

Fecha de recepción: noviembre 2018

Fecha de aceptación: marzo 2019

Versión final: julio 2019

Editar en la universidad, una construcción permanente

Juan Felipe Córdoba Restrepo *

Resumen: Una de las actividades que desarrolla la universidad, es la de editar y la posterior publicación de contenidos, para el caso latinoamericano es relativamente reciente, para realizar este cometido, las diferentes instancias que integran la institución universitaria se han visto abocadas a revisar detenidamente qué significa editar en la universidad, y cuál es su función social. Son muchos los hallazgos y conquistas obtenidos en las últimas décadas, pero igualmente, es claro que los aprendizajes continúan, la actividad editorial es viva, cambiante y, claro, apasionante, lo adecuado es estar abiertos a los cambios. El propósito del texto es reflexionar sobre algunos de los éxitos y plantear posibles caminos para lo editorial.

Palabras clave: Edición Universitaria - Procesos - Difusión - Redes - Lectores.

[Resúmenes en inglés y portugués en la página 118]

(*) Doctor en Historia por la Universidad Nacional de Colombia, sede Bogotá. Presidente de la Asociación de Editoriales Universitarias de Colombia, ASEUC, 2017-2019. Actualmente es el director de la Editorial Universidad del Rosario en Bogotá, Colombia, correo electrónico: juan.cordoba@urosario.edu.co

Introducción

El surgimiento de las actuales editoriales universitarias en la región se remonta a la década de 1980. Desde finales del siglo XIX y a lo largo del XX, varias universidades contaban con algunos talleres donde imprimían trabajos académicos y documentos institucionales que llevaban su marca institucional, pero ninguno de estos contaba con procesos de edición, hasta esa fecha, aunque todavía hoy se confunden, editar era asociado con imprimir.

La universidad de finales del pasado siglo, en su conjunto, requería responder a los cambios que el mundo le pedía, modernizar prácticas y garantizar calidad en sus productos eran temas de discusión en esa coyuntura, en el caso particular de los impresos universitarios era indispensable pensarlos a la luz del trabajo académico, no era posible seguir pensando las publicaciones de los académicos y los estudiantes como una labor exclusiva del taller

de impresión, era necesario abandonar la idea de la entrega de un original para convertido en libro sin ningún tipo de proceso editorial. Sin embargo, el camino para entender lo editorial al interior de las instituciones de educación superior, solo había comenzado. El trabajo de intermediación del editor sobre los originales y su posterior difusión y circulación requería de aprendizajes que llegarían a las universidades desde muchos frentes. Para garantizar este trabajo las instituciones entendieron que era necesario contar con un departamento encargado de las publicaciones. Entender la cultura de lo editorial significaba entender que, al publicar una editorial, mucho más si es universitaria, concede a los productos culturales el derecho de existencia y los recomienda como creaciones valiosas y plenas de sentido, era entregar lo que se cree que es valioso para la sociedad (Pérez Restrepo, 1995). Iniciar la creación de comités editoriales, evaluar originales, adecuación estilística, el cuidado del diseño, la construcción de colecciones, el control financiero, las discusiones en torno a la distribución y la circulación, eran, discusiones indispensables, pero para lograrlo el editor debía contar con formación, con el claro objetivo de realizar un trabajo de calidad editorial e, igualmente, conceptualizar y teorizar sobre qué es publicar en la universidad.

Para contar con algunas claves sobre la actividad editorial universitaria, es importante revisar como son entendidos la edición y sus procesos, las características de cada proceso que envuelve y el personal que requiere, estos procesos son necesarios para realizar una actividad editorial de calidad y oportunidad. Hay un punto particular que merece nuestra atención, la distribución, la circulación, y la visibilidad del producto editorial; estos temas son vitales tanto para la editorial universitaria como para la universidad misma, a través de la editorial la universidad cumple con su objetivo de extensión a la sociedad y de socialización del saber.

