación existente en la decisión editorial y, por ende, en el manejo de las finanzas. Esta problemática ocasiona que la producción editorial sea vista, incluso por sus propias autoridades, como un gasto y no como una inversión.

Una de las principales deficiencias de las editoriales universitarias, señalada por los propios actores involucrados, es la circulación y difusión de sus obras. Los libros, esos textos que, a su vez, son discursos retóricos, no siempre persuaden y muchas veces no llegan al lector adecuado.

Existe un analfabetismo académico (Carlino, 2002), es decir, los miembros de la comunidad universitaria no consumen los productos de la universidad. El consumo, definido por García Canclini (2006: 80) como un conjunto de procesos socioculturales en que se realizan la apropiación y los usos de los productos, es parte del ciclo de producción y circulación de bienes.

La descripción del proceso de reproducción social se presenta, por un lado, como un factor subjetivo social del consumidor o de disfrute y, por el otro, como un factor objetivo, construido por los medios, sea de producción o de consumo, es decir, por los productos útiles o bienes producidos. (Echeverría, 2010: 51)

Otra de las causas de la falta de consumo, si no es que quizás la fundamental, tiene su raíz en la intelección de las obras, desde las motivaciones del autor y la construcción del documento que va a ser publicado: ¿por qué un autor decide publicar?, ¿cuándo considera que su texto debe ser difundido?, ¿cómo sabe cuándo está listo y cómo decide a quién va dirigido? Cuando no existe una asignación concreta, los escritores, en este caso los académicos, imaginan a sus lectores y utilizan su propia experiencia y la observación para ayudarse a decidir sobre la forma de comunicarse con ellos (Roskelly, 2008).

Los académicos, como consecuencia de los sistemas de evaluación a la docencia, en diversas ocasiones publican con la finalidad de ser evaluados. Desde la Edad Media, los trabajos de los profesores eran evaluados por sus estudiantes, lo cual determinaba gran parte de

sus ingresos económicos. En la actualidad esto se ha convertido en el principal instrumento de medición y aumento de la “calidad” en las universidades, sin analizar las consecuencias de este tipo de acciones (Rodríguez, 2006).

Entonces, ¿qué se entiende por calidad?, ¿quién decide qué textos son de calidad?, ¿cuáles son los criterios de evaluación?, es decir ¿cómo se definen las reglas del juego? La tópica sobre la calidad de las publicaciones se sustenta de manera repetida en el apego a los lineamientos y políticas. La decisión editorial se entiende como un conjunto de lineamientos que deben ser claros y precisos para los editores, por criterios a distinguir y analizar. Cuando la obra llega al lector éste desconoce el trabajo de revisión, evaluación y producción que tuvo; sin embargo, la decisión y producción editorial cumplen con sus objetivos cuando el lector disfruta la obra; si le es útil y responde a sus expectativas (De la Mora, 2007).

Esta investigación, fundamentalmente cualitativa,¹ parte de un enfoque empírico a través de datos de los sujetos y objetos involucrados, sus relaciones, jerarquías y coordinaciones: toda la vinculación de la gran maquinaria editorial. Las teorías (en este caso, las generadas en torno a la edición académica) pretenden explicar el funcionamiento de los hechos y no deben considerarse absolutas, pues no sólo sirven para intervenir, sino que ofrecen explicaciones posibles (Orozco y González, 2012).

Tanto las relaciones teóricas (es decir, todos los presupuestos que se tienen del tema), como las metodológicas, llevarán a la construcción del objeto de estudio. No se debe perder de vista, además, que el enfoque epistemológico pretende hacer una reflexión sobre nuevos conocimientos y la forma en que se producen objetivamente (Orozco y González, 2012).

1 De acuerdo con Gómez *et al.* (2010), la investigación cualitativa “implica a menudo un proceso de aclaración recíproca entre la imagen que tiene el investigador del objeto de investigación, por un lado, y los conceptos que enmarcan la investigación, por el otro”.

La edición, y todo lo que se relaciona con ella, es de naturaleza variable; en lo editorial todo depende de: los procedimientos, la legislación (y su interpretación), los costos, los tiempos, las ventas, los autores y los lectores, principalmente. La presente investigación pretende analizar la edición desde una instancia universitaria (el Programa Editorial de la División de Ciencias Biológicas y de la Salud de la UAM Xochimilco) y su entorno, considerando los antecedentes, marco contextual y su situación, desde la visión del editor, lo cual permita el cuestionamiento de los criterios actuales. Siguiendo las directrices de este tipo de investigación se encontró una problemática, se trazó un plan (donde la etnografía fue una de las herramientas de investigación que permitió obtener información de fuentes primarias), se analizaron los hechos y, finalmente, se implementaron acciones con sus respectivas evaluaciones. Este trabajo tiene rasgos deliberativos, al estar enfocado no sólo en los resultados sino en el mismo proceso de investigación.

Considerando las variables existentes y la situación actual de la edición universitaria, particularmente en el área de las ciencias biológicas y de la salud, es necesario cuestionar el rol que desempeñan las políticas y lineamientos, las cuales permitan enmarcar este tipo de edición en una legislación que responda a sus necesidades, acorde a su realidad, problemáticas y particularidades.

Aunado a esta pregunta y a las formuladas previamente, que llevaron a observar el objeto de estudio, es necesario plantear otras: ¿qué papel juegan los actores involucrados en la edición universitaria? ¿Cuál es el rol del académico como investigador, como consumidor, como figura de autoridad (dictaminador) y como tomador de decisión (comités y órganos colegiados)? ¿Qué papel juega el editor como gestor cultural? Es decir, el editor-corrector, editor-gestor, editor-tomador de decisiones, editor-mediador; ¿cuáles otros gestores culturales se deben considerar (bibliotecarios, libreros)? ¿Cuál es el perfil y rol del lector estudiante, el lector académico, el lector que consume por necesidad? ¿Cuáles son los espacios de consumo además de las librerías y bibliotecas?

Metodología

Como ya se mencionó, esta investigación, cuyo plan de acción apunta más a la exploración y descripción, tiene un corte metodológico de intervención, ya que los elementos que intervienen no se encuentran de manera constante ni es posible controlarlos (Moreno, 2001). A lo largo de la maestría, se realizó una intervención en el Programa Editorial de la División de Ciencias Biológicas y de la Salud (cbs) de la Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco (UAM-X), por lo cual se trata de una investigación-acción al convivir con el objeto de estudio durante el proceso.

Por su naturaleza descriptiva o exploratoria (Orozco y González, 2012), para la elaboración de este trabajo se emplearon tanto metodologías cuantitativas (búsqueda de generalidades, regularidades y datos estadísticos) como cualitativas (particularidades, procesos de construcción a partir de datos obtenidos), pues el uso de unas y otras permitió descartar hipótesis que se generaron durante la investigación.

Asimismo, se emplearon paradigmas positivistas, realistas e interaccionistas, principalmente; para la producción de datos se usaron estrategias inductivas (exploraciones previas) y deductivas (contraste entre datos de campo). Cabe destacar que, al ser parte del medio editorial, los foros académicos y editoriales, así como el trabajo previo en la Red de Publicaciones, me facilitó el tener un panorama más amplio y obtener información de fuentes primarias; las reuniones y encuentros con pares, con agentes de otras instancias editoriales, permitieron encontrar similitudes y particularidades de las problemáticas y posibles soluciones.

Es importante señalar que, si bien esta metodología mixta fue la más adecuada para la elaboración del trabajo, tiene bases fundamentadas principalmente en la etnografía por ser una herramienta que ofrece métodos más acordes al tipo de investigación, como la observación y la entrevista. En ese sentido, se utilizaron técnicas de campo a través de las cuales se estudiaron ciertos espacios y audiencias, por ejemplo, a los actores involucrados: editores académicos, autores-investigadores, comités editoriales, responsables de áreas de distribución y a compradores, a quienes se les realizaron entrevistas

y encuestas. Las herramientas empleadas para una metodología mixta le dieron flexibilidad a la investigación y permitieron el cruce de datos entre ellas. Como en cualquier investigación-acción, se debía partir de la observación. Al estar involucrada en el lugar y el objeto de estudio, la fase de observación estaba cubierta, pues ya habían transcurrido algunos años en ello y la problemática estaba identificada (Hernández, 2014). Como parte del desarrollo del plan se crearon objetivos y estrategias, para lo cual sí se requirieron datos adicionales. Para ello se escogió la entrevista por ser la herramienta que permitió, de manera directa, obtener datos de las fuentes primarias: los informantes. Los hallazgos encontrados en dichas entrevistas están incluidos como parte de la discusión final de este documento.

Por todo lo anterior, se considera que para las instancias editoriales universitarias es importante contar con lineamientos y políticas editoriales que permitan guiar la decisión editorial a cargo de comités y órganos colegiados, pues de ello dependerá la unificación de los procesos y criterios, y el correcto funcionamiento de la producción editorial.

Se consideró así presentar una propuesta de adecuaciones a las políticas y lineamientos editoriales vigentes en materia de producción editorial para la DCBS de la UAM-X, acordes con la realidad, necesidades y particularidades de la edición de textos científicos, que funcionen como una herramienta para guiar la toma de decisiones y la unificación de los procesos de producción editorial para, a su vez, mejorar la imagen, diseño y difusión de las obras. La existencia de este tipo de documentos, además, podría evitar la percepción de ambigüedad o falta de precisión de las políticas o directrices en el proceso editorial, llenando los vacíos existentes y la inadecuada interpretación de la legislación, que en ocasiones es genérica y dispersa.

Edición universitaria en México

Las definiciones de cultura son tan variadas como las culturas que integran los grupos, regiones, naciones, identidades sociales y quienes reflexiona sobre ellas. La cultura es un término elusivo que sólo tiene sentido en términos abstractos (Hernández, R., 2011: 263). Podríamos ser reduccionistas y entender a la cultura como una acumulación de conocimientos que requiere del lenguaje como un instrumento fundamental para la transmisión y diseminación de éstos. Por cuestiones genéticas, el hombre está predispuesto al aprendizaje y la comunicación y, en consecuencia, a la evolución cultural (Cavalli, 2007). La cultura y la educación no pueden separarse. “Educar es preparar a alguien para cierta función o para vivir en cierto ambiente o de cierta manera” (Hernández, R., 2011: 263); la relación entre cultura y educación se sustenta en la posibilidad de generar los elementos impulsores de la cohesión social y el desarrollo evolutivo.

En ese sentido, es innegable la función primordial que han tenido la escritura y la lectura para la obtención de saberes. Desde épocas antiguas la transmisión y diseminación del conocimiento, así como el paso de la humanidad, han quedado registrados mediante la oralidad y, posteriormente, la escritura, dotando de un gran peso a la lectura, la cual “permite adquirir habilidades de pensamiento que sólo se adquieren de esa manera” (Rivaud, 1995: 40).

El libro, cuyos orígenes se remontan a la época de Alejandría (III a.C.) ha gozado, al igual que la escritura, de gran influencia; no es de sorprender por ello el debate que han tenido teóricos como Roger Chartier y Pierre Bordieu sobre el papel de la lectura como una práctica cultural (Renán, 2003). La historia de las bibliotecas y centros de estudio revela el cuidado y la atención dados a los libros,

y el incremento que la cultura general recibió cuando se atendió su elaboración y difusión, así como el decaimiento ocurrido en la medida en que se desatendió ese deber (De la Torre, 1987). Esto deja un tanto al descubierto la “ingenuidad que encierra el uso incontrolado de la palabra «lectura» como forma de entender todo intento de inteligibilidad del mundo, al tiempo que reacciona contra cierta herencia estructuralista que entiende al «texto» como único referente de la realidad” (Renán, 2003: 161).

Con el nacimiento de las universidades, se creó una editorial universitaria de manuscritos. A finales del siglo XII los grandes cambios intelectuales y sociales propiciaron la fundación de universidades y el desarrollo de la instrucción entre laicos, lo cual tuvo repercusión en los libros que se escribieron, copiaron y difundieron. Las universidades se convierten en el lugar donde sabios, profesores y estudiantes, organizan con artesanos especializados un activo comercio de libros (Febvre y Martin, 2005).

En el siglo XV, la cultura occidental alcanza su máximo esplendor gracias a la aparición de la imprenta de Gutenberg, que revolucionó la escritura y la divulgación de la información; con ello el libro adquiere “sus máximas posibilidades de multiplicarse indefinidamente por medios mecánicos y difundirse en núcleos cada vez más amplios” (De la Torre, 1987: 22). Tal ha sido el impacto de la lectura y la escritura, que durante la Colonia española se concibió al libro como un “peligroso agente que tenía la capacidad de contaminar” nuevas ideas (De Santiago, 2013). Debemos entenderla, también, como un proceso social.

Es así como la actividad editorial académica tiene sus inicios en Inglaterra, donde en el siglo XV comenzaron a imprimirse libros a cargo de universidades como Oxford y Cambridge, de ahí que se conozca a estas dos instituciones como las *primeras* editoriales universitarias modernas, las cuales posteriormente obtuvieron “licencia real” para imprimir y vender libros (Anaya, 2009: 52).

Los primeros editores que llegaron a México aparecieron durante el siglo XVIII y comienzos del XIX provenientes de Francia, Inglaterra y Alemania, “cuando el número de lectores aumentaba a partir de un crecimiento demográfico y se asistía a una escolarización exten-

dida a capas sociales hasta entonces excluidas de la cultura escrita” (De Santiago, 2013: 19); en Francia, por ejemplo, se presenta un crecimiento importante en todas las formas de producción impresa después de 1830.

Al igual que en muchos otros sectores de la vida social, en el editorial también se ha visto influenciado por la Iglesia Católica. En México, desde el siglo xvi se comenzaron a imprimir libros, los cuales inicialmente se hicieron con el fin de difundir el cristianismo entre la población; un ejemplo de esto fue el primer libro impreso, *Escala espiritual*, de San Juan Clímaco (De la Torre, 1987), traducido por Juan de Estrada y el cual se calcula fue impreso entre 1536 y 1537². El establecimiento formal de la imprenta en México se llevó a cabo por Juan Pablos, encomendado en 1539 para venir al país con oficiales de imprenta y todo lo necesario para imprimir; es así como a finales de ese mismo año apareció la *Breve y más compendiosa Doctrina Cristiana en Lengua Mexicana y Castellana* (De la Torre, 1987: 38).

Posteriormente comenzó el surgimiento de los llamados “libros enseñantes”, es decir, aquellas publicaciones dedicadas a la formación intelectual de la sociedad, que originalmente se destinaban a la enseñanza de los indios y el aprendizaje de sus lenguas (De la Torre, 1987).

Durante ese mismo siglo, con la fundación de la Real y Pontificia Universidad de México, empezó como tal la actividad editorial académica de nuestro país (Careaga, 2004; Anaya Rosique, J., 2009). Así, con el surgimiento de la Imprenta Universitaria, se han puesto en marcha diferentes proyectos de modificación para dar cumplimiento a la creciente demanda de publicaciones.

Con el paso del tiempo se generó una concepción del libro universitario como la vía principal para el cumplimiento de las actividades sustantivas de las universidades e instituciones de educación superior (IES), por ser la materialización de las investigaciones, el medio más

2 Este dato aún se pone a discusión por parte de los expertos historiadores quienes no coinciden en cuanto al título y las fechas, sin embargo, lo que se presenta aquí es lo más aceptado hasta el momento.

conocido y directo para la difusión de la ciencia, la tecnología y la cultura³.

En 1910, durante el gobierno de Porfirio Díaz, la Real y Pontificia se convierte en la Universidad Nacional de México (la cual adquirió su carácter de autónoma hasta 1929); durante la época posrevolucionaria, se crearon diversas instituciones de educación superior como la Escuela de Salud Pública (1922) y la Escuela Nacional de Agricultura en Chapingo (1923). Durante la década de los años cincuenta ocurrió el apogeo de las IES, con la construcción de Ciudad Universitaria y la fundación del Instituto Politécnico Nacional.

Décadas atrás, las universidades en América Latina tenían sus propios talleres de impresión dentro de su organigrama, pero esto no garantizaba la calidad de las obras publicadas, pues se pasaba directamente del original al taller de impresión, sin modificaciones al texto ni la intermediación de un editor. Posteriormente, surgió la necesidad de que los libros tuvieran formatos, procesos y una mejor calidad,

“[...] de este modo, aparecen en las universidades los departamentos de publicaciones, los centros editoriales, los sellos editoriales, los comités editoriales, la evaluación de originales, la adecuación estilística, el cuidado del diseño, la construcción de colecciones, el control financiero, las discusiones en torno a la distribución y la circulación” (Córdoba, 2014:43).

La conformación de las áreas editoriales dentro de las universidades mejoró la producción de sus libros en tanto que se fomentó la profesionalización editorial. Una de las primeras editoriales universitarias de México se forjó en la Universidad Nacional Autónoma de México, donde aún está vigente la Dirección General de Publicaciones y Fomento Editorial, nombre que se le otorgó hace 30 años cuando se establecieron las *Disposiciones generales a las que han de sujetarse los procesos editoriales y de distribución de la Universidad Nacional Autónoma de México* (UNAM), para oficializar de alguna manera la nece-

3 A modo de chascarrido, @Stephenfloor, usuario de Twitter, publicó en la red social lo siguiente: “It never ceases to amaze me that as scientists we spend all day inovating and trying to discover new things in the world, yet there’s intense resistance to changing the way we comunicate science from 350 year old journal article format”

saría descentralizaron de las labores de edición e impresión (Ayala, 2015: 151). Actualmente, casi todas las dependencias universitarias cuentan con su propio presupuesto anual para la realización de publicaciones, y en la mayoría de los casos con un responsable, área o departamento editorial, así como con un órgano colegiado de publicaciones, al cual suele llamarse *Comité Editorial* y se vincula con el Consejo Editorial Universitario.

Más tarde, en 1970, se creó el Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (Conacyt), cuya importancia radica en que, pocos años después, definiría políticas que inciden directamente en las evaluaciones de los académicos a través de sus publicaciones. Para 1974 se fundó la Universidad Autónoma Metropolitana (UAM), que nació como un nuevo espacio generador de conocimiento, diseminador de la ciencia, la cultura y la tecnología; en 1979 se creó, en Rectoría General, la Dirección de Difusión Cultural, y en la segunda mitad de la década de los setenta, las unidades Azcapotzalco, Iztapalapa y Xochimilco abren las primeras áreas de producción editorial.

Producción editorial universitaria

La academia la hacen todos, a decir de Carlos Anaya (2015). La encontramos no sólo en las aulas de las universidades, sino en muchos otros espacios de investigación. En México, como en otras partes del mundo, contamos con esos espacios llamados centros o institutos de investigación, dedicados a las ciencias y a la investigación científica, vinculados normalmente a instituciones educativas y a los ámbitos político y económico. Algunos centros, como los pertenecientes al Sistema de Centros de Investigación del Conacyt, se definen como entidades paraestatales que “poseen distintas naturalezas, tamaños ubicaciones y especialidades temáticas” (Conacyt, 2019).

A pesar de que comparten la investigación con las universidades, sus funciones y objetivos son distintos; estos centros e institutos también publican, también tienen “edición académica”, por ello la importancia de diferenciarla de la universitaria, que es el caso particular de este trabajo. La edición académica si bien tiene similitudes con la universitaria, a diferencia de ésta se puede dar en otros espacios que no necesariamente sean de investigación. En ese sentido, ¿podríamos decir que, por el tipo de publicaciones, editoriales como Manual Moderno, Trillas o McGraw Hill también realizan edición académica? La respuesta es sí. La gran diferencia, tanto de los centros de investigación como de las editoriales comerciales respecto a las universidades, son los estudiantes como su principal lector objetivo. Esto es importante no sólo porque ellos son el lector o público principal, sino porque la docencia cambia el juego para los autores-investigadores. En la edición universitaria, la docencia es la función principal, y es posible incluso tener perfiles comerciales, como se da en algunas universidades privadas (la Universidad Anáhuac o la Iberoamericana, por citar un par de ejemplos). Las funciones de estos diferentes modelos de edición están

relacionadas con el factor económico, por un lado, y con la labor docente y de difusión del conocimiento, por el otro. Las universidades privadas suelen tener modelos financieramente viables y, a diferencia de la mayoría de las editoriales universitarias públicas, no cuentan con un subsidio o presupuesto asegurados. Lamentablemente, en las universidades públicas suele malentenderse o confundirse el lucro con tener finanzas sanas y con el uso ético de estos recursos. Parte del problema es por la “ausencia de políticas editoriales en el marco de lógicas basadas en la búsqueda de la rentabilidad” (Rama *et al.*, 2006: 21). ¿Qué implica contar con finanzas sanas, ser rentable? No necesariamente un lucro, sino una autosuficiencia financiera que permita recuperar cuando menos costos invertidos para seguir financiando proyectos; aunque la rentabilidad no sea el objetivo principal de una editorial universitaria, “la consideración de esta como una empresa refuerza la necesidad de realizar una administración racional del patrimonio y de los recursos que se verá reflejada en el cumplimiento de sus objetivos” (Rama *et al.*, 2006: 106), incluso si estos son la mera difusión del conocimiento.

En esa línea, podemos decir que la producción editorial es un indicador de la economía de un país al estar vinculada con su desarrollo económico y social (Careaga, 2004). En el ámbito cultural las estadísticas son un fenómeno tardío, como señala Gabriel Zaid; las estadísticas nacen con el Estado y la recaudación de impuestos, quizás a ello se deba la resistencia cultural de cuantificar en el mundo del libro (Zaid, 2013).

La Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana (Caniem), fundada en 1964, es una de las instancias precursoras en ofrecer datos al respecto, al encuestar anualmente a sus agremiados desde 1991. Las encuestas de la Caniem cubren la industria editorial agremiada, es decir, la oferta privada, dejando fuera por ejemplo los datos de editores no agremiados, la actividad autoral y la basta producción editorial universitaria (Zaid, 2013)⁴. De acuerdo con los datos de la

4 Como dato adicional, es importante señalar que, a partir de la gestión de Carlos Anaya Rosique como presidente de la Cámara en 2016, se instituyó el Comité de Libros Universitarios y de Instituciones de Educación Superior, por lo que en los últimos años comenzaron a concentrarse datos de la producción editorial universitaria a partir de la consulta de los números ISBN registrados ante Indautor.

Caniem, en México se producen más de 137 millones de ejemplares anuales, y gracias a diversos estudios es posible cuantificar que cerca del 20% de esa producción proviene de editoriales universitarias (De la Mora, *et al.*, 2015), ya que, de las 191 instituciones de educación superior del país, alrededor de 60 de ellas cuentan con una producción editorial sostenida (ANUIES, 2018). La UNAM, por citar un ejemplo, publica al año más de 2000 títulos, es decir, casi seis títulos por día (UNAM, 2018b).

Una de las casas editoras universitarias con mayor producción es la UAM, la cual cuenta, según datos de la Dirección de Publicaciones y Promoción Editorial (DPPE) de la misma universidad, con 37 instancias editoras (UAM, 2018), que en conjunto producen en promedio 180 títulos al año y 50 publicaciones periódicas.

Desde su fundación, los departamentos editoriales de la UAM han tenido como funciones principales la producción y distribución de las obras editadas, las cuales son avaladas por comités editoriales de académicos.

Una de las problemáticas de la UAM, y de la edición académica en sí, es que los criterios de selección de las obras no siempre son claros: en las editoriales universitarias se pueden publicar desde tesis doctorales, temas locales, libros de texto y un largo etcétera, lo cual evidencia la posible rentabilidad cultural, científica y económica de la edición (Nogueira, 2009); en contraparte y para desdicha de ellas mismas, los materiales que los mismos profesores emplean para la docencia e impartición de sus clases suelen pertenecer a editoriales transnacionales o grandes editoriales comerciales, dificultado aún más la comercialización de sus propias obras publicadas por la universidad. ¿Por qué no escriben los académicos textos que requieran para la docencia en lugar de recurrir a extensas compilaciones de obras de otras editoriales? Quizás, y siendo arriesgado afirmarlo, porque en casa, en sus propias comisiones evaluadoras y dictaminadoras, existe un descrédito o menos precio por las obras publicadas de manera interna, dentro de sus instituciones.

La decisión editorial

Retomando la idea anterior es válido también preguntarnos, ¿por qué un texto se publica y otro no? Es importante señalar que la decisión editorial inicia desde que el autor presenta su original (De la Mora, 2007). ¿En qué momento considera que está listo? y ¿por qué desea que sea difundido? Lo ideal (o cuando menos lo esperado) es partir de la calidad del original. De acuerdo con Gerardo Kloss, la calidad es la “pertinencia y estructura lógica del texto”, y ésta depende que sea “actual, útil, relevante, necesario en su tema; que tenga interés para algún destinatario potencial de la publicación; que sea consistente con los objetivos y políticas de la casa editora; si es para educar, ¿de verdad es educativo? Si es para vender, ¿de verdad vende?” (Kloss, 2007: 124).

Una vez que el autor considera que su texto está listo para iniciar el proceso, la segunda fase es entonces la decisión editorial; para ello, es necesario promover un dictamen que permite una revisión y crítica de la obra de uno o más expertos en el tema, proceso conocido como *peer review*; en el caso de las universidades se requiere cuando menos el aval de dos y suele ser de manera anónima (doble ciego), en algunos casos se busca un tercer dictamen. Con estas observaciones y las correcciones adicionales, que consideren pertinentes los autores, se da un dictamen final emitido por un comité, compuesto por investigadores de diversas áreas, con conocimiento suficiente de los procesos de producción editorial universitarios. La definición de comité editorial varía de acuerdo con cada instancia; no están conformados de la misma manera ni tienen las mismas funciones, uno comercial que uno universitario, por ejemplo.

La UNAM en sus *Disposiciones Generales para la Actividad Editorial y de Distribución* (UNAM, 2018) define al comité editorial como:

“el órgano colegiado de una entidad académica o dependencia universitaria que establece y regula los procedimientos para dictaminación, selección, edición, impresión, difusión, promoción, almacenamiento, preservación, distribución y comercialización de sus publicaciones”.

En el caso de otra institución como El Colegio de Sonora, el comité editorial es:

“la instancia colegiada responsable de coordinar los procesos editoriales de las publicaciones académicas [...] Se integra por miembros académicos, quienes son un profesor-investigador de cada Centro Académico o Programa de Investigación; y un Editor, que es el Jefe del Departamento de Difusión Cultural, como miembro permanente, quien sólo tendrá voz en las deliberaciones del Comité” (Colson, 2012).

Para la presente investigación tomaremos la definición empleada en las Políticas Operacionales sobre la Producción Editorial (POPE) y los Lineamientos Editoriales de la DCBS, los cuales definen a los comités editoriales como instancias formadas por al menos cinco miembros, internos o externos, que sean académicos “de reconocido prestigio”, que además publiquen con cierta regularidad. Los comités se integrarán en función de cada programa editorial; se busca que tengan “pluralidad, así como mantener un equilibrio entre las diferentes áreas del conocimiento”, y contarán con asesoría técnica de los responsables editoriales (UAM, 2007).

Por una parte, es necesario señalar que, desgraciadamente, muchas de las funciones de los comités editoriales previstas en la legislación de diversas instituciones de educación superior no se cumplen; la mayoría de ellas recae en los responsables de producción, y otras simplemente se desconocen; a veces puede ser perjudicial y otras benéfico, como el caso de El Colegio de Sonora, por citar un ejemplo, donde se da voz a la figura del editor. Por otra parte, los consejos editoriales deben ser designados por órganos colegiados, y se definen como “una instancia colegiada, formada por al menos cinco miembros ratificados por el Consejo Divisional [...]”. Cada consejo

deberá incluir un miembro de la comunidad universitaria que tenga “experiencia demostrada en aspectos técnicos de la producción y distribución editorial” (UAM, 2007). En la letra puede sonar adecuado y quizás suficiente, sin embargo, ambigüedades como “experiencia en aspectos de producción y distribución” complican la definición de esas figuras pues, por ejemplo, rara vez un académico tendrá experiencia en producción y distribución (menos aún los académicos de las áreas de ingenierías, ciencias duras y de la salud); quienes tienen ese perfil en la mayoría de los casos son trabajadores administrativos; sin embargo, no suele ni puede, por cuestiones legales, considerarse su figura dentro de esas normativas.

Dentro de las funciones de los consejos está el contribuir a que los lineamientos se pongan en práctica. Una diferencia sustancial respecto al comité editorial es que el Consejo Editorial está facultado para la “creación, promoción, apoyo, modificación o supresión de líneas” editoriales. Es decir, es una instancia de toma de decisiones respecto a la legislación y estatutos que guían la producción editorial.

Edición y capital simbólico en la universidad

La palabra *editar* procede del latín *edere*, de la cual una de sus acepciones es “dar a luz”, y quizás por ello se compara frecuentemente el hecho de publicar un libro con tener un hijo, literalmente “parir” el texto. Por su parte, edición proviene del latín *editio/editionis* que significa “publicación”, “hacer público”. Esto se ha prestado a malinterpretaciones sobre lo que significa publicar: ¿qué se entiende por hacer público? En la edición académica ¿es necesario que todo sea público? ¿Es necesario que todo el contenido producido deba publicarse?

La palabra inglesa *publish* antecede, cuando menos 70 años, a la invención de la imprenta. Proviene del *puplier* y de *publier* (en francés), que significan hacer público, dar a conocer, anunciar o proclamar (Bhaskar, 2014). El uso más temprano de esta palabra se registró en el *Oxford English Dictionary* (OED) y data de 1382. Desde entonces, “los libros y productos culturales tienen menos importancia histórica que el sentido más amplio de hacer público, de declarar o de anunciar algo” (Bhaskar, 2014: 5).

En su libro *La máquina de contenido*, Michel Bhaskar señala que el acto de publicar es, en esencia, distinto del autoral, al igual que de la venta de libros y más distinto aún de escribir. Publicar es sólo una acción dentro de un contexto más amplio y se aprecia en términos del servicio o función que tenga dentro de ese contexto. Sugiere así cambiar el uso de la palabra “publicar” por “amplificar”, lo cual implica hacer llegar un contenido a la mayor cantidad de personas posibles, dando el mejor formato, lugar, soporte y precio al lector (Bhaskar, 2014).

Para publicar, inherentemente, necesitamos de la edición, cuyo carácter es modular, “no representaría más que un agrupamiento de actividades que refleja el carácter arbitrario de todas las entidades sociales” (Bhaskar, 2014: 29). No se puede simplificar la edición, sino “interpretarla como un sistema comprensible”.

Retomando la idea inicial, si bien la edición es un proceso por el cual se divulga una obra cualquiera en cualquier medio, también se le entiende como un acto mediante el cual se modifica una obra. Jesús Anaya concibe la edición como una *triada indisoluble* entre el texto, el libro y sus lecturas, enmarcada por sus protagonistas: autor, editor, librero, bibliotecario y lector. De manera más poética, el autor apuntala:

La edición es una gran aventura humana; qué actividad puede ser más apasionante que descubrir autores, temas y fórmulas editoriales y, al mismo tiempo, es una profesión riesgosa e inigualable de tímidos ambiciosos y seductores soberbios, un oficio melancólico que, a fin de cuentas, casi siempre resulta un negocio imperfecto (Anaya Rosique, J.: 2015).

La actividad editorial es un quehacer social complejo, amplio, y muchas veces desconocido en su integridad (Nogueira, 2009), el cual se suele confundir con los trabajos más visibles (corregir, diseñar, imprimir, por citar algunos ejemplos). Asimismo, es más complejo aún señalar los diferentes tipos de edición. Como ya se mencionó anteriormente, no es lo mismo editar en una universidad que en una editorial comercial. Aquí, haciendo un paréntesis, es necesario hacer una breve aclaración sobre la edición “académica”, la cual, aunque es similar, tiene sus diferencias respecto a la edición universitaria. Se podría citar como ejemplos al Fondo de Cultura Económica y a la UNAM. Si bien el FCE ha publicado libros académicos, la constitución en sí de la editorial, así como sus procesos de evaluación y producción editorial, son distintos. Chartier aborda estas diferencias:

[Las editoriales universitarias son] “editoriales dirigidas por un comité o una junta de publicaciones constituido por profesores cuyo financiamiento proviene con proporciones diferentes según los casos del presupuesto de la universidad, de la venta de los libros y revistas o de subvenciones y donaciones [...] Un segundo tipo de

‘editoriales universitarias’ está fundado sobre una relación estrecha entre la publicación de libros y una comunidad intelectual que no es una universidad pero que se arraiga en el mundo académico (Chartier, 2007:18).

La edición universitaria es “producción social”, de acuerdo con Noriega, en la medida en que el plan editorial de una universidad es para una sociedad y para una cultura pública y colectiva (Nogueira, 2009).

Careaga, retomando la definición de J.A. Sierra, considera a la edición universitaria como:

“la actividad de orientar, buscar, obtener, evaluar y seleccionar, para su publicación y posterior difusión, obras académicas válidas, de calidad y rigor científicos, previo análisis de las necesidades del ámbito académico y cultural universitario y de la sociedad a la cual está adscrita, para que respondan a las verdaderas inquietudes de éstas” (Careaga, 2010: 102).

La universidad busca contribuir y tener pertinencia social desde la educación y el conocimiento (Córdoba, 2014); por desgracia, no siempre se logran esos objetivos oníricos. En algunas ocasiones la ciencia y su divulgación, pierden autonomía ya ganada (ante poderes religiosos, políticos y hasta burocráticos), por la presión de la economía, que puede ser “abrumadora”, según Bourdieu (2003: 8). En ese sentido, Nogueira plantea que la edición universitaria responde, fundamentalmente, a tres objetivos:

- Difundir los resultados de la investigación para que se informe tanto a la práctica docente como investigativa.
- Comunicar la producción del conocimiento tanto dentro de la academia como a la sociedad.
- Socializar el conocimiento, el cual es el objetivo fundamental de toda investigación: un uso social (Nogueira, 2009: 134).

Con el uso de las nuevas tecnologías también surgen nuevas definiciones de edición en la academia; la revisión por pares, tan empleada en la edición universitaria, se inclina con mayor frecuencia por la edición colaborativa, la cual es una práctica que consiste en que un grupo de personas edite un documento de forma simultánea. Al usar

las herramientas de edición colaborativa, los usuarios autorizados pueden editar un documento, ver quién más está trabajando en él y observar, en tiempo real, cómo otros hacen cambios.

En ese sentido y para efectos del presente trabajo se usará el término de *edición universitaria* indistintamente de *edición académica*, pues a pesar de tener particularidades, ambas comparten problemáticas similares, además que ambas son escritas por académicos de diferentes instituciones, cuya labor de docencia e investigación tienen objetivos comunes. Una vez entendido el concepto de edición universitaria, es necesario ahondar en las razones de su existencia, sus usos y sus actores.

El acto de escribir y de publicar, como todos los demás, tiene una razón, una motivación, pues como señala Bourdieu (1997), no existe un acto desinteresado. Las motivaciones de cada acción del ser humano son inherentes a su ser; el término “gratuito” remite a algo sin valor, por ende, un “acto gratuito” no tiene razón de ser, es absurdo e insignificante.

Entonces, ¿cuáles son las motivaciones para publicar, tanto de los autores como de sus instituciones académicas? Bourdieu clasifica diversos tipos de capital en la academia: capital académico; capital de poder universitario (por la pertenencia a una institución, a comités, a cargos de poder); capital de poder científico (al dirigir o tener poder en organismos de investigación, revistas científicas); capital de prestigio científico (cómo construyen su prestigio los académicos); capital de notoriedad intelectual (pertenencia a academias, comités evaluadores) y capital de poder político o económico (Bourdieu, 2009).

En la academia, el capital cultural fácilmente puede convertirse en capital simbólico, y éste a su vez puede convertirse en capital económico, el cual sigue siendo el que domina al resto de los capitales, pues “garantiza el éxito de las luchas en todos los campos” (Giménez, 2002). Los académicos poseen capital en el campo científico, sin embargo, existe resistencia a admitirlo o colocarse en alguna jerarquía o escala de poder (Bourdieu, 2009), a pesar de las relaciones objetivas que establecen entre ellos, entre los agentes involucrados, que producen y reproducen ese capital. Estos agentes “juegan” en

el campo de lo académico e imponen determinaciones a los “ocupantes”, es decir, establecen las reglas de ese juego de acuerdo con la posición que tienen (*situs*) y el capital que poseen (el cual también les permite ocupar ciertos espacios en ese campo).

Como cualquier campo, el universitario es un lugar de lucha por “determinar las condiciones y los criterios de la pertenencia y de la jerarquía legítimas, es decir, las propiedades pertinentes, eficientes, apropiadas para producir: funcionando como capital los beneficios específicos que el campo provee” (Bourdieu, 2009: 23). El campo universitario tiene su propia lógica y los conflictos entre las fracciones de clase cambian completamente de sentido cuando revisten la forma específica de un “conflicto de las facultades” (Bourdieu, 2009: 75). El campo científico, como otros, es un campo de fuerzas y de luchas para permanecer dentro de ellos; los científicos son agentes que se mueven en esos campos y poseen capital basado en el conocimiento y reconocimiento (Bourdieu, 2003). El *habitus*, campo y capital sólo pueden ser entendidos en relación con el sistema en el que se encuentren (Bourdieu y Wacquant, 2005).

Es posible que el concepto de *habitus*, que es una “subjetividad socializada” (Bourdieu y Wacquant, 2008) resulte especialmente útil para entender la lógica de un campo como el científico, en el que la ilusión escolástica se impone con una fuerza especial. De la misma manera que la ilusión de lector conducía a captar la obra de arte como *opus operatum*, en una lectura que ignoraba el arte, también la visión escolástica que parece imponerse muy especialmente en la materia científica impide conocer y reconocer la verdad de la práctica científica como producto de un *habitus* científico, de un sentido práctico (de un tipo muy especial).

Es así como publicar genera capital, un recurso económico, cultural o social, tanto a los autores como a las universidades. La institución ve el proyecto editorial “como un instrumento de prestigio”, es por ello que en muchas ocasiones se asume el gasto de producción de algunos proyectos que consideran importantes, de ahí que el 27% de las editoriales están subsidiadas en su totalidad, mientras que otro 55% trabajan con presupuesto mixto (EULAC, 2016). El capital simbólico no es más que el capital económico o cultural en cuanto

conocido o reconocido (Bourdieu, 2011). En ese sentido, el capital simbólico sólo puede existir en tanto es reconocido por los demás, es decir, es meramente una creación social. De allí la exigencia de “calidad del sello (editorial) tanto para legitimarse en el espacio institucional propio como para resultar atractivo para los potenciales autores” (EULAC, 2016: 19).

En ese sentido, el éxito social ha estado vinculado de manera estrecha a un acto de *nominación*; como en la nobleza, los grados académicos proporcionan un “título” (Bourdieu, 2011); de la misma forma en que esos títulos proveen de capital, las publicaciones, en tanto son reconocidas y avaladas por instancias y órganos evaluadores, se han convertido en la cúspide de toda investigación; esta tópica de la calidad trasgrede incluso a los proyectos editoriales, donde los propios editores llegan a considerar que “un libro universitario donde intervienen entidades y autores de renombre internacional, aumenta su calidad bibliográfica y de producción científica” (EULAC, 2016: 45).

De esta forma, es importante señalar que existen conflictos de intereses personales que generan resistencias en cuanto a los *habitus* de los académicos, por cuestiones de espacio y capital ganado. El poder, presente en todos los ámbitos, juega un papel importante en la construcción de jerarquía en la academia; esto es palpable principalmente en las obras colectivas, en las cuales el orden de aparición, la figura o rol dentro de la obra (primer autor, coordinador, compilador) denota jerarquía y poder. Otro aspecto que considerar, además, es la figura del editor. No se acaba de comprender que el espacio de toma de decisión en donde intervenga el editor no demerita la decisión académica de consejos y comités editoriales (De la Mora, 2007).

Una estrategia para modificar el *habitus* que tienen los académicos desde la trinchera del editor universitario, sería generar contenidos colectivos, acordes a los planes de estudio, que obliguen a los agentes involucrados (los autores-investigadores) a colaborar entre ellos, y a su vez, ceder sus espacios de poder, actuar en los mismos campos, evitando el posicionamiento; al generarse contenidos de forma colectiva se evita que algunos tomen lugares o posean mayor o menor capital.

Una propuesta, pues, sería generar proyectos editoriales colectivos que fortalezcan la vinculación académica y promuevan interdisciplina; el objetivo, entonces, no está en el logro económico, sino en el reconocimiento del proyecto editorial (EULAC, 2016: 21).

El editor universitario

En las teorías de la comunicación se parte del esquema básico: emisor-mensaje-receptor, lo cual es similar al esquema orador-tema-audiencia de la retórica; es decir, debe existir un agente emisor de un mensaje, el mensaje como tal (junto con el medio a través del cual se emite) y un receptor que se apropie de él, lo decodifique y no sólo lo reciba, sino que sea productor (de sentido, de respuesta al estímulo, etcétera).

En lo editorial ese mismo esquema puede entenderse como autor-obra-lector; sin embargo, en ese camino existen diversos intermediarios. Cada obra requiere una mediación, y el papel que juega el editor como mediador es fundamental para que ese mensaje llegue al receptor. Lo esperado con la publicación de un libro es que esa obra llegue a su lector, es decir, que el mensaje llegue a su receptor. Para que esto suceda requiere la intervención de varios agentes que funjan como mediadores, entre ellos el editor. Las mediaciones conforman así redes de sentido contextual, intertextual e incluso, hoy en día, hipertextual (Fainholc, 2004). Un mediador se concibe como un solucionador, un tercero que interviene en un conflicto o disputa entre dos partes que, por alguna razón, no se entienden o no llegan a un acuerdo.

Es cierto que el autor es el primer mediador, en tanto hace accesible su idea y la transforma en un texto que pueda ser leído; sin embargo, también debemos considerar que el medio es el mensaje, y el editor es el encargado de llevar esa idea, ese texto original del emisor (autor), a un soporte (medio) que permita que esta idea o mensaje llegue a su receptor (lector). El editor funge como mediador en tanto convierte al texto en libro y al escritor en autor. Como mediador debe conocer a su receptor para encontrar la forma más adecuada de llevarle ese mensaje.

El editor universitario debe funcionar como un puente entre el mundo académico y el público general (EULAC, 2016). Desde el momento en que se aprueba un texto, comienza la labor editorial: se seleccionan cajas, fuentes tipográficas, imágenes, etcétera; se hace una labor de mediación para que el texto sea legible y comprensible.

