

**ACUERDO N° 09 - 2010**

**(24 de junio de 2010)**

Mediante el cual se expide el reglamento editorial y se fijan las funciones del Comité de Publicaciones en la Fundación Universidad Central.

**EL CONSEJO SUPERIOR DE LA UNIVERSIDAD CENTRAL**

En uso de sus atribuciones, en especial las contenidas en el artículo 31, numeral 4º, del Estatuto General, y

**CONSIDERANDO:**

Que el artículo 28 de la Ley 30 de 1992, en desarrollo del principio de autonomía, entre otros, reconoce a las universidades el derecho a desarrollar sus programas académicos, definir y organizar sus labores formativas, académicas, docentes, científicas y culturales.

Que el Estatuto General de la Universidad Central, en el numeral 3º del artículo 31, faculta al Consejo Superior para expedir y reformar los reglamentos de la Institución.

Que de conformidad con el artículo 31, numeral 4º, del Estatuto General, es función del Consejo Superior establecer la organización académica, administrativa y financiera de la Universidad Central.

Que el Consejo Superior en sesión del 17 de junio de 2010 consideró y aprobó con modificaciones la propuesta de Reglamento de la actividad editorial presentada por el Comité de Publicaciones.

**ACUERDA:**

**Título I**

**PRINCIPIOS, FINALIDADES Y CRITERIOS EDITORIALES**

**Artículo 1. Generalidades.** La Universidad Central dará prioridad en su gestión editorial a la edición, publicación, divulgación e incorporación a su catálogo editorial de aquellos contenidos de orden investigativo, docente, artístico y cultural producidos por los integrantes de la Universidad y que acrediten la calidad suficiente tanto de fondo como de forma.

Los productos editoriales de la Universidad Central se elaborarán sobre la base de los principios y finalidades contemplados en la *Política de publicaciones* (Acuerdo 11, del 1 de agosto de 2007).

**Artículo 2. Principios que rigen la actividad editorial en la Universidad:**

- a) Dignidad y promoción de la persona y grupos humanos.
- b) Respeto de los valores individuales y sociales.
- c) Inclusión y pluriculturalidad.
- d) Construcción compleja y socialmente responsable de la generación, transferencia y apropiación crítica del conocimiento.
- e) Democratización del conocimiento.
- f) Respeto al ejercicio libre y responsable de la crítica y de todas las manifestaciones intelectuales.

**Artículo 3. Finalidades de la producción editorial:**

- a) Promover y garantizar la calidad de la producción académica e investigativa de la Universidad.
- b) Fomentar la generación, transmisión y apropiación crítica del conocimiento.
- c) Visibilizar los avances y resultados de investigación en índices, repositorios documentales y bases de datos.
- d) Contribuir a la consolidación de la excelencia académica y, por consiguiente, a los procesos de cualificación y acreditación tanto de la Institución como de su oferta educativa.
- e) Ser el medio de expresión y socialización por excelencia de las actividades de docencia, investigación y proyección social.
- f) Contribuir y estimular el desarrollo de comunidades académicas lectoras, escritoras y reflexivas.
- g) Adecuar las líneas, procesos y políticas editoriales a los lineamientos exigidos por entidades pertinentes de carácter nacional e internacional.

**Artículo 4. Criterios editoriales que rigen la producción editorial:**

- a) Pertinencia y aporte disciplinar.
- b) Rigor metodológico, fundamentación teórica y coherencia conceptual.
- c) Apertura de escenarios de generación, transferencia y apropiación crítica del conocimiento.
- d) Construcción conjunta de las publicaciones entre el autor, el área solicitante, el Comité de Publicaciones y la Coordinación Editorial del Departamento de Comunicación y Publicaciones.
- e) Responsabilidad institucional y social.
- f) Flexibilidad y complementariedad de formatos de publicación.
- g) Respeto y garantía de los derechos de autor.

- h) Cuidado estético de las publicaciones.

## Título II MARCO LEGAL

**Artículo 5. Marco legal.** La configuración y ejecución de las iniciativas y proyectos editoriales estarán sujetas a lo dispuesto en los siguientes documentos institucionales:

- a) Estatuto General.
- b) Proyecto Educativo Institucional, PEI.
- c) Política de publicaciones, Acuerdo 11, de agosto de 2007.
- d) Política institucional de derechos de autor y propiedad intelectual.

**Parágrafo 1.** De igual manera, se garantizará la incorporación de lo contemplado en materia de derechos de propiedad intelectual y de autoría tanto en la Constitución Política como en las resoluciones emanadas de la Organización Mundial de Propiedad Intelectual –OMPI–, la Comunidad Andina de Naciones y la Dirección Nacional de Derechos de Autor.

**Parágrafo 2.** En cuanto a los aspectos operativos de la edición y publicación de materiales, se seguirá lo estipulado en el procedimiento AD-08-P-01 (Edición de libros y publicaciones periódicas).

## Título III ESTRUCTURA EDITORIAL

**Artículo 6. Composición.** De conformidad con los principios, finalidades y criterios de la actividad editorial, la Universidad garantizará la viabilidad y calidad de sus publicaciones mediante la siguiente estructura:

- a) Comité de Publicaciones.
- b) Comités editoriales de Facultad o de Departamento.
- c) Departamento de Comunicación y Publicaciones.

### Capítulo 1 Comité de Publicaciones

**Artículo 7. Comité de Publicaciones.** Es la máxima autoridad institucional en lo relacionado con el análisis, asesoría y decisión de los aspectos pertinentes a la estructura, cultura y gestión editoriales.