En una editorial universitaria, desde los ojos del editor

La creación de las editoriales y proveer el cargo, con la persona que estará al frente de esta dependencia en las instituciones de educación superior, cuenta con varios momentos. En primer lugar, la institución debe definir el proyecto editorial mismo, Leandro de Sagastizábal anota que una editorial universitaria resulta de la propia institución, esta busca responder a ciertas necesidades que deben ser atendidas y a la vez obedece a intereses propios de cada una de las universidades (de Sagastizábal, 2014). Esto significa, que de acuerdo con la misión que cada una tiene en la sociedad, el perfil editorial tendrá esa misma línea particular que la define y enmarca, en resumen, en proyecto editorial en la universidad lo debe habitar primero que todo la docencia y la investigación, a renglón seguido divulgar los contenidos que se producen, y para terminar ser parte decidida en la contribución para el fortalecimiento de la cultura. Por otro lado, para que el proyecto editorial pueda consolidarse y cumplir con los objetivos trazados como agente de divulgación de conocimiento y pensamiento, hay que definir al editor universitario. Estar y pertenecer a una universidad lo ubica como un académico más, además de garantizar los procesos de calidad en los contenidos que publica, debe pensar como investigador de lo que hace, más allá de publicar sus intereses puede contemplar aspectos relacionados con los usos y los alcances

de aquello que entrega a los lectores con los cuales se relaciona (Nogueira Dobarro, 2009). En resumen, el editor entendido como socializador del conocimiento que produce la universidad. Por último, la editorial por medio de sus procesos, que veremos más adelante, le otorga legitimidad y validez a los contenidos que publica, le otorga un valor agregado. En el caso de las editoriales universitarias, como anotamos anteriormente, era indispensable construir y consolidar la cultura de lo editorial, un primer paso era abandonar la idea del taller de imprenta, que no cumplían con estándares requeridos por la sociedad del conocimiento para las publicaciones universitarias, además de tener un inventario en bodegas con una rotación bastante baja, la idea era avanzar y contar con una editorial y con la figura del editor como dinamizador de la producción y como garante de calidad académica de las obras publicadas. Para lograrlo fue necesario revisar e investigar los desarrollos y propuestas de algunas editoriales universitarias internacionales, con sellos reconocidos por los académicos, en particular los de los Estados Unidos.

La calidad y claridad en los diferentes procesos editoriales les garantizan unas reglas del juego claras. La promulgación de las “Política Editoriales”, los “Reglamentos de Publicaciones”, permiten avanzar en garantizar que las obras publicadas cumplan con estándares internacionales de calidad en lo académico como en el producto terminado, además, de informar adecuadamente a los posibles autores las reglas para presentar sus originales a la Editorial.

Una editorial universitaria debe cumplir con varios procesos para lograr que sea competitiva y cuente con el debido reconocimiento. El primero es la creación del comité editorial, instancia asesora que establece la línea editorial de la institución, y que recomienda la creación de colecciones y las áreas en la que publica el centro editor. Contar con un comité editorial es clave para dar transparencia a los diferentes procesos editoriales, esta instancia que además de la línea editorial, monitorea el cumplimiento de las evaluaciones académicas, analiza la inversión que requiere cada obra, para proceder con la recomendación de publicación.

Es adecuado señalar que la política editorial universitaria, que sigue el Comité Editorial, tiene presente que la función de la editorial universitaria va más allá de lo puramente comercial, la función social de la universidad involucra asuntos tan sensibles como propiciar tolerancia, inclusión, respeto a los ciudadanos. Tal vez, uno de los puntos que olvidamos con mayor frecuencia es el lugar privilegiado de los recintos universitarios para la libre expresión y confrontación de las ideas; es la editorial universitaria una de las llamadas a hacerlo y propiciarlo.

El proceso de evaluación académica de originales, permiten seleccionar contenidos de calidad, las formas de evaluar pueden variar de institución a institución, la más conocida es la del sistema de “doble ciego”, el evaluador no debe conocer al evaluado y viceversa; esta puede ser usada o no, pero los pares evaluadores sí deben ser ajenos a la institución editora, y en la medida de lo posible que sean de carácter internacional.