Entre las funciones del mediador también está el proceso de adquisición del código (Moran, 2017), lo cual no siempre ocurre en las publicaciones académicas. En ese sentido, los lectores de textos del área de la salud, por ejemplo, tienen maneras diferentes de leer y usar los textos a los de lectores de ciencias sociales; están acostumbrados a sus propios códigos con los que se identifican, desde tipográficos hasta del diseño de las páginas, el uso del lenguaje, el aparato crítico, entre otros. Obligar, por ejemplo, a un lector de textos de ciencias biológicas a leer un libro de su área con características de un libro de diseño o arquitectura, podría entorpecer la recepción del texto o incluso cambiar el sentido del mensaje.

Por otro lado, en las universidades se publican pocos textos de divulgación; la mayoría de las universidades mexicanas no edita libros que vayan para la población que no está en las universidades, la población con menos recursos y sin preparación, los niños y jóvenes. Esto ocurre por la idea errónea de que la divulgación es menos especializada, y por ende, es menos valorada o calificada por los sistemas de evaluación y las comisiones dictaminadoras.

A pesar de ello, es importante que el editor logre ser un mediador a través de la divulgación; “debe elaborar materiales de origen académico que tengan la virtud de poder ser leídos por un público más general que el estrictamente universitario” (EULAC, 2016: 14). En ese sentido, Esteban Giraldo, de la Universidad Nacional de Colombia, considera que el editor debe acercar la academia a los no académicos (EULAC, 2016); justamente esa es una labor de mediación y es la esencia de la divulgación científica. “A los lectores los formará la frecuentación de la lectura, la orientación, el estímulo que reciban para descubrir cómo y por qué se lee; para conocer los placeres y las ventajas de la lectura” (Garrido, 2014).

En México no existe una figura de “editor” con título universitario; “no existen [...] carreras profesionales de edición, ni licenciaturas, ni profesiones técnicas en edición”, salvo casos específicos de personas

que se formaron así por herencia familiar; la mayoría de los editores “empezaron de manera coyuntural, buscando otras aspiraciones o estudiando otras disciplinas” (Kloss, 2007). Es decir, el editor no nace, se hace. Podemos tener una idea general, hasta estadística, sobre el editor universitario; es posible decir, por ejemplo, que aproximadamente el 78% de ellos tienen más de seis años en el ámbito; 27% de ellos, incluso, más de 16 años de experiencia (EULAC, 2016).

El editor siempre ha sido una figura controvertida, y se le ha dado una gran cantidad de definiciones, desde un intermediario, un empresario, un filtro, hasta un *mercader* de la cultura. Los editores son, así, supervisores de un proceso que da por resultado productos culturales que entran en el ámbito público (Bhaskar, 2014: 34).

Entonces, ¿qué papel juega el editor? Anaya (2015) considera que el editor se define por lo que publica; el editor actual es una “figura profesional, es un complejo haz de oficios y funciones, un eslabón fundamental en el circuito del libro”. El papel del editor universitario va más allá de editar y distribuir la producción de su institución, “debe dirigirse hacia la exploración y apertura de nuevos espacios y escenarios que propicien y permitan una interlocución dinámica del saber que produce la universidad” (Córdoba, 2014: 41). El autor sugiere, además, que el editor en las universidades desempeña un papel importante en las funciones sustantivas del quehacer universitario, convirtiéndolo así en un *mediador cultural*.

El editor universitario también es un comunicador social del conocimiento y mediador dialógico e intelectual entre las diversas comunidades académicas. Su labor fundamental es la de ser capaz de formular una empresa y un plan de apropiación y socialización del conocimiento en sus diversos grados y niveles, de acuerdo con las necesidades de los usuarios, quienes forman parte activa de su estructura y proyecto editorial (Nogueira, 2009: 56).

El editor debe ser entendido a través de sus tres funciones: la función político-cultural, la función técnico-organizativa y la función empresarial-administrativa, y el trabajo fundamental del editor es hacer acuerdos (Kloss, 2007: 39, 58), es decir *mediar*. La mediación, como materialidad social y cultural (2006), obligadamente nos lleva a la recepción, concebida ésta no sólo desde el ámbito de la comuni-

cación, sino en el campo de la cultura. La recepción, en este caso de las obras, de lo que se edita, pone en juego las prácticas de consumo y apropiación de los lectores; la recepción como producción e intercambio de sentido (Martín-Barbero, 2006). Más allá del análisis del mensaje hay que ver el análisis de la recepción, es decir, los efectos y reacción. El receptor no es un simple decodificador del mensaje, sino también un productor. En este caso, en la edición se busca que el lector no sólo reciba, sino que produzca y reproduzca.

Charles y Orozco señalan, en *Educación para la recepción* (1990), que la recepción activa es conocida también como “alfabetización para los medios”, “educación para los medios”, “recepción crítica” y “lectura crítica”, entre otros. Educar para la recepción garantiza que el sujeto sea un individuo capaz de seleccionar la oferta de mensajes de una manera creativa y crítica, no sólo percibiendo, sino también asimilando y apropiándose de los mensajes, algo ya planteado previamente, en el apartado de *El editor universitario*, pues recordemos que es necesario “enseñar el código” para garantizar la recepción del mensaje.

Se debe pensar, pues, en la mediación como un factor clave para la recepción que tendrán los lectores; pensar en el uso y apropiación que tendrá el receptor del mensaje, entendiendo al libro como discurso y, por ende, al libro como una materialidad del discurso científico. Para tener una adecuada recepción del discurso científico, el editor universitario juega un papel de mediación como materialidad social y cultural; debe conocer los rituales de consumo, a los sujetos, a los medios y la interacción entre todos éstos.

Parte de la problemática de la edición universitaria, donde pareciera fallar la recepción del discurso científico, radica en que no se ha modificado su concepción; al nacer meramente como una “imprenta universitaria”, las editoriales suelen cargar todo a la parte académica: el dictamen se queda únicamente en los contenidos y los tomadores de decisión no suelen considerar decisiones de carácter editorial y, ¿por qué no?, comercial. Se da un salto del texto académico al libro universitario que debe circular, difundirse y venderse sin considerar al editor. La figura del editor universitario se considera irrelevante y sin ninguna capacidad de decisión, dejándolo como un mero

“hacedor de libros”, un agente administrativo más. Esta invisibilidad del editor se refleja incluso en materia legal. Por ejemplo, el caso de la UAM en las Políticas Operativas sobre la Producción Editorial de la Unidad Xochimilco (POPEX), a pesar de contemplar la figura de un “responsable de producción editorial” de las instancias, la figura del editor sigue sin ser resuelta ni reconocida legalmente. Desde hace años, tanto los editores como la parte jurídica de la universidad han detectado y señalado esa inconsistencia, esa falta de claridad; sin embargo, nada parece resolverse en tanto no se hagan propuestas para esos ajustes en las políticas.

Para las autoridades universitarias parece no haber mayor problema, pues mientras se cuente con trabajadores administrativos al frente de las áreas, el asunto se resuelve en tanto que no tiene injerencia al verlo como algo meramente laboral, ajeno totalmente a la legislación de la institución; sin embargo, la importancia de ello radica en que las decisiones de Comité Editorial deben verse permeadas por cuestiones editoriales, y esas decisiones son académicas y están legisladas.

Como prueba de casos exitosos de visibilidad del editor universitario tenemos a la Editorial Universitaria de la Universidad de Guadalajara; la Universidad Anáhuac; las políticas y medidas que ha tomado la Universidad Veracruzana e incluso la propia Dirección de Publicaciones y Fomento Editorial de la UNAM, que si bien en sus múltiples áreas editoriales de sus facultades aún no se logra, a nivel general la UNAM va más allá, considerando la importancia del editor, de los procesos y la capacitación de los agentes que intervienen en ellos.

El autor-investigador universitario

En repetidas ocasiones se le llama erróneamente autor a la persona que escribe cualquier texto, se publique o no. El autor, así entendido, es un escritor y se concibe desde el momento en que tiene un contenido, en cualquier soporte que éste sea. Chartier ha planteado en varios documentos que la transición para que ese texto llegue a ser un libro –y por tanto el escritor se convierta en autor– se da gracias al editor, quien “desempeña un papel central para unificar todos los procesos que hacen del texto un libro” (Chartier, 1999: 68).

El concepto actual del autor surge, según algunos investigadores, en el Renacimiento, al ser la primera vez en que se concibe al autor como responsable de una obra; estudios en Francia e Inglaterra revelan que fueron los libreros “quienes inventaron al autor como propietario de su obra” (Chartier, 1999: 69). A decir de Foucault, es la individualización “en la historia de las ideas, de los conocimientos, de las literaturas, también en la historia de la filosofía y en las ciencias” (Foucault, 1984).

En ese sentido, la figura del autor como tal se construyó desde hace siglos; sin embargo, para efectos de esta investigación, tenemos una figura más compleja: la del autor-académico. El oficio del académico, antes que ser autor, es la docencia, en tanto que su función primordial es definir con los alumnos los diferentes procesos de aprendizaje, independientemente del modelo pedagógico que desarrolle.

En la edición académica, el autor es, a su vez, investigador. Los autores-investigadores para cubrir esa dualidad en su perfil, deben contemplar los dos ejes fundamentales de la actividad universitaria: la docencia y la investigación. ¿Cómo satisfacer ambos requerimientos? Por un lado, la investigación, cuyo “eje de referencia es la producción social de conocimientos” (Nogueira, 2009: 145) es la

primera causa y origen del grueso de las publicaciones, a través de las cuales los investigadores concretan o reflejan todo ese proceso por medio de informes. La investigación forma así parte del proyecto que toda universidad incluye en su plan docente, cosa que no sucede habitualmente con la edición universitaria.

La parte sustancial es todavía más compleja: la creación de contenidos. Lo prioritario, como señala Nogueira (2009), es la adquisición de conocimientos que garanticen socialmente el ejercicio responsable de una profesión. A los autores, especialmente los académicos, hay que “guiarlos y formarlos a los efectos de un proyecto editorial” (EULAC, 2016: 19); es decir, pensar en un modelo de edición donde los autores produzcan contenido que sea de utilidad a los planes de estudio.

El autor-investigador entiende que el texto escrito no sirve únicamente para conservar, como un repositorio, “sino que es el objeto mismo del trabajo intelectual” (Chartier, 1999: 51); sin embargo, esto no siempre se refleja en la labor que cumplen los docentes al estar del otro lado: como figura de decisión, de autoridad, al cumplir procesos de dictaminación. Esta figura por un lado de autor y por otro de evaluador, entreteje algo más complejo que por lo general no se establece ni visualiza entre los académicos y menos aún en la normatividad. En ese sentido, en su legislación la UAM señala, dentro de la definición de la figura de profesor-investigador, que éste debe “estar dedicado al desarrollo vinculante de actividades de docencia, investigación y preservación y difusión de la cultura” (UAM, 2018b). Si bien no se especifica dentro de las funciones del profesor-investigador la publicación, una de las herramientas para la difusión de sus resultados de investigación son justamente los libros. Esto ha generado diversos conflictos en materia de derechos de autor y propiedad intelectual, lo cual suele tratarse como *tema aparte*, muy distinto a lo que ocurre en otro tipo de editoriales. Lo anterior porque entre la comunidad universitaria hay poco conocimiento sobre la materia; por usos y costumbres se suelen violar derechos y licencias frecuentemente, so pretexto del derecho de cita, por ejemplo.

Como ya se mencionó previamente, las relaciones contractuales existentes entre los académicos y las universidades han generado

controversia, particularmente en lo referente a la titularidad de los derechos patrimoniales de las obras producidas por los académicos.

En el siglo xv, con la aparición de la imprenta, queda más clara la concepción del autor y el derecho de autor. Chartier señala que es en la época moderna cuando los autores, más conscientes de su papel, comienzan a pedir un reconocimiento como profesionales, y piden a los editores contratos que puedan sostener dicha perspectiva, y de ahí los múltiples conflictos entre autores y editores por el asunto de los derechos, los cuales, considera el autor son más “psicológicos”, que constituyen a su vez el cambio del editor como “autónomo, como intelectual que hace libros, y el del propio autor en busca de su profesionalización” (Chartier, 1999: 68).

Con la invención de la figura del “propietario primordial” (el autor) en el siglo xviii, “se debía justificar por qué este propietario primordial era propietario”; en ese entonces toda idea de propiedad literaria va contra el discurso de la Ilustración, que rechaza la apropiación de las ideas. Es así como, a través de justificaciones jurídicas, se forma la teoría del derecho natural, “que considera al hombre como propietario de los objetos resultantes de su trabajo” (Chartier, 1999: 73), y la cual a su vez está forjada a la manera de John Locke (el trabajo como actividad que transforma parte de la naturaleza en algo manufacturado). Nace así lo que hoy conocemos como derecho moral.

Si bien es cierto que el derecho moral del autor sobre sus obras es inalienable (LFDA, 2018) por tratarse de una de sus funciones sustantivas, muchas veces las universidades establecen como parte de las actividades de sus docentes la divulgación de la ciencia, la cultura y la tecnología, y la difusión de los resultados de sus investigaciones. Bajo este argumento en diversas IES, como es el caso de la UAM, no se realizan contratos de edición con los autores, sino una carta de reconocimiento (que no cesión) de derechos, a través de la cual los investigadores son obligados a declarar que los derechos patrimoniales son y serán de las universidades en tanto que fueron contratados con esa finalidad (anexo 1).

Todo lo anterior nos deja ver sólo una pequeña parte del *iceberg* que representa la compleja figura del autor-investigador, la cual no es posible encasillar en una sola definición; el autor-

investigador, con sus múltiples aristas y problemáticas, debe ser guiado y publicado de acuerdo con su tipo de investigación, con la institución donde publique, sus planes de estudio, su contexto y, sobre todo, con sus lectores, los cuales a su vez son “autores potenciales y, de esta manera, existe un control implícito sobre la interpretación” (Chartier, 1999: 23).

Radiografía de una instancia editorial universitaria: Programa Editorial DCBS, UAM-X

Desde la creación de la Dirección de Difusión Cultural en 1979, la UAM ha sido una instancia editorial universitaria con presencia importante; por ello, para la regulación de su producción editorial se generaron las *Políticas Operacionales en materia de Producción Editorial* (POPE), las cuales surgieron de un acuerdo que data de 1982, pero fueron publicadas hasta junio de 1996. Dichas políticas se implementaron con la finalidad de “garantizar que las publicaciones de la universidad constituyan fundamentalmente un medio de apoyo de las actividades sustantivas de la misma” (UAM, 2018).

Casi una década después (2003), en la Unidad Xochimilco se implementaron las *Políticas Operativas en materia de Producción Editorial de la Unidad Xochimilco* (POPEX), ante la necesidad de resolver asuntos más específicos sobre las prácticas y procesos de las instancias editoras de la Unidad.

Desde su fundación, la UAM ha publicado más de cinco mil títulos; actualmente cuenta con 16 áreas editoriales para libros y 51 para revistas, las cuales funcionan de manera descentralizada. Cada división académica cuenta con un programa editorial autónomo; sin embargo, todas se encuentran coordinadas con la Dirección de Publicaciones y Promoción Editorial de Rectoría General.

La División de Ciencias Biológicas y de la Salud es la más grande de toda la UAM en cuanto a matrícula y planta académica se refiere; de acuerdo con los datos estadísticos más recientes, CBS es la División con mayor demanda de las cinco unidades académicas, y la que cuenta con más estudiantes inscritos (UAM, 2017). Dentro de ella se imparten las licenciaturas de agronomía, biología, enfermería,

estomatología, medicina, medicina veterinaria y zootecnia, nutrición humana y química farmacéutica biológica, así como nueve maestrías y tres doctorados. De acuerdo con datos de la Coordinación de Sistemas Escolares (trimestres 17O, 18I y 18P), la DCBS tiene 6,502 estudiantes inscritos en sus ocho licenciaturas, lo cual representa casi 50% de la matrícula de nivel licenciatura de la Unidad, y 303 en posgrado⁵.

Cuenta con una planta docente de 405 profesores, de los cuales 90% cuentan con estudios de posgrado (173 tienen maestría o especialidad y 195 doctorado). Además, 20% pertenecen al Sistema Nacional de Investigadores (SNI) y 55% cuentan con reconocimiento del Programa para el Desarrollo Profesional Docente (Prodep).

Desde sus inicios, la División ha tenido una producción editorial importante, habiendo registro de obras desde 1979, al igual que una consolidación en sus revistas, teniendo a la más antigua de la Unidad Xochimilco, la revista *Salud Problema*, que data de 1978, sólo cuatro años después de la fundación de la UAM. Con el paso de los años, la producción tuvo un aumento considerable; para la década de 1990, en la DCBS se comenzaron a editar las obras dentro de colecciones definidas.

En aquel entonces, los libros de la DCBS se publicaban gracias al funcionamiento del Comité Editorial, el cual a su vez hacía las funciones de una oficina editorial en coordinación con la Secretaría Académica, dejando grandes huecos entre los diversos pasos del proceso editorial.

Los textos eran revisados, mandados a dictaminación, corregidos y, tras el aval del Comité Editorial, eran enviados directamente a impresión con algún proveedor que adaptaba los archivos a las series existentes, o eran enviados a la Dirección de Publicaciones de la Rectoría General para su formación e impresión, en donde el proceso podía tardar más de un año, de acuerdo con lo señalado por los mismos académicos y miembros del Comité.

En 2011, durante la gestión del Dr. Fernando de León González como director de la División, se logró sensibilizar a las autoridades sobre la necesidad de contar con un área editorial y con una persona

5 De acuerdo con información de la Coordinación de Sistemas Escolares (2018).

capacitada al respecto que pudiera mejorar los procesos y gestionar de manera particular la producción de cada obra.

Inicialmente se consideró la contratación de un asistente, el cual únicamente diera apoyo al comité editorial; sin embargo, el crecimiento del área y la mejora de los tiempos, así como el aumento de la producción, fueron llevando a que la oficina se consolidara como el programa editorial de hoy en día. En este panorama el mayor reto es construir la figura del editor al interior de la academia. Si el propio autor-investigador en diversas ocasiones no logra definirse a sí mismo o identificarse como figura de poder a la vez que autor y al mismo tiempo consumidor, ¿cómo concibe al editor? El papel del editor, como señala Rubio (EULAC, 2016: 41) no se construye fácilmente, “esto sólo se resuelve en la cotidianidad, en la actividad y en el ejercicio con los que quieren ver sus ideas impresas en la realidad de un libro”. La constante labor entre autor y editor, esa colaboración que llega a volverse muy personal, es la que logra que ambos identifiquen su figura frente al otro.

Algunas de las acciones iniciales que se llevaron a cabo para mejorar el área fueron el aumento del presupuesto para la producción de obras, la construcción de catálogos y bases de datos y el desarrollo de un plan de fomento editorial, el cual contempla presentaciones de libros, presencia en ferias, uso de recursos como páginas *web* y redes sociales, entre otras.

La principal motivación de esta investigación fue realizar propuestas, cambios al programa editorial de la DCBS, es decir, llevar a cabo un trabajo activo durante todo el proceso, por lo cual el objeto de estudio ha estado en movimiento, ha sido cambiante. A lo largo de los últimos cuatro años, desde el inicio de la MDPE, se comenzó una labor de intervención en el área en diversos ámbitos. Para ello se recurrió no sólo a cuestiones teóricas sino a herramientas como la etnografía, la cual se centra, principalmente, en la descripción. Si bien la etnografía como tal puede entenderse como “el arte y la ciencia de describir a un grupo humano” (Angrosino, 2012), como método es muy eficaz para realizar investigaciones en las ciencias sociales y humanidades, ya que en diversas ocasiones permite que los investigadores sean partícipes en la comunidad y hagan una intervención al objeto de estudio. Se consideró así a la

a investigación-acción como metodología, al haber una “inmersión inicial en la problemática o necesidad y su ambiente. La finalidad de la investigación-acción es comprender y resolver problemáticas específicas de una colectividad vinculadas a un ambiente [...] se centra en aportar información que guíe la toma de decisiones para proyectos, procesos y reformas estructurales” (Hernández, 2014).

Dentro de la investigación-acción existe una variante de “diseños de investigación-acción participativa”. En estos diseños también se resuelve una problemática o se implementan cambios, pero en ello intervienen de manera aún más colaborativa y democrática uno o varios investigadores y participantes o miembros de la comunidad involucrada (Hernández, 2014). Asimismo, en este trabajo se encontraron también rasgos fenomenológicos, por ser la comprensión empática del fenómeno objeto de estudio el objetivo fundamental y el punto de partida que orienta todo el proceso de investigación.

A partir de los métodos etnográficos se elaboraron instrumentos para la investigación, como entrevistas y cuestionarios, los cuales ayudaron a tener un mejor conocimiento de los autores, el público, las instancias de toma de decisiones e incluso de la propia distribución y movimiento de las obras.

