



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MÉXICO
FACULTAD DE ARQUITECTURA Y DISEÑO

**LA ACTIVIDAD EDITORIAL EN LA EDUCACIÓN SUPERIOR A TRAVÉS DE LA
GESTIÓN DE CONOCIMIENTO POR MEDIO DE REDES PARA EL DESARROLLO DE
UNA SOCIEDAD DE CONOCIMIENTO.
CASO PARTICULAR: FACULTAD DE ARQUITECTURA Y DISEÑO,
UAEMÉX.**

**QUE PARA OBTENER EL GRADO DE MAESTRA EN DISEÑO
PRESENTA**

LDG. Mayra Berenice Ortega Barrón

DIRECTORA DE TESIS

Mtra. Flor de María Gómez Ordoñez

Toluca, México abril, 2012

■ **INTRODUCCIÓN**

■ **CAPÍTULO 1. EL CONOCIMIENTO Y SU GESTIÓN A TRAVÉS DE LAS REDES PARA LA INTEGRACIÓN DE UNA SOCIEDAD DE CONOCIMIENTO.**

1.1. EL CONOCIMIENTO

1.1.1. Conceptos

a) El devenir historiográfico – filosófico del conocimiento

- Platón “La gnoseología como acercamiento a la verdad”
- Aristóteles “Procedimiento intelectual: percepción y lógica”
- Edad Media “Abstracción de conceptos por la percepción sensorial”
- Edad Moderna “Libertad y autonomía de la razón”
- René Descartes “El Racionalismo por intuición y deducción”
- John Locke “El Empirismo a través de ideas y sensaciones”
- David Hume “Ausencia de certeza. Escepticismo”
- Emmanuel Kant “Trascendentalismo. *A priori* y *A posteriori*”
- Wilhem Friedrich Hegel “Conocimiento certero de la realidad”
- Edmund Husserl “La fenomenología, el acto de conocer y el objeto conocido”
- Martín Heidegger “Certeza absoluta con fenomenología empírica”
- John Dewey “Unidad orgánica . Analogía naturalista”
- Michael Polanyi “Conocimiento explícito y tácito”
- Johannes Hessen “Fenómeno de conciencia entre sujeto y objeto”
- Luz del Carmen Vilchis “Acercamiento a la realidad y su aprehensión en la conciencia”
- Edgar Morín “Traducción, reconstrucción implica interpretación”
- Otros pensadores: Rolando García, Karl Erik Sveiby, Ikujiro Nonaka y Takeuchi Hirotaka, Cristina Cortina y Héctor Parker, Axel Didriksson “Epistemología contemporánea”.

1.1.2. La disimilitud entre datos, información, conocimiento, entendimiento y sabiduría.

1.1.2. El Aprendizaje

a) Aprendizaje colaborativo

1.2. GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO (GC)

1.2.1. El Capital Intelectual en la GC

1.3. REDES DE CONOCIMIENTO (RC)

1.3.1. Características de las Redes de Conocimiento

1.3.2. La tipología en las RC

- a. Redes académicas
- b. Redes de investigación
- c. Redes de colaboración
- d. Redes universitarias

1.3.3. Modelos de colaboración para RC

- a. Redes Intrauniversitarias o centralizadas
- b. Redes Interuniversitarias o integradas
- c. Redes Transuniversitarias o convergentes

1.3.4. Innovación a través de RC

- a. Modelo para identificar en qué fase de innovación se encuentra una organización
- b. Actores principales para desarrollar el capital intelectual del que dispone una institución u organización

1.3.5. Arquitectura de las RC

1.4. LA SOCIEDAD DEL CONOCIMIENTO (SC)

1.4.1. Acciones para una Sociedad de Conocimiento en México

■ CONCLUSIONES

■ REFERENCIAS DE CONSULTA

■ **CAPÍTULO 2. LA ACTIVIDAD EDITORIAL EN INSTITUCIONES DE EDUCACIÓN SUPERIOR (IES) EN MÉXICO.**

2.1. BREVE REGISTRO DEL QUEHACER EDITORIAL UNIVERSITARIO

2.2. LA ACTIVIDAD EDITORIAL EN LAS IES DE MÉXICO

2.2.1. La editorial universitaria como empresa

2.3. PANORAMA DE LAS EDITORIALES UNIVERSITARIAS PÚBLICAS

2.3.1. El prestigio universitario a través de la edición.

Caso particular: UNAM, UAM y UDG

a. UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO (UNAM)

- **PRECEDENTE HISTÓRICO**
- **EL PROGRAMA EDITORIAL A TRAVÉS DE UN MODELO DE TRANSFERENCIA DE INFORMACIÓN Y CONOCIMIENTO, GC**
 - a) Proceso de Interiorización / Investigación y Planeación estratégica
 - b) Proceso de Socialización / Organización y Formalización
 - c) Proceso de Exteriorización / Materialización
 - d) Proceso de Combinación / Aplicación y evaluación
- **REDES INTER, INTRA Y TRANSUNIVERSITARIA**
- **CONFORMACIÓN DE UNA SOCIEDAD DE CONOCIMIENTO. CONSECUENCIA EDITORIAL UNIVERSITARIA**
- **ESTADÍSTICAS DE LA PRODUCCIÓN EDITORIAL**

b. UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA (UAM). DIVISIÓN DE CIENCIAS Y ARTES PARA EL DISEÑO, UNIDAD XOCHIMILCO.

- **PRECEDENTE HISTÓRICO**
- **EL PROGRAMA EDITORIAL A TRAVÉS DE UN MODELO DE TRANSFERENCIA DE INFORMACIÓN Y CONOCIMIENTO, GC**
 - e) Proceso de Interiorización / Investigación y Planeación estratégica
 - f) Proceso de Socialización / Organización y Formalización
 - g) Proceso de Exteriorización / Materialización
 - h) Proceso de Combinación / Aplicación y evaluación
- **REDES INTER, INTRA Y TRANSUNIVERSITARIA**
- **CONFORMACIÓN DE UNA SOCIEDAD DE CONOCIMIENTO. CONSECUENCIA EDITORIAL UNIVERSITARIA**
- **ESTADÍSTICAS DE LA PRODUCCIÓN EDITORIAL**
- **TRANSFERENCIA DEL CONOCIMIENTO EXPLÍCITO COLECTIVO.**

UN TRIBUTO A LA ACTIVIDAD EDITORIAL MEXICANA

c. UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA (UDG)

- **PRECEDENTE HISTÓRICO**
- **EL PROGRAMA EDITORIAL A TRAVÉS DE UN MODELO DE TRANSFERENCIA DE INFORMACIÓN Y CONOCIMIENTO, GC**
 - i) Proceso de Interiorización / Investigación y Planeación estratégica
 - j) Proceso de Socialización / Organización y Formalización
 - k) Proceso de Exteriorización / Materialización
 - l) Proceso de Combinación / Aplicación y evaluación
- **REDES INTER, INTRA Y TRANSUNIVERSITARIA**
- **CONFORMACIÓN DE UNA SOCIEDAD DE CONOCIMIENTO. CONSECUENCIA EDITORIAL UNIVERSITARIA**
- **ESTADÍSTICAS DE LA PRODUCCIÓN EDITORIAL**
- **TRANSFERENCIA DEL CONOCIMIENTO EXPLÍCITO COLECTIVO. UN TRIBUTO A LA ACTIVIDAD EDITORIAL MEXICANA**

■ CONCLUSIONES

■ REFERENCIAS DE CONSULTA

■ **CAPÍTULO 3. LA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MÉXICO Y LA FACULTAD DE ARQUITECTURA Y DISEÑO**

3.1. LA UNIVERSIDAD DEL ESTADO DE MÉXICO Y EL QUEHACER EDITORIAL

- Dirección de Divulgación Cultural
- Departamento Editorial
- Departamento de Diseño Gráfico
- Departamento de Comercialización y Distribución Editorial
- Política Editorial

3.1.1. Estadísticas de la producción Editorial

3.1.2. Organismos Académicos y sus publicaciones periódicas científicas y académicas

3.2. FACULTAD DE ARQUITECTURA Y DISEÑO. ANÁLISIS Y REFERENTES EDITORIALES

3.2.1. El presente

3.2.2. Origen de la GC

3.2.3. Redes inter, intra y transuniversitaria, como apoyo a la actividad editorial de la universidad

3.2.4. Diagnóstico FODA

■ **CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

■ **REFERENCIAS DE CONSULTA**

■ **ANEXOS**

Al comenzar el siglo XXI, en México ha existido una mayor preocupación por las Instituciones de Educación Superior sobre el tema de la edición universitaria. Lo anterior porque enfrentan retos enormes, en varios ámbitos como los que tienen que ver con las funciones de docencia, investigación y difusión. Por tal motivo es comprensible que el tema de edición universitaria cobre tanta importancia en este nivel educativo. Pues se ha comprendido que la razón de su existencia es fomentar el incremento de la capacidad interna de creación del conocimiento y de su difusión. Estableciendo los puentes entre los profesores, investigadores, y el órgano editorial, pero sobre todo y primordialmente con la comunidad estudiantil, con la misma sociedad y con el mercado laboral. Por lo cual, es importante dedicar este proyecto a tal problemática, para buscar posibles alternativas de solución, basadas en las características particulares de la Facultad de Arquitectura y Diseño de la Universidad Autónoma del Estado de México.

El conocimiento es la base y el principio de toda entidad educativa. Es aquello que capta la mente humana de los fenómenos que lo circundan, requiriendo para esto la existencia de tres elementos: un sujeto o persona que conoce, un objeto de conocimiento y la relación entre sujeto y objeto. Consiste en el “cómo”, “*know-how*”, “*saber hacer*”. Es decir, se conoce como trabaja un sistema o cómo hacerlo trabajar de forma deseable, manteniendo y controlando los objetos, los sistemas y los eventos posibles.

Además, como ya es sabido, el conocimiento puede obtenerse a través de la experiencia, que puede ser por prueba y error; así como a través de la experimentación de alguien que lo ha adquirido por experiencia propia o de otros.

La sociedad es una parte importante para las universidades, para este ámbito educativo es de vital importancia poder generar mediante sus aportaciones **sociedades de conocimiento**. Por lo que las mismas Instituciones de Educación Superior (IES) consideran necesario actuar para que los conocimientos de que son ya depositarias, se articulen con nuevas formas de elaboración, adquisición, difusión y divulgación del conocimiento. La UNESCO en su informe del 2005, considera a la Sociedad del conocimiento como “un bien público que ha de estar a disposición de todos”.

En toda organización social hay una trama de redes dentro de las cuales los individuos mantienen relaciones privilegiadas, ya sean de tipo familiar, étnico, económico, profesional, social, religioso o político. A éstas organizaciones Manuel Castells las denomina “**sociedades en redes**”.

Para ello, es necesario que las actividades no sólo estén dirigidas para construir vínculos con las empresas, se deben ampliar y profundizar los nexos con instituciones educativas, centros de investigación y la propia industria. Esto permitirá la generación de **redes de académicos y científicos** comprometidos con el desarrollo de la ciencia y

la tecnología en el país. Las redes deben estar en constante movimiento para que su resultado sea la pronta internacionalización del conocimiento.

En las IES es necesaria esta actividad y desarrollo en redes, porque con ella se pueden construir **redes de conocimiento**, que pueden ser efectivas a través de una de las acciones que realizan las universidades, publicar, según su definición es hacer manifiesta al público una cosa. Pero en ocasiones los organismos académicos integrantes a dichas instituciones no cumplen en su totalidad. Según Celia del Palacio Montiel, “en muchas universidades del país la labor editorial se encuentra relegada, sin que se tome en cuenta la enorme importancia que tiene la difusión de la producción académica y cultural, olvidando la relevancia social y política de esta divulgación”. La labor editorial es la cara de una institución y sus publicaciones crean y difunden su carta de presentación.

