



LINEAMIENTO Y CRITERIOS EDITORIALES PARA PUBLICAR LIBROS

Conocer sobre la política editorial (definida también como línea editorial o declaración de principios) de una empresa editorial o medio de comunicación impreso.



TABLA DE CONTENIDO

- 
- > Introducción
 - 01** Lineamientos y criterios editoriales para publicar libros
 - 02** Relación entre política editorial y línea editorial
 - 03** Ejemplos de política editorial
 - 04** Misión y visión
 - > Cierre
 - > Referencias



Según García Jiménez (2012), la política editorial establece las metas editoriales de la empresa, define el mercado, concreta el segmento dentro del mercado y confirma el compromiso con los objetivos. El hecho de tener claramente definida la **política editorial** y concretado el segmento de mercado proporciona ventajas claras en la actuación diaria: en la selección de autores y obras, en el conocimiento de la competencia y las oportunidades de mercado, en el ajuste preciso de las actuaciones (estrategias-planificaciones).





INTRODUCCIÓN

Rincón Moreno (2010) explica los alcances de la **política editorial**:

Los periódicos y las revistas necesitan fijar una posición clara frente a circunstancias políticas, económicas, religiosas y sociales, así como también dejar explícito cómo serán las relaciones del medio con los diferentes grupos de poder.

También la política editorial de un medio de comunicación expresa su apego y compromiso con la independencia editorial, la democracia, la libertad de expresión, los derechos humanos, etc. Y esa posición ideológica, política, económica y religiosa debe guiar el trabajo diario en esa publicación.

Para un medio de comunicación impreso es vital tener una política editorial que sea coherente con sus principios, con su misión, su visión y sus valores. Este postulado se convertirá en la brújula que guiará la toma de decisiones en el medio de comunicación. [...]

El encargado de esbozar la política editorial de un medio de comunicación es el director del medio, y para garantizar su cumplimiento se vale de los gatekeepers o guardabarreras (jefe de redacción, jefe de información, jefes de sección, etc.), quienes tienen en sus manos la responsabilidad de que todos los contenidos sean manejados de acuerdo con esos postulados ideológicos. (pp. 121-123)

09.03.2020 - 15.0
Week 11

SOCIETY & P
Ansv
your

Ullamcorp
massa eget i
dolor sit ame
ut ali quan
congue aliqu

— The choi
diode.

Hac habitasse
eros donec ac uori tempor. Quam euipisci
vitae proin sagittis nisl rhoncus. Viverra orci sagit
tis eu volutpat.

— The use of dosimeters in everyday
life. Useful tips.

Vulputate sapien nec sagittis aliquam malesuada
bibendum arcu vitae elementum. Euismod lacinia
at quis risus sed vulputate odio ut enim.

— How to apply fertilizers for home
plants.

Nisi condimentum id venenatis a condimentum
vitae sapien pellentesque. Sed id semper risus in.
Enim praesent elementum facilisis leo.

www.example.com

quam purus. Arcu cursus vitae
congue mauris rhoncus aenean vel
elit. Commodo odio aenean sed
adipiscing diam donec adipi
scing tristique risus.

**Lore ipsum dolor sit amet,
consectetur adipiscing elit.**

— Jack Blackwood, Doctor of Science

2

Since 1999

— Linda Slovakia

Amet nisi purus in mollis nunc
sed id. Eu nisl nunc mi ipsum. Sed
blandit libero volutpat sed cras
omnare arcu dui vivamus. Dolor sit
amet consectetur adipiscing elit
duis tristique sollicitudin. Eros
donec ac odio tempor.

Call Us Now
+(0) 123456 789
It's free!

www.example.com

faucibus turpis in eu mi.
www.sci-day.com/radiation/



3

NAL INDUSTRY
lizers an
activity.

TEST:

incidunt vivar sapien et
tempor. Ut ante augue inter
aliquam. Fermentum
ist. Iam. Malesuada
at. Etiam.