Ahora bien, pasando a los procesos editoriales de corrección de estilo, diseño, diagramación, impresión, los editores hemos aprendido que no son menos importantes, todo lo contrario, también hacen parte para garantizar calidad en el producto editorial. Cada uno de estos procesos propende por ofrecer al lector una edición desarrollada con el debido cuidado. Es recomendable contar con procesos en editoriales que cuenten con la certi-

ficación, por ejemplo, que estén bajo la norma ISO: 9001; contar con esta certificación permite mejorar los procesos, con el propósito de ofrecer un producto de óptima calidad para nuestros lectores y autores, además de propiciar y fortalecer la cultura de lo editorial. Es necesario ver con un poco más de detalle el trabajo del editor universitario, desde la planeación editorial hasta los contenidos en redes sociales. Un proyecto editorial en una institución de educación superior requiere de una planeación anual de producción, como también presupuestal. Cada institución define la editorial que quiere tener como dije anteriormente, con este insumo pueden ser establecidos y planeados la cantidad de títulos que serán producidos al año, en este número deberán estar contemplados los libros, las revistas académicas y los documentos institucionales. Es recomendable que cada uno de ellos cuente con descripción clara y precisa, incluso es aconsejable que hagan parte de las políticas editoriales. Contar con este insumo, permite primero que todo que el editor cuente con una herramienta de trabajo con la cual puede enmarcar el desarrollo del proyecto editorial de la institución, y en segundo lugar los autores conocen las reglas para considerar la publicación de sus trabajos. Un proyecto de publicaciones universitarias, con tipos de publicaciones definidas, podrá consolidarse más fácilmente en el tiempo, a la vez que será mucho más competitivo en el medio. Incluso estas definiciones permitirían proponer el desarrollo de las colecciones del proyecto editorial para cada tipo de contenidos, por ejemplo, en los libros podrían estar colección libros de investigación, colección libros de divulgación, entre otros. Además, las políticas editoriales como carta de navegación contribuyen y propician la cultura de lo editorial en la instituciones de educación superior, si bien hay que avanzar para cambiar la representación mental de entender el editor como impresor, también es necesario cambiar la formas de pensar que todos pueden editar¹. A continuación, en el Cuadro 1, es posible observar, a modo de ejemplo, la descripción de los procesos para la edición del libro:

Cuadro 1. Requisitos, normas y políticas del proceso de publicación.

NORMAS DEL PROCESO DE EVALUACIÓN	
1	La publicación de libros debe contar con la respectiva evaluación de dos pares externos a la Universidad en el sistema de doble ciego.
2	En caso de que el concepto de evaluación de los pares académicos sea disímil, la Editorial debe solicitar una tercera evaluación para clarificar la decisión de publicación del texto.
3	La Editorial se reserva el nombre del autor de la obra para garantizar la imparcialidad de la evaluación. El nombre de los evaluadores es también confidencial y en ningún momento se da a conocer a los autores o a personas ajenas a la dependencia. La confidencialidad de este documento implica que ninguna de sus partes puede usarse para un propósito diferente al de la evaluación académica.

continúa >>

4	Los cursos con apoyo y desarrollo tecnológico requieren evaluaciones adicionales de carácter pedagógico y presupuestal, teniendo en cuenta las debidas autorizaciones.
5	Con base en los resultados de las evaluaciones, la Editorial toma la decisión de publicar el texto.
6	La Editorial deberá dar al solicitante una respuesta escrita de los resultados de las evaluaciones en un período no mayor a seis meses, contados a partir de la fecha de la constancia de recepción de los materiales.
7	Las otras publicaciones de la Editorial que no son evaluadas mediante el procedimiento de evaluación aquí documentado tienen su propio proceso de evaluación, que será realizado por los comités editoriales de las facultades o dependencias de la Universidad.

NORMAS DEL PROCESO DE EDICIÓN	
1	En el proceso de revisión de la corrección de estilo, los autores deben responder a la totalidad de las preguntas o comentarios insertados en el documento por el corrector. En caso de que no ser así, el texto será devuelto al autor para que lo resuelva y de respuesta o lo que sea necesario.
2	La Editorial tiene una pauta de diagramación para cada una de las colecciones que maneja. Por esta razón, se entiende que el autor acepta el diseño y la diagramación establecidos para las publicaciones de la Editorial.
3	El autor puede sugerir la imagen de cubierta, la cual debe respetar la resolución ya mencionada y estar autorizada legalmente por el dueño de los derechos de la misma para ser publicada. Sin embargo, la decisión final sobre la cubierta será del comité editorial, basado en la mejor imagen institucional y editorial.

Fuente: Jefatura de producción de libro, Editorial Universidad del Rosario, Bogotá, 2018.

Con la planeación anual pueden ser establecidos los tiempos de producción, anteriormente los tiempos del proceso editorial eran lentos y largos, eso restaba oportunidad a las obras que eran aprobadas para publicación, para subsanar esos problemas es necesario establecer la duración de cada uno de los procesos, es necesario entender que las publicaciones deben contar con oportunidad, claro que, sin sacrificar la calidad, eficiencia significa credibilidad.