**Artículo 8. Misión y finalidades.** El Comité de Publicaciones tiene como misión definir la *Política de publicaciones* de la Universidad, así como modificarla y controlar su implementación. En este sentido,

su compromiso se centra en promover un fondo editorial que responda a los principios fundacionales y misionales de la Universidad, mediante la selección de las iniciativas editoriales que acrediten la calidad y rigor estipulados en los principios, finalidades y criterios de la producción editorial de la Universidad.

**Artículo 9. Composición.** El Comité de Publicaciones estará integrado por:

- a) Dos integrantes del Consejo Superior, con voz y voto.
- b) El Rector o su representante, con voz y voto.
- c) El Vicerrector Académico, con voz y voto.
- d) El Vicerrector Administrativo y Financiero, con voz y voto.
- e) El delegado por parte de las instancias directivas de la Universidad como representante de la estructura y procesos investigativos.
- f) El Director del Departamento de Humanidades y Letras, con voz y voto.
- g) El Director del Departamento de Comunicación y Publicaciones, con voz y voto.
- h) El Coordinador Editorial, con voz.

**Parágrafo único.** El Director del Departamento de Comunicación y Publicaciones actuará como secretario del Comité de Publicaciones y será el encargado de efectuar las citaciones a las sesiones, redactar las actas de las reuniones y comunicar las decisiones.

**Artículo 10. Asesoría de expertos.** En las sesiones del Comité de Publicaciones podrán participar personas ajenas a él y a la Institución, y cuyos aportes especializados ofrezcan elementos de juicio para la toma de decisiones. De esta manera, además de las deliberaciones y de los conceptos técnicos de evaluadores internos y externos exigidos con cada solicitud editorial, el Comité de Publicaciones podrá solicitar el asesoramiento de nuevos pares y lectores externos con el fin de asegurar la imparcialidad en el proceso de evaluación y acopiar mayores elementos de juicio.

**Artículo 11. El Comité de Publicaciones tendrá las siguientes funciones:**

- a) Proponer al Consejo Superior las modificaciones necesarias a los documentos institucionales que reglamentan la cultura editorial unicentralista (procesos, estructura editorial, derechos de autor, canje, difusión, comercialización, etc.).
- b) Analizar y decidir sobre la oportunidad y pertinencia de la reglamentación de la actividad y producción editorial (reglamento editorial y manual de estilo) de la Universidad.
- c) Evaluar la implementación de las políticas institucionales y la reglamentación en materia editorial, de derechos de autor y de canje, y proponer los ajustes pertinentes.
- d) Evaluar las solicitudes editoriales y decidir sobre la pertinencia y viabilidad de su publicación.
- e) Definir los formatos y especificaciones técnicas de los productos editoriales solicitados por las instancias de la Universidad.

- f) Asesorar y hacer seguimiento a la creación y desarrollo de las estructuras editoriales de las áreas académicas de la Universidad.
- g) Estudiar y aprobar el plan de desarrollo e inversión anual en materia de publicaciones.
- h) Promover y/o aprobar el establecimiento de convenios interinstitucionales relacionados con la edición, producción y difusión de los proyectos y productos editoriales.
- i) Analizar los informes sobre el funcionamiento de la actividad editorial rendidos por las instancias pertinentes y aprobarlos o sugerir las modificaciones respectivas.

**Artículo 12. Sesiones de trabajo ordinarias y extraordinarias.** El Comité de Publicaciones sesionará de forma ordinaria cada dos (2) meses, con el propósito de analizar las solicitudes editoriales y los aspectos relacionados con las dimensiones y estructuras de la cultura editorial unicentralista y tomar las decisiones a que haya lugar.

Asimismo, en consideración al volumen de solicitudes de edición o en circunstancias de fuerza mayor que demanden la toma de decisiones sobre aspectos relacionados con la actividad editorial unicentralista, el Comité de Publicaciones será convocado por el Rector para sesionar de forma extraordinaria.

**Artículo 13. Citaciones.** La citación de los integrantes del Comité de Publicaciones a las sesiones ordinarias y extraordinarias se hará por intermedio de la Secretaría, sustentada en comunicación escrita, con ocho (8) días de antelación para las reuniones ordinarias y tres (3) para las extraordinarias.

**Artículo 14. Decisiones.** Al Comité de Publicaciones le compete la argumentación y análisis de los aspectos relacionados con las solicitudes de edición presentadas por las áreas directivas, académicas o administrativas de la Universidad. En este sentido, el primer recurso de decisión será el consenso.

Si se presentase el caso de un equilibrio de perspectivas sobre la pertinencia de publicación de algún material, se someterá a votación dicha solicitud y la decisión adoptada por el Comité de Publicaciones será la de la mayoría simple, la mitad más uno de los integrantes con derecho a voz y voto, siempre que se encontrare reunida la mitad más uno de sus miembros.

Las decisiones adoptadas por el Comité de Publicaciones deberán registrarse en actas que darán cuenta del lugar, la fecha y la hora de la reunión, de los asistentes, de los asuntos tratados, de las decisiones adoptadas, de la hora de terminación de la reunión y de las constancias, si las hubiere. Las actas deberán ser firmadas por el Presidente y por el Secretario del Comité.

**Artículo 15. Comunicación de las decisiones.** Las decisiones del Comité de Publicaciones en relación con las solicitudes de publicación presentadas por las áreas de la Universidad serán comunicadas al director de cada área solicitante por medio del Director de Comunicación y Publicaciones, quien ejerce la secretaría técnica de este cuerpo colegiado. La comunicación se hará bien por escrito o de manera virtual, y en ella se indicará la decisión adoptada y se transcribirá la parte pertinente del acta de la reunión.