1. Eget facilisis
etiam dignissim.
2. Pellentesque nec
nam aliquam sem.
3. Enim nulla aliquet
porttitor lacus luctus.

— Linda Dikta,
Chief Editor

— Steven Klow, Dr. professor

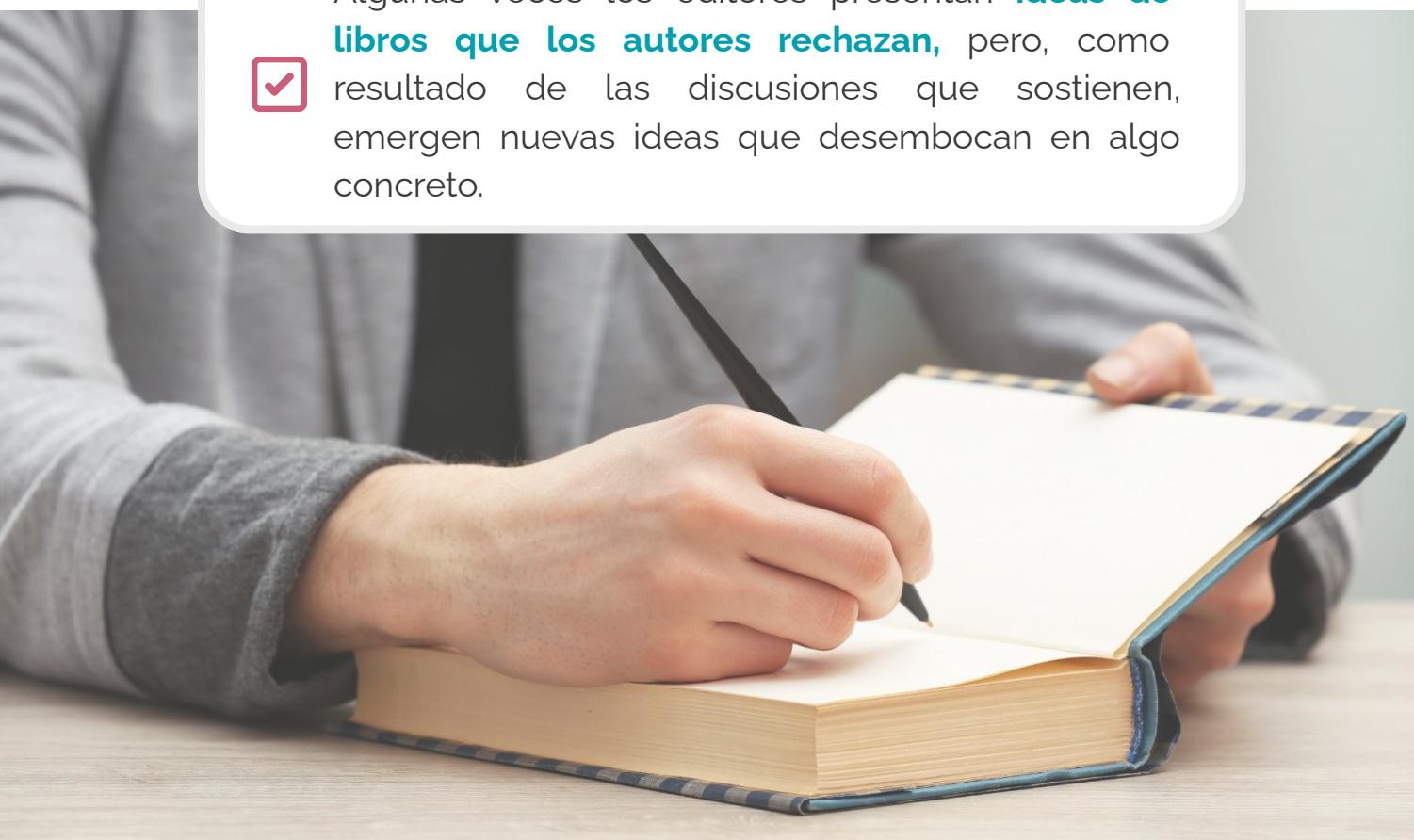
Since 1989

Davies (2006, pp. 4-5) explica los criterios que siguen los editores para escoger a sus autores. A continuación, se describe el caso de encargar una obra a un autor:

Un editor busca de manera activa a **autores con una trayectoria** reconocida y les presenta buenas ideas de libros.