Así, a lo largo de esta intervención la instancia editorial fue creciendo de manera paulatina y constante. Las diversas fases de intervención se dieron en varios ámbitos. De inicio, se mejoraron los procesos de producción, haciendo pequeñas labores como, por ejemplo, la elaboración de formatos, uso de guías y manuales de estilo, revisión más cuidadosa de galeras con listas de verificación, entre otros. Las diversas fases de intervención se dieron en varios ámbitos. De inicio en el caso de la DCBS no se cuenta con un asistente que lleve las sesiones de Comité Editorial, por lo cual la vinculación y diálogo fue directo, permitiendo de manera informal lograr que el Comité Editorial considerara la orientación del responsable del programa editorial. Si bien las decisiones académicas y legales seguían estando a cargo del comité, se logró que los integrantes de dicho comité consideraran la opinión y sugerencias del editor.

Una de las tareas principales que se trabajó con el Comité Editorial fue justamente la actualización de los lineamientos editoriales,

así como el replanteamiento de las colecciones. Durante los últimos dos años se realizó una labor de justificación y convencimiento del propio comité para modificar las colecciones. Para ello se echó mano de la retórica.

A lo largo de la investigación se desarrollaron etapas basadas en las cinco operaciones retóricas: *intellectio*, *inventio*, *dispositio*, *elocutio* y *actio*. Para ello fue necesario segmentar a la audiencia de esta investigación en dos principales “públicos”, pues al tener dos audiencias diferentes también el *orador* y el tema cambian. Por un lado, se consideró la audiencia a la cual van dirigidos los productos editoriales, es decir los libros de ciencias biológicas; en este caso se apela al lector (académicos y estudiantes, en su mayoría) por tratarse de un tópico recurrente: se *debe* escribir pensando en el lector.

Por otro lado, se consultó también a los directivos, a las autoridades y agentes involucrados en la toma de decisiones de la División de CBS, como el Comité Editorial, pues a ellos llegaría, en su momento, la propuesta para la creación de nuevas colecciones y los ajustes a los lineamientos existentes. En este punto es donde el uso de la retórica debió ser más cuidadoso, pues no apelamos al lector, el *target* que pudiera parecer “obvio” (estudiantes y académicos), sino a un público al que no necesariamente tendría que importarle lo editorial, una audiencia tan ajena al tema como pueden ser los profesionales de las ciencias duras.

Posteriormente, como parte de la *inventio*, los recursos de la metodología (como se pudo apreciar en la matriz de entrevistas), permitieron conocer el concepto de edición que tenía esta audiencia, sus expectativas y motivaciones. De esta forma, fue posible entender que estos públicos poseen “conocimiento especulativo” sobre la edición en las universidades y las publicaciones académicas, es decir, eso que ya se sabe y aporta “verdades”, creencias, pero que no siempre produce algo, por ejemplo, que los libros universitarios son *fundamentales* para las actividades sustantivas de la universidad por ser la materialización de las investigaciones, el medio para la difusión de la ciencia, la tecnología y la cultura.

A través de los meses de estudio (cerca de 24), con el Comité Editorial se pasó de este conocimiento especulativo a un conoci-

miento práctico, basado en imágenes mentales, y cuya finalidad fue “mover” a la acción, persuadir a través de diversos tópicos. Hablar de tópicos o tópicas es un tema ambiguo. Los tópicos, para efectos de este trabajo, se definirán como los lugares comunes, áreas mentales. Helena Beristáin (1998) define la tópica y el tópico como *motivo* y *memoria*. A través de los tópicos, en este caso los que giran en torno a la edición académica, se encontraron los argumentos adecuados que condujeron a la *dispositio* y a la *elocutio*.

De manera similar al conocimiento especulativo, los tópicos en la retórica son esquemas de pensamiento que pueden emplearse para construir o validar argumentos. Ejemplificando esto con el tema de los libros, se puede decir, como señala J. Anaya (1990: 12), que “la biblioteca y la actividad editorial [...] tienen una meta común: hacer accesibles los nuevos conocimientos y el pensamiento significativo”. En ese sentido, es fácil y casi intuitivo construir un argumento sobre la función social de las editoriales universitarias como diseminadoras del conocimiento.

El párrafo anterior nos muestra uno de los grandes tópicos del quehacer editorial en las universidades. Ese “espacio común” se encuentra enmarcado en la idealización de la universidad como gran difusora del conocimiento, y a los libros como el único (o cuando menos el predilecto) medio para lograrlo. Esta investigación pone de manifiesto algunos de los espacios comunes de la edición, empleando para los resultados obtenidos a los más adecuados para persuadir a las diferentes audiencias, pero también analizarlos, debatir sobre ellos e incluso romperlos. Con todo esto es claro que aún hay mucho por cuestionar en cuanto a las creencias establecidas sobre el *deber ser* de las publicaciones académicas.

Una de las áreas que se atendió de manera inmediata como parte de las mejoras y crecimiento del programa editorial fue la difusión y distribución. Al respecto, debemos empezar por ver el asunto de la distribución un poco más a fondo y no sólo como la venta de las obras. Dentro de los criterios de evaluación de la comisión dictaminadora del área de Ciencias Biológicas y de la Salud de la UAM, en los libros de divulgación se considera como rubros a evaluar, por ejemplo, no sólo la publicación de la obra como tal (y todo lo que ello implica

como proceso), sino la “difusión”, sin hacer un análisis más complejo sobre qué consideran difusión y los criterios para considerarla. De ello depende que a un autor-investigador se le otorguen menos o más puntos por la publicación de su trabajo. Por desgracia, en muchas ocasiones (como es el caso de estas comisiones y otros órganos evaluadores) la difusión se malentiende como tener un tiraje grande (de cuando menos 500 ejemplares), sin considerar que un mayor tiraje no necesariamente implica mayor ni mejor difusión y distribución, y menos aún mayor venta o lectura del material. Por criterios vagos y poco claros como éste, se llenan las bodegas de las instancias editoriales universitarias.

Por lo anterior, parte importante del crecimiento del Programa Editorial fue enfocarse en la promoción y difusión de las obras, a través de acciones como la realización de presentaciones de libro. En 2011 fue la primera vez que la DCBS participó con presentaciones de libro en la Feria Internacional del Libro de Guadalajara y, en 2012, en la Feria Internacional del Libro del Palacio de Minería; desde entonces, año con año se garantiza la presentación de cuando menos una o dos novedades editoriales en cada feria y alguna adicional en otro estado de la república.

Asimismo, las presentaciones internas le permiten a la comunidad UAM conocer qué produce su institución, con el afán de romper el individualismo no sólo entre alumnos, sino entre pares académicos que no conocen ni se interesan por los productos de investigación de sus colegas.

De manera paralela, se ha buscado aumentar el número de donaciones a diversas instituciones, bibliotecas y en eventos académicos, para aumentar la visibilidad y poner las obras en manos de lectores que realmente puedan estar interesados en los temas.

Como ya se ha mencionado, el asunto de la distribución ha sido una de las problemáticas que se deben atender. Durante 2015, como parte del seguimiento de la auditoría interna de la UAM (7/2015), se informó que existían en las bodegas de la Librería Luis Felipe Bojalil Jaber 266,472 libros y revistas editados por las tres Divisiones y Extensión Universitaria, lo cual representaba un importe de más de catorce millones de pesos (\$14,654,500.00). Aunado a esto, las malas

condiciones de las bodegas donde se albergan las obras reflejaron que las pérdidas incluso podrían ser mayores. Como respuesta, una de las decisiones inmediatas que tomó la Secretaría de Unidad fue que la librería sólo aceptaría como máximo 50 ejemplares de cada novedad que enviaran las instancias editoriales. La medida, fuera de resolver los problemas de fondo, sólo trasladó el inventario a los almacenes de las Divisiones.

Como un intento de subsanar los problemas de distribución y almacenaje que se tenían al no contar la DCBS con una bodega propia para sus publicaciones, se decidió editar el grueso de sus novedades como libros electrónicos y las obras que requirieron impresión se hicieron bajo el esquema de *print on demand*, haciendo tirajes cortos (de 150 a 200 ejemplares en promedio) en impresión digital. Este nuevo modelo híbrido de edición permitió bajar considerablemente el espacio en bodegas y, por otro lado, incursionar en la edición del libro electrónico.

Para ello se consideró de manera inicial que los títulos se editarían en formato PDF y *epub*, para facilitar la lectura de las obras en diversas plataformas y dispositivos, sin embargo, en un par de años se encontró, a través de encuestas y el acercamiento con los estudiantes de pregrado y posgrado, que eran muy pocos los usuarios del formato *epub*; en la mayoría de los casos ni siquiera conocían dicho formato, como fue posible constatar durante el coloquio *La publicación en la División de Ciencias Sociales y Humanidades: lo impreso y lo digital, retos para la visibilización del conocimiento* (UAM, 2018)⁶. Asimismo, una de las complicaciones de la edición bajo demanda fue que los costos del primer tiraje eran elevados; en cualquier editorial esto se hubiera subsanado una vez que se agotaran los primeros ejemplares, pues ya sólo se pagaría la reimpresión del material (y no todo el proceso

6 Durante este coloquio se abordaron diversos problemas en torno al libro electrónico. En una de las ponencias se preguntó a los asistentes, en su mayoría estudiantes de licenciatura, si descargaban material en formato *epub*. La respuesta fue nula; seguido de esto se les preguntó si cuando menos conocían el formato *epub*, a lo cual sólo un par de estudiantes contestaron afirmativamente. Esta pequeña muestra dejó ver que, ni en carreras donde el uso de las tecnologías de la información es más conocido por sus alumnos, como Comunicación Social, menos aún entre los alumnos de las áreas de ciencias biológicas.

de producción como corrección, diseño, etcétera) permitiendo tener obras con costos más accesibles, sin embargo, por políticas de la Universidad, una vez dado el precio de venta de la obra ya no es posible bajar su costo. Cuando esto sucedió se planteó como una “ganancia” para la universidad, y no fue factible hacer más económicas las obras al público.

A lo anterior se sumó que la rectoría de Unidad, desde 2015, comenzó a emitir convocatorias extraordinarias para dar apoyo a los profesores para la publicación de obras, lo cual hizo que regresaran los tirajes de 500 ejemplares para diversas obras que, en algunas ocasiones (especialmente durante la primera convocatoria emitida), no habían ni pasado el proceso de evaluación a través de los comités editoriales divisionales.

Si bien el aumento en el presupuesto destinado a las publicaciones siempre es bien recibido, existen canales y procedimientos adecuados para hacerlo, que más allá de lo meramente académico retomen criterios de carácter editorial y hasta comercial para no continuar saturando las bodegas de ejemplares que simplemente no se distribuirán. En ese sentido, todo proyecto editorial universitario ha de tener en cuenta, dentro de varios otros puntos, la “definición de las políticas editoriales con la propia institución universitaria y su contexto sociocultural” (Nogueria, 2009: 138); esto significa que el proyecto editorial para ser eficiente debe formar parte del proyecto académico.

Un problema recurrente en las publicaciones académicas, como ya se mencionó, es no tener en cuenta a la audiencia, es decir, especular acerca de las expectativas del lector, de sus conocimientos y su disposición con respecto a los temas que el autor propone explorar (Roskelly, 2008).

Para persuadir sobre algo, lo que sea, es necesario tener un acuerdo previo entre el orador y su auditorio. Para el caso de esta investigación se ha localizado el problema a resolver y el grado de desacuerdo con el auditorio, el cual se encuentra dividido de la siguiente manera:

- Actores involucrados en la producción de textos: autores (académicos).

- Actores involucrados en la toma de decisiones: Comité Editorial, Consejo Divisional, Secretario(a) Académico(a) y Director(a) de División.
- Actores involucrados en el proceso editorial: editores, correctores, diseñadores, impresores, distribuidores y libreros.
- Público receptor: lectores (estudiantes de licenciatura y posgrado, pares académicos).

Las llamadas ciencias blandas con frecuencia tienen problemas para fijar su objeto de estudio; en lo editorial es común enfrentar objetos de estudio variables, difíciles de delimitar y en constante movimiento. Por ello, la retórica como metodología además de teorizar, permite “descubrir pruebas acerca de cuestiones que ninguna ciencia empírica o dialéctica podría alcanzar” (Raymond, 1982).

Como ya se mencionó, parte de la metodología de campo consistió en realizar entrevistas a algunos informantes que pertenecen a ese auditorio, especialmente a autores y actores involucrados en la toma de decisión, con la finalidad de conocer sus tópicos y creencias, así como los puntos de desacuerdo respecto a los supuestos planteados.

Rivera (2014) señala que los tópicos son técnicas argumentativas para crear enlaces y disociaciones, y las cuales pueden ser cuasilógicas, basadas en la estructura de lo real y caso particular y analogía. En estas técnicas se encontrarán los diferentes tipos de argumentos. De todos ellos se han seleccionado los siguientes:

Técnicas de identidad

- Identificación: este argumento tiene la finalidad de definir, delimitar. Dado que en CBS hay poca claridad sobre los temas editoriales, este argumento puede ser útil en tanto que utiliza conceptos, clasifica y define para lograr identidad. “Todo uso de conceptos, toda aplicación de una clasificación, todo recurso a la inducción implica una reducción de ciertos elementos a lo que hay en ellos de idéntico o intercambiable” (Perelman y Olbrecht, 1989). Así, por ejemplo, al definir conceptos editoriales en los propios lineamientos y en los manuales se mostró la necesidad de tenerlos y entenderlos.

Estas definiciones ayudaron siendo a su vez argumentos.

- Comparación: se usa cuando se quiere evaluar un sujeto o acción con otro. En este caso, se mostraron los logros y aciertos de otras Divisiones y otras instancias editoriales de la UAM (e incluso de otras instituciones) para persuadir sobre las fallas que se tienen y los logros que se pueden obtener corrigiendo algunos aspectos.

Argumentos

- Argumento pragmático: mostrar la importancia de un hecho por sus consecuencias. Para esto se consideró plantear cómo sería favorable para la DCBS que se realice una actualización o adecuación de lineamientos y políticas. Se mostró a órganos colegiados, como el Comité Editorial y las autoridades, la importancia de contar con lineamientos actualizados y las consecuencias que se han tenido por no tenerlos, como la no consideración de recursos electrónicos y la desactualización de las series, por citar un par de ejemplos.
- Argumento de superación: con ello se argumenta que siempre es posible ir más lejos. Dado que ya existen lineamientos y políticas se pudo constatar, a través de las entrevistas, que eso bastaba; algunos autores y miembros del Comité, consideraban que las cosas podrían seguir funcionando como estaban. Con este argumento se persuadió sobre que *se puede lograr más*, tener mejores lineamientos y mejores resultados.

Como se acaba de mencionar, las entrevistas permitieron encontrar varios tópicos alrededor de la edición universitaria. Los más recurrentes se enlistan a continuación:

- Las publicaciones son el único medio válido y calificable para la difusión de la investigación. Los libros como *medio predilecto* (y casi el único) para dar salida a los resultados de las investigaciones son la manera de llevar a cabo las actividades sustantivas, como la difusión de la ciencia y la cultura.
- Los textos científicos deben ser *especializados*, entendiendo esta especialización como material dirigido sólo a expertos en el tema. Lo demás es divulgación.

- Los autores académicos deben escribir pensando en sus lectores, es decir, en los estudiantes y comunidad universitaria, sin embargo, *no hay* textos dedicados a la docencia.
- La *calidad* de una obra se determina por la editorial que la publique (si es una editorial comercial o extranjera es aún “mejor”), su tiraje, su distribución (nacional o internacional), el Comité Editorial (si es internacional tiene mayor validez), entre otros.
- La calidad se logra apegándose a las normas y criterios.
- En México “no se lee”.
- No existe un editor universitario, en tanto que no toma decisiones. El editor es sólo personal administrativo y, por ende, un mero ejecutor.

Y un último tópico recurrente: “lo masivo es malo”. Sobre este último se tiene la creencia de que los textos científicos para ser *buenos*, es decir, contar con la suficiente calidad, deben ser excesivamente especializados, como se mencionó en el segundo punto. Chartier (2001) considera que existe una reticencia de las editoriales universitarias a la publicación de obras que consideran especializadas: tesis de doctorado, estudios monográficos, libros eruditos, entre otros. Desde esa perspectiva, es importante contar con lineamientos y políticas claros, que definan esa *calidad*, y que tengan una buena *usabilidad* para autores, editores, comités y órganos colegiados, diseñadores, distribuidores y lectores. Esto también se verá reflejado en el tipo de obras publicadas, su contenido y su apropiación por parte de los lectores. A decir de Chartier (2014), un género editorial o un código de comportamiento pueden ser compartidos por diversos medios sociales, pero utilizándolos y apropiándoselos de manera distinta.

Volviendo al tema, en torno a la edición, si bien en la DCBS se cuentan con lineamientos editoriales, así como políticas operativas tanto generales, las POPE, como a nivel Unidad con las POPEX, éstas tienen carencias y ambigüedades que deben ser resueltas. Los lineamientos editoriales de la División no habían tenido modificación alguna desde su creación en 2007, por lo cual no contemplaban el uso de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación (TIC), de nuevos soportes y medios de difusión de las obras.

Entre las autoridades y miembros de la comunidad académica existe la percepción de que la legislación vigente es adecuada, y de alguna manera funciona, por lo cual no necesitaría ser modificada. Esto es el punto de desacuerdo con el auditorio y sobre lo cual a lo largo de la investigación se logró *persuadir* utilizando los argumentos que se ajustaron mejor a las circunstancias.

Desde su creación, los lineamientos editoriales de la DCBS contemplaban la existencia de siete series, dentro de las cuales hay nueve subseries; no se tiene registro en los archivos de la División ni en los propios lineamientos sobre la justificación de estas series, ni los criterios o características por las cuales se deba editar una obra en tal o cual colección. Asimismo, tampoco se generó un manual de identidad o documento con las características particulares de cada serie, tanto en lo referente a su contenido y el tipo de trabajos que debían publicarse en ellas, como en sus aspectos editoriales de formación y diseño.

Con el paso de los años, varias de las series que se contemplaban en los lineamientos se dejaron de editar; algunas por considerarse innecesarias y las más por no contar con obras postuladas para su publicación. Casi como selección natural, por ser las series a las cuales recurrían con mayor frecuencia los autores para publicar sus trabajos, quedaron únicamente *Académicos*, *Cuadernos*, *Manuales* y *Textos*.

Entre estas cuatro series no existía una clara diferencia en cuanto a su contenido; si bien dos de ellas (*Académicos* y *Manuales*), parecían ser las más destacadas pues los tipos de texto eran fácilmente identificables y eran las que contaban con mayor cantidad de obras (muchas de las características de las otras dos también podrían entrar en alguna de ellas); al parecer la distinción más obvia entre estas colecciones era la cantidad de páginas.

Después de más de dos años de trabajo con el Comité Editorial, y tras pasar por diversas revisiones por parte de las áreas jurídicas de la universidad, en enero de 2019 se presentó a las autoridades de la DCBS (directora y secretario académico) la propuesta de modificaciones a los Lineamientos Editoriales, para que éstos a su vez se enviaran para su aprobación al Consejo Divisional (anexo 2).

Parte del trabajo de intervención a los lineamientos fue la vinculación con el Comité Editorial, la cual permitió construir, de manera

lenta pero detallada, una propuesta para la actualización de los lineamientos editoriales que contemplara el ajuste de las colecciones.

Como se pudo constatar a través de las herramientas metodológicas y teóricas, en las publicaciones académicas se suele buscar una obra no por su autor, colección ni editorial, sino por el tema. Los lectores y compradores de publicaciones universitarias buscan satisfacer una necesidad de conocimiento, de enseñanza. Partiendo de ese principio, se planteó que las obras se agruparan de acuerdo a su tema, quedando entonces de la siguiente forma:

- Ciencias agrícolas
- Ciencias de la vida
- Ciencias médicas y de la salud
- Ciencias químicas

Teniendo las series divididas temáticamente, se consideró que el siguiente nivel, las subseries, marcaría la diferencia respecto al tipo de texto. A lo largo de los años fue posible constatar que, en CBS, los profesores generan principalmente dos tipos de documentos que de alguna manera responden a su dualidad como autores-investigadores: docencia e investigación. Por un lado, tenemos textos más sencillos, más explicativos, pensados para módulo: manuales de prácticas, cuadernos de ejercicios, es decir, textos pensados para la docencia. Por otro lado, se publican con frecuencia textos más elaborados, enfocados en el análisis y exposición de resultados, que tienen una estructura más ensayística y dirigida no sólo a estudiantes, sino a pares académicos que pueden buscar un tema que vaya más a profundidad. De esta forma, cada una de las series antes mencionadas podrían ubicarse en dos subseries que se denominaron *Académicos* y *Textos para la docencia*.

Los contenidos son la sustancia más valiosa, y por ello la necesidad de estructurar temáticamente las colecciones, pues de esta manera cualquier estudiante, profesor y público puede ubicar en una sola colección los materiales que busca sobre temas de las áreas de conocimiento que desea.

Asimismo, para cuidar la edición de estos materiales, es necesario que el proceso de producción se desarrolle de forma adecuada. En

el caso de la DCBS, por el origen mismo de sus lineamientos y su regulación legal, no es posible hacer exhaustivos estos procesos –ni es lo más adecuado– en ningún documento legislativo o normativo. Para solventar esto, se generó a nivel administrativo el manual de procedimientos.