Desde otra perspectiva, para Jaime Jaramillo Uribe "**La editorial universitaria** debe ser una empresa, aunque haya nacido del medio universitario, debe cumplir exigencias de racionalidad económica propias de toda compañía si no quiere convertirse en un lastre que, tarde o temprano, no podrá ser soportado por la universidad". Concepto que se ajusta a la actividad editorial que realiza la **Universidad de Guadalajara, México**.

Sin embargo, dado lo anterior, es importante, ser conscientes que la edición universitaria no resulta sola, sino más bien a través de un **Programa Editorial** que permita respaldar la producción de publicaciones. Así como concebir, planear, producir y comercializar; promover métodos y recursos para hacer más eficaz la organización; discutir y establecer criterios editoriales modernos y profesionales. Brindar asistencia técnica y administrativa a los Comités Editoriales en sus tareas de dictaminación con la finalidad de agilizar y hacer eficientes sus actividades, procurando acortar el tiempo empleado en ellas, además de llevar un seguimiento preciso de todas las tareas.

Entre sus funciones también están realizar los procesos de corrección de estilo, cuidado de edición, diseño, producción y difusión. Se gestionan los trámites legales correspondientes a las diversas publicaciones por medio de un área de Asuntos Jurídicos. Se enlaza y gestiona la distribución de las publicaciones mediante los conductos que para el efecto tiene cada universidad.

Dada esta visión, es importante conocer la situación que aqueja a algunas, universidades, divisiones y centros de educación superior, en el ámbito editorial universitario. Y para ello es importante, ser consciente de la problemática que actualmente aqueja a este nivel educativo. Siendo esto importante para el presente proyecto de investigación.

La importancia de este trabajo radica en combatir algunas causas que conllevan a la problemática que enfrenta la producción editorial actual en las IES. Algunas causas pueden ser las siguientes: publicar de manera indiscriminada; no realizar ningún estudio para determinar tiraje o especificar el tipo de publicación que se va a producir; no contar con indicadores claros de cuál es el impacto real que las publicaciones tienen en la sociedad a la que sirven, siendo que teóricamente su producción va dirigida a un público específico. Además una desvinculación

entre los programas de estudio y los programas editoriales, así como una carencia de políticas editoriales claras; falta de interés en la comunidad para la producción de contenidos, ausencia de una organización para la distribución y comercialización de las publicaciones, entre otras.

En el caso de la **Universidad Autónoma del Estado de México**, que cuenta con un Programa Editorial, en algunos casos enfrenta tales circunstancias. Como lo es, en la Facultad de Arquitectura y Diseño, que en las últimas décadas ha venido desarrollando un trabajo editorial, pero que para lograr un mayor reconocimiento institucional hace falta seguir “*tallando piedra*” para lograr un prestigio editorial universitario. Se han realizado esfuerzos por cumplir con esta labor, pero poniendo mayor énfasis en la actividad se pueden cumplir con las necesidades de colaboración y transmisión del conocimiento dentro del mismo organismo académico.

Es por esto que la hipótesis de esta investigación considera que cuando existe la labor editorial universitaria mediante un Programa Editorial basado en un modelo de transferencia de conocimiento como parte de una estrategia de GC, entonces se logrará la difusión y divulgación de la producción académica y científica de calidad, mediante diversas publicaciones, que se enriquecen del trabajo en redes de conocimiento permitiendo una identidad y reconocimiento institucional, obteniendo un desarrollo en la Sociedad del Conocimiento de la Facultad de Arquitectura y Diseño de la Universidad Autónoma del Estado de México.

De esa manera el objetivo general del mismo proyecto se estaría cumpliendo al considerar el trabajo con redes de conocimiento para la producción científica y académica, con la finalidad de promover, difundir y divulgar el conocimiento obteniendo un desarrollo y progreso en la sociedad de conocimiento de la Facultad de Arquitectura y Diseño de la Universidad Autónoma del Estado de México, logrando una identidad y reconocimiento a nivel institucional por medio de la actividad editorial universitaria.

Por tanto, es necesario mencionar que las Instituciones de Educación Superior (IES) han establecido como funciones sustantivas a la docencia, la investigación y la difusión o extensión de la cultura, funciones básicas que se apoyan en las actividades académico-administrativas y que también pueden apoyar en los tipos de publicaciones que se pueden generar en la Facultad de Arquitectura y Diseño de la UAEMéx. La comunicación académica se realiza tradicionalmente a través de la publicación de artículos en revistas de investigación, las cuales constituyen el vehículo por excelencia de la comunicación del conocimiento académico. El grado de la acción de publicar, para las instituciones de educación superior es importante porque comunican conocimiento y ciencia. Para generar sociedades de conocimiento a través de redes. Las cuales con la producción de publicaciones, pueden contribuir a la identidad de la institución tanto de manera interna como externa, por medio de una divulgación científica y académica, a nivel local, nacional e internacional.

En este sentido, la pregunta de investigación del presente trabajo se orienta a saber el *know how* del quehacer editorial universitario en tres universidades públicas mexicanas, consideradas casos de éxito en esta labor

educativa, para entender cuáles son las mejores estrategias para la producción editorial y cómo se refleja en las sociedades de conocimiento de cada institución.

Siendo el objetivo general de éste proyecto, conocer el cómo se hace la actividad editorial universitaria en México para promover, difundir y divulgar el conocimiento a través de medios editoriales que permitan dar a conocer la producción científica y académica, obteniendo un desarrollo y progreso en la sociedad de conocimiento de la Facultad de Arquitectura y Diseño de la Universidad Autónoma del Estado de México, logrando una identidad y reconocimiento a nivel institucional por medio de la actividad editorial.

Para su cumplimiento es necesario que la investigación este estructurada en base a tres capítulos los cuales anteceden a la edición universitaria; en el capítulo uno se abordan lo que se conoce como marco teórico, el cual está constituido por conceptos relacionados con el conocimiento, Gestión de conocimiento, Redes de conocimiento y Sociedad de conocimiento, el vínculo que existe entre ambos puede aportar una relación a la organización necesaria para la edición universitaria. Estas cuatro variables de investigación conformarán la estructura teórica de la investigación.

En el capítulo dos, se contextualiza sobre la actividad editorial universitaria mexicana y se analizan tres casos de éxito en México, Universidad de Guadalajara, Universidad Autónoma Metropolitana Unidad Xochimilco y la Universidad Nacional Autónoma de México. De ello, se retoman experiencias para la conformación de algunas estrategias. Con estas aproximaciones conceptuales se pretende sugerir las posibilidades que existen para llevarlas a la praxis.

En el capítulo tres, se pretende trabajar bajo el marco referencial, el cual permitirá la identificación del estado actual de la producción editorial en la Universidad Autónoma del Estado de México particularmente en el caso de uno de sus Organismos Académicos, con el propósito de brindar un diagnóstico para delimitar el enfoque que permita establecer una propuesta para la actividad editorial en la Facultad de Arquitectura y Diseño.

Entre los muchos caminos para resolver la problemática de la producción universitaria, se observa una tendencia nacional e internacional hacia la construcción de redes de editoriales universitarias cuyo propósito general sea orientar a las instituciones en todos los aspectos del proceso editorial universitario, especialmente gestión en la edición y difusión de las publicaciones, así como el compartir iniciativas que han resultado exitosas para algunas editoriales.

CAPÍTULO 1. EL CONOCIMIENTO Y SU GESTIÓN

A TRAVÉS DE LAS REDES PARA LA INTEGRACIÓN DE UNA SOCIEDAD DE CONOCIMIENTO

Educar para comprender las matemáticas o cualquier disciplina es una cosa, educar para la comprensión humana es otra; ahí se encuentra justamente la misión espiritual de la educación: enseñar la comprensión entre las personas como condición y garantía de la solidaridad intelectual y moral de la humanidad.

Edgar Morín

Objetivo

Este capítulo tiene como objetivo conocer y comprender el significado de la palabra conocimiento aplicado a términos que van surgiendo con las nuevas tendencias tecnológicas, pero sobre todo con la trascendencia del ser humano; conceptos que comúnmente suelen confundirse en su empleo independiente. El conocimiento se conjuga con el término de gestión, redes y sociedad para tener como resultado un concepto integral dentro de una organización educativa, que da pauta a uno de los fundamentos más importantes de esta investigación “la generación de las sociedades de conocimiento, a través de la gestión y redes de académicas y de colaboración”.

Bajo esos mismos parámetros, se pretende echar una mirada a la disciplina de la administración aplicada al conocimiento para conocer la perspectiva de la gestión respecto a la educación, específicamente al conocimiento, obteniendo el concepto de “gestión del conocimiento”. Lo cual tiene como finalidad conocer algunas estrategias para acercar el conocimiento a las diferentes áreas de un organismo académico, de una institución de educación superior.

1.1. EL CONOCIMIENTO

Para saber que sabemos lo que sabemos, y saber que no sabemos lo que no sabemos, hay que tener cierto conocimiento.

Nicolás Copérnico

En este trabajo se debe reconocer, por un lado, los avances del **conocimiento** y por otro, el impacto que ha tenido sobre el desarrollo de las organizaciones (instituciones) en las últimas décadas. Así, se inicia presentando lo que para algunos estudiosos significa el **conocimiento**.

El **conocimiento** es tan antiguo como la historia de la humanidad y siempre se le ha dado mucha importancia. Su estudio se ha abordado como un objeto fundamental desde la filosofía, epistemología¹, sociología, psicología, antropología y economía entre otras disciplinas. En los últimos años, se ha considerado al conocimiento como el

¹ Palabra griega que proviene de *episteme* que es “conocimiento”, y *logos* que es “teoría”. Rama de la filosofía cuyo objeto de estudio es el conocimiento. La epistemología, como teoría del conocimiento, se ocupa de problemas tales como las circunstancias históricas, psicológicas y sociológicas que llevan a su obtención, y los criterios por los cuales se lo justifica o invalida.

poder que pueden tener las personas, regiones, países e instituciones, y es así, como en los últimos años ha surgido un gran interés por el tema.

1.1.1 CONCEPTOS

En los diccionarios podemos encontrar la palabra **conocimiento** para definirse como: 1.Hechos, información y conocimientos adquiridos por una persona a través de la experiencia o la educación, la comprensión teórica o práctica de un tema; 2.Lo que se conoce en un campo determinado o en su totalidad; 3.Conciencia o familiaridad adquirida por la experiencia de un hecho o situación.

Sin embargo, es importante aclarar que en la actualidad no existe una única definición de conocimiento, ni una sola perspectiva, siguen existiendo numerosas teorías. La parte de la filosofía denominada epistemología, o teoría del conocimiento, entiende que los conocimientos se adquieren mediante una pluralidad de procesos cognitivos: percepción, memoria, experiencia (tentativas seguidas de éxito o fracaso), razonamiento, enseñanza-aprendizaje, testimonio de terceros, etc. Estos procesos son objeto de estudio de la ciencia cognitiva. Por su parte, la observación controlada, la experimentación, la modelización, la crítica de fuentes (en Historia), las encuestas, y otros procedimientos que son específicamente empleados por las ciencias, pueden considerarse como un refinamiento o una aplicación sistemática de los anteriores.

Según López (2010:31) las ciencias constituyen uno de los principales tipos de conocimiento. Las ciencias son el resultado de esfuerzos sistemáticos y metódicos de investigación en busca de respuestas a problemas específicos y cuya explicación procura ofrecernos una representación adecuada del universo.

Pero el pensamiento de Morín, por ejemplo, conduce a un modo de construcción que aborda el conocimiento como un proceso que es a la vez, biológico, cerebral, espiritual, lógico, lingüístico, cultural, social e histórico.