**Artículo 16. Reconsideración de las decisiones.** El Comité de Publicaciones aceptará hasta dos veces consecutivas el recurso de reconsideración de los solicitantes en relación con las decisiones emitidas sobre la pertinencia, conveniencia y formato de publicación de dichas solicitudes, siempre y cuando la sustentación de la reconsideración sea producto de análisis rigurosos y se presente dentro del mes siguiente a la notificación mencionada.

## Capítulo 2

### Comités editoriales de facultad o de departamentos académicos

**Artículo 17. Definición.** Los comités editoriales de Facultades o de departamentos académicos constituyen el cuerpo colegiado que estudia y decide sobre la pertinencia, conveniencia y oportunidad de gestionar las solicitudes de publicación presentadas por los integrantes de sus dependencias respectivas o por autores externos que se inscriben en el campo de saber propio de estos cuerpos colegiados.

**Parágrafo único.** Los actuales consejos de facultad asumen la función de comité editorial como parte relevante de sus sesiones de trabajo.

**Artículo 18. Composición.** Con el fin de agilizar los debates y las decisiones con respecto a las iniciativas o proyectos editoriales sometidos a su consideración, los comités editoriales de Facultades contarán con un número reducido e impar de integrantes y deberán garantizar la representación de las instancias circunscritas a cada Departamento o Facultad, según sea el caso. En consecuencia, su composición contará con:

- a) El decano de la Facultad o su representante.
- b) Los directores de Departamento adscritos a la Facultad.
- c) Un representante de los centros o grupos de investigación de la Facultad.
- d) Un representante de los docentes de la Facultad.
- e) Un representante de los estudiantes de la Facultad.

**Parágrafo único.** La composición y dinámica de las sesiones de trabajo de los comités editoriales de los departamentos académicos dependerán de cada área particular; en todo caso, siguiendo los lineamientos del presente documento, se deberá garantizar la reflexión y crítica sobre los materiales presentados por sus integrantes, de modo que respondan a los principios institucionales y a las finalidades y criterios de la producción editorial unicentralista.

**Artículo 19. Funciones.** Las siguientes son las funciones de los comités editoriales de Facultades o de departamentos:

- a) Promover y garantizar el acceso de todos los integrantes de su área a la difusión de su pensamiento a través de las publicaciones de la Universidad.

- b) Planear, ejecutar y evaluar el plan de publicaciones del área y presentarlo a aprobación del Comité de Publicaciones con su correspondiente presupuesto.
- c) Evaluar y garantizar el rigor científico, disciplinar y metodológico de las solicitudes o proyectos editoriales, mediante la definición de criterios pertinentes.
- d) Aprobar, aplazar o rechazar las iniciativas de publicación de los integrantes de su área, y hacer el respectivo seguimiento operativo.
- e) Sugerir al Comité de Publicaciones la creación de las colecciones y series editoriales, así como de las publicaciones periódicas que consideren necesarias para apoyar la labor académica de su área.
- f) Garantizar y promover la configuración de los equipos editoriales (director, coordinador, colaboradores, etc.) y comités científicos y de arbitraje necesarios para la gestión de las publicaciones periódicas o seriadas actuales o las que llegaren a existir.

**Artículo 20. Evaluación de pares internos y externos.** Los comités editoriales de las facultades o de los departamentos académicos, además de sus análisis propios, exigirán la evaluación de los materiales por parte de un par interno y un par externo, con el fin de garantizar la calidad y pertinencia disciplinar de los materiales.

**Parágrafo 1.** La gestión relacionada con la evaluación de los pares internos y externos será responsabilidad del director del área académica al que está adscrito el solicitante. Para el caso de solicitudes de áreas directivas o administrativas, será el Departamento de Comunicación y Publicaciones el área responsable de gestionar el cumplimiento de este requisito.

**Parágrafo 2.** Además de los conceptos de los pares internos y externos, los comités editoriales de las facultades o de departamentos académicos podrán recurrir a la asesoría de expertos que aporten mayores elementos de juicio. Para asegurar la imparcialidad en el proceso de evaluación, la identidad de estos evaluadores externos se mantendrá en el anonimato.

### **Capítulo 3**

#### **Departamento de Comunicación y Publicaciones**

**Artículo 21. Naturaleza.** El Departamento de Comunicación y Publicaciones es el área responsable de gestionar, entre otros procesos comunicativos, la edición, publicación y difusión de las solicitudes editoriales presentadas por áreas académicas o administrativas de la Universidad.

**Artículo 22. Función editorial del Departamento.** El Departamento de Comunicación y Publicaciones concentra su función editorial en dos grandes áreas: la prestación de asesorías y servicios de preparación editorial (acompañamiento a autores y a áreas solicitantes, estructuración de proyectos y productos editoriales, corrección de estilo, diseño y diagramación, procedimientos éstos a cargo de la Coordinación Editorial) y la difusión de las publicaciones (socialización, canje, donaciones y comercialización, procedimientos que están a cargo de la Tienda Centralista).