En el siguiente Cuadro, a modo de guía, es posible observar tiempos de producción en la editorial universitaria.

Cuadro 2. Procesos y tiempos estándar para la edición de libros.**Procesos de ingreso de la obra completa y evaluación por parte de pares²**

	PROCESO	RESPONSABLE	TIEMPO
1	Entrega a la Editorial de los archivos completos del proyecto a publicar	Autor(es)/Editor(es)	1 día
2	Proceso de evaluación de pares lectores	Editorial y dos pares evaluadores	6 a 8 semanas
3	Ajustes y correcciones requeridas por los pares evaluadores y entrega de los nuevos archivos ajustados a la Editorial	Autor(es)/Editor(es)	Por definición de autor(es) o editor(es) (No mayor a tres meses)

Procesos de edición y publicación

	PROCESO	RESPONSABLE	TIEMPO
Procesos de edición y pre-prensa			
1	Recepción del nuevo original (luego de la evaluación). Revisión y validación del contenido del mismo y asignación del trabajo a un corrector de estilo	Editorial	1 semana
2	Presentación del proyecto al comité la aprobación del gasto	Editorial	1 semana
3	Corrección y revisión de estilo y orto-tipográfica	Editorial / Corrector	4 semanas aprox. ^{3*}
4	Revisión de la corrección de estilo por el autor o encargado y devolución del mismo a la Editorial	Autor(es) / Editor(es)	1 a 2 semanas
5	Segunda revisión: Limpiar los archivos y dejarlos listos para el diseño y montaje	Editorial / Corrector	1 semana
6	Diagramación y montaje del libro	Editorial / Diagramador	1 semana*
7	Revisión de la primera armada del libro y ajustes por parte del autor	Autor(es) / Editor(es)	1 a 2 semanas

continúa >>

8	Segunda revisión del corrector de estilo	Editorial / Corrector	1 semana
9	Inserción de cambios y ajustes indicados por los autores/editores y el corrector de estilo	Editorial / Diagramador	1 semana
10	Verificación de los ajustes marcados por autor y corrector, solicitud de asuntos legales: Contrato, catalogación para la obra de ISBN y DOI	Editorial	1 semana
11	Diseño y montaje de portada del libro	Editorial / Diagramador	1 semana
12	Verificación de procesos editoriales acorde con los estándares establecidos por la Universidad y finalización del proceso para envío a imprenta	Editorial	1 semana
13	Impresión de los ejemplares	Editorial / Impresor	4 a 6 semanas
14	Conversión digital de la obra (e-pub) y estandarización	Editorial / Diseñador / Distribuidores	4 a 5 semanas

Fuente: Jefatura de producción de libro, Editorial Universidad del Rosario, Bogotá, Colombia, 2018

La cultura de lo editorial debe recorrer los recintos universitarios, anotaba que aún hoy en día hay personas que confunden la editorial con una imprenta, son muchos los editores que escuchan de algunos de sus autores cosas como: es una obra única, esta no requiere evaluadores, ese tiempo puede ser ahorrado para la impresión, pues la obra se requiere en un tiempo record de una semana, el momento para publicar es ya. Ese desconocimiento nos reta como académicos y como editores, es función de estos últimos formar a los autores de sus fondos y a la comunidad universitaria la importancia y la función de lo editorial, esta cultura debe hacer parte del quehacer natural de la institución.

La construcción de las rutas para la difusión y la circulación del texto universitario

Para nadie es un secreto que una de las principales reflexiones, y preocupaciones, de los editores universitarios, es como lograr que aquello que es editado alcance los circuitos de la distribución y su posterior consumo. Es importante para la función social de una editorial universitaria poder llevar a los potenciales lectores los contenidos que conforman el catálogo, el uso de estos es lo que, a la larga, da validez al esfuerzo institucional de publicar.

La distribución de libros universitarios constituye un reto en el día a día de un director editorial. Desde la creación y posterior consolidación de las oficinas de publicación en las instituciones de educación superior, se han propuesto diferentes caminos, al inicio, y claro lo más sencillo, fue acudir a las formas existentes, esas que eran las usadas para la edición comercial, si bien era una ruta posible, rápidamente fue entendido que era un canal que podía ser utilizado, pero que no era el único, la mayoría de productos publicados al llegar a la librería encontraban una recepción que no siempre era la más favorable, competir con algunos títulos representaba una desventaja para la libros que provenían de la academia, pero también constituía un reto, era entonces el momento para el editor universitario de pensar en las estrategias para hacer visibles sus textos.

