



UNIVERSIDAD
AUTÓNOMA
LATINOAMERICANA
UNALA

ACUERDO N° 066

(6 de Julio de 2010)

Por la cual se Aprueba el Fondo Editorial de UNALA

El Consejo Académico de la Universidad Autónoma Latinoamericana, en uso de las atribuciones estatutarias, y

CONSIDERANDO QUE:

- a) Es necesario establecer los parámetros, tanto académicos como administrativos, para el funcionamiento del Fondo Editorial UNALA.
- b) Un Fondo Editorial Universitario tiene su razón de ser en las necesidades de divulgación de la producción universitaria en las áreas de la investigación y la docencia.
- c) Las Universidades son responsables de contribuir a la formación integral de los ciudadanos, de trabajar por la creación, el desarrollo y la difusión del conocimiento en todas sus formas y expresiones, y de estimular su utilización en todos los campos para promover el avance del país.
- d) La Universidad debe afrontar, la proyección y reconocimiento de la labor académica universitaria en el ámbito nacional e internacional.
- e) La Universidad acoge y desarrolla todos aquellos proyectos editoriales que tengan como misión apoyar y fortalecer la producción intelectual, científica y literaria que se genera en la Universidad,

En mérito de lo expuesto,

ACUERDA

Expedir el presente Reglamento sobre el Fondo Editorial de UNALA:

FONDO EDITORIAL DE UNALA

Este documento establece los parámetros, tanto académicos como administrativos, para el funcionamiento del Fondo Editorial UNALA.

1. BASES CONCEPTUALES

Un Fondo Editorial Universitario tiene su razón de ser en las necesidades de divulgación de la producción universitaria en las áreas de la investigación y la docencia y la extensión en el compromiso de la Universidad de contribuir al desenvolvimiento cultural de la comunidad en la que directamente ejerce su influencia; en las necesidades de proyección y reconocimiento de la labor académica universitaria en el ámbito nacional e internacional.

Así lo comprende la Universidad Autónoma Latinoamericana –UNALA–, al enunciar su misión.

Las Universidades son responsables de contribuir a la formación integral de los ciudadanos, de trabajar por la creación, el desarrollo y la difusión del conocimiento en todas sus formas y expresiones, y de estimular su utilización en todos los campos para promover el avance del país.

Para alcanzar estos tres objetivos, constitutivos de su Misión, UNALA se compromete:

- a. Mediante la flexibilización curricular, a formar tanto hombres y mujeres de bien, como ciudadanos comprometidos con el entorno social. Este compromiso, sin embargo, sólo es posible mediatizado por el ejercicio reflexivo que lo engendra.
- b. Pero, como la reflexión no es nunca el proceso de aclaración de una mente individual, sino, por el contrario, la interlocución abierta que permite poner a prueba, conectándolos, procesos reflexivos diversos y acontecimientos, a formar un Fondo Editorial capaz de hacer del pensamiento creador un referente para esta interlocución.

Así pues, el Fondo Editorial es una unidad de apoyo:

- a. Para las unidades académicas: en tanto son los organismos responsables de la enseñanza, investigación y extensión.



- b. Para los docentes: a quienes lideran la producción intelectual, mediante la redacción de casos, notas de clase, textos para cursos, investigaciones, ponencias.

La calidad de las instituciones educativas depende de quienes producen, transforman y transmiten el saber, es decir, de los docentes y de los investigadores. Las instituciones de educación superior son lo que son sus profesores, y su historia es la historia de sus académicos: de la formación que han alcanzado, del prestigio que han logrado adquirir, de los nichos que han construido. En últimas, la excelencia académica radica en la calidad, la competencia y la motivación del cuerpo profesoral.

- c. Para el sistema de investigaciones: que tiene como objetivo aquella producción que aborda el conocimiento de la realidad nacional desde diversos ángulos: científico, tecnológico, social, cultural, económico.
- d. Para aquellos proyectos inscritos en la Misión como de proyección social: La Universidad convoca permanentemente a la comunidad mediante cursos de educación continua, talleres y eventos de promoción cultural; prácticas y asesorías a empresas y comunidades, seminarios, conferencias, etc. Actividades todas susceptibles de transformarse, mediante la edición, en bienes culturales destinados a una mayor cobertura en el espacio y el tiempo social.