**Artículo 23. Funciones de la Coordinación Editorial.** La Coordinación Editorial del Departamento de Comunicación y Publicaciones cumplirá las siguientes funciones:

- a) Asesorar y acompañar la configuración de estructuras, proyectos o productos editoriales como alternativas de solución a las necesidades y expectativas editoriales de la Universidad.
- b) Sugerir propuestas en relación con el marco normativo de la actividad editorial y con la vinculación de la Institución a escenarios de debate y análisis de temas editoriales universitarios.
- c) Actualizar los procesos y procedimientos editoriales de la Universidad, de acuerdo con las disposiciones del Comité de Publicaciones.
- d) Gestionar los aspectos relacionados con la exposición y argumentación de las solicitudes editoriales ante el Comité de Publicaciones.
- e) Planificar y ejecutar todas las actividades relacionadas con la preparación editorial de las solicitudes de publicación aprobadas por el Comité de Publicaciones.
- f) Actualizar y sistematizar los aspectos legales de la actividad editorial de la Universidad (contratos de edición, cesión de derechos, ISBN, ISSN, *creative commons*).
- g) Cooperar en el diseño de estrategias de socialización y comercialización de los productos editoriales (repositorios documentales, índices, bases de datos y convenios comerciales).

## **Título IV LÍNEAS EDITORIALES Y TIPOS DE PUBLICACIONES**

### **Capítulo 1 Complementariedad de formatos para las publicaciones**

**Artículo 24. Formatos de publicaciones.** La Universidad Central, mediante la estructura editorial provista, enriquecerá sus formatos de publicaciones con las nuevas lógicas de generación, transferencia y apropiación del conocimiento, así como con las formas preferentes de comunicación actual por parte de la sociedad y los desarrollos de las NTIC. En tal sentido, consolidará un esquema de multiproductos editoriales.

De esta forma, la edición y publicación de materiales editoriales de la Universidad Central contempla dos grandes líneas, independientemente de su formato de producción: publicaciones institucionales y publicaciones de tipo académico e investigativo.

### **Capítulo 2 Líneas editoriales**

**Artículo 25. Publicaciones institucionales.** A esta línea se adscriben los textos relacionados con la información de carácter interno (gestión del modelo de autonomía universitaria, PEI, plan de desarrollo, informe de gestión, boletines estadísticos, documentos de acreditación, reglamentos, estatutos, políticas, revista, periódicos o boletines institucionales).

**Artículo 26. Publicaciones de tipo académico e investigativo.** A esta línea se adscriben los textos que difundan la producción investigativa, académica, intelectual, cultural y artística de los integrantes de la Universidad (libros, libros de texto, guías, módulos, cartillas o manuales, revistas científicas, boletines, etc.), independientemente de su sustrato de publicación, bien sea físico, digital o virtual, audiovisual, etc.

### Capítulo 3 Tipos de publicaciones

**Artículo 27.** De acuerdo con los anteriores criterios y con la necesaria complementariedad de los formatos de materialización de la producción editorial, la Universidad Central contempla cuatro tipos de publicaciones, a saber:

- a) **Publicaciones impresas:** contenidos editados y publicados en sustrato físico (libros, libros de texto, libros de referencia, cartillas, módulos, guías, manuales, revistas, boletines, etc.).
- b) **Publicaciones electrónicas:** contenidos editados, diseñados y publicados para su acceso mediante dispositivos electrónicos de almacenamiento y procesamiento de información digital y virtual (páginas o sitios web, programas informáticos, disquetes, USB, C.D., tarjetas de memoria para diversos dispositivos móviles, etc.). En este tipo de publicaciones se atenderá a la exigencia de lenguaje multimedia e interactivo.
- c) **Publicaciones audiovisuales:** se tendrán como publicaciones audiovisuales los videos, películas, documentales, cortometrajes, medimetrajes, largometrajes, fotografías, producciones radiales, etc.
- d) **Producciones artísticas:** se tendrán como publicaciones artísticas las composiciones musicales, las producciones plásticas y las obras teatrales.

**Parágrafo único.** Dada la vastedad, complejidad y peculiaridad de cada uno de estos tipos de publicaciones, para efectos prácticos de delimitar su ámbito de aplicación, el presente reglamento de la actividad editorial se centra en las iniciativas o proyectos editoriales cuyo sustrato sea impreso, digital o virtual.

## Título V GESTIÓN DE SOLICITUDES DE PUBLICACIÓN

### Capítulo 1 Condiciones generales

**Artículo 28. Procesos y procedimientos.** Toda iniciativa o proyecto de edición y publicación deberá cumplir con los requisitos establecidos y con los procedimientos aprobados por la Universidad para tales efectos (Procedimiento AD-08-P-01: edición y publicación de libros y publicaciones periódicas).

**Artículo 29. Principio de construcción conjunta.** Tanto la asesoría y acompañamiento editorial a los autores y a las dependencias como la ejecución de las solicitudes editoriales están enmarcadas

en el respeto y en la construcción conjunta e institucional de las publicaciones. De esta manera, será sobre el diálogo interdisciplinar como se creará y editará la producción editorial de la Universidad.

**Artículo 30. Solicitudes editoriales.** Los comités editoriales de facultad o de departamentos académicos son las instancias exclusivas que canalizarán las solicitudes editoriales de sus respectivas áreas y las presentarán formalmente al Departamento de Comunicación y Publicaciones, previo cumplimiento de los requisitos y procedimientos establecidos en el presente reglamento.

Es competencia exclusiva del Comité de Publicaciones la evaluación final y decisión sobre las solicitudes editoriales presentadas por los comités editoriales de facultad o de departamentos académicos.

