
POLÍTICAS EDITORIALES DE LA UNIVERSIDAD CASA GRANDE

1. INTRODUCCIÓN

El trabajo editorial de la UCG se enmarca dentro de su misión, visión y valores y considera dicha labor como un espacio de diálogo, debate y crítica ilustrados.

La política editorial de la UCG se orienta a promover que los miembros de la comunidad universitaria escriban y grafiquen sobre sus ideas, reflexiones y sensibilidad artística de tal manera que formalicen su experiencia académica en diversos campos, para que pueda ser socializada al conjunto de la sociedad civil. A su vez, esta labor apunta a impulsar la lectura de textos y la apreciación ilustrada de productos audiovisuales y gráficos de diversa índole de parte del ciudadano.

2. ALCANCE Y OBJETIVO

El objetivo principal es fomentar la bibliodiversidad y buscar el reconocimiento de la publicación universitaria como un bien de utilidad pública, así como la defensa de la independencia y autonomía editorial, basados en la declaración de derechos humanos de la ONU que postula el derecho a la vida cultural de la comunidad, a gozar de las artes y a participar en el progreso científico y sus beneficios.

Las políticas generales contenidas en este documento deberán ser observadas y aplicadas en todas las publicaciones de la UCG.

3. POLITICAS GENERALES

I. PRINCIPIOS GENERALES

1. Desarrollar las actividades editoriales de textos, gráficas y audiovisuales estrechamente vinculadas con la pedagogía del aprender haciendo. Esto implica incluir la participación estrecha de los estudiantes y profesores.
2. Procurar un equilibrio en la presencia de las diferentes carreras, programas de posgrado u otros sectores académicos de la Universidad en los productos editoriales, así como en las contribuciones de los colaboradores externos.
3. Establecer un balance equilibrado entre las publicaciones con soporte de papel, medios audiovisuales y versiones electrónicas en internet.
4. Considerar prioritario el registro de las marcas y derechos de autor.
5. Fomentar la expansión de redes de circulación, comercialización y distribución de las publicaciones diversas de la UCG. Esto incluye convenios de distribución con librerías privadas, librerías universitarias y por medios electrónicos.

6. Implementar una librería universitaria de la UCG, de administración propia o concesionada a terceros.
7. Fomentar el cumplimiento del principio editorial de venta de las publicaciones realizadas, salvo excepción que lo amerite; así como desarrollar estrategias de marketing para efectos de cumplir con dicho principio editorial de venta.

II. PRODUCTOS EDITORIALES

El trabajo editorial de la UCG incluye las siguientes publicaciones:

1. Revista *Ventanales*. Frecuencia semestral. Su perfil incluye la diversidad de productos internos (y en vinculación con lo externo) académicos, gráficas y fotografías de mayor elaboración y extensión. El nombre de la revista hace alusión a la transparencia, al pluralismo y la libertad de la Universidad Casa Grande.
2. Boletines y revistas especializadas, según las necesidades de la UCG.
3. Sistematizaciones de investigaciones, tesis de grado y posgrado, trabajos en red, prácticas universitarias, proyectos de aplicación profesional y/o de investigaciones. Puede incluir versión electrónica, informes ejecutivos o resúmenes en formato libro.
4. Foros, mesas redondas, encuentros y conferencias locales, nacionales e internacionales desarrolladas en UCG o con la participación de ésta.
5. Revista académica indexada que contenga los campos de investigación de las carreras de grado y programas de posgrados que ofrece la UCG.
6. Libros o colecciones diversas.
7. Publicaciones electrónicas a través de portal Web, blog, redes sociales y otros.
8. Productos audiovisuales como cortometrajes, documentales, casos y puertos (simulaciones profesionales), proyectos de aplicación profesional, etc.
9. Otros que pudieran surgir de acuerdo a las necesidades institucionales.

III. COMITÉ EDITORIAL

El Comité Editorial de la UCG liderará y articulará las acciones y tareas correspondientes a la ejecución del objetivo táctico No. 5: “garantizar la frecuencia y continuidad de las publicaciones académicas ya existentes y de las nuevas a desarrollar”¹ y otras actividades institucionales relativas a publicaciones académicas.

¹ Plan de Mejoras 2014-2015: Vinculación de objetivos estratégicos y tácticos con la Misión y Visión

Son miembros del Comité Editorial de la UCG los más altos directivos de las siguientes instancias:

1. Fundación Innovación y Desarrollo
2. Cancillería
3. Junta Consultiva
4. Publicaciones
5. Posgrados
6. Investigación
7. Extensión de Arte y Cultura
8. Biblioteca
9. Proyectos de Aplicación Profesional (PAP)
10. Carrera de Periodismo
11. Carrera de Diseño Gráfico
12. Gestión Universitaria y Marketing
13. Asesoría legal externa
14. Publicaciones Online

Este Comité podrá ampliar y modificar su conformación, cuando fuere el caso, así como designar los comités específicos para productos editoriales que lo ameriten. Se reunirá cada dos meses.

La Dirección de Publicaciones será responsable de convocar, coordinar, ejecutar, documentar y evaluar las acciones del Comité.