Desde contar con distribuidor apropiado, esto es vital para el proyecto editorial, en caso sobresaliente, a modo de ejemplo, para el caso colombiano es Siglo del Hombre Editores, con relación a la distribución de los libros académicos ellos establecen que para Siglo la actividad de distribución de libros académicos y universitarios es asumida como una tarea cultural, que apunta a ser garante de una posibilidad de que de una libre circulación de pensamiento, que además permita contribuir a la creación intelectual y poder entregar a la sociedad análisis de nuestra realidad, establecen que la empresa, si bien tiene objetivos comerciales, sus objetivos van muchos más allá del ejercicio de la rentabilidad, la actividad que realizan hay que enmarcarla dentro de los que se denomina empresa cultural.

Este enfoque conduce a ver la producción de las editoriales universitarias de manera especial y diferente, para lograr una forma eficiente en el canal, y es aquí en donde encontramos un problema de la cadena, al llegar a las librerías, los libros universitarios requieren de libreros que los conozcan, que puedan compartir con los posibles lectores, es importante considerar que formar libreros es una tarea pendiente en el sector editorial universitario, y algunos países latinoamericanos. Sin embargo, este escollo lleva a revisar nuevas posibilidades, y además del circuito tradicional de las librerías, avanzar en la producción de libros digitales y a la conformación de redes especializadas por las que personas especializadas puedan estar interesadas en nuestros textos.

Los avances que se registran en el tema de libros en formato digital evidencian una consolidación de este tipo de publicaciones, que no solamente permiten diversificar el portafolio, sino también ponernos en la primera fila para que la producción cuente con reconocimiento y uso.

Libro universitario, circulación de conocimiento

Circular la producción editorial garantiza que aquello que producen nuestros autores académicos, llegue al público objetivo que subyace en la obra; es algo parecido a la distribución, pero va un poco más allá, llegar hasta el público que interactúa con nuestros textos por medio del análisis, el debate, la discusión, todo con miras a ampliar los horizontes del conocimiento y de la ciencia, debe ser uno de los principios rectores de un editor universitario. Varios temas acompañan este camino, el libro constituye un posible camino fortalecer lazos entre diferentes académicos, tanto al interior del país como fuera de él, igualmente convocar a todos los que intermedian para aproximar saberes es una estrategia

que beneficia los recorridos posibles de los contenidos y con ellos sus autores que pueden interactuar con o otros y ampliar sus discusiones y por ende sus investigaciones.

Para lograr avances significativos es indispensable aprender a comunicarnos, a conocernos y reconocernos, debemos fortalecer la circulación del conocimiento. El lector debe constituirse en un tema de reflexión permanente al interior de la editorial universitaria, construir el sujeto lector es parte del trabajo editorial, ocuparse solo del objeto libro lleva a solo pensar en la mitad de lo que le compete al editor. Los lectores que se animen a la apropiación de contenidos, iniciarán recorridos y emprenderán viajes que los llevarán a espacios en los que los horizontes serán cada vez más amplios; las discusiones con los textos, y claro con sus autores, posibilitarán ampliar marcos de referencia, avanzarán decididamente en las formas de conocer, podrán proponer nuevas formas de pensar, de apropiar la sociedad que le correspondió vivir (Cerateau, 2000).

La lectura como uno de los protagonistas del trabajo editorial universitario, es un proyecto ambicioso pero necesario. Pensar el conocimiento como bien de la humanidad, es una obligación, la suma de los posibles pasados y presentes, debe estar acompañado de todas las voces que circulan por los textos que de una forma u otra han aportado a comprender las realidades que habitan los seres humanos.

Compartir lo editado debe estar en el corazón de la edición, es un compromiso que va más allá de lo académico, trasiega lo social (Giménez y Córdoba, 2018).