## **Capítulo 2 Tipos de solicitudes de publicación**

**Artículo 31. Tipo de solicitudes editoriales.** En correspondencia con el principio de acceso a la publicación y difusión de la producción intelectual, la Universidad establece los siguientes tipos de solicitudes editoriales:

- a) Solicitud de publicación por parte de un autor, grupos académicos o grupos de investigación.
- b) Solicitud de publicación por parte de comités organizadores de eventos o como iniciativa de áreas académicas o administrativas.
- c) Solicitudes externas de publicación.
- d) Solicitudes de reedición, modificación o reimpresión.

## **Capítulo 3 Solicitud de publicación por parte de un autor, grupos académicos o grupos de investigación**

**Artículo 32. Radicación de la solicitud.** El autor o grupo académico interesado en publicar bajo el sello editorial de la Universidad Central deberá radicar la solicitud respectiva en el área a la que está adscrito, adjuntando la respectiva justificación. De manera particular, expondrá con claridad la pertinencia del contenido, su aporte al área de conocimiento y su rigurosidad académica y metodológica.

**Artículo 33. Estudio y aprobación por parte de los departamentos.** Si el departamento tiene un comité editorial, será este cuerpo colegiado el que evalúe el material y, si lo considera pertinente, sugerirá la evaluación por parte de pares internos y externos. Una vez acometido este paso, y si el material es calificado positivamente por los pares, se remitirá la solicitud al respectivo Consejo de Facultad.

Si el departamento no cuenta con un comité editorial, será el director de esa área el encargado de gestionar la evaluación de pares internos y externos y, si el material se ajusta a los criterios editoriales, lo someterá a consideración del respectivo Consejo de Facultad.

De igual manera, los autores contarán con el recurso de mejoramiento de los materiales o de contestación frente a la evaluación emitida por los pares.

La dirección del departamento deberá certificar la disponibilidad presupuestal y definirá el cronograma de trabajo.

**Parágrafo 1.** Si definitivamente el material propuesto no cumple los criterios de publicación unicentralista, la dirección del departamento lo devolverá al solicitante, y dejará constancia de este procedimiento.

**Parágrafo 2.** El material que se envíe a evaluación por parte de los pares deberá omitir el nombre del autor. De igual manera, el autor del texto no deberá conocer el nombre de quienes evaluarán su texto (pares ciegos).

**Artículo 34. Concepto de los consejos de facultad.** Con la información de los pares académicos y la relacionada con los aspectos administrativos y financieros, los consejos de facultad decidirán sobre la solicitud editorial. Si lo consideran oportuno, quedará registrada tal decisión en un acta y se radicará la solicitud en el Departamento de Comunicación y Publicaciones. De lo contrario, se devolverá el material al autor. En ambos casos, se notificará al autor la determinación adoptada.

**Artículo 35. Requisitos y soportes documentales.** Cada solicitud editorial deberá acreditar el siguiente soporte documental.

- a) Hoja de vida del autor.
- b) Evaluación y conceptos de los pares interno y externo.
- c) Formato diligenciado de evaluación y concepto disciplinar y presupuestal por parte del Consejo de Facultad.
- d) Justificación y presentación breve de la publicación.
- e) Dos copias impresas del material completo, foliadas y empastadas.
- f) Archivo digital de respaldo con extensión de cualquier procesador de palabras actual y comercial, incluso para textos que hayan sido construidos en programas informáticos propios de áreas especializadas de conocimiento (Latex, MikTex, labview, Matlab, etc.).
- g) Cantidad solicitada de ejemplares.
- h) Esquema básico de distribución y comercialización.
- i) Definición del público primario y secundario al cual está dirigida la publicación.

**Artículo 36. Presentación de la solicitud ante el Comité de Publicaciones.** El Departamento de Comunicación y Publicaciones presentará ante el Comité de Publicaciones las solicitudes editoriales y la información relacionada con sus especificaciones técnicas y financieras de la publicación. Para ello, podrá reunirse con el autor para estructurar la exposición de argumentos y alcances de la obra.

**Artículo 37. Estudio y decisión por parte del Comité de Publicaciones.** El Comité de Publicaciones estudiará todas las solicitudes editoriales avaladas por los consejos de facultad y tomará una de las siguientes determinaciones: **aprobada, aplazada o rechazada.**

**Parágrafo 1.** En el caso en que el Comité de Publicaciones considere pertinente la ejecución de la solicitud de publicación, facultará al Departamento de Comunicación y Publicaciones para que, por intermedio de la Coordinación Editorial, proceda a iniciar los procesos de corrección, diagramación y diseño editoriales, así como del ajuste a la normativa vigente en materia de derechos de autor.

**Parágrafo 2.** Si el Comité plantea reconvenciones a las solicitudes, se harán las anotaciones en la respectiva acta y se notificará al área correspondiente para que proceda el recurso de ajuste y reposición.

## **Capítulo 4**

### **Solicitud de publicación por parte de comités organizadores de eventos y áreas académicas o administrativas**

**Artículo 38. Instancia solicitante.** Tanto las áreas académicas y administrativas como los comités organizadores de eventos de relevancia para la vida académica, investigativa y cultural de la Universidad (congresos, seminarios, encuentros, foros, conferencias, concursos, etc.) podrán solicitar la publicación de las memorias producto de la realización del evento.