Con lo anterior, se explica la existencia de las diferentes perspectivas y concepciones que pueden existir en torno al conocimiento, para fines del presente trabajo es conveniente conocer de forma general su historiografía–filosófica para comprender mejor su concepción.

a) EL DEVENIR HISTORIOGRÁFICO–FILOSÓFICO DEL CONOCIMIENTO²

- El conocimiento para Platón. “La *gnoseología*³ como acercamiento a la verdad”.

² López Noreña, Germán. (2010) *Sobre las sociedades de la información y la del conocimiento: críticas a las llamadas ciudades del conocimiento latinoamericanas desde el paradigma ecológico*, Edición electrónica gratuita. Texto completo en www.eumed.net/libros/2010f/877/

³ Rama de la Filosofía que se encarga de estudiar la naturaleza, el origen y el alcance del conocimiento.

Por algunos estudiosos, se le atribuye como el filósofo que formuló la primera Teoría del Conocimiento⁴ detallada. Esta misma fue desarrollada junto con Sócrates.

El conocimiento para este filósofo griego significa:

Acercamiento a la verdad, en la perspectiva de superar el engaño y la ignorancia por parte del hombre ¿Pero dónde reside esa verdad? En el mundo inteligible en contraste al mundo cambiante y confuso.

La opinión o *Doxa*⁵ griega, para Platón, es el conocimiento propio del mundo de las cosas cambiantes, del mundo sensible. Por este motivo, se basa en la experiencia o sensibilidad y, por eso, no constituye auténtico conocimiento, sólo creencia.

Para Platón, la ciencia es un conocimiento racional del mundo ideal o inteligible. Son objetos de conocimiento universal y seguro. No todos lo poseen, es exclusivo de los hombres sabios.

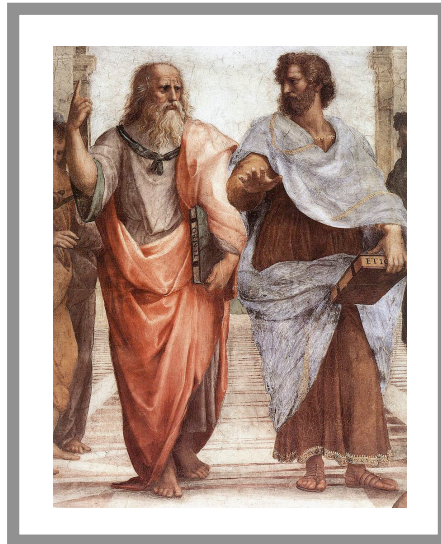
- **El conocimiento para Aristóteles. “Procedimiento intelectual: percepción y lógica”.**

En varias de sus obras coincide con su maestro (Platón), en considerar al conocimiento abstracto, superior a cualquier otro conocimiento.

Fue un pensador con espíritu empirista, buscó fundamentar el conocimiento humano en la experiencia. Por lo que en términos de la concepción aristotélica, se obtiene en una primera instancia a través de un proceso de abstracción que permite emanar conceptos o formas a partir de objetos concretos, constituyéndose en el “conocimiento básico”, base de todo el conocimiento. Y a partir del conocimiento básico puede derivarse algún otro conocimiento validado con las reglas de la lógica, las que fueron expuestas por él mismo de forma sistémica.

⁴ La intención no es desconocer antecedentes de gran importancia en esta tentativa de la antigua filosofía griega en establecer una teoría del conocimiento (Sofistas y Atomistas).

⁵ Palabra griega que se traduce como opinión. Según Platón la *doxa* se trata de un conocimiento fenoménico y, en consecuencia, según él, engañoso. La *doxa* comprendería dos grados: *eikasía* (εἰκασία) y *pistis* (πίστις), es decir, imaginación y fe o creencia. Platón contrapone la *doxa* a la *episteme*; a veces esta última se traduce como conocimiento científico pero, según Platón, la *episteme* solo tiene desarrollo en el mundo de las ideas (conocimiento intelectual) y no el mundo sensible (conocimiento sensible).



Platón y Aristóteles

- **EL CONOCIMIENTO EN LA EDAD MEDIA. “Abstracción de conceptos por la percepción sensorial”.**

En la Edad Media Santo Tomás de Aquino, le dio continuidad al pensamiento aristotélico en lo concerniente a considerar la percepción como el punto de partida y a la lógica como el procedimiento intelectual para llegar al conocimiento.

De acuerdo con el enfoque tomista, el conocimiento, apunta a lo universal y el proceso de pensamiento que genera el conocimiento consiste en abstraer un concepto a partir de una imagen recibida por medio de percepciones sensoriales.

- **EL CONOCIMIENTO EN LA EDAD MODERNA “Libertad y autonomía de la razón”.**

El Renacimiento presentó un giro importante hacia el antropocentrismo⁶ y la investigación natural (desde la teología) que conllevará una primacía del estudio del hombre, es decir lo “cismundano” (vida en el mundo) sobre lo “transmundano” (mas allá del mundo).

Las obras y desarrollos investigativos de hombres como Nicolás Copérnico, Johannes Kepler, y Galileo Galilei, entre otros, y su enfrentamiento a la autoridad tanto religiosa como filosófica dará a luz una nueva forma de interpretar y conocer la naturaleza que llamamos Ciencia Moderna, y abrirá las puertas al surgimiento de un nuevo conocimiento basado en la libertad y autonomía de la razón.

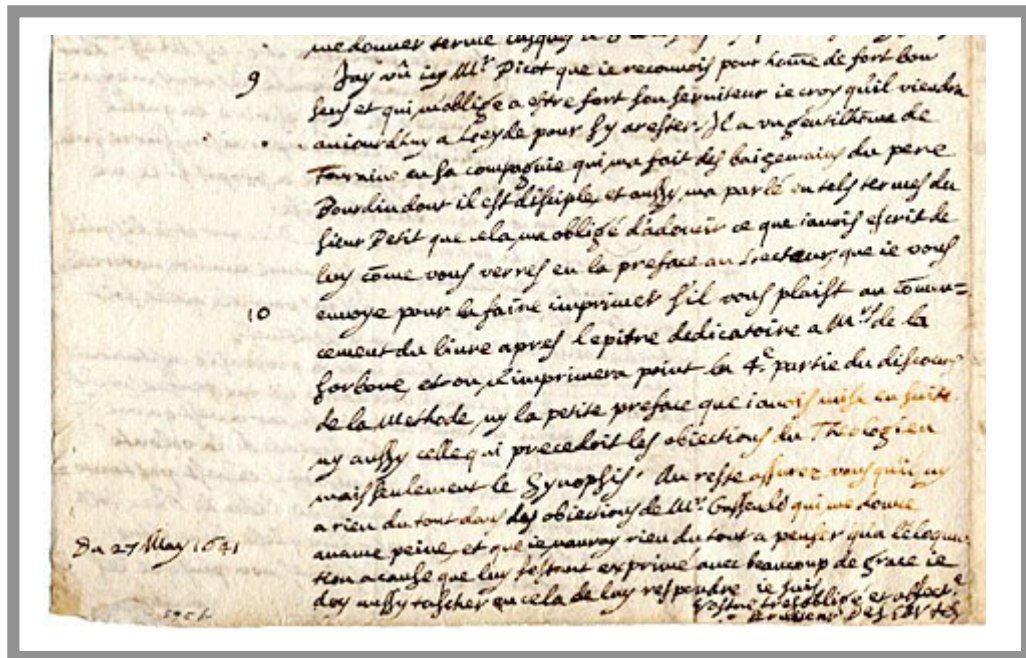
- **El conocimiento para René Descartes. “El Racionalismo por intuición y deducción”.**

A mitad del siglo XVII, adopta la posición conocida como “Racionalismo” (razón), la cual se opone al “Empirismo” (experiencia), en donde se acepta las características fundamentales del mundo físico de manera independiente a los sentidos, como en la perspectiva teórica de Platón.

⁶ Según la Real Academia Española: m. *Fil.* Teoría filosófica que sitúa al hombre como centro del universo.

Según Descartes, filósofo francés considerado como el Padre de la Filosofía Moderna, existen dos fuentes para el conocimiento: la intuición y la deducción.

Sólo reconoce como conocimiento a (*scientia*) a todo aquello que pueda ser corroborado y luego admitido gracias a una prueba irrefutable. En este sentido y de acuerdo con el punto de vista presentado por Descartes la *scientia* (conocimiento) es producto de la razón con total independencia de los sentidos, por lo tanto se trata de un conocimiento *a priori*,⁷ tal como sería el conocimiento matemático.

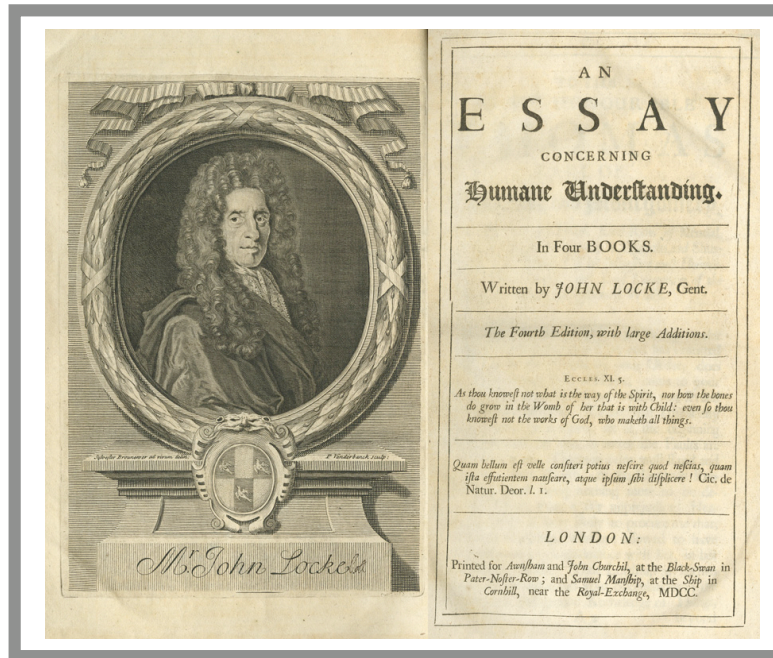


Carta Original de Descartes de 1641. Obra que consta de seis partes, donde, en cada una de ellas, se trata una cuestión diferente: la educación recibida, el método propuesto, la moral, la metafísica, la física y la fisiología y, en la última, nos da Descartes una justificación de la publicación de su obra.

- **El conocimiento para John Locke. “El Empirismo a través de ideas y sensaciones”.**

Pensador inglés considerado el padre del “Empirismo” y del “Liberalismo moderno”. Los únicos elementos disponibles a la mente como base del conocimiento son “ideas” derivadas de las sensaciones y, por lo tanto, el conocimiento sería la relación de acuerdo o desacuerdo de las ideas. Todas las ideas pueden ser explicadas en términos de las sensaciones, niega rotundamente la existencia de las “ideas innatas”. Por lo tanto se arriba, al conocimiento por medio de la observación de los objetos externos (sensación) y por medio de la observación de las operaciones internas de la mente que Locke denomina “reflexión”.

⁷ Conocimiento independiente de la experiencia y que destaca en la propia facultad de conocimiento. Posee verdadera universalidad y estricta necesidad.



Edición Original del *Ensayo sobre El Entendimiento Humano*, publicada en 1690. En este tratado, planteó los fundamentos del conocimiento humano y advirtió su intención de realizar una «obra moralmente útil». Concebida en la época de los grandes descubrimientos científicos (especialmente palpables en los trabajos de *Christian Huygens*, Isaac Newton), *Locke* pensaba que la filosofía tenía que participar en estos importantes avances, eliminando, por ejemplo, todas las invenciones y los conceptos inútiles acumulados durante los siglos anteriores. Según él, las analogías y las relaciones entre los contenidos del conocimiento, son los elementos que permiten la elaboración de instrumentos críticos capaces de eliminar los conocimientos erróneos. Debido a su característico empirismo analítico.