Un reconocimiento necesario, la labor de la red de editores universitarios. El caso de Colombia

A finales de la década de 1980, como lo mencioné, diferentes académicos colombianos iniciaron un conjunto de discusiones que apuntaban a entender que la editorial no era agente pasivo e instrumental, sino que, como industria cultural contribuía a crear tendencias ideológicas, debates científicos y formación de individuos desde los saberes propuestos en los textos. La discusión alrededor de esto condujo a que se pensara en la necesidad de agrupar las diferentes oficinas que al interior de las instituciones de educación superior administraban o estaban encargadas de la actividad editorial. Así la cuestión, dieciséis universidades crean el 30 de abril de 1989 la Asociación de Editoriales Universitarias de Colombia, ASEUC⁴, y la Personería Jurídica fue otorgada mediante resolución No. 767 del 29 de octubre de 1990, con el propósito de adelantar acciones para desarrollar una reflexión permanente sobre la escritura académica, estudiar los mecanismos para promover y circular la producción de conocimiento, hasta ese momento lo producido ingresa a las bodegas o depósitos de cada institución y allí permanecía, para lograrlo era necesario integrar las oficinas de publicaciones con la intención de crear cultura editorial en las universidades de Colombia.

Son treinta años de arduo trabajo por parte de la Asociación en el ejercicio de influir al interior de nuestras instituciones, en los organismos de educación y de cultura, y en diferentes ámbitos con la cultura de la Editorial, desde aquellos comienzos hay cambios sustanciales, hemos aprendido y lo seguimos haciendo sobre este tema tan sensible e importante para la educación superior y la universidad. Algunos de los proyectos que se han venido

impulsando sobre el tema merecen ser destacados, tales como: la investigación *Balance preliminar de la actividad editorial en Colombia, 1998-2002* de Córdoba Restrepo, Marken Farley, Valbuena García, en el 2009 se realizó la segunda fase del estudio que cubrió desde el 2002 al 2009 y además involucró otras variables que nos permitieron encontrar claves para comprender y mejorar nuestro trabajo; el portal donde se aloja el catálogo unificado de la producción editorial de las universidades socias, la participación en ferias nacionales e internacionales, los cursos de escribir para publicar; hablan del dinamismo de nuestra asociación y nos animan a continuar con el trabajo de lo Editorial en cada una de nuestras instituciones.

El catálogo *On Line* de la Asociación (www.aseuc.org.co), surge de la necesidad sentida de divulgar nuestro trabajo cada vez mejor por medio de las tecnologías de la información y la red. El proyecto estaba enmarcado en lograr comunicar más eficientemente a otras comunidades académicas lo que producen las universidades asociadas. Este catálogo unificado cuenta a la fecha, por ejemplo, con 16.418 títulos en todas las áreas del conocimiento, con reseñas e informaciones muy completas de cada obra. Durante 2018 se registraron 156.864 visitas a páginas del catálogo con un promedio mensual de 13.072 páginas visitadas y 66.988 visitantes diferentes a razón de 6.741 en promedio mensual. Los países que en su orden aportan mayor número de visitantes son: Colombia (68,05%), México (8,27%), Perú (5,66%), España (2,48%), Ecuador (2,44%) y Argentina (2,02%).

Estos datos son mucho más interesantes si se tiene en cuenta que esta producción editorial también se difunde por otros medios de información en Internet con muy buenos resultados, teniendo en cuenta los acuerdos y alianzas que se han establecido para el propósito común de promover con calidad, por la mayor cantidad de medios posibles, nuestra edición universitaria.

De acuerdo con información proveída a ASEUC por la Agencia ISBN de la Cámara Colombiana del Libro, las publicaciones universitarias han ganado un terreno importante en los años recientes, llegando a conquistar un espacio del 25.2% en el año 2017. Este crecimiento se ha hecho más relevante durante la última década en la que se registró un promedio de 20.4% de participación de universidades en el registro ISBN.

Un escenario muy importante en la edición universitaria es el de la incorporación del formato digital. Las universidades han sido las más abiertas a incluir este formato en sus publicaciones. El incremento de esta tendencia es innegable puesto que en el año 2008 la edición digital era del 8% de la producción total universitaria y en este año 2017 fue del 49%. Por muy poco la mitad de los libros universitarios fueron electrónicos. Y en cuanto a la producción universitaria comercializable los datos del ISBN nos confirman que en 2017 un 75.8% de los libros fueron publicados con objetivos de comercialización.