**Artículo 39. Procedimiento.** En consideración a la naturaleza y a los participantes de este tipo de eventos, las solicitudes de publicación de las respectivas memorias deberán ajustarse a las siguientes recomendaciones:

- a) Con anterioridad a la realización del evento, se obtendrán los contenidos de las intervenciones, si es el caso, y se firmará la cesión de derechos para la publicación respectiva.
- b) El director del evento radicará la solicitud ante el departamento académico o administrativo al que esté adscrito el proyecto, adjuntando los materiales completos con la respectiva cesión de derechos por parte del autor.
- c) El director del departamento (o el comité editorial particular, si es el caso) estudiará tal solicitud y, si lo estima oportuno, someterá a consideración del Consejo de Facultad correspondiente la solicitud de publicación.
- d) Como para este caso no es necesaria la evaluación de pares internos y externos, el director (o el comité editorial particular, si es el caso) justificará la relevancia de la publicación e informará sobre la disponibilidad presupuestal, el tiraje y el esquema básico de difusión).
- e) Los consejos de facultad estudiarán dicha solicitud y decidirán sobre la conveniencia y formato de publicación.
- f) Si los consejos de facultad consideran viable académica y presupuestalmente la solicitud, remitirán al Departamento de Comunicación y Publicaciones copia impresa y digital de la

totalidad de los materiales, así como los perfiles biográficos de los conferencistas o participantes del evento.

- g) De aquí en adelante, se continuará con los procesos y procedimientos estipulados en los artículos 36 y 37.

## **Capítulo 5**

### **Solicitudes externas de publicación**

**Artículo 40. Principio de inclusión.** La *Política de publicaciones* conceptúa la producción editorial como dimensión estratégica en el cumplimiento de las funciones sustantivas de la Universidad, en la instauración del modelo de sociedades lectoras y escritoras, así como estímulo a la producción pertinente a sus estamentos docente y estudiantil. No obstante, aunque privilegia las expresiones de sus integrantes, no excluye la participación en su catálogo editorial de contenidos generados por autores o instituciones externas.

**Artículo 41. Procedimiento.** El procedimiento para este tipo de solicitudes será el siguiente:

- a) El autor o la institución que no pertenezca a la comunidad unicentralista y que esté interesado en publicar bajo el sello editorial de la Universidad Central deberá enviar la solicitud y el material impreso y digital al Comité de Publicaciones.
- b) El Comité de Publicaciones estudiará la pertinencia de la publicación de este tipo de solicitudes.
- c) Si el concepto del Comité es favorable, se comisionará al Departamento de Comunicación y Publicaciones para que adelante los procesos y procedimientos relativos a su publicación.
- d) El Departamento de Comunicación y Publicaciones solicitará el apoyo necesario al departamento académico que sea pertinente al campo de saber en el que se inscribe la propuesta editorial con el fin de garantizar la evaluación de pares internos y externos.
- e) La evaluación y conceptos de los pares, así como la información relacionada con los aspectos técnicos y financieros de la publicación serán expuestos por el Departamento de Comunicación y Publicaciones ante el Comité de Publicaciones.
- f) De aquí en adelante, se continuará con los procesos y procedimientos estipulados en el artículo 37.

## **Capítulo 6**

### **Solicitudes de modificación, reimpresión o reedición**

**Artículo 42. Modificaciones de los autores.** En uso de sus derechos morales, los autores podrán solicitar las modificaciones necesarias a sus obras. Si tales modificaciones se enmarcan en acciones deliberadas del autor y escapan al proceso editorial habitual de la Universidad, dirigirá su solicitud al

Departamento de Comunicación y Publicaciones, que se encargará de incluir estos temas en el orden del día de las sesiones de trabajo del Comité.

**Artículo 43. Reimpresiones y reediciones.** Las áreas académicas o administrativas podrán solicitar la reimpresión o reedición de títulos del catálogo editorial de la Universidad Central. Estas solicitudes deberán dirigirse al Departamento de Comunicación y Publicaciones.

**Artículo 44. Requisitos.** Las solicitudes de modificación, reimpresión o reedición de materiales publicados por la Universidad deberán radicarse junto con el siguiente soporte documental:

- a) Justificación respectiva.
- b) Concepto favorable por parte del Consejo de Facultad y cantidad de ejemplares requeridos.
- c) Disponibilidad presupuestal.
- d) Un ejemplar de la última edición de la obra con los ajustes señalados en color rojo (si se trata de reediciones o modificaciones).

## **Título VI ACERCA DE LA EVALUACIÓN DE LOS CONTENIDOS DE LAS SOLICITUDES EDITORIALES**

### **Capítulo 1 Evaluación por parte de pares internos y externos**

**Artículo 45. Formatos de evaluación.** Los comités editoriales de facultad y de los departamentos académicos y los consejos de facultad, en trabajo conjunto con la Coordinación Editorial, diseñarán, modificarán e implementarán los formatos de evaluación de las solicitudes de publicación presentadas por autores, grupos de investigación, áreas académicas y administrativas y actores externos. Tales formatos estarán disponibles en la plataforma virtual de la Universidad.

**Artículo 46. Características de los formatos de evaluación.** Los formatos deberán integrar los siguientes aspectos y criterios:

- a) Identificación del material: nombre, subtítulos, área solicitante, tipo de material, etc.
- b) Diagnóstico editorial que determine si la obra se adapta al formato de publicación y al público objetivo propuestos.
- c) Evaluación técnica: aportes (generación, innovación, crítica, apropiación o revaluación de conocimiento) a la disciplina particular.
- d) Exposición estructurada, clara y sólida de la argumentación y de los contenidos.
- e) Para las solicitudes inscritas en este campo del saber literario, se evaluará su mérito en cuanto a creatividad, innovación y construcción textual, teniendo en cuenta las licencias gramaticales propias de estos campos.