Durante 2017 y parte de 2018, se trabajó con la asesoría de un experto en organización empresarial en la construcción de manuales para las diversas áreas administrativas de la DCBS; es así como se completó el *Manual de procedimientos para el Programa Editorial*, el cual no sólo dio claridad y un mejor seguimiento de todo el proceso de publicación, sino que permitió visualizar lo complejo de la labor editorial. Con él no sólo se pretende mejorar los procedimientos, sino permitir que todos los actores involucrados, desde los autores hasta otras áreas administrativas, conozcan y comprendan el funcionamiento para llevar a mejor puerto la edición de un libro. Al día de hoy se está trabajando en un manual de identidad gráfica para cada una de las colecciones, así como un manual de estilo.

Descripción de resultados

Parte de los resultados de esta investigación intervención se lograron por el análisis y cruce de datos obtenidos en las entrevistas a los informantes; para su realización se elaboró un cuestionario con tres variantes, dependiendo del tipo de informante, pues si bien los principales informantes fueron entrevistados, la perspectiva del público al cual van dirigidas las obras, es decir, los compradores, permitió dar una idea del perfil de los lectores/compradores de los libros, así como la expectativa que tenían para con las obras. Para el caso de las entrevistas (anexo 3), fue necesario dividir a los informantes en dos matrices. Por un lado, los autores-investigadores, los miembros del Comité Editorial (como autoridades) y los editores, y por otro a esos otros agentes que, a pesar de ser fuentes primarias, son informantes externos, por estar en otro punto de la cadena editorial: bibliotecarios y libreros.

Las entrevistas tuvieron similitudes en los tres primeros informantes. Es necesario señalar que, a pesar de haber obtenido datos interesantes y nuevos, la mayoría de las respuestas fueron lo espera-

do; quizás el largo periodo de observación, así como la interacción con esos actores influyó a tener una idea más clara del perfil de estos entrevistados. Los resultados mostraron los siguientes hallazgos:

- En cuanto al perfil del autor-investigador, podemos decir que la experiencia en la publicación de trabajos, no sólo dentro de la UAM sino en otras universidades y editoriales incluso internacionales, les da un enfoque sobre el proceso, aunque fue notorio el sesgo existente por la tendencia actual a publicar en revistas indexadas, principalmente extranjeras. A lo largo de las entrevistas se encontró poca identificación de los autores como productores y consumidores de productos culturales; algunos de ellos podemos decir que incluso consumen muy poco los propios productos de la universidad.
- La visión de los tomadores de decisión es sumamente parecida a la del autor-investigador, pues en la mayoría de los casos han cubierto ambos perfiles. Fue de notar, además, que también se encontraron informantes que a pesar de estar en una instancia de toma de decisión como lo es el Comité Editorial, no son autores frecuentes o incluso algunos nunca han publicado obras en la institución. Esto es relevante y algo que debe ser atendido en la legislación, pues parte importante y necesaria para una acertada decisión editorial es conocer el camino, muchas veces difícil y tortuoso, de la publicación. Por otro lado, una de las necesidades detectadas es la capacitación y mayor conocimiento no sólo de los procesos editoriales, sino de las mismas legislaciones y marcos regulatorios.
- En cuanto a los editores, son los que tienen mejor conocimiento de su papel y el rol de cada actor involucrado en la edición, sin embargo, fue relevante encontrar algunas limitaciones, es decir, menor conocimiento o manejo de aspectos importantes de la edición más allá de la mera producción. Lo anterior se explica por el tipo de editor del que se trata. Algunos de ellos, por ejemplo, son excelentes diseñadores pero le dan menos valor a la cuestión académica; otros son excelentes correctores y revisores, pero tienen huecos y carencias

respecto a aspectos legales; unos más se centran en el aspecto comercial, pero su preocupación principal no es lo académico. Todo lo anterior no nos hace mejores o peores editores, sólo nos muestra que no existe un solo perfil de editor y que es casi imposible ser experto o tener mejor sentido en uno o más ámbitos del quehacer editorial.

Es importante apuntar que en el caso de las entrevistas a librerías se encontraron datos no esperados; si bien sólo se utilizaron las entrevistas de dos actores para librerías, en la práctica se sostuvieron charlas informales con otros muchos librerías, responsables de librerías, distribuidores y promotores, tanto de la UAM como de otras instituciones, lo cual me permitió tener un panorama más amplio al respecto. De entrada, el perfil del librero es variado. Pueden ser egresados de ciencias duras, de ciencias sociales e incluso, por el tipo de puesto, suelen tenerse a contadores o gente vinculada a la administración en esos cargos. La trayectoria también varía y en diversas ocasiones la problemática se atiende desde una sola perspectiva, que es la cuantitativa. En el caso de la UAM, fue grato encontrar que nuestro subdirector de Distribución y Promoción Editorial, Marco Moctezuma, tiene una visión más amplia respecto a la labor que cumplen como agentes culturales para la distribución de las obras. Prueba de ello ha sido el crecimiento y mejora que ha tenido la difusión y venta de los libros de la universidad, posicionándose desde 2008 como una casa editorial universitaria de alto prestigio y con una imagen homogénea y coordinación con todas las áreas y agentes involucrados.

A través de los cuestionarios que fueron aplicados a los compradores de libros editados por la DCBS de la UAM-X, se encontró que la mayoría buscaba las obras por el tema; que las colecciones no eran conocidas como tal e incluso la División. Partimos de la idea de que la UAM es una sola casa editora y estos resultados refuerzan la necesidad de posicionar a la universidad como una editorial importante, sin descentralizar el trabajo y más bien fortaleciendo la coordinación con la DPPE.

Con estos resultados y todo lo ya planteado hasta este momento, cabe hacer una reflexión final en torno al libro universitario y a lo deseable para una instancia editorial universitaria en particular.

Discusión final

“A veces se piensa que con publicar el libro
la universidad cumple con su función,
pero no tiene sentido publicar si el libro no circula”.

René Muñíos Gual

Es un hecho que el mercado del libro académico es complejo, en primer lugar, porque los universitarios no leen, como se ha demostrado en diversas encuestas, a pesar de ser una población con un ingreso superior al promedio del resto del país (Zaid, 2013). Si a eso agregamos que la producción de textos es más elevada que su consumo, es necesario pensar no sólo en una solución que parezca mágica y la panacea de todos los problemas; incluso no me atrevo a llamar “solución” a cualquiera de las fórmulas que buscan cuando menos enfrentar una problemática tan grande. Las instancias editoriales universitarias necesitan claridad en cuanto a que su consumo, en la mayoría de las ocasiones, responderá por un lado a necesidades de capacitación, y por otro a espacios de poder: a diferenciaciones sociales y simbólicas entre grupos (ya sea de pares académicos, entre los propios lectores o en instancias de decisión y ejercicio de poder). El libro universitario es un bien cultural y como tal debe replantearse el papel que juegan nuestros autores-investigadores como productores y consumidores de estos bienes culturales, pero a la vez como evaluadores y como sujetos de evaluación a través de sus textos.

Canclini considera que existen seis modelos de consumo, dentro de los cuales lo editorial se ajusta al tercer modelo: el consumo como lugar de diferenciación social y distinción simbólica entre grupos, es decir, el consumo es el área fundamental para construir y comunicar las diferencias sociales: ante la masificación de bienes, las diferencias

se producen no por los objetos que se poseen, sino por la forma en que se los utiliza. Para el caso de lo editorial se apela a un consumo cultural, pues su valor simbólico prevalece sobre los valores de uso e intercambio. En palabras de Bourdieu, podríamos decir que es objetivar lo no objetivado (como el prestigio científico, por ejemplo). El campo académico es así un lugar de lucha por determinar las condiciones y los criterios de la pertenencia y de la jerarquía legítimas (Bourdieu, 2009: 21-23).

Las razones para entender la poca circulación de la producción editorial universitaria son varias; para saber por qué aumenta o disminuye el consumo es necesario saber qué se entiende por consumo y por qué consume la gente; por desgracia, el consumo ha sido entendido como un asunto meramente económico. En el caso de las ciencias blandas, se han forjado construcciones de consumo más complejas, más cualitativas, sin dejar de lado que, en cualquiera de los casos, debe existir una relación entre lo producido y las necesidades que busca satisfacer. El consumo de bienes culturales puede ser categorizado a partir de los agentes o sujetos productores de estos bienes. Surge entonces la necesidad de replantear el rol del docente, desde la perspectiva de su comportamiento como consumidor y productor de cultura (Bigott, 2007).

Las publicaciones académicas, entendidas como bien cultural, responden a un consumo particular, sin embargo, pareciera estar determinado por los docentes en tanto productores y consumidores. Considerando, además, que los sistemas de evaluación influyen de manera importante en la decisión autoral (como productores de conocimiento), es necesario considerar la influencia que tienen estos sistemas de evaluación en la edición académica. Esta investigación no pretende, pues sería utópico pensarlo, que los sistemas de evaluación cambiarán y con ello dejará de vincularse el salario de los académicos con la producción editorial; sin embargo, el visibilizar el papel que juegan los actores que intervienen permitirá hacer consciencia respecto a las labores y lo esperado en cada uno de los lugares que ocupan. Es necesario responder desde la edición a las necesidades de los estudiantes, profesores e investigadores, primeros consumidores y clientes potenciales de nuestra producción. Tener, pues, claridad en los procesos de producción.

Asimismo, si bien los proyectos editoriales han avanzado en varias cosas, como mejorar y reconocer la figura del editor, aún se tienen asuntos complejos que resolver. Una de las conclusiones de estudios realizados por el CERALC, conducen a que uno de los problemas de las editoriales universitarias es la “ausencia de objetivos y mecanismos para incidir en las políticas vinculadas” de sus propias ediciones (EULAC, 2016). Es necesario reinventar el proceso editorial en torno a las necesidades de los lectores. “Los recursos se cargan demasiado a la investigación, pero poco a la divulgación; y ciencia que no se publica no es ciencia” (EULAC, 2016: 107). ¿Cómo cambiamos ese tópico? Parece imposible, sin embargo, no se trata de cambiar, sino de ajustar: ajustarnos a cumplir con los estándares y los ordenamientos que nos rigen a niveles superiores (llámese Conacyt, índices, etcétera), sin dejar de lado la esencia y necesidades de la propia instancia. ¿Quién decide cuáles textos deben publicarse? ¿Cuáles son de calidad? Eso dependerá de cada instancia editora, y es a través de ella, de sus agentes y de su marco normativo, donde se tomarán esas decisiones, es decir, orientar una decisión editorial acorde con los problemas y necesidades de los autores, del público objetivo y de la instancia editorial misma.

En el caso particular de esta investigación se pudo intervenir en sus lineamientos y la creación del manual de procedimientos en la DCB de la UAM-X, que ayuden a comprender mejor los procesos y evitar malas prácticas, incluso desde la toma de decisiones y la regulación de instancias colegiadas como el Comité Editorial. Regular su permanencia, el proceso para la revisión de las obras y los criterios de evaluación evitan problemas de índole personal, de “amiguismos” o revanchas entre pares académicos, por ejemplo.

Otro foco importante y que a pesar de haber tenido ya un primer nivel de intervención, pero aún requiere ser atendido con mayor profundidad, es el asunto de la capacitación. La elaboración de dos cursos, uno sobre decisión editorial y otro de entrega de originales, permitió ver la necesidad de capacitación editorial que tiene la planta académica. Capacitar no sólo para mejorar los textos, las decisiones, los procesos, sino para comprender mejor y sensibilizar a las autoridades al respecto.

De esta forma, los textos que sean sometidos para su posible publicación no sólo acatarán criterios de forma de acuerdo con los lineamientos y convocatorias. Se pretende que se visibilice una de las fases de la edición menos presentes, que es la etapa “ideativa, imaginativa y creativa” (Nogueira, 2009), es decir, la fase de creación. En esta fase de “creatividad” es necesario definir el tipo de lector, sus gustos, habilidades, y la cual además incluya las consideraciones del proyecto editorial, la función de sus publicaciones y el diseño en conjunto, considerando dos funciones claves de la actividad universitaria: investigación y docencia.

En ese sentido, un siguiente paso es trabajar en conjunto con el Consejo Divisional y las coordinaciones de licenciatura para poner de manifiesto la importancia de vincular la producción editorial con los planes y programas de estudio, para contar con materiales destinados a la docencia y que la comunidad universitaria consuma sus propios contenidos, su producción de saberes. Asimismo, no se debe olvidar que el hecho de vincular nuestra producción a los planes de estudio implica dejar de lado la publicación de contenidos de divulgación, de extensión. Hacer edición hacia afuera y hacia adentro. En América Latina hay universidades que incluso publican libros infantiles, pues de esa forma se proyectan saberes a otros sectores de la estructura educativa: se forman nuevos lectores (EULAC, 2016: 77). La propia universidad debe asumir que publicar implica pensar en el lector y que a su vez la edición es una parte importante del rol que la misma universidad juega como generadora de pensamiento crítico y conocimiento relevante para la academia y para la sociedad; finalmente la editorial es una herramienta más para la difusión y publicidad de la propia institución (EULAC, 2016: 85-88).

Plantear a las obras como un medio de difusión y publicidad de la universidad implica a su vez pensar en la distribución. Como parte de la intervención al área, fue necesario pensar en nuevos formatos y soportes, así como en la producción particular de cada obra. Es necesario dejar atrás el tópico de que lo masivo es malo y que lo comercial no es sinónimo de calidad; en ese sentido, es posible ver a los programas editoriales universitarios como una empresa editorial, y esto no implica necesariamente hacerlas lucrativas, sino –cuando menos– sustentables.

Hasta hace poco se publicaba de manera indiscriminada, sin ningún estudio o análisis del tiraje, tipo de formato o publicación. Al día de hoy, aunque son pocos, podemos encontrar proyectos editoriales en diversas IES con una producción razonada, analizada y económicamente viable.

En cuanto a los formatos y soportes, podemos decir que el libro impreso no murió, como hace una o dos décadas pronosticaban los entusiastas partidarios del libro electrónico, sin embargo, también es necesario reconocer el uso y avance que han tenido otros soportes. En el mundo de la edición académica podemos tener tantos libros como autores-investigadores, y es justo ahí donde se insertan nuevas opciones y tecnologías. No por tener un exceso de producción de conocimiento se va a cerrar la puerta a las investigaciones y autores que consideren necesario publicar sus resultados; sí es posible, por el otro lado, regular los almacenes infestados de libros a través del libro electrónico. Baste decir, además, que hoy en día un buen porcentaje del conocimiento se encuentra en plataformas y repositorios en la red. En América Latina, y particularmente en México, aún nos queda un largo camino que recorrer en ese sentido.

Al respecto, Tomás Granados retoma de la metáfora del ajolote que Roger Bartra utilizó para describir a la sociedad mexicana:

“[...] también en lo que toca a los libros, somos una larva que no logra –no se propone– alcanzar la madurez, aunque en ese estado logre reproducirse; esta adolescencia perpetua puede sumir en el pesimismo a quien quiera ver entre nosotros una salamandra libresca, pero también puede servir de acicate: más allá del camino recorrido, lo que nos aguarda allá adelante es ancho, tal vez complicado pero lleno de promesas. Valdrá la pena andarlo” (Granados, 2017: 202).

Por otro lado, lo más deseable es que todo esto quede enmarcado de manera formal, a través de políticas o reglamentaciones. A través de ellas es posible sentar bases que permitan comprender mejor los procesos de producción editorial y a sus actores. El papel de editor universitario puede posicionarse en los lineamientos, más allá de ser un mero gestor o administrador. Es necesario, además, que en un nivel más alto se considere analizar el papel que juegan las

comisiones dictaminadoras y los criterios de evaluación que ocupan, y lograr así un punto medio que ayude a los académicos a cumplir con la labor sustantiva de las universidades, como la difusión y la divulgación, y con sus compromisos académicos y de evaluaciones, que, por desgracia, sabemos que al menos por un largo tiempo aún no cambiarán las políticas gubernamentales que vinculan el salario de los investigadores con la publicación de sus resultados.

Dentro de estos lineamientos, además, es necesario sentar las bases de la línea editorial: sus colecciones, su razón de ser, sus contenidos e incluso su diseño. Editar bien un libro no es sinónimo de “hacer libros bonitos”. No depende únicamente de un diseño atractivo (baste preguntar ¿atractivo para quién?), ni de su corrección de estilo, impresión o tipo de papel y mucho menos de su promoción. Editar libros académicos implica pensar en eso que a veces es olvidado por el autor, quien ensimismado en su propia labor de investigador, pocas veces se detiene a reflexionar qué le falta o le sobra a su obra para responder a una necesidad, ya sea de sus estudiantes, colegas o el público que imagina podría estar interesado en ella.

Por último, es necesario recalcar que a través de este trabajo fue indispensable el uso de la retórica en tanto que, más allá de explicar cómo se deben “hacer” las cosas (que puede ser incluso pretencioso), se muestra el por qué fue necesario hacer esa intervención en el programa editorial y por qué aún se requieren otras acciones. No es algo meramente subjetivo, pues tiene algo de empírico al tener resultados tangibles y cuantificables, sin embargo, no es el objetivo limitarnos a la investigación cuantitativa, sino hallar en ambas metodologías, con el uso de la retórica, una opción más acertada y acorde. Es necesario continuar analizando a la edición universitaria desde diversos espacios y a través de los ojos de otros agentes, a través de investigaciones donde se encamine a que las publicaciones tomen en cuenta las necesidades de todos sus actores, como el alumnado, respondiendo a la labor docente-investigativa y a las funciones sustantivas de las instituciones.

Bibliografía

- Anaya Rosique, C. (2015). *Cálculo editorial. Seminario de investigación*. Maestría en Diseño y Producción Editorial. México: UAM.
- Anaya Rosique, J. (1990). ¿Son necesarias las estadísticas editoriales? El caso mexicano. *Libros de México* (21), pp. 52-58.
- Anaya Rosique, J. (2009). Edición y universidad, en *Libros de México* (9), pp. 12-15.
- Anaya Rosique, J. (2015), Decisión editorial. *Seminario de investigación*, Maestría en Diseño y Producción Editorial, México: UAM.
- Angrosino, M. (2002). *Etnografía y observación participante en investigación cualitativa*. Madrid: Ediciones Morata.
- Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior (2018). [Disponible en: <http://www.anuies.mx>]
- Asociación de Editoriales Universitarias de América Latina y el Caribe-EULAC (2016). *De libros, conocimiento y otras adicciones. La edición universitaria en América Latina*. México: Editorial Universitaria, EULAC.
- Beristáin, H. (1998). *Diccionario de retórica y poética (7a. Ed.)*. México: Porrúa
- Bhaskar, M. (2014). *La máquina de contenido*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Bigott Suzzarini, B. V. (2007). Consumo cultural y educación, *Revista de investigación* (61), pp. 85-120.
- Bourdieu, P. (2002). *Razones prácticas. Sobre la teoría de la acción*. Barcelona: Anagrama.
- Boudieu, P. (2003). *El oficio del científico*. Barcelona: Anagrama.
- Bourdieu, P. (2009). *Homo academicus*. México: Siglo XXI Editores.

- Bourdieu, P. y Wacquant, L. (2008). *Una invitación a la sociología reflexiva*. Argentina: Siglo XXI Editores.
- Careaga Covarrubias, V. (2004). Producción editorial en las universidades mexicanas. *Seminario La educación superior en México*. México: ANUIES, SEP, IESALC.
- Carlino, P. (2003). Alfabetización académica: un cambio necesario, algunas alternativas posibles. *Educere Investigación*, 6 (20).
- Cavalli Sforza, L. L. (2007). *La evolución de la cultura*. Barcelona: Anagrama.
- Chartier, R. (1999). *Cultura escrita, literatura e historia*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (2019). Sistema de centros de investigación. [Disponible en: <https://www.conacyt.gob.mx/index.php/el-conacyt/sistema-de-centros-de-investigacion>]. Fecha de consulta 15 de febrero de 2019.
- Córdoba Restrepo, J. F. (2014). Universidad y edición. Caminos abiertos para el debate y la crítica. *Boletín Cultural*. Colombia: Banco de la República.
- De la Mora Campos, S. (2002). La industria editorial: más allá del papel y la tinta. *Anuario de investigación 2001 Departamento de Educación y Comunicación*. México: UAM.
- De la Mora Campos, S. (2007). La decisión editorial: un proceso razonado. *Anuario de investigación 2006 Departamento de Educación y Comunicación*. México: UAM.
- De la Mora Campos, S. y Ruiz Chapoy, Z. (2011). Ferias del libro: industria cultural. *Veredas* (12) 22, pp. 127-148, México: UAM.
- De la Mora Campos, S. y Ruiz Chapoy, Z. (2011). Las otras orillas del libro: estructuras reglamentarias y sociales. *Anuario de investigación 2010 Departamento de Educación y Comunicación*. México: UAM.
- De la Mora Campos, S., García Valencia, E. y Karp Mitastein, S. (2015). Visibilidad, acceso y redes: edición universitaria en México. Congreso Universidad (IV) 1.
- De la Torre Villar, E. (1987). *Breve historia del libro en México*. México: UNAM.

