

NORMATIVA

Política Editorial

Comunicación Oficial No. 201
Publicado en junio de 2017



Aprobada por el Comité Académico en su sesión 320/1 del 29 de junio de 2017

El propósito del presente documento es garantizar la calidad y pertinencia de los productos académicos susceptibles de ser editados con el sello de la Universidad Iberoamericana Puebla.

El término *propuesta editorial* se refiere al conjunto de los productos editoriales que un área académica propone llevar a cabo.

El término *producto editorial* comprende cualquier medio impreso de difusión académica, así como cualquier medio audiovisual y electrónico, cuyo sello editorial sea la Universidad Iberoamericana Puebla, en calidad de editora o coeditora.

El término *plan editorial institucional* se refiere al conjunto de propuestas editoriales que se producirán durante un año.

Políticas:

1. Las propuestas editoriales deben responder a los planes y programas de las áreas académicas que las formulan.
2. La Universidad privilegiará la producción académica que sea susceptible de ser editada o coeditada con instituciones externas.
3. Las propuestas editoriales de las áreas académicas serán evaluadas respecto a su calidad y pertinencia por los consejos editoriales respectivos, de acuerdo con los criterios establecidos por el Consejo Editorial Universitario.
4. La Coordinación de Publicaciones autorizará las portadas, asignará el ISBN y el código de barras y elaborará la página legal correspondiente. También definirá el formato y el tiraje del producto editorial, además de llevar a cabo el cuidado de la edición.
5. Los productos editoriales en formato libro de la Universidad Iberoamericana Puebla y en las que participe como coeditor, no incluirán el directorio institucional en sus páginas interiores. Los créditos editoriales irán en el colofón de los libros.
6. El pago de derechos de autor por concepto de regalías fruto de la edición de los productos editoriales (libros) con el sello editorial de la Universidad Iberoamericana Puebla, y en las que participe como coeditor, se hará en especie (ejemplares del libro editado), de acuerdo con la distribución aprobada por el Consejo Editorial Universitario y administrado por la Coordinación de Publicaciones, en los siguientes términos para tiros de:
 - 2,000 ejemplares, se aplicará como pago el 8% para primeras ediciones y reediciones, y 4% para reimpressiones;
 - 300 hasta 1,500 ejemplares, 10% para primeras ediciones y reediciones, y 5% para reimpressiones;
 - hasta 200 ejemplares, 15% primeras ediciones y reediciones, y 8% reimpressiones;
 - de 100 ejemplares, 15% primeras ediciones y reediciones, y 8% reimpressiones.
7. Los porcentajes de distribución en las aportaciones de las diferentes instancias de la Universidad Iberoamericana Puebla para la edición de productos editoriales y el uso del logotipo institucional en ellos donde participe la Universidad se sujetarán a los lineamientos aprobados por el Consejo Editorial Universitario.

8. Los productos editoriales en forma de publicaciones periódicas que se editen con el sello editorial de la Universidad Iberoamericana Puebla establecerán sus propios consejos editoriales y determinarán su conducción interna, apegados a los lineamientos, criterios y procedimientos institucionales sobre política editorial. Los productos editoriales de estos consejos deberán ser aprobados por el Consejo Editorial Universitario, antes de ser publicados.

Criterios:

Los criterios para evaluar y, en su caso, aprobar las propuestas de productos editoriales son:

- a) Calidad de la propuesta editorial.
- b) Pertinencia institucional y social de la publicación.
- c) Posible impacto de su difusión.
- d) Público al que se dirige.
- e) Aspectos financieros.

Asimismo, darán preferencia a la publicación de:

- a) Productos vinculados a líneas de investigación, docencia y campos estratégicos.
- b) Coediciones.
- c) Ediciones conjuntas.
- d) Líneas editoriales con continuidad.

Los criterios para establecer los porcentajes correspondientes a la participación en coediciones de productos editoriales y el uso del logotipo institucional en ellos son:

- a) La participación equitativa en costos y beneficios cuando los coparticipantes en algún proyecto editorial establezcan determinadas aportaciones económicas.
- b) Una vez aprobada y realizada la publicación de los productos editoriales de carácter y circulación internas procedentes de las distintas áreas de la Universidad Iberoamericana Puebla, la Coordinación de Publicaciones recibirá ejemplares de la tirada en un rango de entre 10 al 15%, según acuerden las partes, con base en el total de los costos, en contraprestación por el trabajo de edición de estos productos editoriales.
- c) Una vez cubiertos los requisitos establecidos de dictaminación de los productos editoriales, se otorgará el logotipo institucional de la Universidad Iberoamericana Puebla a aquellos aprobados para publicarse, solicitando a los coeditores que lideran los proyectos editoriales el 5% de los ejemplares de la tirada como contraprestación por el uso de nuestro sello editorial.

Los criterios para la publicación de productos editoriales en la Colección Cuadernos de Investigación son:

- a) El producto editorial deberá ser fruto de una investigación y se dará preferencia aquellos registrados ante la Dirección de Investigación y Posgrado de la Universidad Iberoamericana Puebla.