- f) Pertinencia, conveniencia y relevancia de la propuesta.
- g) Evaluación de la calidad de la construcción lingüística del texto.
- h) Concepto.
- i) Recomendaciones al autor.

**Parágrafo único.** Los materiales por evaluar, junto con la respectiva solicitud, se enviarán a los pares internos y externos mediante comunicación oficial. Los materiales deberán enviarse sin la identificación del autor.

## **Capítulo 2**

### **Evaluación por parte del Comité de Publicaciones**

**Artículo 47. Aspectos de la evaluación.** El Comité de Publicaciones, por sí mismo o asesorado por expertos, estudiará, debatirá y decidirá sobre la pertinencia y oportunidad de la ejecución de dichas solicitudes y sobre las implicaciones financieras de las mismas (financiación externa, coedición y esquema de comercialización).

**Parágrafo único.** Para la evaluación financiera, se tendrá como referente la información aportada por el Departamento de Comunicación y Publicaciones en relación con la proyección de las especificaciones técnicas del producto y del tiraje.

**Artículo 48. Evaluación particular.** De manera especial, le compete al Comité la evaluación de la responsabilidad social, ética, institucional y legal de las solicitudes presentadas. Para tal efecto, se ceñirá a los principios rectores de la institución y a los dispuestos en la legislación sobre derechos de autor.

**Artículo 49. Conceptos de evaluación.** De acuerdo con el Estatuto del Comité de Publicaciones, el análisis y evaluación de cada solicitud de publicación serán consensuados y responderán a alguna de las siguientes categorías de calificación: **aprobada, aplazada y rechazada.**

**Parágrafo 1.** Si la solicitud es aprobada, el Comité facultará al Departamento de Comunicación y Publicaciones para que inicie los procesos de corrección, diseño diagramación, solicitud de ISSN, ISBN o *creative commons* –CC–, contratación de impresión y difusión.

**Parágrafo 2.** Si el Comité de Publicaciones decide aplazar la aprobación de la solicitud y condicionarla al reporte de nuevos requisitos, el Departamento de Comunicación y Publicaciones comunicará al área solicitante la determinación adoptada e indicará los procedimientos y recursos pertinentes.

En este caso, el Departamento de Comunicación y Publicaciones hará el seguimiento y establecerá los plazos para la nueva entrega de los materiales. El plazo podrá ser prorrogado, siempre y cuando las circunstancias lo justifiquen.

**Parágrafo 3.** Si la solicitud es rechazada, la Secretaría del Comité de Publicaciones (asignada al Departamento de Comunicación y Publicaciones) comunicará al área solicitante la determinación adoptada y los principales argumentos que motivaron la decisión. Frente a esta evaluación no procederá ningún otro recurso. En este caso, el Departamento de Comunicación y Publicaciones devolverá al área respectiva los materiales que se hubiesen suministrado con tal solicitud.

## Título VII PROCESOS DE EDICIÓN Y PUBLICACIÓN

**Artículo 50. Preparación editorial.** Las solicitudes de publicación que sean aprobadas por el Comité de Publicaciones serán sometidas a los procesos de copiedición, corrección de estilo, diseño y diagramación bajo la responsabilidad de la Coordinación Editorial del Departamento de Comunicación y Publicaciones.

**Artículo 51. Construcción conjunta.** El principio que orientará la preparación editorial será la construcción conjunta de la publicación desde la perspectiva del respeto y el diálogo interdisciplinar.

**Artículo 52. Provisión de talento y recursos.** Para la gestión de dichos procesos, la Universidad garantizará la provisión de recursos tecnológicos suficientes y personal idóneo.

**Parágrafo único. Contratación externa.** Si el volumen de trabajo amerita la contratación *outsourcing*, la Coordinación Editorial será la encargada de garantizar la calidad de los mismos y la racionalidad de la inversión.

**Artículo 53. Criterios para la corrección de estilo.** El proceso de corrección de estilo tendrá en cuenta las disposiciones de la Real Academia de la Lengua y procederá con criterios de claridad, precisión y coherencia lingüísticas, abordando los textos principalmente desde el horizonte del lector. Como parámetro de unificación del estilo institucional, se seguirá lo dispuesto en el Manual de estilo editorial de la Universidad Central.

**Artículo 54. Procedimiento y autorización del autor.** El resultado de la copiedición y de la corrección de pruebas y estilo será expuesto al autor para lograr acuerdos que enriquezcan la construcción y presentación de los contenidos. Las sugerencias de mejoramiento del texto y de unificación de estilo y de metodología de citación serán insertadas en el contenido, previa autorización del autor.

**Parágrafo único.** Los alcances e implicaciones del proceso de corrección (el cual no constituye coautoría ni genera paternidad de los contenidos) estarán regulados en la política institucional de derechos de autor.

**Artículo 55. Corrección y derechos morales.** En caso de que el autor hubiere fallecido, se encontrare incapacitado o se desconociera su domicilio, la editorial sólo podrá adecuar la

presentación estilística de la obra si no afecta el derecho moral a la integridad de la misma. En cualquiera de los casos anteriores, se deberá indagar por los derechohabientes o elevar las respectivas aclaraciones a la Dirección Nacional de Derechos de Autor.

**Artículo 56. Diagramación.** Una vez surtido el proceso de corrección, el material pasará a la fase de diagramación junto con las indicaciones que deberán tenerse en cuenta en la elaboración de la pauta gráfica. A su vez, el diseñador gráfico propondrá dos o tres pautas gráficas para ser evaluadas. Los criterios de diseño responderán tanto a exigencias creativas como a las particularidades del producto y a las expectativas del autor.