Pero que el Fondo Editorial sea una unidad de apoyo para los diferentes estamentos universitarios no hace de él un mero taller de publicaciones, es decir, un centro de acopio cuya función se limita a la recepción de manuscritos y a la agilización y vigilancia de los trámites necesarios para la impresión. Todo lo contrario, el Fondo es un espacio académico por excelencia, ya que en el mundo universitario se vive un clima de cambio en todos los órdenes: en el conocimiento intelectual y científico, en las formas y actitudes que asume la crítica, en los métodos de enseñanza y experimentación, en los sistemas que se usan para conservar, multiplicar y difundir los productos del pensamiento y la investigación; y en toda esta dinámica la edición es la encargada de crear las rutas de acceso –el espacio propicio al diálogo- que cualifiquen y tensionen la producción intelectual.

1.1 ¿QUÉ Y PARA QUÉ SE VA A EDITAR?

El proyecto editorial responde a la necesidad de la Universidad de entregar a la comunidad en general libros de alto valor teórico y estético, que permitan poner a prueba y reconfigurar aquellos saberes que forman parte de nuestro quehacer académico, social y cultural.

- g. Privilegia la edición de obras de autores unaulistas, siempre y cuando cumplan los criterios académicos exigidos.
- h. Apoya todos los mecanismos propuestos por los organismos universitarios correspondientes para facilitar y propiciar los procesos creativos, tanto de docentes como de investigadores y estudiantes.
- i. Tiene un claro sentido de identidad editorial y, para el efecto, establece criterios para el manejo del diseño y la diagramación, que garanticen la calidad estética de la edición.
- j. Propicia las alianzas con otros Fondos Editoriales afines para adelantar proyectos, tanto editoriales como de promoción y distribución de las publicaciones.

1.3 OBJETIVOS

- a. Incentivar la producción intelectual de los diferentes estamentos de la Universidad.
- b. Servir de vehículo efectivo para registrar y difundir los resultados de las investigaciones que se llevan a cabo en la Universidad.
- c. Servir a las necesidades específicas de la docencia.
- d. Participar e intervenir, nacional e internacionalmente, en los procesos académicos y culturales.
- e. Proyectar los logros académicos e intelectuales con miras al reconocimiento de la Universidad en el país y en el exterior.
- f. Apoyar la creación de una cultura autorreflexiva.
- g. Apoyar la creación cultural y artística del país y trabajar por la conservación y divulgación de nuestro patrimonio.

2. CONSEJO EDITORIAL

El Consejo Editorial es el organismo encargado de aprobar las políticas editoriales y administrativas del Fondo Editorial.



COMPOSICIÓN

- El Rector, quien lo preside
- El Vicerrector Académico, quien preside en ausencia del Rector
- El Vicerrector Administrativo
- El Jefe del Departamento de Extensión Pedagógica
- El Director de la Biblioteca
- Un miembro del Comité Central de Investigación
- Un profesor y un estudiante, nombrados por el Consejo Académico

FUNCIONES

- a. Aprobar las políticas editoriales propuestas por el Consejo Editorial
- b. Aprobar los proyectos editoriales propuestos por el Consejo Editorial
- c. Aprobar políticas administrativas que propicien el trabajo creador de docentes, investigadores y estudiantes.
- d. Aprobar la realización de alianzas con otros Fondos Editoriales
- e. Aprobar las políticas y los mecanismos de promoción, distribución y comercialización de las publicaciones.
- f. Fijar el porcentaje destinado a cubrir las necesidades de protocolo institucional y divulgación editorial.
- g. Aprobar las políticas propuestas por el Comité Editorial para fijar los precios de venta al público.
- h. Velar por el cumplimiento de los trámites legales que genera el proceso editorial.

3. PRESUPUESTO

El Fondo Editorial:

- a. Tiene un centro de costos independiente
- b. La asignación de recursos tiene en cuenta los proyectos editoriales en marcha y los proyectados.
- c. La venta de sus publicaciones hacen parte del balance financiero del fondo.



4. ACOPIO DE MATERIAL

Las unidades académicas son quienes, en primer lugar, proveen el material susceptible de publicación. Es a ellas, entonces, a quienes corresponde presentar al Comité Editorial:

- a. Textos de apoyo al currículo: son aquellos textos que hacen parte de la formación profesional de los estudiantes, elaborados internamente por razones metodológicas y didácticas.
- b. Textos resultados de investigaciones desarrolladas o apoyadas por la Universidad: son aquellos textos mediante los cuales la Universidad pone los resultados de la investigación al servicio de la comunidad y, a su vez, la transforma en referente para la discusión científica.
- c. Producción intelectual de los docentes: textos que pueden constituirse o no a partir de la actividad profesional de los docentes, pero que en todo caso reflejan el ejercicio creador y la apropiación de un estilo individual.