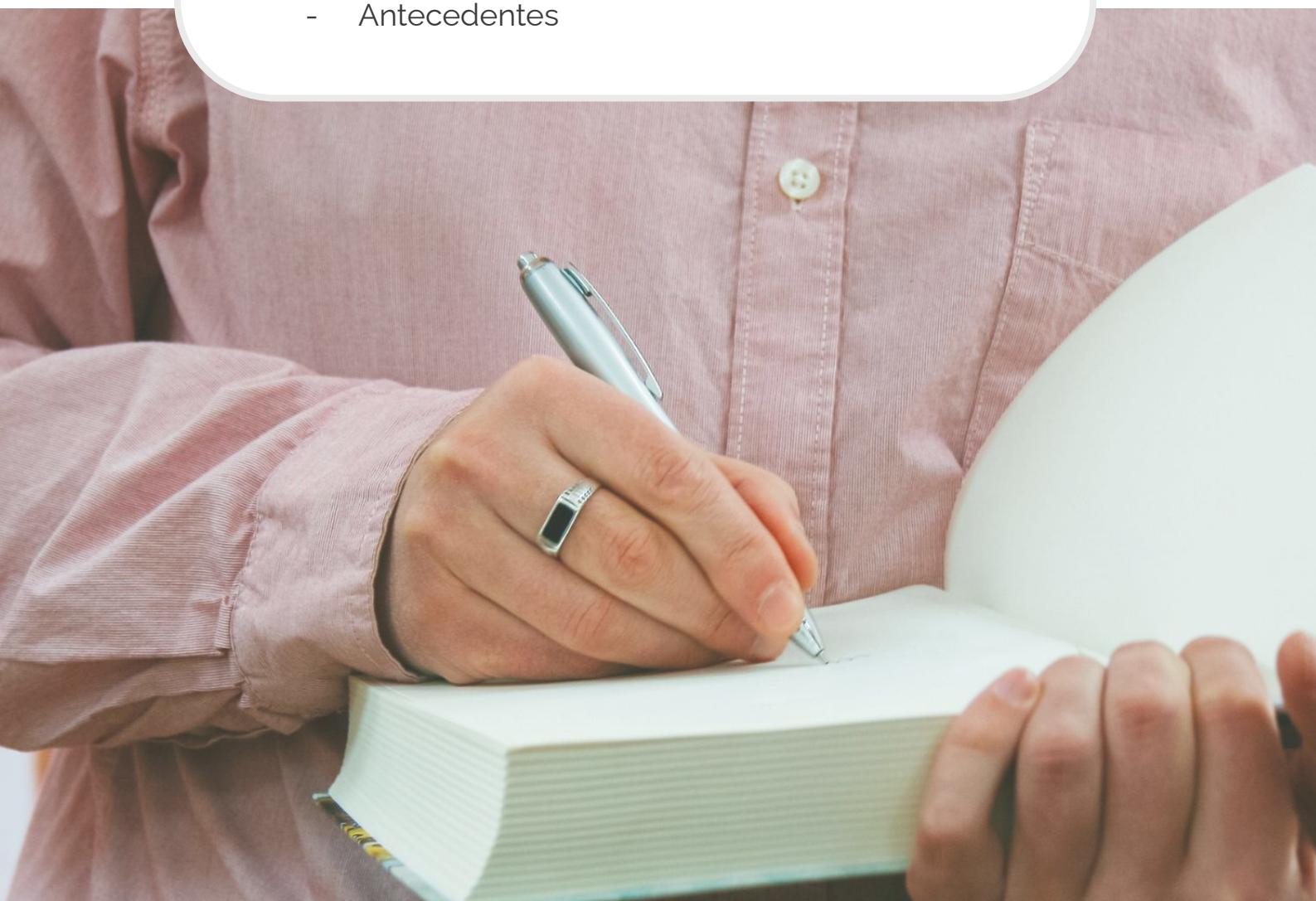
El editor **identifica** determinados temas e ideas y busca un experto reconocido que los desarrolle.

Algunas veces los editores presentan **ideas de libros que los autores rechazan**, pero, como resultado de las discusiones que sostienen, emergen nuevas ideas que desembocan en algo concreto.



En ocasiones, los editores encuentran algo ya publicado, pero tal vez muy limitado, y usan las ideas contenidas en ese material como un punto de partida para crear algo más ambicioso. Cuando los editores reciben manuscritos o propuestas, estos son los **parámetros que siguen para seleccionar autores:**

- Calificación para realizar la tarea
- Reputación en un área temática o un campo
- Pruebas de su habilidad para escribir
- Antecedentes



En el caso de las **revistas universitarias**, se conforma un comité de árbitros, es decir, expertos en la materia tratada en la revista, con el propósito de garantizar la calidad y la confiabilidad de los artículos que se publican. El proceso suele tener varias etapas, las cuales podemos ver reflejadas en los lineamientos de la revista *Lenguaje*, de la Universidad del Valle, de Cali, Colombia:

Paso 1:

Lo primero que se hace al recibir un trabajo es someterlo a un examen utilizando diferentes mecanismos para detectar posible **plagio o autoplagio**. Posteriormente, el comité editorial se encarga de hacer la preevaluación que tendrá una duración máxima de dos semanas. Dependiendo del resultado, se rechaza o se continúa con el proceso y se envía a dos pares evaluadores bajo la modalidad de doble ciego, en principio externos a la institución editora, a los cuales se les dan cuatro semanas de plazo para enviar su concepto.

Paso 2:

Para la evaluación, los pares evaluadores son elegidos de acuerdo con **criterios editoriales exigidos por las bases bibliográficas e índices**: investigadores activos en la disciplina con publicaciones científicas que den cuenta de los conocimientos apropiados sobre el tema para evaluar el texto. El equipo editorial procura que los evaluadores respeten las condiciones del proceso de evaluación en la modalidad de doble ciego, que se ajusten a los parámetros de valoración de manera crítica, ética y respetuosa.

Paso 3:

Si los resultados de las evaluaciones son positivos y no implican cambios, **se aprueba el trabajo** para publicación. Si las evaluaciones son positivas, pero los evaluadores sugieren cambios, se les remiten al autor para que haga los ajustes correspondientes. Si las evaluaciones son negativas, se rechaza el trabajo. Si hay disparidad en las evaluaciones, en tanto haya una positiva y otra negativa, se solicita el concepto de un tercer par evaluador, quien tendrá cuatro semanas para emitir su concepto.