- b) El producto editorial deberá haber sido aprobado por el Colegio de Profesores del departamento, campo estratégico o centro en el que está inscrito el autor(a) o autores. Esto implica la elaboración de un dictamen escrito, atendiendo al formato de dictamen del Consejo Editorial Universitario.
- c) La entidad que aprueba el producto editorial destinará presupuesto concurrente para su edición.
- d) Se le comunicará al Consejo Editorial Universitario la decisión de su publicación, enviando la obra y dictamen(es) correspondiente(s).
- e) El producto editorial deberá cumplir con los criterios editoriales establecidos por la Coordinación de Publicaciones.
- f) El tiraje de este producto editorial será de tiradas cortas, de 50 a 200 ejemplares. Una vez que se agoten éstos, el producto editorial será colocado en un sitio electrónico para consulta pública.

Los criterios para la publicación de productos editoriales en la Colección Letras Magistrales son:

- a) Estará conformada por textos selectos de especialistas, investigadores y académicos que han venido trazando con propuestas, alternativas y experiencias un mapa intelectual, mostrando la evolución del pensamiento –desde múltiples facetas– nacional y latinoamericano.
- b) Estos textos presentarán opciones que, desde un perfil innovador, contribuyan a solucionar conflictos sociales, culturales y políticos de México y América Latina.
- c) Por su naturaleza, la colección tendrá un formato sencillo y económico. Las dimensiones de su formato serán de 11 x 17 cm.

Los criterios para la publicación de productos editoriales en forma de publicaciones periódicas son:

- a) La edición de publicaciones periódicas debe ir acompañada de la aplicación de criterios que consideren la calidad de sus contenidos, la presentación de sus formatos, las posibilidades económicas y técnicas de su edición, el público potencial al que van dirigidas y los ámbitos comercial y de difusión que cubrirán.
- b) En su planeación deberá tomarse en cuenta que una publicación periódica supone un compromiso a largo plazo, es decir, debe tenerse un proyecto bien delineado, cuyas características (intelectuales, técnicas y administrativas, de difusión, etc.) lo perfilen inequívocamente.
- c) En su planeación, pensar en su pertinencia y trayectoria es fundamental. La pertinencia no sólo como sinónimo de validez y actualidad de sus aportaciones intelectuales, sino también de la necesidad que satisfarán.
- d) Mantener una identidad como propuesta, asegura una trayectoria reconocible. Es decir, si no se proyecta una orientación académica o cultural definida, la publicación no puede convertirse en una referencia y difícilmente alcanzará una proyección deseable.
- e) Por acuerdo del Consejo Editorial Universitario de fecha 28 de marzo de 2014, las publicaciones periódicas que lleven el sello de la Universidad Iberoamericana Puebla

destinadas a circular en ámbitos académicos y universitarios de carácter nacional e internacional sólo se publicarán en soportes electrónicos.

- f) Las publicaciones periódicas que lleven el sello editorial de la Universidad Iberoamericana Puebla consideradas como de circulación interna por la naturaleza de su contenido y destinatarios, y que no sean editadas y producidas por la Coordinación de Publicaciones, se registrarán por los lineamientos que establezca la Dirección de Comunicación Institucional.

Procedimiento:

1. Para publicar un producto editorial es necesario que cuente con dos dictámenes favorables, uno externo a la Universidad Iberoamericana Puebla correspondiente a alguna Universidad del Sistema Universitario Jesuita (SUJ) u otra institución de educación superior y otro interno, en los términos de los formatos establecidos por el Consejo Editorial Universitario. En caso necesario, este Consejo recurrirá a un tercer dictamen.
2. Las direcciones académicas y de centros enviarán sus propuestas a la Coordinación de Publicaciones de acuerdo con el calendario establecido y en el formato correspondiente, la cual analizará la viabilidad de las propuestas y presentará sus recomendaciones al Consejo Editorial Universitario, para su aprobación.
3. Con base en estas recomendaciones y los criterios establecidos, el Consejo Editorial Universitario analizará las propuestas editoriales y los dictámenes correspondientes para aprobar o no su publicación.
4. La Coordinación de Publicaciones hará el seguimiento del plan editorial institucional de acuerdo con las normas, criterios y políticas establecidas.
5. El Consejo Editorial Universitario seleccionará y determinará los nombres de los posibles dictaminadores de los productos editoriales susceptibles de publicarse con el sello de la Universidad Iberoamericana Puebla.
6. Los productos editoriales propuestos para su publicación deberán ser acompañados por la carta aval aprobada por el Consejo Editorial Universitario, firmada por el (la) titular de la instancia solicitante, y la sinopsis del producto editorial.
7. El Consejo Editorial Universitario sesionará cada dos meses. Entre cada sesión presencial los consejeros darán seguimiento a los acuerdos y revisarán las propuestas editoriales a través de medios digitales institucionales.

TRANSITORIOS

Transitorio I

El presente documento entrará en vigor a partir de su publicación oficial en la Normatividad Institucional versión digital.

Transitorio II

El presente deroga al documento Política Editorial publicado en la Comunicación Oficial 181.

Transitorio III

Este documento será susceptible de revisión y, en su caso, modificación, a tres años de su publicación.

Transitorio IV

Cualquier asunto no previsto en este documento será resuelto por el Comité Académico.