**Artículo 57. Prácticas de buen uso del logotipo.** En cuanto al diseño de la cubierta y a la composición de sus elementos, se deberá atender a lo estipulado en el *Manual de identidad visual corporativa* y a criterios estéticos de armonía.

**Artículo 58. Sobre la carátula de las publicaciones.** La arbitrariedad o correlación entre la apuesta estética de la carátula y el cuerpo del documento quedará sujeta a consensos entre las propuestas elaboradas por el Departamento de Comunicación y Publicaciones y las expectativas del autor o el área solicitante.

**Artículo 59. Tiempo de ejecución de las solicitudes.** Los tiempos de ejecución de los procesos de corrección, diagramación y diseño serán concertados entre el solicitante y el Departamento de Comunicación y Publicaciones, previa evaluación de la extensión del texto, la calidad de construcción de los mismos y el volumen de órdenes de producción gestionadas simultáneamente.

**Artículo 60. Registros legales.** Toda publicación de la Universidad contará con los registros de catalogación nacional o internacional a que haya lugar, según su formato o sustrato de publicación. Para ello, la Coordinación Editorial se encargará de tramitar la ficha catalográfica, el registro ISSN o ISBN, según corresponda, o el tipo de licencia de *creative commons*.

**Artículo 61. Aval para la publicación.** Una vez finalizado el proceso de preparación editorial y con el ingreso de los demás elementos a que haya lugar (ficha catalográfica, licencias, catalogación internacional, código de barras, etc.), la Coordinación Editorial se encargará de obtener el aval de publicación por parte del autor o área solicitante sobre la base de un machote (prueba definitiva del formato de publicación), sea éste físico, digital o virtual.

**Artículo 62. Trámites administrativos.** La Coordinación Editorial asumirá la gestión de los procesos administrativos tendientes a la viabilidad financiera y operativas para la impresión de los materiales (cotizaciones, evaluación y selección de proveedores, montaje de requisiciones y seguimiento respectivo, diligenciamiento de formularios de Cámara Colombiana del Libro, seguimiento a órdenes de servicios, etc.).

**Artículo 63. Procedimiento.** Con la autorización de publicación por parte del autor y con la orden de servicio respectiva, se entregarán los archivos al proveedor seleccionado. Para las publicaciones en

sustrato digital o virtual, se enviarán los archivos magnéticos al proveedor o al área interna respectiva.

**Artículo 64. Control de calidad y cronograma.** La Coordinación Editorial será la instancia responsable del seguimiento y control de calidad de la producción o publicación de materiales enviados, así como del cumplimiento del tiempo de entrega pactado.

## **Título VIII SOCIALIZACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE LA PRODUCCIÓN EDITORIAL**

**Artículo 65. Ingreso de los productos al sistema administrativo de la Universidad.** Una vez recibido el producto o servicio de publicación a satisfacción, se procederá a registrar la novedad en el sistema y se solicitará la creación de los centros de costos que permitan la difusión de los materiales.

**Artículo 66. Estrategias de difusión y comercialización.** Las estrategias de socialización y comercialización de la producción editorial serán responsabilidad directa del Administrador de la Tienda Centralista, quien se apoyará en la Coordinación Editorial y en el área solicitante para determinar con mayor precisión los escenarios propicios para estas actividades (eventos académicos o comerciales, instituciones, etc.). De esta manera, se estipulan las siguientes estrategias:

- a) Lanzamiento interno de las novedades editoriales.
- b) Canje con instituciones pares.
- c) Inclusión de la producción editorial en repositorios documentales, índices y bases de datos.
- d) Comercialización (participación en ferias del libro internas, locales, nacionales y regionales, convenios con librerías y distribuidoras, etc.).
- e) Donaciones a instituciones de educación u organizaciones sociales.

**Artículo 67. Autorizaciones para la comercialización de fondos editoriales externos.** Además de estas modalidades de difusión de la producción editorial, la Coordinación Editorial sugerirá la conveniencia de ofrecer espacios dentro de la Universidad para la difusión y comercialización de empresas o fondos editoriales ajenos a la Institución.

**Parágrafo único.** Para tal caso, el solicitante presentará con anterioridad la relación de materiales que ofrecerá y acordará los términos de presentación de sus productos (presentación formal y descuentos especiales) y los beneficios que obtendrán los integrantes de la Universidad.

**Título IX  
SOBRE LOS DERECHOS DE AUTOR**

**Artículo 68.** Los aspectos relacionados con la protección y garantía de los derechos morales y patrimoniales de los autores y de la Institución (en calidad de titular o administrador de los mismos) estarán contemplados en la política institucional de derechos de autor y propiedad intelectual.

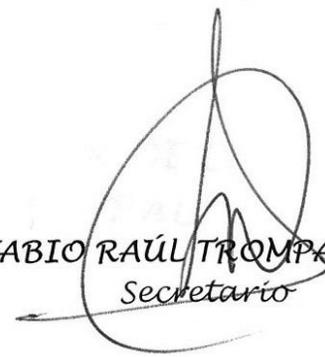
**Artículo 70.** El presente Acuerdo rige a partir de la fecha de publicación y deroga las disposiciones que le sean contrarias.

**PUBLÍQUESE, COMUNÍQUESE Y CÚMPLASE.**

Dado en Bogotá, D.C., a los veinticuatro (24) días del mes de junio de dos mil diez (2010).



**Fernando Sánchez Torres**  
Presidente



**FABIO RAÚL TROMPA AYALA**  
Secretario