Paso 4:

Una vez enviado el dictamen por parte de los pares, se procede a **reenviar las sugerencias al autor**, que contará con dos semanas a partir de la fecha de envío para hacer llegar una nueva versión de su trabajo. Cuando se recibe la segunda versión, se envía nuevamente a los pares evaluadores para que emitan un concepto sobre el estado del trabajo en un plazo de dos semanas. Si los conceptos son negativos, se decide no publicar dicho trabajo. Si los conceptos son positivos, se aprueba la publicación del trabajo.

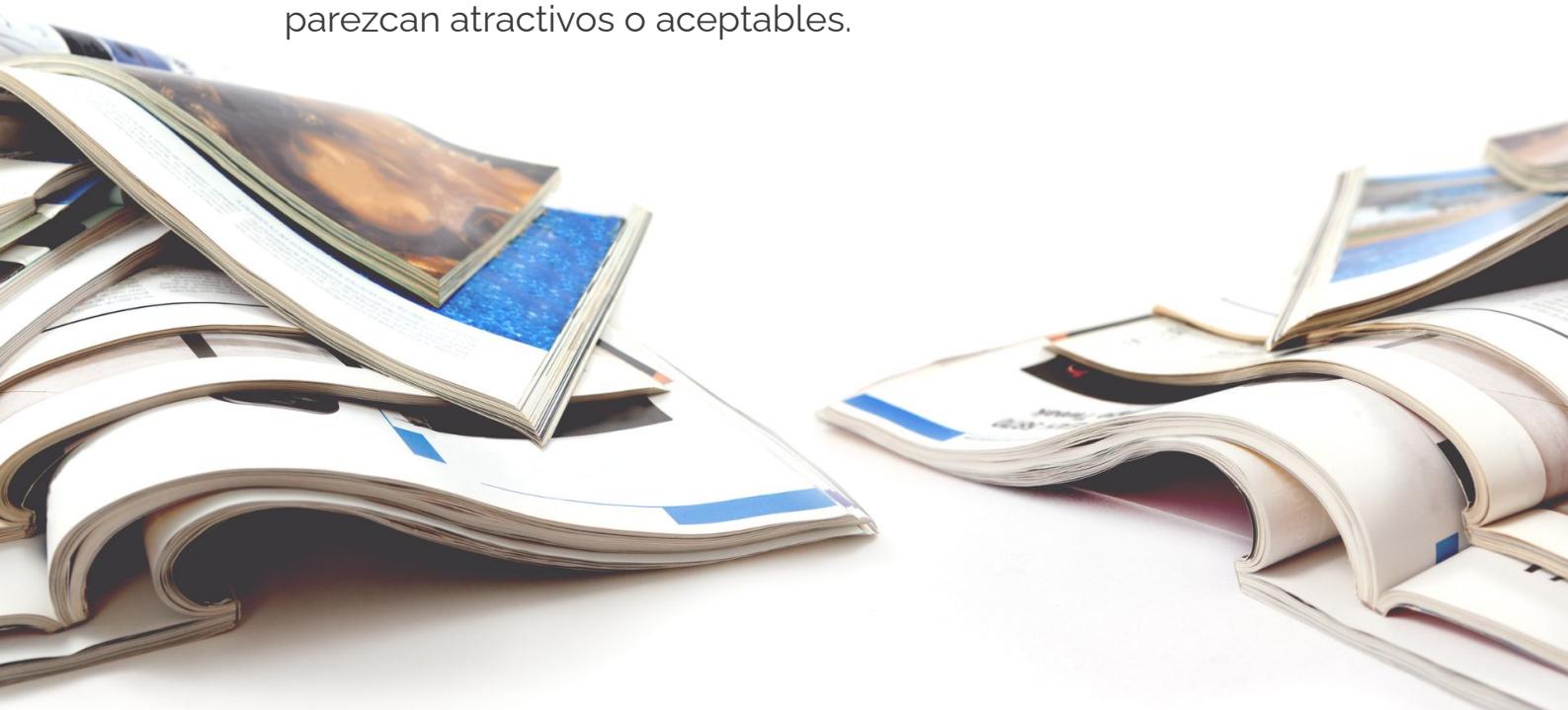
Los tiempos establecidos en este proceso pueden variar teniendo en cuenta diferentes circunstancias: algunos evaluadores solicitan plazos adicionales para la evaluación; pueden hacerse varias revisiones con modificaciones; algunos ajustes y su verificación requieren más del tiempo establecido; y, en algunos casos, se necesita un tercer evaluador. Por estas razones, la revista ha determinado seis meses como tiempo máximo entre la recepción de los artículos y la aceptación para su publicación. (p. 181).

El catálogo:

Davies (2006, pp. 10 y ss.) explica las **características que posee un catálogo**, bien sea tan amplio como obras literarias o bien sea reducido para libros más técnicos. Según la autora, los catálogos se organizan en torno de un mercado. Primero, según el tema; luego, según el lector. Además, es necesario evaluar si habrá suficientes lectores que justifiquen la presencia de ese producto en particular, es decir, **las fuerzas de la oferta y la demanda**.