Personas o instituciones internas o externas a la Universidad podrán también presentar proyectos editoriales que tengan como meta divulgar y apoyar los procesos culturales del país o proveer a la Universidad de información internacional actualizada y permanente.

El Consejo Editorial establece los siguientes formatos de publicación y sus derechos morales, intelectuales y patrimoniales. Cada uno de ellos tiene como objetivo potenciar los contenidos, visualizar las actividades académicas y categorizar las publicaciones de acuerdo con su perfil científico y divulgativo.

1. Notas de clase

Son documentos de trabajo o notas de cursos académicos que recopilan la producción de un docente en los procesos de enseñanza-aprendizaje. El objetivo de esta publicación es madurar sus contenidos en la confrontación del quehacer académico, por un tiempo mínimo de un año, para luego, avanzar hacia un formato de publicación comercial.

No constituyen material terminado, por tal motivo, no requieren evaluación por pares académicos. Se someten a corrección de estilo, se reproducen a una tinta en un diseño estándar realizado por la editorial, con ISBN.

Con respecto a los derechos del autor, no habrá contrato de edición sino de prestación de servicios, cuando en la Editorial se reproduzcan las notas o las lecciones de los profesores,



para ser vendidas a precio de costo en las instalaciones de la Universidad, su uso será exclusivo dentro de la Universidad. No pagan regalías y al autor se le entregan tres ejemplares.

2. Cuadernos para pregrado y de formación avanzada

Llamados también despensas. Son las producciones que uno o varios docentes presentan como insumo fundamental de clase y que atiende a módulos o asignaturas de evidente relevancia inscritas en los currículos de los programas, en los ciclos de formación. Son ediciones limitadas, con una diagramación ágil, llevan ISBN, y el autor o autores reciben los ejemplares correspondientes y los créditos de su autoría. Como su objetivo es sistematizar la producción del docente en la Universidad, los cuadernos no condicionan un contrato de edición. No pagan regalías y al autor se le entregan tres ejemplares.

Con respecto a los derechos del autor, no habrá contrato de edición sino de prestación de servicios, cuando en la Editorial se reproduzcan las lecciones de los profesores, para ser vendidas a precio de costo en las instalaciones de la Universidad, su uso será exclusivo dentro de la Universidad.

3. Manuales

Son los instructivos, protocolos, normas, procesos y procedimientos, formulaciones, metodologías y métodos para saber hacer algo (know-how) que uno o varios docentes presentan como insumo fundamental de clase; suelen ser textos guías o de apoyo a la docencia. Su proceso de edición es sencillo con el fin de no encarecer el costo final para el estudiante. Lleva ISBN y se realiza contrato de edición con el autor o autores, quienes reciben los ejemplares de autor y el porcentaje de regalías correspondiente sobre las ventas. Es indispensable que el Consejo lo someta a la evaluación de dos pares académicos antes de programarlos en un proceso de edición.

Su publicación se puede realizar en coedición con instituciones interesadas en el tema. Su comercialización puede trascender los límites de la Universidad a través de canales minoristas y mayoristas.

4. Cartillas

Son talleres, meta-análisis, informes, reportes técnicos de productos tecnológicos, reportes técnicos de prototipos. Su uso está determinado por una metodología pedagógica. Son contenidos que ya han sido confrontados de manera teórica y práctica en el tiempo. Se debe someter la cartilla a evaluación de pares académicos. Tiene ISBN o ISSN, según sean o no publicaciones seriadas. Se realiza contrato de edición con los autores, por lo tanto se pagan regalías y ejemplares de autor.



Su edición se puede realizar en coedición con instituciones interesadas en el tema. Su publicación puede trascender los límites de la Universidad a través de canales de comercialización minoristas y mayoristas.

5. Monografías, trabajos de grado y tesis laureadas

Son investigaciones publicadas total o parcialmente por la Universidad. Las tesis laureadas, por tratarse de trabajos que cumplen con lo prescrito en el Régimen discente, y de acuerdo con las políticas de estímulos, no tienen fines comerciales, sino de divulgación y deben ser financiadas y promocionadas por cada uno de los programas académicos, en un tiraje de 50 unidades. Con esta publicación se busca evaluar el impacto social de su contenido y establecer alianzas con otras instituciones interesadas en el tema, para una posible edición en un formato comercial. Su diseño está preestablecido. La colección lleva ISBN genérico y cada nuevo título uno específico. El autor o autores reciben de cortesía dos ejemplares de la obra. Por ser una publicación de promoción no se realiza contrato de edición y siempre la Universidad respetará los derechos morales e intelectuales del autor. No es necesario que se someta a la evaluación de dos pares académicos porque ya fue catalogado como un trabajo sobresaliente para la Universidad.