- De Santiago Gómez, A. U. (2013). Las ciencias sociales en América Latina. Siglo XIX: ediciones como primeras fuentes, *Argumentos*, 26 (71), pp. 13-35.
- El Colegio de Sonora (2012). Reglamento Editorial. México. El Colegio de Sonora.
- Fainholc, B. (2004). El concepto de mediación en la tecnología educativa apropiada y crítica. Argentina. Educar. [Disponible en: http://cmapsinternal.ihmc.us/rid=1119466861556_1804172076_502/educ.ar%20Educacion%20y%20TIC_%20El%20concepto%20de%20mediacion%20en%20la%20tecnologia%20educativa%20apropiada%20critica.pdf]
- Febvre, L., Martin, H.J. (2005). *La aparición del libro*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Foucault, M. (1984). ¿Qué es un autor? (Corina Yturbe, trad.). *Dialéctica*, IX (16), 4-18. (Conferencia de Michael Foucault en la Sociedad Francesa de Filosofía, 22 de febrero de 1969). [Disponible en: <https://revistas.unal.edu.co/index.php/revistaun/article/viewFile/11837/12395>]
- García Canclini, N. (2006). El consumo cultural: una propuesta teórica, en: Sunkel, G. (Coord.) *El consumo cultural en América Latina*. Bogotá: Convenio Andrés Bello.
- Garrido, F. (2014). El buen lector no nace, se hace. *Reflexiones sobre la lectura y la escritura*. México: Paidós.
- Giménez, G. (2002). Introducción a la sociología de Pierre Bourdieu, en: *Colección Pedagógica Universitaria*, 37-38 (8)
- Granados Salinas, T. (2017). *Libros*. México: Secretaría de Cultura.
- Gómez, M. A., Deslauriers, J. P. y Alzate, M. V. (2010). *Cómo hacer tesis de maestría y doctorado*. Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Hernández Sampieri, R. (2014). *Metodología de la investigación* (6a. Ed.). México: McGraw Hill.
- Hernández Valdés, R. (2011), La preservación y la difusión de la cultura. *Veredas* (12) 22, pp. 263-273.
- Kloss Fernández del Castillo, G. (2007). *Entre el oficio y el beneficio: el papel del editor. Práctica social, normatividad y producción editorial*. México: Editorial Universitaria, Alianza del Texto Universitario, Santillana.

- Ley Federal del Derecho de Autor (texto vigente). Diario Oficial de la Federación. México, 15 de junio de 2018.
- Martín-Barbero, J. (1987). *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*. México: Gustavo Gili.
- Martín-Barbero, J. (2006). Recepción de medios y consumo cultural, en: Sunkel, G. (Coord.) *El consumo cultural en América Latina*. Bogotá: Convenio Andrés Bello.
- Morán, L. (2017). Mediación y promoción de la lectura. *Seminario de la Maestría en Diseño y Producción Editorial*. México: Universidad Autónoma Metropolitana.
- Moreno Hernández, G. (2001). *Cómo investigar. Técnicas documental y de campo*. México: Edere.
- Nogueira Dobarro, A. (2009). *Universidad y edición. Conocimiento y sociedad*. Colombia: ASEUC.
- Orozco, G. y González, R. (2012). *Una coartada metodológica. Abordajes cualitativos en la investigación en comunicación, medios y audiencias*. México: Tintable.
- Perelman, Ch. y Olbrechtd-Tyteca, L. (1989). *Tratado de la argumentación*. España: Gredos.
- Rama, C., Uribe, R. y Sagastizábal, L. (2006). *Las editoriales universitarias en América Latina*. Colombia: IESALC, CERLALC.
- Renán, S. (2003). La lectura: una práctica cultural. Debate entre Pierre Bourdieu y Roger Chartier. *Revista Sociedad y Economía* (4), pp. 161-175.
- Raymond, J. C., (1982), *Rhetoric: The methodology of the humanities*. (Trad. Tapia, A.), Texas, College English.
- Rivaud Morayta, A. (1995). La lectura en México: un acercamiento. *Diseño en Síntesis*, 20 (6), pp. 40-42.
- Rivera Díaz, L. A. (2014). *La nueva educación del diseñador gráfico*. México: Designio.
- Rose, M. (1994) *Authors and Owners. The invention of Copyright*. Massachusetts: Harvard University Press. [Disponible en: https://monoskop.org/images/7/70/Rose_Mark_Authors_and_Owners_The_Invention_of_Copyright.pdf]

- Roskelly, H. (2008). *What Do Students Need to Know About Rhetoric?* (Trad. de Tapia, A., 2015), E.U., Universidad de Carolina del Norte [Disponible en: http://www.southingtonschools.org/uploaded/faculty/elindblom/Drama/AP_Language_Summer_Packet.pdf]
- Universidad Autónoma Metropolitana (2018). *Coloquio La publicación en la División de Ciencias Sociales y Humanidades: lo impreso y lo digital, retos para la visibilización del conocimiento*.
- Universidad Autónoma Metropolitana (2018b). Reglamento de Ingreso, Promoción y Permanencia del Persona Académico (RIPPPA). [Disponible en: <http://www.uam.mx/legislacion/>]
- Universidad Autónoma Metropolitana (2017). *Anuario estadístico 2017*. [Disponible en: http://www.transparencia.uam.mx/infororganos/anuarios/anuario2017/anuario_estadistico2017.pdf].
- Universidad Autónoma Metropolitana (2003). *Políticas operativas sobre la producción editorial de la unidad Xochimilco* (POPEX). México: UAM.
- Universidad Autónoma Metropolitana (1996). *Políticas Operacionales sobre la Producción Editorial, que incluye mecanismos de evaluación y fomento respecto de edición, publicación, difusión y distribución* (POPE). México: UAM.
- Universidad Nacional Autónoma de México (2018). Disposiciones Generales para la Actividad Editorial y de Distribución. México: UNAM. [Disponible en: <http://www.libros.unam.mx/disposiciones.pdf>]
- Universidad Nacional Autónoma de México (2018b). Portal de estadísticas universitarias. [Disponible en: <http://www.estadistica.unam.mx/>].
- Zaid, G. (2013). *Dinero para la cultura*. México: Random House Mondadori.

ANEXOS

Anexo 1. Carta reconocimiento de derechos.



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA

Fecha:
(día/ mes/ año)

Representante Legal
Universidad Autónoma Metropolitana

Presente

De conformidad con el artículo 83 y demás relativos y aplicables de la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) y el artículo 46 de su Reglamento, reconozco que la Universidad Autónoma Metropolitana es la titular de los derechos patrimoniales de la obra:

(TÍTULO COMPLETO DE LA OBRA, SIN SUSTÍTULO)

respecto de la cual recibiré una remuneración en especie, como lo dispone el artículo 31 de la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA).

Asimismo, relevo de toda responsabilidad a la Universidad Autónoma Metropolitana de cualquier demanda o reclamación que llegara a formular alguna persona física o moral que se considere con derecho sobre la obra, respondiendo por la autoría y originalidad de la misma, asumiendo todas las consecuencias jurídicas y económicas si ésta no fuese de mi creación.

A t e n t a m e n t e

Nombre (SIN ABREVIATURAS): _____

Firma: _____

(FAVOR DE FIRMAR CON TINTA AZUL)

Anexo 2. Lineamientos Editoriales de la División de Ciencias Biológicas y de la Salud.

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA
UNIDAD XOCHIMILCO

Aprobado por el Consejo Divisional de Ciencias Biológicas y de la Salud

Índice

	Página
Capítulo 1. Marco normativo y definiciones.	3
Capítulo 2. Del Consejo Editorial.	6
Capítulo 3. De los comités editoriales.	9
Capítulo 4. Del programa editorial de la DCBS	14
Capítulo 5. De las líneas editoriales.	16
Capítulo 6. De las líneas editoriales para las colecciones de libros, materiales impresos unitarios y publicaciones periódicas.	19
Capítulo 7. De la asignación y del ejercicio del presupuesto.	23
Transitorio.	24

Capítulo 1. Marco normativo y definiciones

- 1.1 Estos lineamientos toman como referencia lo establecido en las Políticas Operacionales sobre la Producción Editorial que incluye mecanismos de evaluación y fomento, respecto de edición, publicación, difusión y distribución (POPE) de la Universidad Autónoma Metropolitana (UAM). De igual forma se consideran las Políticas Operativas sobre la Producción Editorial de la Unidad Xochimilco (POPEX), así como el marco normativo que rige a la industria editorial mexicana, particularmente:
- a) La Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA), en todo lo aplicable.
 - b) Reglamento de la LFDA.
 - c) Las diversas disposiciones relativas al depósito legal de las publicaciones.
 - d) Las normas relativas a números internacionales normalizados para libros y para revistas, ISBN e ISSN, respectivamente y código de barras o código de producto.
 - e) En el caso de las publicaciones periódicas, el Reglamento de la Comisión Calificadora de Publicaciones y Revistas Ilustradas de

la Secretaría de Gobernación y los trámites relativos a reservas de derechos.

- f) Todas las disposiciones actuales y futuras respecto a tarifas preferenciales, subvenciones y premios a que pueda hacerse acreedor un proyecto editorial universitario.
 - g) Ley de Fomento para la Lectura y el Libro.
 - h) Las demás normas aplicables.
- 1.2 Las labores editoriales de la DCBS incluyen aquellas tareas relacionadas con la toma de decisiones y la ejecución de los procesos necesarios para publicar la información resultante de sus funciones sustantivas, con alta calidad académica, técnica y formal. Estas labores son de dos tipos:
- a) De orientación y contenido editorial, acordadas colectivamente por el Consejo Editorial y los comités editoriales, por lo que en ningún caso podrán ser tomadas en forma individual. Estas decisiones deben sustentarse en los lineamientos previstos en este documento.
 - b) Técnicas y ejecutivas respecto a las decisiones y acciones que, aun siendo supervisadas por el Consejo y los comités editoriales, deberán ser consideradas o asumidas por el jefe de producción editorial, quien deberá contar con un equipo de trabajo técnicamente calificado.
- 1.3 Se considera autor a la persona física o grupo de personas que concibe y realiza una obra o trabajo literario, científico, artístico, técnico o gráfico destinado a ser difundido, y que ha realizado contribuciones intelectuales sustantivas a un estudio publicado; el autor, como titular primigenio y único de los derechos morales de su obra, deberá hacerse responsable por el contenido y originalidad de esta.
- 1.4 Se consideran publicaciones de la Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco, todos los libros y las publicaciones periódicas que resulten del trabajo académico de la Unidad, de sus divisiones, departamentos, áreas de investigación, programas académicos y coordinaciones administrativas que se divulguen bajo su sello editorial, con su nombre, lema, monograma, logograma o logotipo, o en cuya elaboración se empleen recursos de la Unidad Xochimilco, independientemente de su naturaleza. Las publicaciones de la DCBS sólo podrán ser dadas a conocer al público mediante las instancias facultadas para ello y conforme a las normas previstas en este documento.

- 1.5 Se considera libro toda publicación unitaria, individual o colectiva, no periódica, de carácter literario, artístico, científico, técnico, educativo, informativo o recreativo, incluyendo el género estético, ya sea impresa sobre papel, plástico, tela o cualquier otro soporte material, o bien, grabada o transmitida por medios electrónicos cuya edición se haga en su totalidad de una sola vez en un volumen o a intervalos en varios volúmenes o fascículos. Comprenderá también los materiales complementarios en cualquier tipo de soporte, incluido el electrónico, que conformen, en conjunto con el libro, un todo unitario que no pueda distribuirse separadamente
- 1.6 Se consideran publicaciones periódicas todas las revistas, boletines, periódicos y publicaciones seriadas que aparecen en partes sucesivas, con variedad de contenido bajo un mismo título que incluyen designaciones numéricas o cronológicas y que se pretende seguir publicando indefinidamente, ya sean impresas sobre papel, plástico, tela o cualquier otro soporte material, o bien, grabadas o transmitidas por medios electrónicos
- 1.7 Cualquier publicación editada y coeditada por la DCBS, será aquella que cumpla con una o más de las siguientes condiciones:
 - a) Haya recibido recursos directamente de la propia DCBS.
 - b) Haya sido coeditada o financiada con recursos ajenos a la UAM, siempre que contenga información generada en la DCBS, de cuyos derechos patrimoniales pueda participar la UAM.
 - c) Lleve en lugar visible de la portada, de la contraportada, de la página inicial o de la página legal, los nombres “Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco”, y “División de Ciencias Biológicas y de la Salud”, en cualquier orden, solos o acompañados del logotipo, emblema o lema de la UAM y de algún otro signo inconfundible, así como las combinaciones de números y letras del tipo de ISBN, ISSN, direcciones electrónicas, URL, IP, DNS y similares que pertenezcan o estén registrados a nombre de la UAM, incluso cuando les acompañen los distintivos de otras instituciones.
 - d) Sea avalada por el Comité Editorial al cumplir con lo establecido en los presentes Lineamientos que le compete.

Capítulo 2. Del Consejo Editorial

2.1 Constitución y estructura

- 2.1.1 El Consejo Editorial de la DCBS es una instancia formada por al menos cinco miembros ratificados por el Consejo Divisional a propuesta del director de la División. El cargo de miembro de este Consejo será honorífico, personal e intransferible y éstos podrán pertenecer o no a la UAM. El cargo tendrá una vigencia de dos años y podrá prorrogarse por periodos iguales, tratando de evitar prácticas no deseadas de permanencia indefinida.
- 2.1.2 Los miembros de este Consejo serán académicos de reconocido prestigio en el área de conocimiento de las Ciencias Biológicas y de la Salud, además de contar con publicaciones periódicas de alto nivel de especialización, o de haber publicado libros en la especialidad. En el caso de que los miembros de este Consejo pertenezcan a la UAM, deberán ser profesores titulares por tiempo indeterminado y pertenecer a cualquier área de investigación aprobada por el Consejo Académico.
- 2.1.3 En la conformación de este Consejo se procurará conservar el equilibrio entre las diferentes áreas de conocimiento que integran la División, sin que esto signifique mantener una representatividad determinada por departamentos, áreas de investigación o licenciaturas.
- 2.1.4 Dicho Consejo incluirá, a propuesta del director de la División, a una persona de la comunidad universitaria que tenga experiencia demostrada en los aspectos de edición, producción, difusión y distribución de publicaciones.

2.2 Operación

- 2.2.1 El Consejo Editorial elegirá de entre sus propios miembros a un coordinador, quien convocará a las sesiones de este, así como a un secretario. En su ausencia temporal, el Consejo Editorial podrá ser convocado por cualquiera de sus miembros.
- 2.2.2 El Consejo Editorial sesionará por lo menos una vez durante cada trimestre en sesión ordinaria.
 - a) El quórum se establecerá, en primera convocatoria, con la presencia de al menos tres de sus miembros.
 - b) De no reunirse el quórum requerido, se procederá a una segunda convocatoria en un plazo máximo de cinco días hábiles.

- c) En caso de no reunirse de nuevo el quórum requerido, se emitirá una tercera convocatoria para iniciar la sesión tres días hábiles después, con el número de consejeros que concurran.

2.2.3 Una vez constituido el quórum el Consejo Editorial podrá realizar diversas reuniones, como parte de una misma sesión para agotar el orden del día, las cuales se celebrarán con los miembros que asistan.

Las sesiones que sean continuación de una ya instalada no requerirán constatación de quórum.

2.2.4 El coordinador será responsable de levantar una minuta de cada reunión que, previa lectura, será aprobada por el Consejo Editorial en la siguiente sesión.

2.2.5 Cualquier miembro del Consejo Editorial podrá ser sustituido cuando deje de asistir, sin causa justificada, a tres sesiones consecutivas o a cinco no consecutivas en el lapso de un año.

El coordinador del Consejo Editorial notificará al director de la División de las inasistencias injustificadas de cualquiera de sus miembros, para que se proponga al Consejo Divisional el nombre del académico que lo sustituirá.

2.2.6 El Consejo Editorial sugerirá anualmente al Consejo Divisional la modificación, creación, promoción, apoyo y supresión de las líneas editoriales, lo cual deberá ser aprobado por los órganos colegiados académicos respectivos con la asesoría del consejo editorial.

También incluirá una evaluación de los contratos de edición y convenios de coedición celebradas por la UAM y que involucren a la DCBS, así como aquellas actividades que considere pertinentes.

2.3 Con base en las POPE y en las POPEX, el Consejo Editorial es la instancia facultada para la creación, promoción, apoyo, modificación o supresión de líneas quien ejercerá sus facultades correspondientes al respecto.

2.4 Las demás funciones del Consejo Editorial son:

- a) Intervenir en la regulación de la producción editorial de la División.
- b) Sugerir mecanismos para mejorar la producción, la distribución y fomento de las publicaciones, así como evaluar todas las actividades vinculadas con las líneas editoriales.
- c) Dar seguimiento a la actividad de los comités editoriales.

- d) Asesorar al director de la División, con base en el plan de trabajo anual de los comités editoriales las sugerencias del jefe de producción editorial y la asignación de los recursos presupuestales anuales.
- e) Analizar junto con el jefe de producción editorial los proyectos que se puedan realizar mediante coediciones, así como el tiraje, reimpresión y reedición de las publicaciones.
- f) Propiciar con instituciones académicas, nacionales y extranjeras, el intercambio y canje de publicaciones.
- g) Ajustar en septiembre de cada año la distribución de los recursos entre la o las líneas editoriales que ya tengan los proyectos dictaminados favorablemente y que no estén comprometidos con los proyectos en estado de avance.
- h) Supervisar los formatos para protocolos de postulación de obras y evaluaciones de los comités editoriales.
- i) Establecer, junto con el jefe de producción editorial, los requisitos de los proveedores de servicios editoriales y gráficos externos a la UAM que deseen prestar servicios a la DCBS.
- j) Conocer la situación de la democracia temática entre los lectores del área de las Ciencias Biológicas y de la Salud y que corresponda al perfil de la DCBS, en México y en el extranjero, para detectar si existen temas sobre los cuales convenga editar y reimprimir.
- k) Vigilar el seguimiento de la producción, difusión, distribución, y venta de las publicaciones de la DCBS.
- l) Llevar a cabo reuniones periódicas con los responsables de la producción editorial de la Unidad para estandarizar, en lo posible, los criterios de presentación, corrección, y calidad de los originales.
- m) Las demás que se deriven de este documento y de las disposiciones aplicables.

Capítulo 3. De los comités editoriales

3.1 Constitución y estructura

- 3.1.1 Cuando el Consejo Divisional ejerza su competencia para crear una nueva línea editorial, integrará, simultáneamente el comité editorial respectivo, para lo cual solicitará al director de la División que proponga a por lo menos cinco miembros, los cuales serán ratificados por el Consejo Divisional en la sesión correspondiente.

3.1.2 Los comités editoriales son instancias formadas por al menos cinco miembros, ya sea internos o externos ratificados por el Consejo Divisional, a propuesta del director de la División, a partir de una consulta previa con el Consejo Editorial y con las áreas de investigación de los departamentos.

Dichos miembros podrán pertenecer al personal académico o ser ajenos a él, duran en su cargo dos años y podrán ser ratificados por un periodo igual para evitar prácticas no deseadas de permanencia a mediano y largo plazos. Se recomienda que los órganos personales e instancias de apoyo de la DCBS no formen parte de estos comités editoriales.

3.1.2.1 Los miembros de estos comités serán académicos de reconocido prestigio en el área de conocimiento de las Ciencias Biológicas y de la Salud, deben publicar regularmente en medios de alto nivel de especialización o haber publicado en la especialidad.

3.1.2.2 En la integración de estos comités se buscará pluralidad, así como mantener un equilibrio entre las diferentes áreas del conocimiento, sin que esto signifique mantener una representatividad determinada por departamentos, áreas de investigación, coordinaciones de estudio u otras instancias académicas para garantizar imparcialidad en las evaluaciones y en los dictámenes respectivos.

3.1.2.3 Los comités editoriales contarán con la asesoría técnica del jefe de producción editorial.

3.2 Las funciones de los comités editoriales son:

- a) Aceptar las postulaciones de obras con base en su calidad intrínseca y no podrá ser un impedimento por sí solo, el que alguna obra no provenga de un proyecto de: docencia, investigación, o difusión y preservación de la cultura o que carezca del aval de un órgano personal o instancia de apoyo, siempre y cuando cumpla con los presentes Lineamientos.
- b) Proporcionar a la DCBS el directorio de evaluadores de su línea editorial.
- c) Realizar la evaluación de las obras que se reciban, lo que implica analizar su pertinencia, para lo cual deberán designar a los evaluadores y acordar un plazo razonable para que los mismos entreguen el dictamen correspondiente por escrito.

- d) Reemplazar a los evaluadores, previo aviso, en caso de que no entreguen su dictaminación en el tiempo y la forma estipulados.
- e) Respecto a la evaluación de las obras, éstas se someterán a tres evaluaciones y cuando menos dos de estas deberán proceder de evaluadores externos. Se requerirán dos evaluaciones aprobatorias para autorizar la edición. En todos los casos se comunicará por escrito a los autores el resultado del proceso de dictaminación con los argumentos que sustenten la decisión, respetando y haciendo suyos los resultados de las evaluaciones al dictaminar las obras.
- f) Evaluar obras por encargo para su publicación en las líneas editoriales de su competencia.
- g) Participar en la dictaminación de obras a publicar a través de convenios de coedición de la propia institución, así como entre otras instituciones o empresas.
- h) Mantener bajo confidencialidad el registro pormenorizado, la nómina de obras recibidas, el proceso total de dictaminación de las obras en curso, así como la comunicación oficial con los autores y evaluadores.
- i) Establecer por escrito el porcentaje de la edición que recibirá el autor, ya sea en efectivo o en ejemplares, por concepto de regalías. Este porcentaje en ningún caso será interior al 10% y sólo se deducirá una vez, independientemente del número de coautores que pudieran concurrir.
- j) Con respecto a las publicaciones periódicas, cada comité editorial será responsable de coordinar su colección o publicación respectiva y contar con la asesoría del jefe de producción editorial. En el caso de publicaciones de libros y materiales impresos unitarios, el editor responsable se encargará del contenido editorial.
- k) Realizar reuniones periódicas, tanto con los consejos editoriales, como con los responsables de los programas editoriales de la Unidad, para comparar y, en lo posible, estandarizar los criterios de presentación, corrección y cuidado de los originales que conforma a la especialidad de cada área del conocimiento.
- l) Cooperar con el jefe de producción editorial en el proceso de difusión de su línea editorial, tanto del material impreso u ópticas como a través de servicios en línea, de transmisión electrónica u otros.