En resumen, un catálogo:

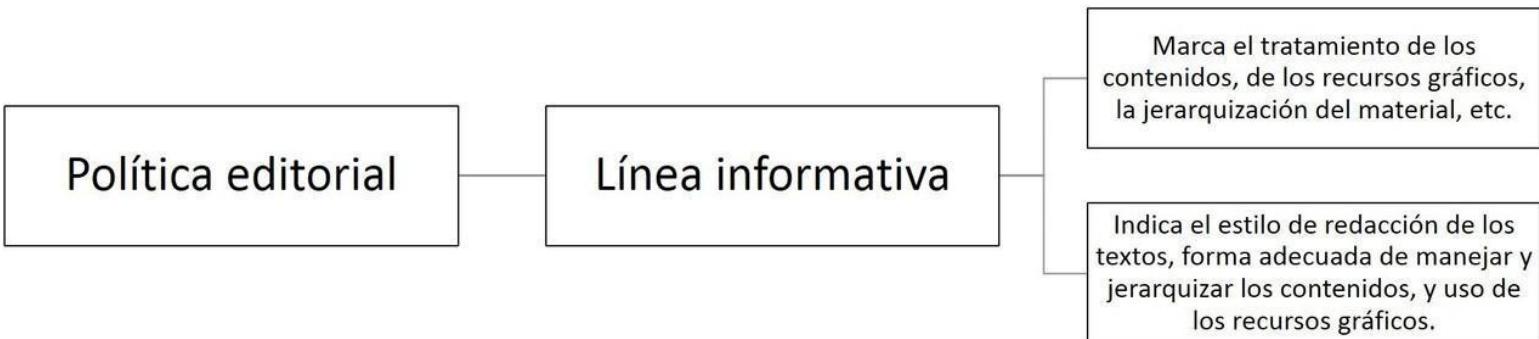
- ➊ Refleja una necesidad o apetencia percibida respecto de un producto relacionado con un tema, un campo de interés o una actividad de ocio.
- ➋ Tiene lectores que están dispuestos a comprarlo si se presenta en un nivel que satisfaga sus necesidades o apetencias.
- ➌ Esos mismos lectores también tienen expectativas de que el producto venga en formatos particulares y a precios que les parezcan atractivos o aceptables.



Gustavo Sorá (2017), por su parte, sostiene que un catálogo puede conformarse por libros comerciales y no comerciales, muchas veces mediados por el perfil del editor:

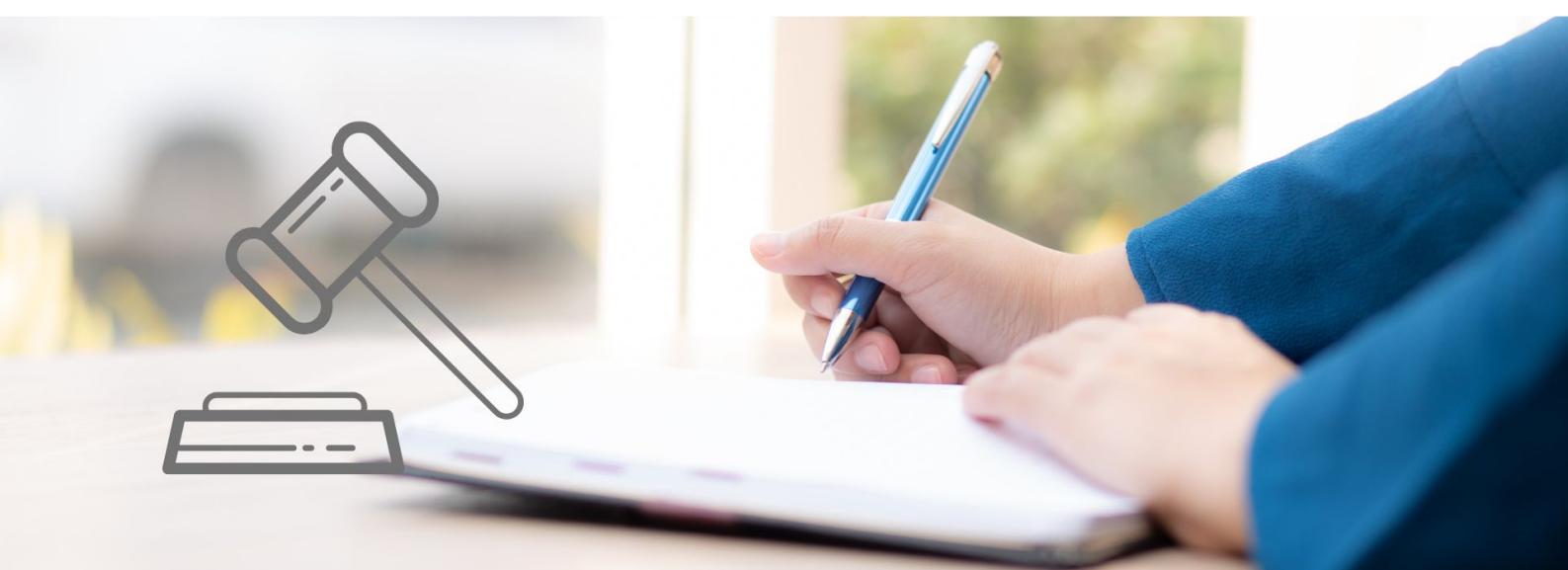
Además de la selección y comunicación de ideas por su significación, belleza o trascendencia, los contenidos de un catálogo decantan los acuerdos y desacuerdos entre múltiples agentes situados dentro y fuera de una editorial. En aquellos productores de libros que privilegian la acumulación de capital simbólico por sobre la veloz rotación del dinero, los destinos del emprendimiento se solapan con la trayectoria del director y de los intelectuales más influyentes en su entorno. (p. 13).