Un comentario final

En la agenda del quehacer editorial universitario siempre deberán estar para la discusión la profesionalización del editor universitario, los sistemas de información, que, si bien nos proponen avanzar hacia una mejor calidad académica y editorial, puede dejar de lado su compromiso con la sociedad, la circulación, distribución y visibilidad. Es mucho que lo

que hemos avanzado, pero entendemos y nos anima que el camino está por recorrer, editar desde la universidad es necesario, hacerlo bien es nuestro trabajo.

Notas

1. Lo adecuado es que, en las políticas, que deben permanecer por un tiempo mayor, exista un anexo, el cual puede ser ajustado de una forma más dinámica.
2. Nota: Los recuadros en verde se refieren a las fases del proceso en los que hay intervención del autor(es) o editores, por lo tanto, las demoras en estas fases alterarán el cumplimiento del tiempo proyectado para la edición y publicación final de la obra.
3. Tiempo proyectado para un texto hasta de 400 cuartillas. Si la obra excede esta extensión, por ende, el tiempo en estos dos procesos será mayor.
4. Universidad de Antioquia, Politécnico Colombiano Jaime Isaza Cadavid en la ciudad de Medellín, Universidad Externado de Colombia, Corporación Universitaria de Antioquia, Universidad de los Andes, Universidad Surcolombiana, Universidad Pedagógica Nacional, Universidad del Valle, Universidad del Atlántico, Universidad de la Salle, Universidad de Caldas-Manizales, Universidad de Córdoba, Universidad Nacional de Colombia, Universidad Distrital Francisco José de Caldas, Universidad de La Sabana, Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia.

Referencias bibliográficas

- Certeau, M. de. (2000). *La invención de lo cotidiano. 1. El arte de hacer*. México, Universidad Iberoamericana.
- Córdoba-Restrepo, J. F., Marken Farley, S. y Valbuena, S. (2003). *Balance preliminar de la actividad editorial en Colombia, 1998-2002*. Bogotá, ASCUN y IESALC UNESCO.
- Giménez, E. y Córdoba, J. F. (2018). “Ciencia, circulación y apropiación: la edición universitaria y el acceso abierto”. En: *Dossier Cerlalc. Derecho de autor*. Bogotá. http://cerlalc.org/wp-content/uploads/2018/03/CERLALC_Publicaciones_Derecho_de_autor_120318.pdf consultado el 26 de febrero de 2019. pp. 56-70
- Franco, E. “Capacitación en distribución”, ponencia presentada en la Fundación Gilberto Alzate Avendaño, Bogotá, 8 y 10 de junio de 2009.
- Nogueira Dobarro, Á. (2009). *Universidad y edición. Conocimiento y sociedad*. Bogotá, ASEUC.
- Pérez Restrepo, J. (1995). “Editorial y universidad. Editorial Universidad de Antioquia” (inédito). Medellín.
- de Sagastizábal, L. (2014). “La editorial universitaria como emprendimiento”. En: *La gestión económica en la editorial universitaria*. Santa Fe, Ediciones Universidad Nacional del Litoral.

Abstract: One of the main tasks that are developed by the university is editing and publishing contents. To the Latin American case, this process, is relatively new and in order to achieve the goal, each of the branches that make part of the whole university body had to review what does editing mean in the academic environment and specially, what its social function is. Many are the achievements and findings in the past decades but also it is clear that the training and the will to learn are there; the editing activity is alive, in constant improvement and it certainly is a passionating labor. That's the reason why we should be open minded to the challenges. The purpose of this text is to reflect about the editorial achievements and propose new editorial paths.

Keywords: Scholarly Publishing - Processes - Difussion - Networks - Readers.

Resumo: Uma das atividades desenvolvidas pela universidade é editar e publicar conteúdo, para o caso da América Latina, é relativamente recente, para realizar essa tarefa, as diferentes instâncias que compõem a instituição universitária foram forçadas a rever cuidadosamente o que significa editar na universidade, e qual é a sua função social. Há muitas descobertas e conquistas nas últimas décadas, mas igualmente, é claro que a aprendizagem continua, a atividade editorial está viva, mudando e, claro, empolgante, é apropriado estar aberto a mudanças. O objetivo do texto é refletir sobre alguns dos sucessos e propor possíveis formas para o editorial.

Palavras chave: Edição Universitária - Processos - Difusão - Redes - Leitores.

[Las traducciones de los abstracts fueron supervisadas por el autor de cada artículo]