6. Memorias de eventos

Son recopilaciones de ponencias en congresos, encuentros, seminarios, conferencias, simposios, coloquios, charlas, discusiones. Además son consideradas memorias: las notas de comunicaciones (letters), resumen de contribuciones, transcripciones, traducciones, informes, bitácoras, apuntes, artículos de revisión, reseñas de libros, con previa autorización de los autores. Son ediciones limitadas, que tienen como objetivo recoger la presentación de un tema que se transfiere verbal o por medios audiovisuales a un público determinado. Las estrategias de comercialización de dichas memorias deben estar contempladas en el cronograma y en los costos de realización del evento. La colección ya tiene un diseño preestablecido, con ISSN genérico, y la dependencia responsable del pedido hace llegar los ejemplares correspondientes a cada uno de los ponentes y asistentes. Esta publicación no requiere ser sometida al proceso de evaluación, ni se le elabora contrato de edición.

7. Libros

Es el soporte material tangible que recoge la expresión de un autor. Pertenecen a este formato los resultados de investigaciones avaladas por la Universidad, los textos didácticos, escolares, libros técnicos y científicos, libros de referencia, las compilaciones, los textos infantiles, los libros para cursos especializados, los libros de literatura (ensayo, teatro, poesía, dramaturgia, cuento y novela) y obras facsimilares.



Pueden ser libros pertenecientes a una colección abierta (numeración ilimitada) o cerrada (con o sin números consecutivos pero con series predeterminadas). Las colecciones agrupan, dentro de una misma concepción gráfica, publicaciones pertenecientes a una misma *unidad temática*. La colección como tal lleva un ISBN general, y cada uno de los títulos que la conforman lleva un ISBN particular. Su diseño es libre, de acuerdo con las características de la obra.

La publicación en formato de libro debe someterse siempre al proceso de evaluación por pares académicos o árbitros, con el fin de velar por la calidad y la pertinencia de sus contenidos. El autor o autores reciben los ejemplares de autor y las regalías por la comercialización de la obra. Se realiza contrato de edición entre la Universidad y el autor, con una vigencia de uno a dos años, y se refrenda de acuerdo con la rotación y el impacto social de la obra.

8. Objetos editables

Son la construcción de productos o piezas bi o tridimensionales que se ajustan a procesos de impresión. Ejemplos: móviles, juegos didácticos, calendarios, ordenadores, horarios, tablas periódicas, suvenires, piezas en POP-UP, mapas, otros. Al autor se le respetarán sus créditos por la creación y se acordará con él la modalidad de comercialización.

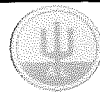
9. Página web

Es el montaje del libro electrónico en internet para la comercialización digital de la obra, en forma parcial o total.

5. CRITERIOS DE CALIDAD PARA LA SELECCIÓN DE LAS OBRAS

Hacen referencia a la diferenciación de la obra y su pertinencia con respecto a:

- La novedad del tema en el medio y dentro de la comunidad académica.
- El enfoque a la docencia-aprendizaje y a la divulgación de resultados de investigación articulados a proyectos o grupos.
- La calidad en el tema tratado.
- La originalidad de la obra.
- La calidad en la escritura (redacción y composición)
- La claridad sobre la necesidad de la obra y su uso.
- La capacidad del mercado potencial según las necesidades que satisface la publicación.
- La prospectiva de la obra (trascendencia y vigencia)
- La identificación del público objetivo.



- La transdisciplinariedad de la obra.
- La universalidad del tema.

6. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Los manuscritos que se originen en las diferentes unidades académicas de la Universidad serán presentados, al Comité Editorial, por los Decanos o Directores. La presentación incluirá: justificación, descripción temática y evaluación.

La evaluación se realiza según los parámetros que se enuncian a continuación:

- Rigurosidad en el desarrollo del asunto objeto de estudio.
- Originalidad
- Manejo riguroso de las fuentes
- Claridad en la redacción
- Estructura de obra

Para textos de apoyo al currículo, además de los anteriores criterios de evaluación se tiene en cuenta:

- Originalidad en la metodología (enfoque didáctico)
- Cursos que se atenderán con el texto, durante qué período de tiempo y a qué cantidad aproximada de estudiantes. Esto permite tomar decisiones sobre tiraje y garantiza una adecuada distribución.