Fuente: Política editorial y línea editorial. Elaboración propia (s.f.)

Como se puede apreciar en el esquema, la política editorial y la línea informativa son conceptos relacionados pero diferentes. **La política editorial** establece los fundamentos que regirán la publicación, mientras que la línea informativa se enfoca en su implementación a través de la redacción y los recursos gráficos. **Rincón Moreno (2010)** explica que estos **parámetros de manejo de los contenidos** deben estar plasmados en el manual de estilo del medio de comunicación y que son de obligatorio cumplimiento para todos los redactores, reporteros o periodistas que laboren en él.



03 Ejemplos de política editorial

A continuación se exponen sendos ejemplos de política editorial de dos publicaciones periódicas: **el semanario *La Razón* y la revista *Debates IEZA*.**

Semanario *La Razón*:

La Razón es un periódico independiente, de circulación nacional, de información general, con una clara vocación latinoamericana, defensor de la democracia pluralista y participativa.

La Razón acoge en sus páginas todas las tendencias del pensamiento y cada autor es responsable de los conceptos emitidos en sus respectivos artículos.

La Razón rechazará siempre cualquier presión de personas, partidos políticos, grupos económicos, religiosos o ideológicos que traten de imponer la información al servicio de sus intereses.

Esta independencia es la garantía de los derechos de los lectores, razón de ser de nuestro trabajo profesional.

"Estoy en desacuerdo con lo que dices, pero defenderé hasta la muerte tu derecho a decirlo". Evelyn Beatrice Hall (1868-1939).

Revista Debates IESA:

Debates IESA tiene como finalidad **promover la discusión pública** sobre la gerencia y su entorno, mediante la difusión de información y la confrontación de ideas.

Es publicada trimestralmente por el Instituto de Estudios Superiores de Administración de Caracas, Venezuela.

Debates IESA está dirigida a quienes ocupan **posiciones de liderazgo** en organizaciones públicas o privadas de toda índole.





El objetivo es propiciar la comunicación entre gerentes, funcionarios de gobierno, políticos, empresarios, consultores e investigadores.



En Debates IESA tienen cabida los artículos que examinan temas de actualidad, análisis de políticas públicas y empresariales, aplicaciones de las ciencias administrativas y hallazgos de las ciencias sociales.



Son bienvenidas, también, las **exposiciones de teorías y modelos novedosos**, reseñas de publicaciones y críticas o discusiones de artículos publicados en esta u otras revistas.





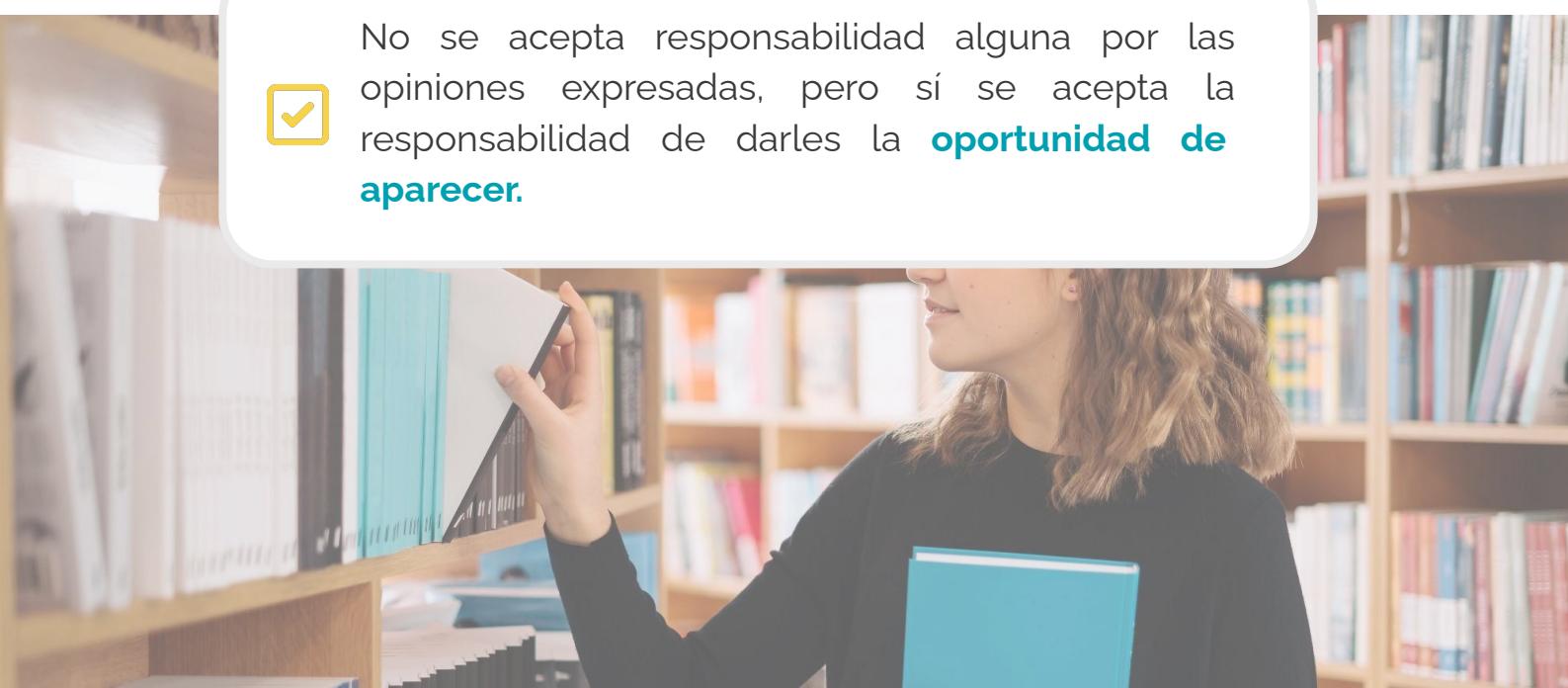
Debates IESA es una **revista arbitrada**. El editor enviará una copia anónima de cada artículo a dos árbitros, quienes emitirán alguno de los juicios siguientes: el artículo debe publicarse tal como está, requiere cambios o no debe publicarse.