- m) Conocer y explorar la situación de demanda entre los lectores respecto a los temas de su línea editorial, para detectar si existen temas sobre los cuales convenga editar, reimprimir, reeditar o incluso investigar.
- n) Recomendar el tiraje y formato (impreso o digital) tentativo de cada publicación con base en el estudio de demanda correspondiente y de acuerdo con el público al que vaya dirigida.
- o) Proponer al jefe del programa editorial y al Consejo Editorial, en caso de ser necesario, proveedores de servicios editoriales, gráficos, industriales, de corrección, ilustración, fotografía, imprenta, encuadernación, entre otras.
- p) Fomentar coediciones con otras instituciones y empresas editoriales en el ámbito nacional e internacional, que cuenten con la capacidad técnica y económica para optimizar la producción y distribución de las publicaciones de su línea editorial.
- q) No reproducir, publicar ni comprometer recursos en una obra cuya evaluación y dictaminación no esté concluida.
- r) Elaborar un plan de trabajo anual el cual incluirá las estimaciones de las publicaciones programadas, así como las necesidades presupuestales de su línea editorial. Este plan deberá ser elaborado en mes de julio de cada año para considerarlo dentro de la planeación presupuestal de la DCBS.
- s) Procurar la obtención de fuentes alternativas o complementarias de financiamiento para el caso de las publicaciones periódicas.
- t) Solicitar a la DCBS que ejerza los recursos que tiene asignados para la producción editorial con el apoyo del jefe de producción editorial y el conocimiento del Consejo Editorial.
- u) Elaborar un informe anual de actividades, a principios del mes de septiembre, para dar a conocer la calidad, conveniencia y pertinencia del material impreso elegido. En este informe se incluirán: los nombres de los autores de las obras postuladas y de los evaluadores elegidos para ellas; la relación de productos aprobados, condicionados y rechazados.
- v) Apoyar al jefe de producción editorial proporcionando periódicamente información acerca de la producción, difusión, distribución y ventas de las publicaciones de su línea editorial, para la elaboración y actualización del catálogo general de publicaciones de la División.

- w) Evaluar cada dos años su línea editorial e informar de ello al Consejo Divisional y al Consejo Editorial.
- x) Revisar, aprobar y mantener la homogeneidad de las características gráficas, tipográficas y de diagramación de cada una de las colecciones o publicaciones a su cargo en común acuerdo con el jefe de producción editorial.
- y) Verificar que sus publicaciones cumplan con todos los requisitos que se detallan en estos Lineamientos y en la normatividad aplicable.
- z) Cumplir y hacer que se cumplan los presentes Lineamientos.

3.3 Operación

- 3.3.1 Se llevarán a cabo varias sesiones ordinarias al año dependiendo de la dinámica que se estipule.
- 3.3.2 Se designará de entre los miembros a un Coordinador.
- 3.3.3 El quórum para que se inicie cualquier reunión será la mitad más uno de los miembros en el caso de la primera convocatoria.
 - a) En caso de no reunirse el quórum requerido, se hará una segunda convocatoria en un plazo máximo de cinco días hábiles.
 - b) Una vez constituido el quórum el comité editorial podrá realizar diversas reuniones, como parte de una misma sesión para agotar el orden del día, las cuales se celebrarán con miembros que asistan.
 - c) Las sesiones que sean continuación de una ya instalada no requerirán verificación del quórum.
 - d) Los integrantes de los comités editoriales serán reemplazados cuando dejen de asistir sin causa justificada a tres sesiones consecutivas o a cinco no consecutivas en el lapso de un año.
 - e) Emitir otras reglas internas para su funcionamiento y hacerlas públicas.

3.4 Funciones del Coordinador de cada comité editorial

- 3.4.1 Coordinar al comité editorial respectivo y las actividades que se propongan.
- 3.4.2 Convocar y presidir las sesiones del comité editorial al que pertenece y en su ausencia temporal podrán convocar a las sesiones cualquiera de sus miembros.

- 3.4.3 Proceder a levantar un acta de acuerdos de cada sesión que, previa lectura, será aprobada por el comité editorial respectivo en su siguiente sesión.
- 3.4.4 Recibir y verificar la pertinencia de los manuscritos propuestos conforme a los criterios de cada línea editorial, para posteriormente turnarlos a los evaluadores respectivos quienes procederán a la evaluación y dictaminación.
- 3.4.5 Organizar y sistematizar el directorio de evaluadores.
- 3.4.6 Presentar tanto al Consejo Editorial, como al Consejo Divisional de Ciencias Biológicas y de la Salud el Informe Anual de Actividades de su línea editorial, así como las necesidades presupuestales especificadas en el Plan de trabajo anual.
- 3.4.7 Sugerir, en coordinación con las áreas de investigación de los departamentos y el Consejo Editorial, los convenios de coedición pertinentes con otras instituciones de educación superior e investigación científica, así como las dependencias, organismos, organizaciones y empresas privadas establecidas en el numeral 4.1 de la POPEX, cuando las necesidades de la línea editorial así lo requieran.
- 3.4.8 Promover la difusión y distribución de las publicaciones de su línea editorial.

Capítulo 4. Del programa editorial de la DCBS

- 4.1 La División de Ciencias Biológicas y de la Salud contará con un programa editorial, el cual coordinará todas las fases de planeación-presupuestación-operación-evaluación del proceso editorial de las distintas publicaciones de la División.
- 4.2 El jefe de producción editorial será nombrado por el director de la División, quien deberá ser una persona calificada profesionalmente, de preferencia de la comunidad universitaria, para que encabece la instancia técnica de producción editorial y asuma la coordinación de las labores técnicas y ejecutivas respecto a la edición, producción, publicación, difusión y distribución de publicaciones.
- 4.3 El jefe de producción editorial se encargará de:
 - a) Supervisar y dirigir las actividades del diseño, edición y producción de las publicaciones divisionales y dar cumplimiento a las Políticas Operativas sobre la producción editorial de la Unidad Xochimilco.
 - b) Realizar los trámites necesarios para el cumplimiento de los registros respectivos de cada línea editorial, el uso de elementos de

identificación institucional como monograma y logotipo, así como los créditos a los autores y las fichas bibliográficas. También deberá observar las disposiciones relativas al depósito legal, asignación de números internacionales normalizados, códigos de barras o código del producto.

- c) En el caso de publicaciones periódicas, se integrará lo señalado en el reglamento de la comisión Calificadora de Publicaciones y Revistas Ilustradas de la Secretaría de Gobernación. Gestionar los trámites relativos a reservas de derechos y pagos de regalías correspondientes cuyo porcentaje, en ningún caso, será inferior al 10 % de los mismos y se deducirá una sola vez cuando la obra sea aceptada de acuerdo a las condiciones que establezca el convenio respectivo, así como dar seguimiento a los contratos de edición entre la UAM y los autores.
- d) Dar seguimiento, previo análisis con el Consejo Editorial, a convenios de edición y coedición entre la UAM con otras dependencias, instituciones y empresas para la optimización de recursos; así como supervisar los contratos correspondientes.
- e) Dar cumplimiento a las disposiciones actuales y futuras respecto a tarifas preferenciales, que pueda hacerse acreedor un proyecto editorial universitario y demás normas aplicables.
- f) Regular el uso de elementos de identificación institucional para preservar y dar congruencia a la imagen de la DCBS.
- g) Recibir los dictámenes favorables de los comités editoriales de libros y materiales impresos unitarios y proceder a su publicación.
- h) Supervisar que haya homogeneidad en las características gráficas, tipográficas y de diagramación de las publicaciones de la DCBS.
- i) Vigilar el cumplimiento de los requisitos que deben los proveedores de servicios editoriales y gráficos externos a la UAM.
- j) Colaborar con el Consejo Editorial de la DCBS para su óptimo funcionamiento.
- k) Informar al Consejo Editorial respecto a la distribución anual de los recursos presupuestales aprobados para la edición de impresos, tiraje, reimpresos o reedición de publicaciones o material óptico.
- l) Asesorar la búsqueda de alternativas presupuestales y proponer convenios y coediciones, de común acuerdo con el Consejo y comités editoriales, para la optimización de recursos.
- m) Confeccionar un catálogo general de las publicaciones de la DCBS.

- n) Promover la difusión y distribución de las publicaciones de su competencia para incrementar el número de lectores nacionales y extranjeros, con el consenso y participación de los autores, de los comités editoriales y de la Librería de la Unidad.
 - o) Elaborar una base de datos para análisis estadísticos sobre la distribución de las publicaciones.
- 4.4 El jefe de producción editorial elaborará un informe anual por escrito de sus actividades al Consejo Divisional con el visto bueno del Consejo Editorial.

Capítulo 5. De las líneas editoriales

- 5.1 Se definirán con claridad las especificaciones del contenido de cada línea editorial a fin de evitar la duplicidad entre ellas; identificando principalmente dos tipos de líneas editoriales dedicadas a:
- a) Libros y materiales unitarios.
 - b) Publicaciones periódicas.
- 5.2 Las líneas editoriales de libros y publicaciones unitarias agrupan y dan coherencia, a través de colecciones, a los materiales impresos y ópticos destinados a hacer públicos los resultados del trabajo universitario.
- Se procurará que las líneas editoriales correspondan a las funciones sustantivas de la UAM, que son: la docencia, la investigación y la preservación y difusión de la cultura.
- Por medio de las líneas editoriales, se buscará una correspondencia con la unidad e identidad de los materiales que hacen públicos los conocimientos, reflexiones, técnicas, procesos, publicaciones y demás resultados del trabajo audiovisuales, videos, multimedia, hipertextos, programas y presentaciones, para computadora, etcétera, y otros medios existentes en el presente y el futuro.
- 5.3 El Consejo Divisional de Ciencias Biológicas y de la Salud es el órgano encargado de aprobar la creación, promoción, apoyo, modificación y supresión de las líneas editoriales, a propuesta del Consejo Editorial de la DCBS de acuerdo con las POPE y las POPEX, en los siguientes ámbitos:
- a) Material en apoyo a la docencia.
 - b) Avances y resultados de investigación.
 - c) Material de divulgación de conocimientos mediante material impreso escrito y en medios ópticos.

- 5.4 Las líneas editoriales serán evaluadas cada dos años por el Consejo Divisional de Ciencias Biológicas y de la Salud con la colaboración de expertos y con la opinión del Consejo Editorial, según lo determine el órgano colegiado referido y las instancias editoriales involucradas, de acuerdo con las POPE y las POPEX.
- 5.5 La evaluación de la distribución de las publicaciones tomará en cuenta el análisis de datos o estadística que para tal fin realicen la librería de la Unidad y las instancias editoriales divisionales.
- 5.6 Los grupos académicos, áreas de investigación y coordinaciones de estudio (de licenciatura y posgrado) podrán proponer al Consejo Divisional la creación de una nueva línea editorial, previo cumplimiento de los incisos del siguiente numeral.
- 5.7 La propuesta de creación o modificación de una línea editorial, tanto de libros y materiales impresos unitarios como de publicaciones periódicas, deberá incluir:
 - a) Una justificación académica que contenga la relación de la línea propuesta con la misión, visión, objetivos y metas de la DCBS.
 - b) La exposición de su concepto general, contenidos, colecciones o secciones según el caso, con una explicación que fundamente que la creación o modificación de una línea editorial no duplica los contenidos de otra existente.
 - c) El perfil general de su público y el panorama de su demanda, mostrando su viabilidad operativa, técnica y financiera.
 - d) La propuesta de sus características gráficas, tipográficas y de diagramación.
 - e) Los canales y mecanismos de circulación propuestos.
 - f) La periodicidad para el caso de las publicaciones periódicas.
 - g) Un responsable de la transmisión electrónica u otros medios que requieran revisión, mantenimiento y actualización periódicas, en el caso de que la línea editorial incluya la consulta de publicaciones a través de servicios en línea.
- 5.8 La propuesta de supresión de alguna línea editorial, tanto de libros y materiales impresos unitarios como publicaciones periódicas, deberá incluir una evaluación:
 - a) Académica de su propuesta general de línea, contenidos, colecciones o secciones, según el caso, incluyendo las publicaciones realizadas en relación con la misión, visión, objetivos, metas y pro-

pósito de la línea editorial en cuestión. Para ello se podrá asesorar de expertos externos.

- b) Técnica editorial que incluya sus aspectos operativos de realización, diseño, presupuesto, difusión y distribución.
 - c) De las tareas realizadas por el comité editorial respectivo en cuanto al cumplimiento de las funciones encomendadas en las políticas y lineamientos divisionales y universitarios.
- 5.9 Será causa para iniciar el proceso de supresión de una publicación periódica el hecho de que no aparezca ninguna nueva edición en un plazo superior a tres veces su propia periodicidad, excepto cuando se trate de motivos ajenos a sus atribuciones y voluntad, lo cual será calificado por el Consejo Editorial.
- 5.10 Las líneas editoriales de libros y materiales impresos unitarios que se publiquen a través de servicios en línea, de transmisión electrónica u otros, que requieran revisión, mantenimiento y actualización periódicas, también estarán sujetas al punto anterior cuando no reciban mantenimiento oportuno.
- 5.11 Las líneas editoriales y sus colecciones podrán darse a conocer ante el público con una imagen gráfica propia y un nombre diferente a los estipulados en este documento, como una imagen moderna o propia a la temática, entre otras, cuando ello les permita presentar las publicaciones de una manera más atractiva. El uso de este recurso no implicará cambio alguno en la identidad, estructura, integración u objetivos de la línea editorial ni del comité editorial que la coordina.

Capítulo 6. De las líneas editoriales para las colecciones de libros, materiales impresos unitarios y publicaciones periódicas

- 6.1 La DCBS deberá promover, fomentar, evaluar, producir y distribuir publicaciones de calidad, entre una gran diversidad de lectores respecto a actividades de docencia, investigación y preservación y difusión de la cultura, con base en las POPE y en las POPEX, para ello existen líneas editoriales, para libros y otros materiales impresos unitarios, así como para publicaciones periódicas, coordinadas por sus comités editoriales respectivos.
- 6.2 La línea editorial para libros y materiales impresos unitarios comprende las series Académicos, Textos, Cuadernos, Materiales de docencia, Manuales, Memorias y comunicaciones técnicas. Todas estas series deberán llevar la indicación específica de “DCBS” con el propósito de

distinguir la División de otras cuyo título fuera similar. Los materiales impresos concernientes a la preservación y difusión de la cultura serán catalogados como artículos de divulgación cuando contengan conocimientos generales mediante el uso de un lenguaje común para explicar conceptos concernientes con la disciplina o tema tratado, con el objeto de que puedan llegar a un público amplio como menor instrucción o especialización.

En la convocatoria que se publicará anualmente por el comité editorial aparecerán las modalidades de cada serie, las instrucciones a los autores con especificaciones acerca de la estructura y características de los manuscritos y modalidad de evaluación para las obras propuestas. Las series son las siguientes:

a) Ciencias químicas

Textos que aborden temas de las ciencias químicas, es decir, la composición, estructura y propiedades de la materia, así como los cambios que ésta experimenta durante reacciones químicas, y todas las materias afines a esta, tales como las matemáticas y la farmacéutica.

b) Ciencias de la vida

Textos que aborden temas de biología y ciencias de la vida afines, es decir, todos los campos de la ciencia que se ocupan del estudio de los seres vivos, como los microorganismos, las plantas, animales y seres humanos, así como las relaciones entre ellos mismos y el medio que habitan; tal es el caso de la biología celular y molecular, genética, microbiología, zoología, botánica, ecología, biomatemáticas y bioestadística, entre otros.

c) Ciencias y tecnologías agrícolas

Textos relacionados con el conjunto de ciencias y tecnologías, convencionales y emergentes, involucradas con los sistemas de caracterización, conservación, producción, protección, recursos genéticos, mejoramiento, uso, transformación, comercialización y distribución de especies vegetales y animales que satisfacen las necesidades humanas, incluidas también las plantas cultivadas, las especies forestales, el ganado, la piscicultura y los ecosistemas donde se desarrollan las actividades agrícolas.

d) Ciencias médicas y de la salud

Textos relacionados con el complejo proceso salud-enfermedad que aborden y profundicen en sus múltiples dimensiones en sus aspectos biomédicos y sociales. Incluye disciplinas y campos del

conocimiento que realicen aportes científicos para su mejor comprensión, sobre procesos moleculares, celulares, de órganos, tejidos, sistemas e individuos, con perspectivas orgánicas de disciplinas como fisiología, clínica, patología y otras.

También se consideran perspectivas poblacionales y de grupos sociales específicos, tanto en la distribución de la salud-enfermedad como en la respuesta social organizada para enfrentarlos, así como estudios empíricos y teóricos de la dimensión individual y social de la salud.

Las series definirán las temáticas abordadas, y será en las subseries donde se marcará la diferencia respecto al tipo de texto escrito. Las subseries serán:

Académicos

Comprende trabajos de alta calidad derivados de las actividades académicas del personal de la DCBS, donde se exponen temas abordados con originalidad y relevancia técnica o científica destinados a mejorar la docencia e investigación.

Es un texto unitario con estructura de libro, contiene capítulos, apartados o secciones donde se exponen un conjunto de desarrollos teóricos, reflexiones, análisis y contribuciones de interés científico, originado en fuentes primarias o secundarias, de carácter histórico o coyuntural, en áreas donde el (los) autor (es) sea (n) experto (s). Es deseable un enfoque crítico sólido, y presencia de referencias bibliográficas relevantes. Su extensión mínima será de 100 cuartillas.

Textos para la docencia

Se caracterizan por presentar un conjunto de métodos y procedimientos con descripción detallada para realizar trabajos de campo, técnicas de laboratorio para el montaje y desarrollo de experimentos o procedimientos de gabinete, con utilidad en docencia e investigación. Su organización puede ser la de un manual o guía.

Incluye ilustraciones e indicaciones precisas sobre los métodos y técnicas inherentes a cada uno de los temas o tópicos tratados con el apoyo bibliográfico correspondiente. Puede contener ejercicios, glosarios y otras partes para reforzar el aprendizaje. Su extensión mínima será de 50 cuartillas, sin contar la bibliografía.

- 6.3 Las publicaciones periódicas o revistas producidas por la DCBS constituirán una línea editorial independiente, ésta deberá estar supervisada por el coordinador de comité editorial correspondiente y

jefe de producción editorial. Los manuscritos a considerar por las líneas editoriales deberán ser artículos de investigación consistentes en trabajos integrados por el desarrollo sistemático de investigaciones correspondientes al área de especialidad del o los autores que contribuyan con aportaciones originales a que den a conocer conocimientos generados entre pares de su autor o autores, haciendo uso adecuado del lenguaje y conceptos propios de su especialidad.

Dentro de las líneas editoriales actuales para publicaciones periódicas de la DCBS se encuentran las revistas siguientes:

- a) **Revista de Ciencias Clínicas.** Publicación semestral de investigación científica registrada bajo el número internacional normalizado issn- 1665-1383 editada por el área de investigación de Ciencias Clínicas del departamento de Atención a la Salud. En la revista se publican trabajos científicos originales, artículos de revisión, casos clínicos documentados, ensayos clínicos y cartas al editor dentro del ámbito del conocimiento clínico y biomédico.
- b) **Salud Problema.** Publicación Semestral registrada bajo el número internacional normalizado issn- 0187-3148 editada por la Maestría en Medicina Social. En la revista se publican artículos y reportes de investigación, ensayos, comentarios polémicos, noticias, información sobre nuevas publicaciones, reportajes, entrevistas y reseñas bibliográficas cuyos contenidos se enmarcan en el área de conocimiento relacionada con el proceso salud- enfermedad- atención de las colectividades.
- c) **Sociedades Rurales.** Producción y Medio Ambiente. Publicación trilingüe semestral registrada bajo el número internacional normalizado issn- 1665-1189 editada por los departamentos de Producción Agrícola y Animal y El Hombre y su Ambiente. En la revista se publican artículos y notas de investigación, ensayos y revisiones bibliográficas, reseñas y comentarios cuyos contenidos se enmarcan en temáticas sobre problemas científicos, tecnológicos, y culturales de las sociedades y territorios rurales, desarrollo regional, economía y política agropecuaria, silvicultura, acuacultura, biotecnología, recursos naturales y ecología.
- d) **E-bios.** Publicación semestral registrada bajo el número internacional normalizado para publicaciones periódicas (issn) 2007-5782, editada por el departamento El Hombre y su Ambiente. En la revista se publican artículos y reportes de investigación, ensayos, reseñas bibliográficas relacionados con las ciencias exactas y na-

turales, especialmente de biología, botánica, ecología, zoología, biotecnología, entre otros.