- **El conocimiento para David Hume. “Ausencia de certeza. Escepticismo”.**

Su posición es conocida como “Escepticismo”⁸, la cual sostiene que nada puede ser conocido. Clasifica el conocimiento en:

- a) **Conocimiento de la relación entre ideas**, que es el conocimiento de las matemáticas y de la lógica, que es exacto y certero pero no aporta información sobre el mundo.
- b) **Conocimiento de la realidad**, derivado de la percepción, que descansa en la relación causa-efecto.

Las percepciones, como él las llama, pueden dividirse en: ideas e impresiones. Al no existir conexión lógica entre ambos no es posible conocer nada futuro con certeza.

- **El conocimiento para Emmanuel Kant. “Trascendentalismo. A priori y A posteriori”.**

Filósofo alemán, que combina elementos del racionalismo con tesis del empirismo para dar otra solución al conocimiento epistémico. Desde esa perspectiva, con los racionalistas sostiene la posibilidad de poderse alcanzar un conocimiento exacto y verdadero. Su filosofía se conoce también como trascendentalismo o Criticismo, debido al “método trascendental”, método que no investiga el origen psicológico, sino la validez lógica del conocimiento. No pregunta cómo surge el conocimiento, sino cómo es posible el conocimiento, sobre qué base.

⁸ Una aproximación a la definición, escepticismo poco formal: Escuela filosófica basada en la duda.

Su conocimiento se clasifica en dos categorías: *A priori*, que es independiente de toda experiencia previa; y *a posteriori*, accesible solo a través de la experiencia.

A partir de esto, Kant distingue tres tipos de proposiciones que expresan el conocimiento humano:

- a) las proposiciones analíticas *a priori*, en la que el predicado está incluido en el sujeto (se trata de definiciones) siendo el conocimiento transmitido exacto y certero, pero no de naturaleza informativa;
- b) las proposiciones sintéticas *a posteriori* las que dan información a partir de la experiencia sobre el mundo y están sujetas a los errores que pueden afectar los sentidos;
- c) las proposiciones sintéticas *a priori* que dan un conocimiento exacto y certero y se descubren por la intuición.

¿Existirá el conocimiento sintético *a priori*?

- **El conocimiento para Wilhem Friedrich Hegel. “Conocimiento certero de la realidad”.**

Adoptó una posición racionalista. No apoya que las sensaciones sean el fundamento del conocimiento. Conceptúa, el ser posible alcanzar el conocimiento certero de la realidad con carácter absoluto equiparando los procesos del pensamiento de la naturaleza y de la historia. Introduciendo de ésta manera el enfoque histórico en el análisis del conocimiento.

- **CONOCIMIENTO EN EL SIGLO XX**

Ya en el segundo milenio de nuestra era las cuestiones más debatidas entre los filósofos y los epistemólogos, giraron en torno a las relaciones existentes entre el acto de percepción, el objeto directamente percibido y lo que puede sostenerse como consecuencia de dicho evento de percepción.

- **El conocimiento para Edmund Husserl. “La Fenomenología, el acto de conocer y el objeto conocido”**

Filósofo alemán, fundador del movimiento Fenomenológico, nombre que le asignó a su filosofía. Acogió el slogan “a las cosas en sí mismas” para enfatizar el fenómeno del conocimiento tal como lo experimentan los seres humanos. En su filosofía sostiene que es a través de una cuidadosa descripción del fenómeno que puede clarificarse la relación entre el acto de conocer y el objeto conocido. Permite distinguir entre el modo en que las cosas parecen ser y el modo en que uno cree que realmente son.

- **El conocimiento para Martín Heidegger. “Certeza absoluta con fenomenología empírica”.**

Estudió filosofía en Alemania. Propuso volver a los primeros planteamientos de la Fenomenología, con la finalidad de perfeccionar la metodología para la filosofía, la que según aseguraría la certeza absoluta.

Sobre el conocimiento, propone retomar a las cosas y al mundo ya que el ser humano de una u otra manera está atado al mismo. El mundo no debe ser objeto de deducciones, en lo que al conocimiento respecta, ya que está implícito en la experiencia humana. Los seres humanos interactúan a diario con las cosas como hace un trabajador con sus herramientas.





- **El conocimiento para John Dewey. “Unidad orgánica. Analogía naturalista”**

Filósofo norteamericano que argumentó sobre la experiencia como una interacción entre el ser humano y su entorno.

Concibe al conocimiento como parte de una unidad orgánica donde las experiencias pasadas y las perspectivas futuras se modifican a través de la acción continua en un entorno determinado similar al desarrollo y evolución de las especies naturales. Por lo que se caracteriza su postura como “naturalista”. La experiencia se vuelve a veces casi un sinónimo de evolución y en sus obras finales de cultura.

Dando continuidad a esta serie de aportes teóricos, años más tarde, la corriente conocida como análisis lingüístico o filosofía del lenguaje corriente, se encaminó a estudiar la forma en que son utilizados términos epistemológicos claves, como “conocimiento”, “percepción” y “probabilidad”, siendo uno de sus objetivos centrales el lograr formular reglas precisas para evitar confusiones verbales.

Gracias al breve recorrido que se presenta hasta este momento, en relación al desarrollo de la epistemología, es posible observar como desde la remota antigüedad los hombres han especulado teóricamente respecto de la posibilidad de acceder al conocimiento, de cómo podía generarse el mismo y qué métodos podían considerarse aceptables para su validación o verificación. Así también se observa que las Escuelas del pensamiento Epistemológico que se relacionan con el conocimiento, hasta finales del siglo XIX son principalmente:

- a) **Racionalismo**  Conocimiento fundamentado en la **razón**  basándose en principios **a priori**.
- b) **Empirismo**  Conocimiento fundamentado en la **experiencia**  siendo su base los principios **a posteriori**.

Sin embargo, también es posible establecer, hasta este momento cuales han sido los elementos necesarios para la constitución epistemológica del conocimiento. Ver figura 1.

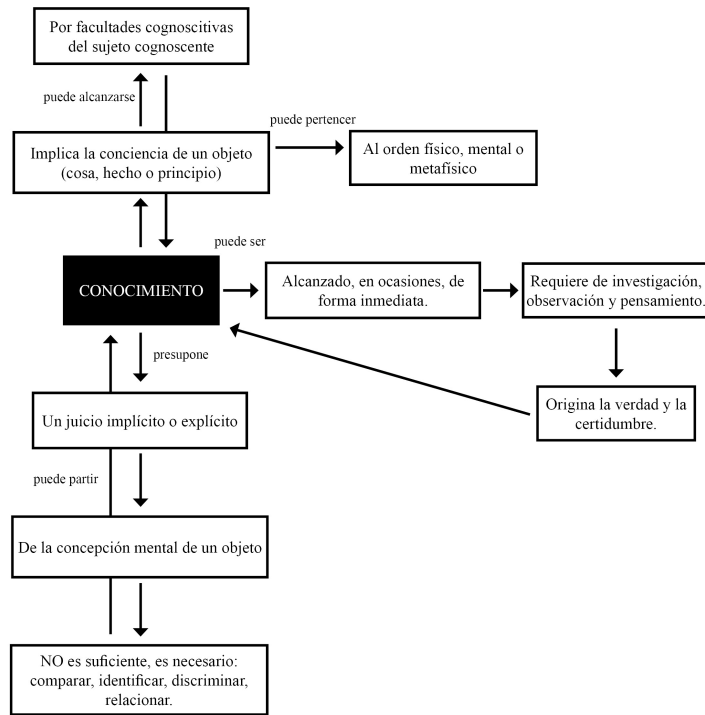


Figura 1. Elementos esenciales para la constitución epistemológica del conocimiento. Elaborado por Mayra Berenice Ortega Barrón (2012) con información de López (2010).

De esta manera, se prosigue con la intervención de otros teóricos que han seguido realizando aportaciones significativas al conocimiento.

Según López (2010), para comprender el conocimiento es necesario mencionar los tipos que existen de acuerdo a la perspectiva de algunos filósofos:

1. Conocimiento Proposicional: Se implica la posesión de determinado conocimiento que en general puede ser transmitido a otros. Se habla del “conocer qué...” o “saber qué...”. Plantea la tarea epistemológica de poder determinar la verdad o falsedad de los enunciados proposicionales y aportar y evaluar la evidencia que sostiene tal verdad o falsedad.
2. Es aquel que conlleva un sentido de habilidad o competencia y así nos referimos al “conocer cómo...” o “saber cómo...”. Tiene la capacidad de poder transmitir a otra persona el conocimiento necesario para adquirir la misma habilidad.
3. Sentido de relación o conocimientos de personas. La referencia es un conocimiento íntimo de su conducta, comportamiento y motivación enmarcada en determinado contexto cultural.

Bertrand Rusell, filósofo, matemático y lógico originario de Gales, sostenía que este tipo de conocimiento pretendería expresar familiaridad de primera mano con cierto objeto, persona o lugar.

Para Keith Lehrer, epistemólogo norteamericano, el primer conocimiento (proposicional) sería más básico que los restantes. El segundo (habilidad o competencia) requiere usualmente del mismo y el tercero, genera información, siendo riesgoso en llegar a una categoría de mera información. Desde de su punto de vista la *Teoría del Conocimiento* abarcará todo tipo de conocimiento si se concentra exclusivamente en el sentido proposicional o de información del conocimiento.

- **El conocimiento para Michael Polanyi. “Conocimiento explícito y tácito”.**

Filósofo húngaro-británico (1967), argumenta que las proposiciones son el resultado de la habilidad de percibir, reflexionar y actuar de manera adecuada. Además no todo el conocimiento es reducible al proposicional ya que hay conocimiento de habilidades que no puede ser transmitido verbalmente.

Su concepción del conocimiento está basado en tres tesis:

- a) Un agregado articulado de reglas o algoritmos no alcanza para explicar el descubrimiento verdadero.
- b) El conocimiento es público y emocional. Esto en razón de que es construido por seres humanos, siendo por ende personal en gran medida y contiene emociones.
- c) Existe un conocimiento que subyace al **conocimiento explícito**⁹ y que es más fundamental que el mismo: es el **conocimiento tácito**¹⁰.

“Polanyi, sostiene que todo conocimiento es tácito o está enraizado en este conocimiento. Las nuevas experiencias son asimiladas por medio de conceptos que el individuo ya posee y que, de algún modo, recibió o heredó de otros usuarios del lenguaje. Es entonces, aquel conocimiento que la persona tiene incorporado sin tenerlo permanentemente accesible a la conciencia pero del cual el individuo hace uso cuando las circunstancias lo requieren, es utilizado como instrumento para poder manipular el fenómeno que se está analizando”.¹¹

En la figura 2 se puede esquematizar la participación de los dos tipos de conocimientos que define Polanyi, conocimiento tácito y conocimiento explícito, en donde no sólo hacen su aparición sino además contribuyen en una relación de retroalimentación para la construcción del conocimiento empleado en una organización o institución.

⁹ El conocimiento explícito según Polanyi, es objetivo y racional, puede ser expresado en palabras, oraciones, números o fórmulas, y de manera general independientes de contexto alguno.

¹⁰ El conocimiento tácito para Polanyi, es subjetivo y está basado en la experiencia. Resulta imposible en ocasiones expresarlo en palabras, oraciones, números o fórmulas. Incluye creencias, imágenes, intuición y modelos mentales. Es altamente personal y difícilmente transferible o comunicable. Su transmisión, requiere de actividades conjuntas y compartidas.