Los artículos publicados en **Debates IESA** no expresan consenso alguno, ni la revista se identifica con corrientes o escuelas de pensamiento. Además, los autores pueden estar en desacuerdo.



No se acepta responsabilidad alguna por las opiniones expresadas, pero sí se acepta la responsabilidad de darles la **oportunidad de aparecer**.



Cualquier empresa, y con más razón si es editorial, debe tener claro dónde está y hacia dónde va. Esto le permitirá definir su identidad, sus políticas editoriales y hojas de ruta para nuevos emprendimientos. Esto lo encontramos en la **misión y visión**. Espinosa (2016) explica la definición de cada una y, a manera de orientación, una serie de preguntas que facilitarán la definición de cada aspecto:

Misión:

Define, principalmente, cuál es nuestra labor o actividad en el mercado. Para ello nos ayudará responder algunas preguntas:

- ▶ ¿Qué hacemos?
- ▶ ¿Cuál es nuestro negocio?
- ▶ ¿A qué nos dedicamos?
- ▶ ¿Cuál es nuestra razón de ser?
- ▶ ¿Quiénes son nuestro público objetivo?
- ▶ ¿Cuál es nuestro ámbito geográfico de acción?
- ▶ ¿Cuál es nuestra ventaja competitiva?
- ▶ ¿Qué nos diferencia de nuestros competidores?



Visión:

Define las **metas que pretendemos conseguir en el futuro**. Estas metas tienen que ser realistas y alcanzables, puesto que la propuesta de visión tiene un carácter inspirador y motivador. Para ello nos ayudará responder las siguientes preguntas:

- ➡ ¿Qué quiero lograr?
- ➡ ¿Dónde quiero estar en el futuro?
- ➡ ¿Para quién lo haré?
- ➡ ¿Ampliaré mi zona de actuación?