Capítulo 7. De la asignación y el ejercicio del presupuesto.

- 7.1 La asignación y utilización de los recursos presupuestales estarán su-peditadas al cumplimiento de las POPE y de las POPEX y se llevará a cabo conforme al establecimiento de criterios coherentes con las fases de las líneas editoriales de la DCBS, a fin de asegurar que estos recursos sean empleados en forma racional, que se utilice la infraestructura existente y que se logre la difusión y distribución esperada del material publicado.
- 7.2 Las partidas destinadas a edición de libros y materiales impresos uni-tarios, así como a publicaciones periódicas no podrán ser ejercidas sin que medie el dictamen del comité editorial competente.
- 7.3 El ejercicio de los recursos destinados a la producción editorial corres-ponde al director de la DCBS, quién contará con el apoyo técnico del jefe de producción editorial y con la asesoría del Consejo Editorial.
- 7.4 Los recursos destinados a la producción editorial serán distribuidos conforme a la planeación presupuestal de la DCBS en atención a las necesidades del Plan de Trabajo Anual presentado por los comités editoriales y la oficina de producción editorial con las estimaciones de los recursos requeridos para la edición de las publicaciones programa-das.
- 7.5 Los comités editoriales deberán ejercer el presupuesto anual asignado antes del mes de septiembre, de lo contrario los recursos podrán ser asignados a otro comité que así lo requiera para cubrir publicaciones en proceso de edición.
- 7.6 Con el propósito de abatir costos y optimizar la utilización de los recursos presupuestales se recomienda, en su caso, fomentar la gestión oportuna de alternativas de financiamiento y apoyo adecuado a los recursos universitarios, así como llevar a cabo coediciones con otras instituciones o casas editoriales.
- 7.7 Se procurará que los convenios editoriales comerciales, logren con-diciones favorables en cuanto a costos, calidad y distribución y su pertinencia deberá ser evaluada anualmente.

Transitorio

Primero. Los presentes Lineamientos Editoriales de la División de Ciencias Biológicas y la Salud de la Unidad Xochimilco, entraran en vigor el día siguiente al de su aprobación por el Consejo Divisional.

Segundo. Se dejan sin efecto los Lineamientos Editoriales aprobados por el Consejo Divisional de Ciencias Biológicas y de la Salud, en la sesión 4/07, celebrada el 8 de marzo de 2007.

Tercero. Los procedimientos editoriales iniciados antes de la entrada en vigor de esta reforma se regirán, hasta su conclusión, por los lineamientos vigentes en la fecha de su inicio.

Anexo 3. Matriz de entrevistas

Informante clave

- Autores: académicos, profesores-investigadores adscritos a la División de Ciencias Biológicas y de la Salud de la UAM-X, que hayan publicado en los últimos cinco años.

Informantes internos

- Editores: editores académicos de la UAM-X y otras instituciones de educación superior.
- Autoridades: miembros del Comité Editorial, Director de División, Secretaría Académica.

Informantes externos

- Libreros de la UAM, distribuidores y gente de Distribución y Promoción Editorial.
- Lectores: alumnos de licenciatura y posgrado de la División de la UAM, así como compradores en ferias del libro.

Entrevistados

Autores

Dr. José Francisco Cervantes Mayagoitia, Departamento de Producción Agrícola y Animal, DCBS.

Dr. Jorge Alberto Álvarez Díaz, Departamento de Atención a la Salud, DCBS.

Dr. Claudio Gustavo Ruiz Lang, Departamento de Producción Agrícola y Animal, DCBS.

Editores

Mtro. Miguel Ángel Hinojosa Carranza, Jefe de Publicaciones, DCSH UAM-X.

Mtro. Mario Saavedra García, Director de Producción Editorial, ANUIES.

Mtra. Alma Cázares Ruiz, Coordinadora de Publicaciones Académicas, Universidad Anáhuac México-Norte.

Lic. Efrén Carlos Oropeza Abúndez, Subdirector de Comunicación Científica y Publicaciones, INSP (cuestionario vía correo electrónico).

M. en E. Martha Esparza Ramírez, Jefa del Departamento Editorial, UAA.

Mtra. Catalina Durán McKinster, Coordinadora de Extensión Universitaria UAM-X, exresponsable del Programa Editorial de la DCAD.

Autoridades

Dr. Román Espinosa Cervantes, miembro del Comité Editorial de la DCBS.

Mtro. Alejandro Meléndez Herrada, miembro del Comité Editorial de la DCBS.

Informantes externos

Lic. Marco Antonio Moctezuma Zamarrón, Subdirector de Distribución y Promoción Editorial, UAM.

C.P. Concepción Gama Vargas, Jefa de Librería UAM-X.

Encuestas a compradores en la FIL Guadalajara 2016, 2017 y 2018, FIL Minería 2017 y 2018.

Hallazgos y análisis de datos

A lo largo de las entrevistas se encontraron diversas coincidencias entre las respuestas de los entrevistados, sus características y perfiles.

Pareciera que los agentes involucrados en el proceso editorial están conscientes de la presión que ha generado el sistema de evaluación. Durante las entrevistas se encontraron expresiones como “impactolatría” para referirse a la idolatría que se le rinde al factor de impacto; “necesidad enfermiza de hacer puntos”, “publicaciones a destajo”, entre otros.

Temas encontrados

- Perfil del informante (nombre, edad, adscripción, tiempo laborado en la UAM).
- Funcionamiento de la institución y el área editorial a su cargo.
- Definición de editor, conocimiento del área editorial, comité editorial y de los procesos de producción.
- Principales obstáculos de la edición académica, ventajas y desventajas; publicación de artículos vs. libros.
- Sobre las publicaciones:
 - Calidad de la producción editorial, fortalezas y debilidades.
 - Criterios de evaluación de las obras y políticas editoriales; criterios internos (CE, comisiones dictaminadoras) y externos (SNI, Conacyt).

- Motivaciones para escribir y publicar, perfil del lector, proceso creativo del autor.
- Aspectos legales y lineamientos editoriales.
 - Derechos de autor.
 - Legislación vigente.
 - Plagio.

Consideraciones adicionales

Resultó significativo encontrar cruces entre los diversos agentes sobre la definición de *calidad* en las publicaciones. Una tendencia al momento de ser cuestionados sobre la calidad de las obras fue en el sentido de que se *cumplan* los criterios, los requerimientos de instancias dictaminadoras o evaluadoras, es decir, que se jueguen bajo las reglas de manera adecuada. De ahí la importancia de contar con lineamientos y políticas claros, que permitan dar esa calidad que como un lugar común existe en la sociedad.

Otro punto relevante es que un factor determinante en la calidad de las obras son los tiempos, y que éstos también se ven afectados por la vinculación con el sueldo del docente: al existir tiempos para presentar estímulos y becas los profesores entregan obras inacabadas, que pudieran estar mejor redactadas y más completas pero que, para apresurar las entregas de informes a las comisiones evaluadoras se entregan con premura, con diversos errores de redacción e incluso en la materia.

Cabe destacar que algunos editores y autores de instituciones públicas tienen la percepción de que las comisiones evaluadoras consideran de “calidad” a las publicaciones editadas o coeditadas bajo sellos editoriales comerciales, sin embargo, durante la entrevista con la Mtra. Cázares se encontró que ella misma, aun perteneciendo a una universidad privada y coeditando con sellos comerciales y conocidos, se enfrenta al mismo argumento de los órganos evaluadores.

Para el presente cruce de información no se consideraron los informantes externos, pues la función de dichas entrevistas y cuestionarios era obtener información adicional que completara el panorama de la instancia editorial; en cuanto a los compradores se obtuvo un perfil general y su opinión respecto a las publicaciones editadas por la DCBS; estos datos se agregaron al final del anexo.

Matriz de entrevistas

Tema: Perfil del informante	Informante	Proceso (respuesta) y ejemplos	Interpretación y tópicos encontrados
Edad, adscripción, tiempo laborado en la UAM.	Autores	- Promedio de más de 20 años laborando en la UAM. - 50 años edad promedio. - Ingresaron a la UAM casi desde su fundación; pocos han trabajado en otras instituciones. - Nivel de maestría y doctorado, e incluso posdoctorado.	--
	Editores	- Profesionales de la edición, en promedio de 8 años de experiencia en el medio editorial. - Diferentes formaciones; normalmente iniciaron como docentes, librerías u otra área vinculada a lo editorial.	--
	Autoridades	- Trabajadores académicos con un promedio de 20 años laborados en la Universidad. - La mayoría no ha trabajado en otras instituciones. - 45 años edad promedio.	a) Labor en comisiones dictaminadoras permite tener una visión más amplia de la evaluación de las obras. b) Su labor en otras IES favorece la perspectiva sobre la producción editorial de la UAM.
Tipo de autor (por cantidad, tipo de obras o artículos publicados); si es autoridad si ha fungido como autor aplica la misma información.	Autores	- Todos los profesores tienen varios libros y artículos publicados. - Son más los artículos publicados que los libros. De los artículos publicados predominan los publicados en revistas extranjeras. - Publican más en coautoría.	- Predilección por la prontitud de los artículos. - La coautoría puede ser una desventaja por coordinación de contenidos, lo cual genera retrasos. Tópico: el tiempo es oro. Las mejores publicaciones son las que salen más pronto.
	Editores	- No han publicado en su mayoría; algunos sí, pero en colaboración, principalmente para libros colectivos.	- Sería interesante que como editor se pase por la etapa de autor para tener un mejor conocimiento y empatía con la función autoral.

	Autoridades	- Profesor sin libro completo publicado de su autoría; sólo algunos capítulos de libros y artículos en revistas internacionales. - Ha publicado cinco obras.	a) Se esperaría que como persona autorizada para evaluar obras los miembros del CE comité editorial sean autores con experiencia, sin embargo, no siempre sucede así.
Sobre revistas indizadas y factores de impacto	Autores	- Tienen buenos conocimientos, unos más que otros. - Factores de impacto vinculados a estímulos académicos. - “Impactolatría”: la idolatría que se tiene al factor de impacto de publicaciones periódicas. - Definición de indizada: que cumpla con “una serie de criterios”.	Tópico: lo internacional es de calidad.
	Editores	- Algunos tienen conocimientos básicos; normalmente se enfocan más a la edición de libros, poca vinculación con la edición de revistas.	
	Autoridades	- Sí tienen conocimiento de las revistas indizadas, uno más que otro, sin embargo, el concepto se entiende. a) Ha publicado en artículos en revistas con “factor de impacto”.	
Tema: Conocimiento del funcionamiento de la institución y sus instancias editoriales	Informante	Proceso (respuesta) y ejemplos	Interpretación y tópicos encontrados
Conocimiento del funcionamiento del PE, del CE, del proceso de producción editorial	Autores	- Conocen el proceso editorial en su papel de autores. Básico.	
	Editores	- Buen manejo de información. Conocen sus comités y sus sistemas de producción de manera profunda.	- Buen conocimiento del funcionamiento del PE, CE y los procesos de producción.

	Autoridades	a) El CE “se vuelve policía” en lugar de verificar “la calidad de los contenidos”. “Necesidad de revisores externos y asesores externos expertos en edición”. b) Conformación “plural” del Comité Editorial.	a) Poco para ser un miembro del CE. Casi nulo conocimiento de la cuestión editorial. b) Buen conocimiento del CE por tener más años de experiencia y haber participado en otros. La decisión editorial es vista como una gran “responsabilidad”, un “privilegio”.
Tema: Sobre las publicaciones académicas	Informante	Proceso (respuesta) y ejemplos	Interpretación y tópicos encontrados
Opinión sobre la cantidad y calidad de las publicaciones de su institución, sus fortalezas y debilidades	Autores	- El Dr. Jorge Álvarez mencionó la carta que está por mandar al SNI para que se explique cuáles consideran “editoriales de reconocido prestigio”, pues generalmente se da mayor puntaje a obras coeditadas, cuando muchas veces las editoriales comerciales no cuentan con evaluación por pares ni comité editorial. - Fortaleza de la UAM: “labor de servicio” desde que fue fundada; las obras deben sustentarse en ese principio más allá de sus actividades sustantivas. - Deficiencias: faltan textos para la docencia; mala distribución.	Tópico: la cantidad también es calidad. Tópico: se publica pensando en el lector, sin embargo, consideran que falta “material para la docencia”. Cuestionamiento sobre definición de “editoriales de reconocido prestigio”.
	Editores	- Consideran de calidad sus publicaciones; la mayoría considera que los libros académicos y universitarios cumplen con altos estándares, sin embargo, eso es poco valorado.	Tópico: la cantidad no es calidad. Debería haber menos publicaciones.

	Autoridades		Tópico: la cantidad también es calidad. Tópico: el tiempo es oro. Los tiempos editoriales son “adecuados” cuando las obras demoran poco en producirse.
Definición de calidad en libros y revistas	Autores	Consideran que la calidad de los libros y revistas depende de que su Comité Editorial esté conformado por gente experta, preferentemente con asesoría de evaluadores externos y asesores extranjeros. Definición de “publicaciones de calidad” y <i>prestigio</i> en editoriales: “El tiraje (de Elsevier) es diferente”. “Su comité editorial es internacional”. “La distribución” es mejor”.	Tópico: la calidad se logra apegándose a las normas.
	Editores	La evaluación por pares hace que se eleve la calidad de las publicaciones. Están convencidos de la calidad de sus publicaciones, sin embargo, existe cierta molestia por lo que es considerado “calidad” o “editorial de alto prestigio” por instancias evaluadoras u organismos como el SNI. Los editores de universidades públicas consideran que se da mayor relevancia a la coedición con editoriales comerciales, sin embargo, la Anáhuac, por ejemplo, está por presentar en conjunto con la Caniem un oficio solicitando se explique por qué no son consideradas de calidad sus coediciones, a pesar de editar obras con editoriales comerciales bien posicionadas.	
	Autoridades		Tópico: la calidad se logra apegándose a las normas.

Conocimiento y opinión sobre los criterios de evaluación de las obras y políticas editoriales	Autores	- Conocimientos generales, a veces poca profundidad a pesar de haber publicado recientemente.	
	Editores	- Buen conocimiento de criterios de evaluación, sin embargo, existe un desconocimiento del funcionamiento de otras áreas.	
	Autoridades	- Buen conocimiento. Manejo adecuado de la legislación.	
Conocimiento y opinión sobre criterios externos de evaluación (SNI, Conacyt, comisiones dictaminadoras)	Autores	- Ajustarse a normativas estrictas, “criterios de evaluación”. “Indicadores” a consideración de quienes estén evaluando.	
	Editores	- Son un problema al interferir con la decisión editorial. - Poco claros y sustentados. - Criterios no definidos que permiten ambigüedades.	
	Autoridades	- Conocen el SNI; están familiarizados con los criterios de evaluación del Conacyt y de diversos órganos evaluadores. - Los criterios no siempre son adecuados o “justos”; existe duplicidad en los criterios y en los informes entregados a diversas instituciones e instancias evaluadores.	
Motivaciones para escribir y publicar	Autores	- Dar a conocer su investigación. - Generar materiales para la docencia. - Factor de impacto; relevancia para la obtención de un salario, valoración académica y curricular.	
	Editores	- Labor de extensión universitaria por parte de la universidad.	
	Autoridades	N/A	N/A

Tema: Aspectos legales, lineamientos y políticas	Informante	Proceso (respuesta) y ejemplos	Interpretación y tópicos encontrados
Legislación vigente	Autores	- Poco conocimiento.	
	Editores	- Conocimiento suficiente; conoce la LFDA, sabe sobre trámites ante Indautor y cuestiones de propiedad intelectual.	
	Autoridades	- El funcionamiento del CE se rige con legislación. a) La dictaminación es en función de “los lineamientos”, de “los criterios escritos” y deben “verificar” que en cada obra cumpla con “lo que dice en la legislación”. b) Conocimiento de las POPE y las POPEX suficiente para realizar su labor.	Se tiene en general poco conocimiento de la legislación, tanto a nivel nacional como UAM y más aún a nivel División.
Derechos de autor	Autores	- Conocimiento básico respecto a derechos de autor, normalmente sólo lo que se les pide respecto a sus publicaciones.	
	Editores	- Mejor conocimiento en materia de derechos de autor.	
	Autoridades	- Poco conocimiento en materia de derechos de autor; confusión respecto a los diversos trámites (como registro de obra con ISBN, entre otros).	

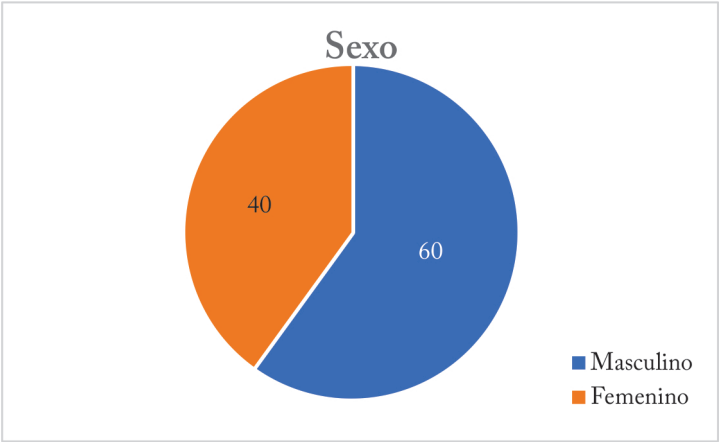
Plagio, legislación al respecto y papel de autoridades	Autores	- Publicación de “refritos” por la presión para alcanzar becas. - “Apropiación indebida o ilegal de una obra o parte de ella [...] sin dar reconocimiento”. Motivado por la “necesidad enfermiza de hacer puntos”, “nos exigen producir”.	Tópico: si no publicas, no existes.
	Editores	- Es un problema que, aunque es poco frecuente, es delicado. - En muchas ocasiones, el plagio es consecuencia de un problema mayor: sistemas de evaluación. - En el plagio también se refleja la presión que llevan los académicos al ver su salario directamente relacionado con los sistemas de evaluación y con la cantidad de obras publicadas.	
	Autoridades	Definición de plagio: a) “Apropiarse de algo que no escribió uno”, “no dar crédito”. b) Los autores recurren al plagio por “falta de disciplina”.	

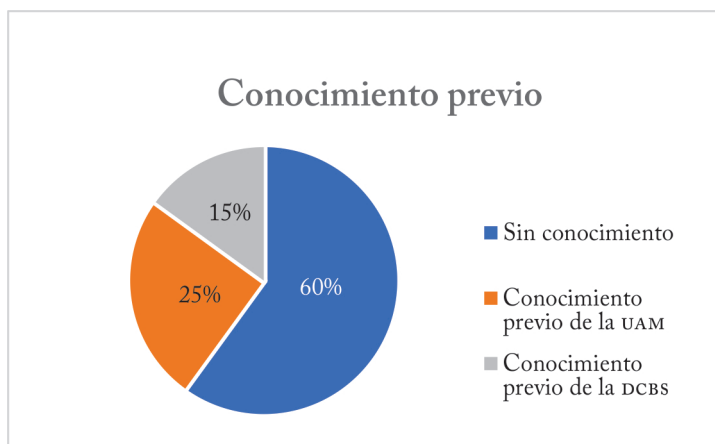
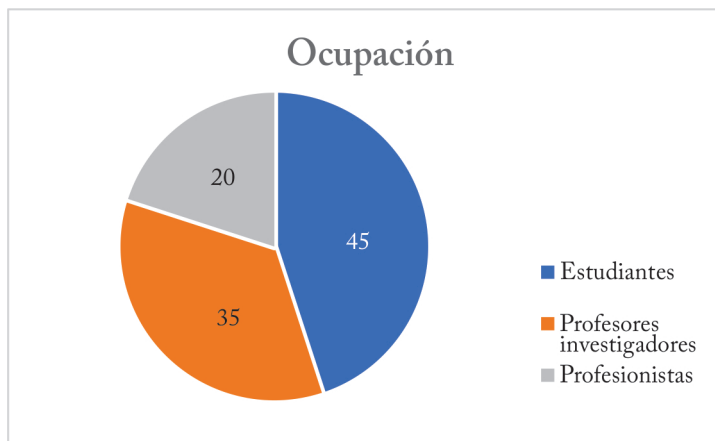
Análisis de datos sobre consumidores

Edad promedio*	25-36 años
Sexo	60% masculino 40% femenino
Grado académico	Licenciatura y posgrado
Ocupación	45% estudiante 35% profesor-investigador 20% profesionista
Materias de interés	Ciencias médicas y de la salud y mvz fueron las más dominantes.
Conocimiento previo de la DCBS.	60% sin conocimiento previo, 25% conocimiento previo de la UAM, 15% conocimiento previo de la DCBS.
Principales razones para comprar libros de la UAM**	Calidad Temas Especialización Prestigio

* Promedio

** Palabras clave





Políticas y lineamientos para la edición de textos en el área de ciencias biológicas y de la salud se terminó de imprimir en julio de 2019, en los talleres gráficos de Tinta Negra Editores, ubicados en Av. Del Taller No. 96, Int. 28, Col. Tránsito, C.P. 06820, Alcaldía Cuauhtémoc, CDMX. Tel.: 5524977780 y 56935409. tneditores@yahoo.com.mx. Se imprimieron 6 ejemplares. Utilizamos los tipos Adobe Caslon Pro y Swis721 Cn BT, en diferentes puntos.