¹¹ *Ibidem.*, p. 115.

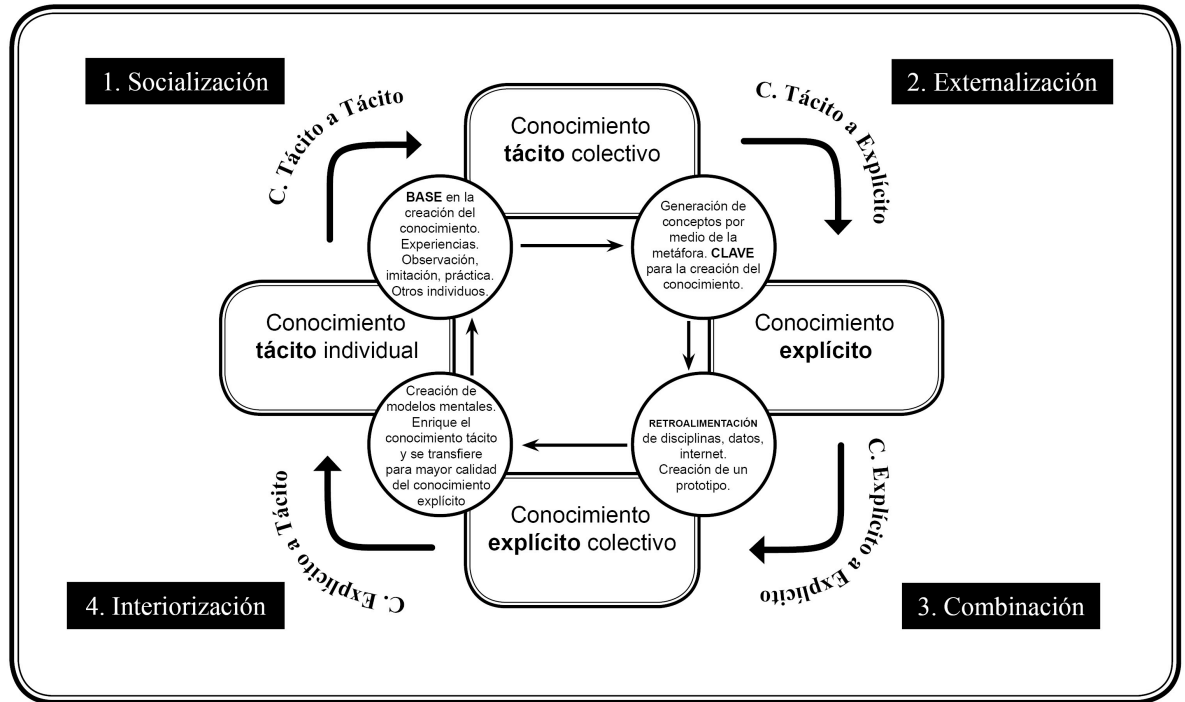


Figura 2. Modelo realizado con referencia en *Balanced Scorecard* de Kaplan y Norton (1996) y en creación del Conocimiento, por Nonaka y Takeuchi (1999). Esquema titulado **Espiral del Conocimiento**, retomado de Lovera (2009:15).

A partir de este momento, se presentarán conceptos que han aportado pensadores en la última década del siglo XX y principios del siglo XXI. Con ello, se pretende contextualizar en el presente sobre el tema del conocimiento, con la finalidad de comprender su concepción y las características en las que se pueden entrelazar las perspectivas dictadas por los antiguos teóricos.

- **El conocimiento para Johannes Hessen¹² “Fenómeno de conciencia entre sujeto y objeto”.**

Filósofo alemán (1889-1971), que considera que el “*conocimiento es un fenómeno de conciencia*”. Dentro del conocimiento tienen un encuentro frente a frente la conciencia y el objeto, el sujeto y el objeto. Se presentan como una relación entre dos miembros que permanecen en ella eternamente separados. El dualismo de sujeto y objeto pertenece a la esencia del conocimiento.

“La relación es una correlación... El sujeto solo es sujeto para un objeto y el objeto sólo es objeto para un sujeto... Ésta correlación no es reversible. Ser sujeto es algo completamente distinto que ser objeto. La función del sujeto es aprehender el objeto; la del objeto ser aprehensible y aprehendido por el sujeto.

Vista desde el *sujeto*, esta aprehensión se presenta como una salida del sujeto fuera de su propia esfera, una invasión en la esfera del objeto y una captura de las propiedades de éste. El objeto no es arrastrado, empero,

¹² Hessen, Johannes (2004). *Teoría del conocimiento*. Panamericana, Bogotá, Colombia.

dentro de la esfera del sujeto, sino que permanece trascendente a él. No en el objeto, sino en el sujeto, cambia algo por obra de la función de conocimiento. En el sujeto surge una cosa que contiene las propiedades del objeto, surge una "imagen" del objeto.

Visto desde el *objeto*, el conocimiento se presenta como una transferencia de las propiedades del objeto al sujeto. Al trascender del sujeto a la esfera del objeto corresponde un trascender del objeto a la esfera del sujeto. Ambos son sólo distintos aspectos del mismo acto. Pero en éste tiene el objeto el predominio sobre el sujeto. El objeto es el determinante, el sujeto el determinado"¹³.

Por ende, el conocimiento puede definirse como una *determinación del sujeto por el objeto*. Pero lo determinado no es absoluto, sino la imagen del objeto en el sujeto. La imagen resultante es objetiva, respecto a que lleva en ella misma los rasgos del objeto. En cierto modo se encuentra entre el sujeto y el objeto. Es la herramienta por la cual la conciencia cognoscente aprehende su objeto.

El sujeto, en el conocimiento, es activo y espontáneo. Pero no se refiere a su relación con el objeto sino a la imagen del objeto, en donde la conciencia hace presencia para procrearla. El que el objeto se enfrente a la receptividad del sujeto y a la espontaneidad del sujeto frente a la imagen del objeto permite que sean correctamente compatibles.

Todos los objetos de conocimiento tienen un carácter de trascendentes. Por lo que divide a los objetos en *reales e ideales*. Explicando que los primeros se refieren a todo lo que se proporciona en la experiencia externa e interna o que deriva de ella. Los segundos, se presentan como irreales, como pensados; por ejemplo la matemática, figuras geométricas y los números.

En este momento, hace su aparición un elemento que hasta aquí no se ha mencionado de manera concreta la "*verdad*". Hessen, considera que este concepto se relaciona estrechamente con la esencia del conocimiento. Argumenta que puede existir un "*conocimiento verdadero*" como tal y que un "*conocimiento falso*" no será un conocimiento propiamente, sino se trata de un error o ilusión. Para que un conocimiento sea verdadero debe existir una correspondencia de la imagen con el objeto. Es decir, que el contenido concuerde con el objeto convocado. Debe haber una relación que consiste en la relación del contenido del pensamiento, de la imagen, con el objeto.

Johannes Hessen, propone cinco posibilidades de presentar al conocimiento. Frente a la interrogante ¿el conocimiento es posible?, han surgido varios sistemas, los cuales son: el dogmatismo, el escepticismo, el subjetivismo y relativismo, el pragmatismo y el criticismo; los cuales tienen una manera particular de explicar la posibilidad del conocimiento.

1. **Dogmatismo.** Da por supuesta la posibilidad y la realidad del contacto entre el sujeto y el objeto. Los dogmáticos creen que los objetos del conocimiento no son dados por la función de los conocimientos, sino por su entidad. No se

¹³ *Ibidem.*, p. 13.

da la importancia debida al sujeto. Esta posibilidad se ve presente en la época de la filosofía griega, donde todos tenían plena confianza en la razón humana.

2. **Escepticismo.** Niega una posible relación entre el sujeto y el objeto, razón por la cual no se puede juzgar. En el dogmatismo se desconoce al sujeto y en el escepticismo al objeto, enfocándose en los factores subjetivos del conocimiento humano. Se ejecutó en la antigüedad, y su fundador fue *Pirrón de Elis*, quien argumentó que si existen dos juicios contradictorios, los dos son igualmente verdaderos, por lo que no se puede emitir un juicio de respeto.

3. **Subjetivismo y Relativismo.** Surgen dos posiciones que tienen estrecha relación con el escepticismo, donde no niega la verdad pero la limita. La primera es el subjetivismo, el cual establece que la verdad puede ser válida únicamente para un individuo o para un grupo de individuos, pero no es una verdad universalmente válida. La segunda posición es el relativismo, que también establece que no existe una verdad absoluta, sino que es válida para uno o varios individuos, pero la validez está determinada por factores externos, como las vivencias de las personas.

4. **Pragmatismo.** Fundador *William James*. Para los pragmáticos, lo verdadero es todo aquello que es útil, valioso, fomentador de la vida. Ésta variación se debe a que dicen que el hombre no es un ser pensante, sino un ser práctico y activo, el intelecto está al servicio de su voluntad. Además de servir para orientarse en la realidad.

5. **Críticismo.** Fundador Emmanuel Kant. Se basa principalmente en la razón, su conducta es reflexiva y crítica. Es una posición intermediaria entre el dogmatismo y el escepticismo, que son opuestos. Comparte con el dogmatismo la confianza en la razón humana, pero no lo acepta, sino que desconfía de todo conocimiento al igual que el escepticismo. La conducta de ésta posición es crítica y reflexiva.

Un juicio puede presentar, según Hessen, dos elementos, uno procede de la experiencia y el otro del pensamiento. La cuestión del origen del conocimiento humano puede tener un sentido psicológico y uno lógico, estos están en estrecha relación. Mencionado lo anterior, da origen a ciertos cuestionamientos:

“...en el primer caso dice: ¿cómo tiene lugar psicológicamente el conocimiento en el sujeto pensante? En el segundo caso: ¿en qué se funda la validez del conocimiento? ¿Cuáles son sus bases lógicas?...”¹⁴

A partir de estas interrogantes es como propone cuatro posiciones para comprender el origen del conocimiento.

1. **Racionalismo.** Posición epistemológica que atribuye a la razón y al pensamiento el origen del conocimiento. Supone que el conocimiento es un juicio universalmente válido y verdadero. Estos juicios tienen una necesidad lógica y una validez universal rigurosa. Estos conocimientos están formados por juicios basados en el pensamiento,

¹⁴ *Ibidem.*, p. 26.

no en la experiencia. Un claro ejemplo es la matemática, pues parte del pensamiento y la lógica, y es universalmente válida. El representante más antiguo es Platón.

2. **Empirismo.** Opuesto al racionalismo. El conocimiento humano proviene de la experiencia. Para justificar su posición usa la evolución del pensamiento y del conocimiento de los humanos dado que la experiencia tuvo un papel importante en dicha evolución. Los empiristas parten de las ciencias naturales, pues se obtienen resultados a partir de las observaciones y experiencias. Su fundador *John Locke*. Quien argumenta que los contenidos de la experiencia son ideas o representaciones simples o complejas, y que las cualidades sensibles primarias o secundarias pertenecen a las ideas simples mientras que una idea compleja es la idea de una cosa o sustancia, que son varias propiedades sensibles. El pensamiento lo que hace es unir los datos proporcionados para la experiencia.

3. **Intelectualismo.** Es el mediador entre el racionalismo y el empirismo, ya que dice que ambos tienen razón, que los dos parten de la producción de un conocimiento. El conocimiento proviene tanto del pensamiento como de la experiencia. Fundamentalmente, establece que la conciencia cognoscente lee en la experiencia, y que ella saca sus conceptos. Además de las representaciones intuitivas sensibles, hay conceptos (contenidos de conciencia no intuitivos), los cuales son distintos de ellos, pero están relacionados por las experiencias. Su fundador *Aristóteles*.