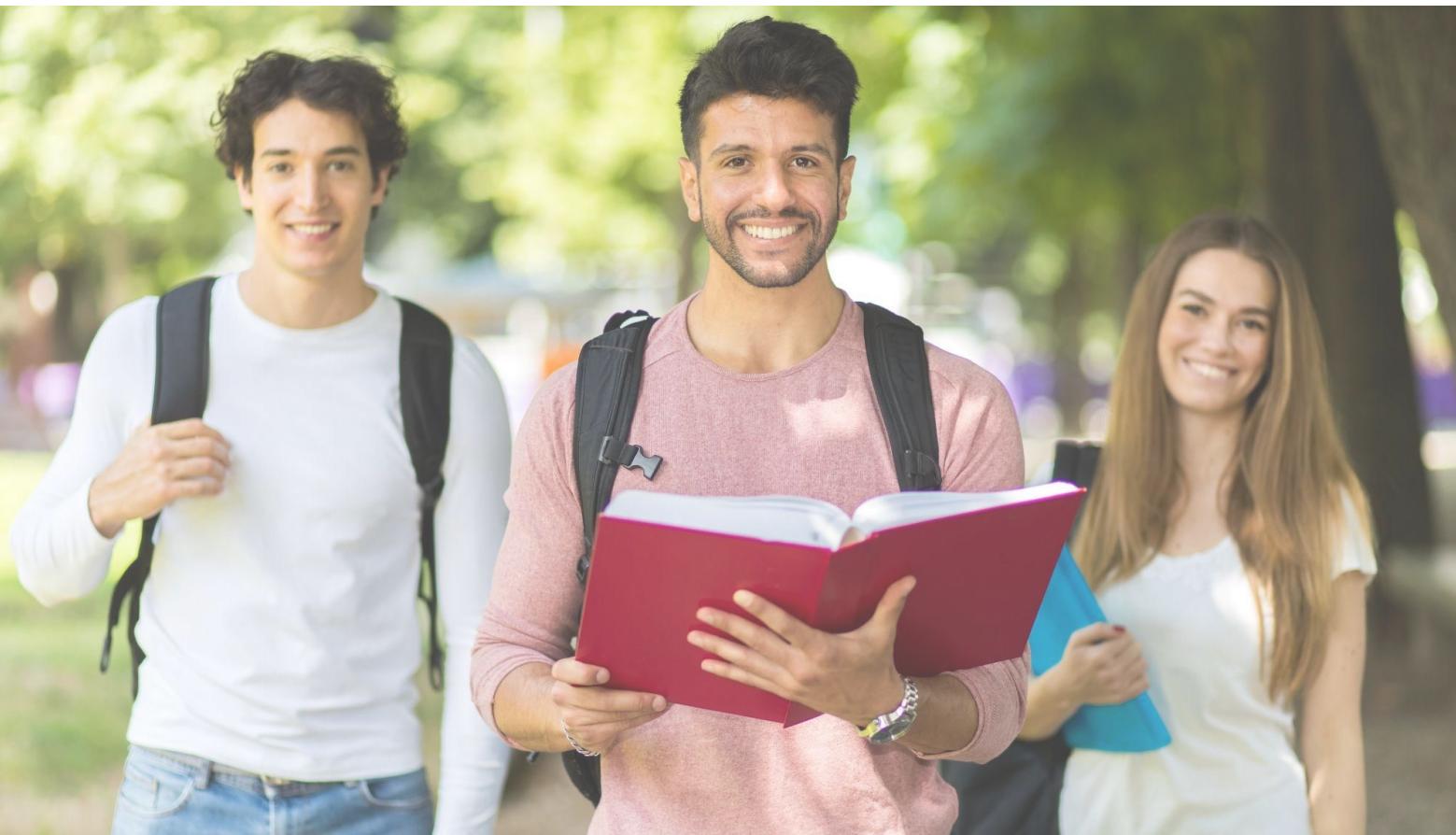
Para exemplificar esto presentamos la misión y visión de una de las editoriales más importantes de Latinoamérica: Fondo de Cultura Económica.





Misión

El FCE es una institución editorial del Estado mexicano, que edita, produce, comercializa y promueve obras de la cultura nacional, iberoamericana y universal, a través de redes de distribución propias y ajena, dentro y fuera de nuestras fronteras. Nuestras acciones se orientan a la **creación, transmisión y discusión de valores e ideas**, así como a la formación de lectores, estudiantes y profesionistas.



Visión

Seremos una editorial esencial en **la discusión y creación de las ideas en los diferentes campos del saber** cuya acción seguirá contribuyendo a consolidar la identidad de la región y a integrar una agenda pública, cultural y científica iberoamericana con un amplio sentido social y para todas las edades.

Como se ha podido apreciar, la política editorial brinda mecanismos para determinar qué se publica, qué no se publica y cómo se publica. Dependiendo de múltiples factores, que pueden ser comerciales o culturales, existirán editoriales y medios de prensa especializados en determinadas temáticas o, por el contrario, empresas editoriales que apuestan por tener un catálogo muy variado y amplio, con el propósito de llegar a un número mayor de lectores. Un catálogo coherente contribuirá a **la consolidación no solo de una identidad, sino que garantizará la calidad esperada por los lectores.**





REFERENCIAS

Davies, G. (2006). *Gestión de proyectos. Cómo encargar y contratar libros.* Fondo de Cultura Económica.

Espinosa, R. (2016). "Cómo definir misión, visión y valores en la empresa". En Roberto Espinosa. *Blog sobre marketing y ventas* [Página web en línea]. <http://robertoespinosa.es/2012/10/14/como-definir-mision-vision-y-valores-en-la-empresa>

García Jiménez, J. (2012). *Tratado de producción editorial. El sector y su historia. Edición, derechos, fabricación y comercialización de productos editoriales.* Visión Libros.

Lenguaje (2020). *Sobre la revista.*

<https://revistalenguaje.univalle.edu.co/index.php/lenguaje/about/#peerReviewProcess>

Rincón Moreno, I. (2010). *Manual para la producción de periódicos y revistas* [Trabajo de ascenso]. UCAB.

Sorá, G. (2017). *Editar desde la izquierda en América Latina. La agitada historia del Fondo de Cultura Económica y de Siglo XXI.* Siglo XXI Editores.



Has culminado la revisión del tema