Para textos resultados de investigaciones, además de los criterios generales se tiene en cuenta:

- El corto o largo plazo de la investigación
- Aplicación al medio
- Carácter innovador
- Posibles sectores interesados en la investigación

7. DERECHOS DE AUTOR

Una vez aprobados los textos se procederá, mediante la firma de un contrato, a estipular los derechos legales que amparan tanto al autor como a la edición.



CONTRATO DE EDICIÓN

Principio General

El Consejo Editorial establece el marco general para regular la ejecución de los contratos de edición entre el Autor y la Universidad, el cual debe quedar expreso en el contrato que se firme entre las partes. Para las publicaciones de las notas de clase se firma contrato de prestación de servicios.

Regalías

La Universidad reconoce al autor un 10% de regalías sobre los ingresos netos, es decir, antes de los costos de comercialización, pagados semestralmente (principios de julio y enero) a los autores a través de una cuenta de cobro. A las notas de clase, por constituir un material en proceso de cualificación, no se les reconocen regalías.

Los casos de coparticipación entre la Universidad y los autores se regulan por el artículo 32 del Estatuto de Propiedad Intelectual.

Ejemplares de Autor

La Editorial entregará al autor un determinado número de ejemplares, con la restricción de prohibida su venta y con el sello de ejemplares de autor. Estos ejemplares se liquidarán y entregarán en su totalidad con la primera impresión y de acuerdo con las siguientes especificaciones:

- Para contratos inferiores a mil unidades, se liquidará el 5%
- Para contratos de edición mayores de 1000 unidades, se entregará el 7% del número de ejemplares.

Los autores que publiquen notas de clase reciben 3 ejemplares por la totalidad del tiraje realizado.

Copy Right

El Royalties o derechos de autoría registrados en la obra son asignados por el Consejo Editorial para identificar la propiedad intelectual, moral y patrimonial de la obra.



Vigencia del contrato

El tiempo de vigencia de los contratos se establece de acuerdo con la proyección futura de la obra, en cuanto a su novedad en el medio e impacto para el área del saber a la que pertenece.

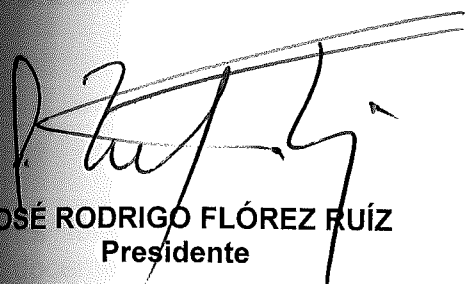
Responsabilidades del autor en el proceso de edición

- a. Revisión de las correcciones realizadas por el corrector e insertarlas en el archivo de la obra que ingresará a diseño.
- b. Revisar y aprobar el contenido de la obra, sobre el machote impreso por el área de diseño. Cuando el autor firma este impreso asume la responsabilidad por errores u omisiones que no haya detectado en esta instancia.
- c. Acompañar a la Editorial en el proceso de comercialización de la obra, participando en los eventos a los que se le convoque, siendo difusor de su obra, utilizándola como bibliografía en las asignaturas que dicte, tanto dentro como fuera de la Universidad. El autor es el mejor promotor de su obra.

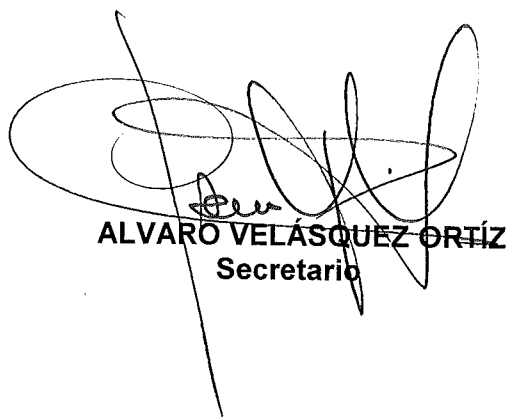


UNIVERSIDAD
AUTÓNOMA
LATINOAMERICANA
UNALA

Dado en Medellín (Antioquia), a los seis (6) días del mes de julio del año dos mil diez (2010).



JOSÉ RODRIGO FLÓREZ RUÍZ
Presidente



ALVARO VELÁSQUEZ ORTÍZ
Secretario