4. **Apriorismo.** Considera la experiencia y el pensamiento como la fuente del conocimiento. El apriorismo establece que el conocimiento es principalmente de los elementos “*a priori*”, elementos del pensamiento, que son independientes de la experiencia. Considerado también como conocimiento universal y necesario. Se menciona que el pensamiento es la experiencia cognoscente, es el que ordena y conecta los contenidos de las sensaciones, luego los une entre los contenidos de la percepción con ayuda de las formas del pensamiento, existiendo siempre una causa y un efecto. Fundador *Emmanuel Kant*.

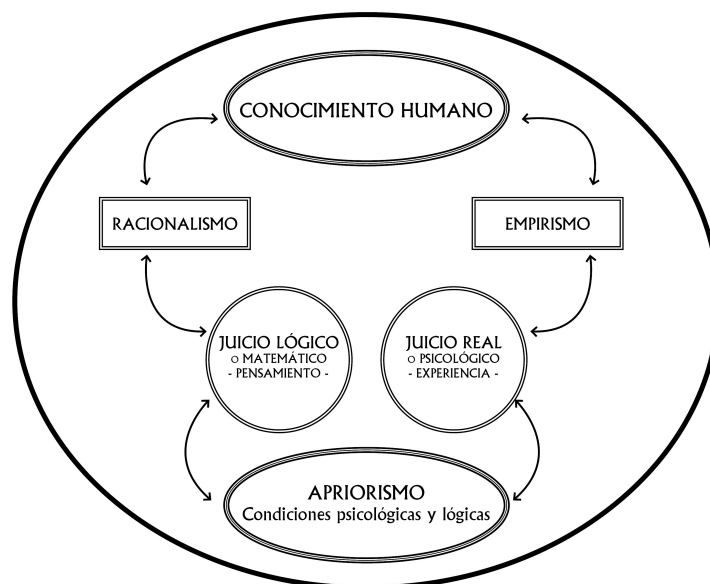


Figura 5. Estructura en la que intervienen los elementos necesarios, para la representación “*origen del conocimiento*”.

Con la figura 5, se puede observar gráficamente las posiciones principales que utiliza Hessen para argumentar el “Origen del Conocimiento”.

Desde la perspectiva de Johannes H. se puede entender hasta este momento que el conocimiento representa una relación entre sujeto y un objeto. Misma que desencadena un problema verdadero del conocimiento, el inconveniente de la relación entre el sujeto y el objeto. Se ha reiterado que el conocimiento se representa como una determinación del sujeto por el objeto. Pero:

“...¿es justa esta concepción? ¿No debemos hablar a la inversa, de una determinación del objeto por el sujeto, en el conocimiento? ¿Cuál es el factor determinante en el conocimiento humano? ¿Tiene éste su centro de gravedad en el sujeto o en el objeto?”¹⁵

Es entonces, cuando se dan respuestas a estos cuestionamientos mediante la propuesta de soluciones premetafísicas y metafísicas¹⁶, cada una cuenta con posiciones particulares como a continuación se presentan.

1. SOLUCIONES PREMETAFÍSICAS

- a) **Objetivismo.** El objeto es el decisivo entre los dos miembros de la relación cognoscitiva. El objeto determina al sujeto. Platón es el primero que determina al objetivismo.
- b) **Subjetivismo.** Trata de fundamentar el conocimiento humano en el sujeto.

2. SOLUCIONES METAFÍSICAS

- a) **Realismo.** Posición epistemológica según la cual hay cosas reales, independientes de la conciencia. Admite diversas modalidades:
 - Realismo ingenuo. Las cosas son exactamente como las percibimos.
 - Realismo natural. Distingue al contenido del objeto. Responde exactamente a los contenidos de la percepción.
 - Realismo crítico. Tiene carácter subjetivo no objetivo. Es de opinión; sus cualidades o propiedades de las cosas son sólo por un sentido. Sus razones son extraídas de la ciencia de la naturaleza.
- b) **Idealismo.** No hay cosas reales independientes de la conciencia. Cuenta con dos clases de objetos: los de la conciencia (representaciones, sentimientos, etc.) y los ideales (objetos de la lógica y las matemáticas). Se plantean dos formas del idealismo:
 - Idealismo subjetivo o psicológico. La realidad está encerrada en la conciencia del sujeto. Tan pronto las cosas dejan de ser percibidas por nosotros dejan de existir, “*consciencialismo*”.

¹⁵ *Ibidem.*, p. 36.

¹⁶ Según el Diccionario de la Real Academia Española. 1. f. Parte de la filosofía que trata de la esencia del ser y la realidad, de sus manifestaciones, propiedades, principios y causas primeras. 2. Razonamiento profundo sobre cualquier materia.

- Idealismo objetivo o lógico. Parte de la conciencia del sujeto individual. Toma por punto de partida la conciencia objetiva de la ciencia, tal como se expresan en las obras científicas. El contenido de ésta conciencia es una suma de pensamientos, de juicios.
- c) **Fenomenalismo.** Su teoría es que no se conocen las cosas como son en sí, sino como aparecen. Hay cosas reales de las que no se puede conocer su esencia. Coincide con el realismo en admitir cosas reales, pero también con el idealismo en limitar el conocimiento a la conciencia, al mundo de la apariencia. Su contenido esencial puede resumirse en tres proposiciones.
- La cosa en sí es incognoscible.
 - El conocimiento permanece imitado al mundo fenoménico.
 - Surge en la conciencia porque se ordena y se elabora el material sensible con arreglo a las formas *a priori* de la intuición y del entendimiento.

Cuando el conocimiento es concebido como una reproducción del objeto, representa una duplicación de la realidad. Existe dos veces, primero objetivamente, fuera de la conciencia, luego subjetivamente, en la conciencia cognoscente (pensamiento).

Existe según el filósofo alemán, un conocimiento llamado intuitivo, que consiste en conocer viendo. Expresa que en el punto inicial y en el punto final del conocimiento se halla una aprehensión intuitiva. De ésta manera, conocer significa aprehender espiritualmente un objeto. Su peculiar índole consiste en que en él se aprehende inmediatamente el objeto, como ocurre sobre todo en la visión.

Con todo lo anterior el teórico llega a la postura en la cual establece que Platón y Aristóteles, fueron los primeros que sentaron las bases de varios razonamientos sobre el conocimiento. Además de enfatizar que el conocimiento es meramente humano y sólo se puede adquirir a través de dos actores principales: sujeto y objeto. Es claro mencionar, que la diferencia entre pensamiento y conocimiento radica en que el primero no es totalmente reflexivo, y en el segundo conoce el sujeto al objeto, por intuición y experiencia.

- **El conocimiento para Luz del Carmen Vilchis. “Acercamiento a la realidad y su aprehensión en la conciencia”**

Filósofa mexicana con estudios en Diseño Gráfico, Comunicación y Filosofía en México y España, piensa que el conocimiento:

“...abarca toda explicación que el ser humano propone acerca del mundo y sus fenómenos, es un proceso que implica el acercamiento a la realidad y su aprehensión en la conciencia. Se caracteriza por la infinitud y sólo supone los límites que el pensar ponga.

El saber es el resultado del desarrollo del conocimiento, sin embargo, se manifiesta en diversas maneras, hay un saber conceptual que abstrae las percepciones y las estructuras en la forma específica de las teorías y un saber operativo que se proyecta en la transformación de la materia¹⁷

Asimismo, considera que uno de los requisitos del pensamiento se encuentra justamente en la estructura del conocimiento, es decir, en cómo se organiza y se ordena de manera sistemática para permitir distinguir las cualidades de sus características y la importancia que tienen las ideas para que sean alcanzables y accesibles.

A pesar de que en cada época ha surgido una perspectiva diferente en torno al conocimiento, en el fenómeno entran en juego regularmente el sujeto y el objeto. Sin embargo, Vilchis (1999:12) hace una aportación a la epistemología, donde según datos de Rubert de Ventós¹⁸ se pueden describir las actitudes epistemológicas a lo largo de la historia, donde no solo cambian de lugar los contenidos sino también la significación y la función del sujeto-objeto. Ver figura 3.

DESPLAZAMIENTOS	SIGNIFICACIÓN	FUNCIÓN
Antes del siglo XV	DESCRIPCIÓN	Percibir, observar y especificar las características del objeto.
Siglo XVI	ANALOGÍA	Comprender algo descifrando su parecido con otra cosa. Empleando modelos comparativos muy detallados de características físicas y tangibles.
Siglo XVIII	ORDEN	Conocer es insertar el objeto en una clasificación. Hay un sentido de urgencia de taxonomías en cada disciplina.
Siglo XIX	VIDA E HISTORIA	Comprender el origen y la evolución histórica del objeto es igual a conocerlo, sin embargo, desarrolla los vicios del Historicismo y la cronología.
Siglo XX	SISTEMA	Comprender equivale al entendimiento del sistema en el cual adquiere sentido el objeto.

Figura 3. Tabla con la referencia de Vilchis (1999:12)

Desde su perspectiva, la Dra. Vilchis considera que otro aspecto importante es la fragmentación del conocimiento, hasta el Renacimiento era posible hablar de conocedores universales, pero después la historia indica que la unidad de conocimiento dio origen a la diversidad y a la dispersión, surgiendo disciplinas que demandaban su libertad epistemológica, lo que ocasionó un abandono fundamentalmente de la comprensión común con los demás ámbitos. Lo más preocupante fue perder el sentido de la reflexión filosófica y en consecuencia el entendimiento de los nexos con los sistemas lógicos y las contribuciones teóricas de otras áreas del saber, dando como resultado lo que hoy conocemos como relación interdisciplinaria.

¹⁷ Vilchis, Luz del Carmen (1999), *Diseño. Universo de conocimiento. Investigación de proyectos en la comunicación gráfica*. UNAM, México, D.F.

¹⁸ Xavier Rubert de Ventós (Barcelona, 1939) es un filósofo, profesor universitario, escritor y político de Cataluña, España.

Es pertinente comentar, que en este punto Edgar Morín¹⁹ establece una coincidencia con la Dra. Luz del Carmen Vilchis por medio de la “hiperespecialización”²⁰ término que Morín asigna a dicha situación y que más adelante se presentará en términos más específicos.

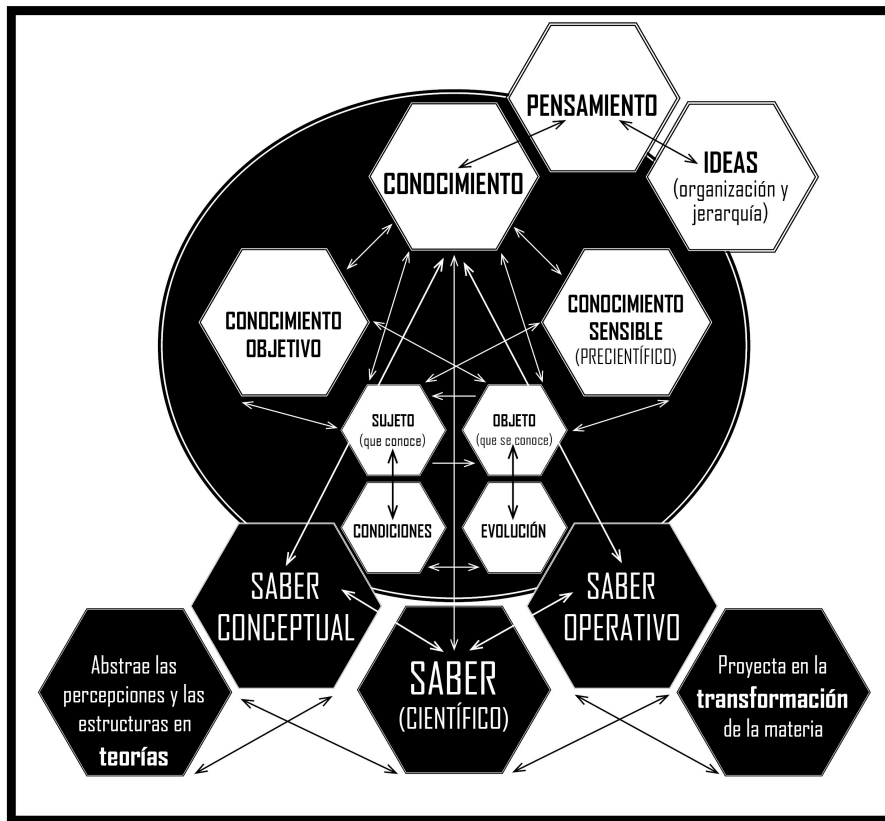


Figura 4. Esquema elaborado con el Proceso de Conocimiento, de la Dra. Luz del Carmen Vilchis

En la figura 4, se muestran los elementos que considera necesarios la filósofa Vilchis para que exista un proceso de conocimiento. Sin embargo, es preciso mencionar la existencia de otros factores: la observación y la experiencia, mismos sin los cuales no existiría el saber científico. Ellos por sí solos no pueden definir un “...sistema cognitivo particular”²¹.

- **El conocimiento para Edgar Morín²² “traducción, reconstrucción implica interpretación”**

Algunos lo catalogan como uno de los principales intelectuales de nuestro tiempo. Sociólogo francés, que piensa en el conocimiento como:

“...no es el espejo de las cosas o del mundo exterior. El conocimiento en forma de palabra, de idea, es el fruto de una traducción/reconstrucción mediada por el lenguaje y el pensamiento y por ende conoce el riesgo de error.”

¹⁹ Es un filósofo y sociólogo francés de origen judeo-español (sefardí).

²⁰ Es decir la especialización que se encierra en sí misma sin permitir su integración en una problemática global o una concepción de conjunto del objeto del cual no considera sino un aspecto o una parte.

²¹ *Ibidem.*, p. 17.

²² Morín, Edgar (1999). *Los siete saberes necesarios para la educación del Futuro*. UNESCO.

*Este conocimiento en tanto que traducción y reconstrucción implica la interpretación, lo que introduce el riesgo de error al interior de la subjetividad del que ejercita el conocimiento, de su visión del mundo, de sus principios de conocimiento. De ahí provienen los innumerables errores de concepción y de ideas que sobrevienen a pesar de nuestros controles racionales. La proyección de nuestros deseos o de nuestros miedos, las perturbaciones mentales que aportan nuestras emociones multiplican los riesgos de error.*²³

Por otro lado, considera que el desarrollo del conocimiento científico es un medio poderoso de detección de errores y de lucha contra las ilusiones. No obstante, los paradigmas que controlan la ciencia pueden desarrollar ilusiones y ninguna teoría científica está inmunizada para siempre contra el error. Además el conocimiento científico no puede tratar únicamente los problemas epistemológicos, filosóficos y éticos.

Entonces, es importante rescatar la idea de que la educación debe dedicarse a la identificación de los orígenes de errores, de ilusiones y de cegueras. Pero mostrando que no existe conocimiento que no esté, en alguna medida, amenazada por el error y la ilusión.

El riesgo de error existe ya en la percepción y está presente en el pensamiento, en el lenguaje, en toda actividad intelectual y en la proyección de los deseos. Razón y emoción se apoyan y necesitan, pues alimentan y previenen los errores y las ilusiones. Entonces, considera que la racionalidad es la mejor opción contra el error y la ilusión. Pues conoce las limitaciones de la lógica.

Define que el conocimiento del conocimiento implica la integración del cognoscente en su conocimiento, ante la educación debe aparecer como un principio y una necesidad constante. Se debe entender que existen elementos bioantropológicos como las aptitudes del cerebro, es decir mente humana, elementos socioculturales como la cultura abierta que permite la interacción de ideas, y las condiciones noológicas²⁴, que permiten cuestionamientos fundamentales sobre el mundo, el hombre y el mismo conocimiento.

Considera que para articular y organizar los conocimientos y reconocer y conocer los problemas del mundo, es indispensable un cambio en el pensamiento. Entonces, es importante admitir que si un conocimiento es pertinente, la educación debe evidenciar entre otros aspectos al contexto, a lo global, lo multidimensional y lo complejo.

1. **El contexto.** *Claude Bastien* comenta que "...«la evolución cognitiva no se dirige hacia la elaboración de conocimientos cada vez más abstractos, sino por el contrario, hacia su contextualización... la contextualización es una condición esencial de la eficacia (del funcionamiento cognitivo)»».²⁵

²³ *Ibidem.*, p. 5.

²⁴ Ciencia que intenta el estudio completo del espíritu como principio del conocimiento. "Noología." Diccionario Enciclopédico Vox 1. 2009. Larousse Editorial, S.L. 22 Ene. 2012 <http://es.thefreedictionary.com/noolog%c3%ada>

²⁵ Claude Bastien, *Le décalage entre logique et connaissance*, en *Courrier du CNRS*, N° 79 Ciencias cognitivas, octubre de 1992 en Morín, Edgar (1999). *Los siete saberes necesarios para la educación del Futuro*. UNESCO, pp. 14-15.

2. **Lo global.** (La relación entre todo y partes). Grupo que integra diversas partes, comunicadas entre sí de manera inter-retroactiva u organizacional. De esa forma, una sociedad es más que un contexto, es un todo organizador del cual todo ser humano es parte.

3. **Lo multidimensional.** El ser humano y la sociedad las considera unidades complejas, por ser multidimensionales; ya que es biológico, psíquico, social, afectivo, racional. Entonces, el conocimiento pertinente debe reconocer esta multidimensionalidad e incluir sus informaciones: se podría no solamente separar una parte del todo sino las partes unas de otras.

4. **Lo complejo.** El conocimiento pertinente o sencillo, como lo llaman algunos otros, debe enfrentar la complejidad, que es cuando son inseparables los elementos diferentes que constituyen un todo y que tiene un tejido interdependiente, interactivo e inter-retroactivo entre el objeto de conocimiento y su contexto, las partes y el todo, el todo y las partes, las partes entre ellas. Por ello, la complejidad es la unión entre la unidad y la multiplicidad.

En consecuencia, sugiere Morín, que la educación debe promover una “*inteligencia general*” adecuada para dirigirse, de manera multidimensional, a lo complejo. Siendo la “*inteligencia general*”, considerada como la activación de la inteligencia para operar y organizar la movilización de los conocimientos de conjunto en cada caso particular.

Como se había mencionado en párrafos anteriores, existen problemas esenciales para los principios de un conocimiento pertinente, entre los que se encuentra la hiperespecialización²⁶ la cual no permite ver lo global, porque divide en parcelas, y lo esencial, que lo disuelve; de hecho no permite tratar correctamente los problemas particulares que sólo pueden ser planteados y pensados en un contexto determinado.

“La especialización «abstrae», en otras palabras, extrae un objeto de su contexto y de su conjunto, rechaza los lazos y las intercomunicaciones con su medio, lo inserta en un sector conceptual abstracto que es el de la disciplina compartimentada cuyas fronteras resquebrajan arbitrariamente la sistemicidad (relación de una parte con el todo) y la multidimensionalidad de los fenómenos.

La economía, por ejemplo, que es la ciencia social matemáticamente más avanzada, es la ciencia social y humanamente más atrasada, puesto que se ha abstraído de las condiciones sociales, históricas, políticas, psicológicas, ecológicas inseparables de las actividades económicas. Por eso sus expertos son cada vez más incapaces de interpretar las causas y consecuencias de las perturbaciones monetarias y bursátiles, de prever y predecir el curso económico incluso a corto plazo. El error económico se convierte, entonces, en la primera consecuencia de la ciencia económica²⁷.

Con lo anterior, se puede concluir, la inteligencia fragmentada, despedazada, mecanicista, alternativa, reduccionista, rompe lo complejo del mundo en parcelas, desune, divide, unidimensionaliza lo mutidimensional. Es

²⁶ Es decir la especialización que se encierra en sí misma sin permitir su integración en una problemática global o una concepción de conjunto del objeto del cual no considera sino un aspecto o una parte. *Ibidem.*, p. 17.

²⁷ *Idem.*

una inteligencia miope, que regularmente termina por dejar de ver a su alrededor. Desde raíz destruye la posibilidad de comprensión y de reflexión. Por tal motivo, entre más multidimensionales son los problemas más inhabilidad existe para pensar su multidimensionalidad. La inteligencia ciega se convierte en inconsciente e irresponsable.

Tratar lo humano es complejo. A lo largo de la evolución que ha llevado hasta el ser humano, su realidad se ha hecho más compleja, generando una extensa diversidad. Por lo que la reflexión es que en la educación del futuro se tenga la misión de comprender y enseñar lo que es común a todo ser humano y la necesidad de las diferencias.

Considerando que si la capacidad para pensar la complejidad está muy reducida, esta minimización es aún hoy superior en el caso de la capacidad para comprender a los demás. También es una tarea de la educación del futuro señalar que la nueva era exige una actitud especial en las personas a comprenderse. Esta labor resulta especialmente urgente en el caso de las esferas de poder político y de generación y transmisión del conocimiento intelectual.

Al comenzar hablar de complejidad podemos empezar a entender la transición del conocimiento simple al conocimiento complejo. Así, como ciencias cognitivas, la epistemología y la hermenéutica pueden ponerse en constelación en una empresa de "pensamiento fuerte" consagrada al conocimiento del pensamiento, a la integración de este conocimiento dentro de todo conocimiento, a la integración del pensamiento dentro de todo pensamiento. El conocimiento del mundo, por su parte, será a la vez fuerte y débil, es decir, complejo.

Una vez entendido el conocimiento complejo, se prosigue a conocer las características del mismo, presentado la postura de Edgar Morín en este punto²⁸.

1. **Computacional / Cogitacional.** El primero se refiere a la manipulación y al tratamiento de relación en forma de signos y símbolos diversos. Existen operaciones de asociación. En el segundo, el hombre toma conciencia de lo que sabe de sí mismo. Hay una complejidad organizacional que permite desarrollar y metamorfosear las abstracciones en pensamientos por medio del lenguaje, del concepto y de la lógica. Más adelante se ve en la necesidad de recurrir a un marco sociocultural.

2. **Dialógico / Recursivo / Hologramático.** Lo dialógico es la asociación compleja, complementaria, concurrente de instancia necesarias para que conjuntamente de paso a la existencia, funcionamiento y desarrollo de un fenómeno organizado. Lo recursivo, se refiere al proceso en el que los efectos o los productos, al mismo tiempo son causantes y productores del proceso mismo. En el estado final son necesarios para la generación de los estados iniciales. Y el hologramático donde el todo está en cierto modo incluido en la parte que está incluida en todo el mundo.

3. **Uno y diverso.** Si el conocimiento fuera solamente uno, sólo se conocería una cosa, pues todo sería ese uno, no existiría el todo. Pero si todos los conocimientos fueron diversos tampoco podría conocerse el objeto, pues los diferentes conocimientos tendrían diferentes categorías, diferentes esquemas.

²⁸ Morín, Edgar (1994). *El método III*, 2ª. Ed., Madrid: Cátedra.

4. **Abierto / Cerrado.** El conocimiento es apertura al conocimiento exterior nos comunica con él, nos lo presenta, pero es también cierre, puesto que todo el proceso del conocimiento ocurre en el recinto cerrado de nuestra caja craneal.

5. **Simulador e Incierto.** El conocimiento del cerebro / espíritu es una adecuación al mundo exterior, la adecuación no es la de un reflejo, es el fruto de una reproducción mental. El conocimiento es incierto, básicamente por: primero, nuestra incapacidad de conocer de otro modo que por computación de signos / símbolos; segundo por los riesgos de error y formación que van unidos a toda una traducción; tercero por la relativa clausura del aparato cognitivo que solo dispone del 2% para comunicarse con el exterior; cuarto por las inestabilidades dialógicas entre las tres instancias del cerebro que son: la razón, la afectividad y la pasión, ya que a veces domina una sobre otra; quinto por la naturaleza de las teorías, pues toda teoría es incierta.

- **El conocimiento para otros pensadores. “La epistemología contemporánea”.**

La finalidad de este apartado es presentar las posturas de algunos pensadores que se han dedicado a seguir con estudios sobre el conocimiento; los caminos, sus objetos y productos, para explicar, interpretar y comprender la parte de la realidad de la que se ocupa; así como con la clarificación y exposición de los términos o conceptos que intervienen en su proceso y construcción. Aunque en este momento sólo se concretará a presentar su entender sobre dicho concepto, se dejará la referencia que se puede consultar para profundizaren ello. De ésta manera no quedará duda alguna sobre la concepción de palabra tan importante para este proyecto, y que representa la base de una propuesta sustancial en la actividad de un organismo académico específico.

Rolando García argumenta que el conocimiento se refiere a:

“... que puede ser caracterizado a partir de actividades cognoscitivas socialmente generadas y reconocidas como tales, con las correspondientes diferencias históricas y culturales”.²⁹

Dicho lo anterior se sugiere consultar las siete tesis que sostiene García; importantes para la construcción del conocimiento.³⁰

Karl Erik Sveiby tiene una extraordinaria pasión por la gestión del conocimiento, término que se explicará más adelante. Sveiby, es descrito como uno de los “padres fundadores” de la Gestión del Conocimiento por ser pionero en muchos de los conceptos fundamentales. Él concibe al conocimiento como:

“...una capacidad de actuación de cada persona que se va creando de forma continuada con el aprendizaje y que no se puede separar del contexto”.³¹

²⁹ García, Rolando (2000). *El conocimiento en construcción. De las formulaciones de Jean Piaget a la teoría de sistemas complejos*. Gedisa, Barcelona, España.

³⁰ *Ibidem.*, pp. 60-63.

Peter Drucker, se diferencia del grupo de pensadores futuristas, gracias a su capacidad de interpretar el presente habilitándolo para exponer sus conceptos. No obstante, fue un hombre con la virtud de leer entre líneas las tendencias de los negocios en los últimos 50 años. En ellas definió la sociedad del conocimiento como la base de la actual y futura empresa. Es considerado ampliamente como el padre del *management* como disciplina. Fue el primer científico social en utilizar la expresión “*post-modernidad*”. Mencionado lo anterior, para Drucker el conocimiento significa:

“...el recurso económico básico y el medio de producción, ya no es el capital, los recursos naturales ni el trabajo, es y será el conocimiento... el valor se crea hoy por la innovación y la productividad que son aplicaciones del mismo al trabajo, Incluye valores, habilidades y actitudes para desarrollarlos”.³²

El conocimiento se vuelve valioso cuando se moviliza, activándose, precisamente en el movimiento de ideas y de conocimiento esto permite crear y dar valor.

Ikujiro Nonaka y Takeuchi Hirotaka, investigadores en la Gestión y administración del conocimiento organizacional. Autores de la *Compañía de creación de conocimiento*. Proponen el modelo SECI, el cual consiste en 4 etapas principalmente: socialización, externalización, combinación e interiorización. El anterior es una de las teorías más citadas en la gestión del conocimiento, para entender la naturaleza dinámica de su creación. La creación del conocimiento es un proceso continuo de interacciones entre el conocimiento tácito y el conocimiento explícito. Aunque es importante enfatizar que el “conocimiento organizacional” no es lo mismo que el “conocimiento de la verdad”, como se ha estado tratando en párrafos anteriores. Sin embargo, para fines del proyecto, es permitido lo anterior y de ésta manera se logra introducir al siguiente tema, relacionado con la gestión del conocimiento.

Entonces, según Martínez y Corrales (2011) Nonaka y Takeuchi, argumentan que:

“...los japoneses conciben al conocimiento como sabiduría adquirida desde la perspectiva de la personalidad en su conjunto y, por tanto, ellos dan mucho más importancia a la experiencia personal y física, al conocimiento subjetivo y a la inteligencia intuitiva que a la abstracción intelectual indirecta... Enfatizan que solamente los seres humanos pueden asumir el papel central en el proceso de creación del conocimiento. Esta responsabilidad, que se ha convertido casi en un principio en las comunidades de expertos, investigadores y practicantes del tema, sitúa al individuo en el centro de proceso de construcción del conocimiento y marca la gran responsabilidad que tiene la universidad en la formación de los profesionales para responder a las exigencias del contexto global”.³³

³¹ Sveiby, Karl Erik (2000). *Capital intelectual: la nueva riqueza de las empresas*. París: Máxima Laurent du Mesnil, en Martínez Sánchez, América y Martha Corrales Estrada (2010). *Administración de conocimiento y desarrollo basado en conocimiento. Redes de innovación*, CENGAGE Learning, México, D.F. p. 56

³² Drucker, Peter F. (2004). *La sociedad postcapitalista*. Norma, Bogotá, Colombia, p. 10 en *idem*.

³³ Martínez Sánchez, América y Martha Corrales Estrada (2011). *Administración de conocimiento y desarrollo basado en conocimiento. Redes de innovación*, CENGAGE Learning, México, D.F. pp. 56-57

Para Nonaka y Takeuchi, existen dos tipos de conocimiento: tácito y explícito, que son elementos complementarios. Hay una interacción y un intercambio entre estos dos tipos de conocimiento en las actividades creativas del conocimiento. Anteriormente, se explicaron ambos conocimientos, pues coinciden con la perspectiva de Polanyi. Ver figura 2, para recordar el “espiral de conocimiento”.

Sin embargo, lo anterior se puede complementar con la postura de estos profesionales; donde proponen asignar dos categorías al conocimiento tácito, primero la técnica que consiste en saber cómo se llevará a cabo la tarea o un trabajo; incluye las habilidades informales y complicadas de definir que se expresan en el término *know-how*. El segundo es la cognoscitiva, que incluye esquemas, modelos mentales, creencias y percepciones muy arraigadas de los individuos. Estos modelos implícitos controlan las percepciones que tienen las personas del mundo con el que interactúan.

Cristina Cortina y Héctor Parker, han desempeñado importantes cargos administrativos para ejecutar redes y alianzas de conocimiento en México; Cortina en la Secretaría de Medio Ambiente y Parker en el Departamento de Desarrollo Industrial de la CANACINTRA, entre otros. Para ellos, es importante considerar al conocimiento como:

“...el conocimiento se transforma en un eje que facilita el aprendizaje continuo, el cual es vital para el funcionamiento sostenible de las organizaciones y la búsqueda de nuevas oportunidades de negocios y de fortalecimiento de capacidades en diversas áreas se requiere comprender la naturaleza del conocimiento, de su creación, de su aplicación y de su gestión”.³⁴

Cortina y Parker (2004), emplean como principio la clasificación del conocimiento de acuerdo con la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE)³⁵, con la finalidad de establecer una diferencia entre los momentos de aplicación del término conocimiento. Ver figura 6.

TIPO DE CONOCIMIENTO	DESCRIPCIÓN
<p style="text-align: center;">Saber Qué (<i>Know What</i>)</p>	<p>Se refiere al conocimiento acerca de los “hechos”. Es un conocimiento cercano a lo que se denomina normalmente información.</p>

³⁴ Cortinas de Nava, Cristina y Héctor Parker Rosell (2004). Manual para crear y operar alianzas y redes. Redes y alianzas de conocimiento para la gestión ambiental de residuos, disponible en: <http://www.semarnat.gob.mx/eventos/antiores/experienciasresiduos/Documents/LASREDESALIANZASDECONOCIMIENTOYLAGESTI%C3%93NDERESIDUOS.pdf>

³⁵ Organismos Internacionales, como la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE), de la cual forma parte México, reconocen el valor que tiene la generación y adecuada gestión de nuevo conocimiento en todo proceso productivo tanto en la industria como en centros de investigación y universidades.

<p style="text-align: center;">Saber Por Qué <i>(Know Why)</i></p>	<p>Se refiere al conocimiento científico de los principios y leyes de la naturaleza. Este tipo de conocimiento es la base del desarrollo tecnológico y de avances en productos y procesos en muchas empresas públicas y privadas. La producción y reproducción de este tipo de conocimiento se organiza a menudo en organizaciones especializadas, tales como laboratorios o centros de investigación, institutos y universidades.</p>
<p style="text-align: center;">Saber Cómo <i>(Know How)</i></p>	<p>Se refiere a las habilidades o a la capacidad para hacer algo. Es típicamente una forma de conocimiento desarrollado y mantenido dentro de los límites de una organización. Una de las razones más importantes para la formación de redes es la necesidad que tienen las organizaciones de compartir elementos de <i>know-how</i>.</p>
<p style="text-align: center;">Saber Quién <i>(Know Who)</i></p>	<p>Se refiere a la información acerca de quién sabe qué y quién sabe cómo hacer qué. Involucra la formación de relaciones sociales especiales que permiten el acceso a expertos y el uso de sus conocimientos de manera eficiente. Este conocimiento se obtiene como producto de una práctica social y en ocasiones en ambientes educativos especializados, por eso no puede transferirse fácilmente por medio de canales formales de comunicación.</p>

Figura 6. Clasificación del conocimiento de acuerdo con la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE)³⁶

El “*know-what*” y el “*know-why*” pueden originar el conocimiento por medio de libros, reportes y bases de datos, las otras dos formas de conocimiento se generan a través de la experiencia práctica. Por ello, la naturaleza del conocimiento y la manera en que puede o no ser transferido es crítica para la planeación estratégica de una organización educativa.

El crear procesos sistemáticos que atiendan a problemas como el ciclo de vida del conocimiento, el vínculo del conocimiento, el vínculo entre innovación y nuevo conocimiento, y la creación de valor basado en el conocimiento, permite que estos procesos cobren una gran importancia. Y para ello, se ha desarrollado un enfoque que se engloba en la adecuada “**Gestión del Conocimiento**”. (Cortinas y Parker, 2004). Tema que se abordará con mayor precisión en el siguiente inciso.

Para concluir sobre el tema de conocimiento se hace mención de la concepción que aporta el investigador del Centro de Estudios sobre la Universidad de la UNAM, Axel Didriksson (2002), dado que el presente proyecto está encaminado a dicho nivel educativo. Por lo que se considera necesario tener un referente en este sentido.

Didriksson, menciona:

“... la experiencia, demuestra que la única forma de generar nuevos conocimientos consiste en realizar, en primer lugar, profundas transformaciones en las instituciones sociales que producen conocimientos, transfieren

³⁶ *Ibidem.*, p. 6.

*esos conocimientos y permiten un proceso generalizado de aprendizaje social. Y estas instituciones no son otras que las universidades y los centros de investigación”.*³⁷

Debe existir la generación de ciencia y conocimientos que puedan tener un impacto favorable en la solución de nuestros problemas nacionales, para poder ser competitivo a nivel internacional.

1.1.2. LA DISIMILITUD ENTRE DATOS, INFORMACIÓN, CONOCIMIENTO, ENTENDIMIENTO Y SABIDURÍA

Es importante, ser conscientes de que el término conocimiento se ha empezado a trasladar al terreno organizacional, que para fines del presente proyecto es necesario. De ésta forma, es como se involucran nuevos conceptos a la investigación: datos, información, entendimiento y sabiduría. Para lo cual se prosigue a realizar la disimilitud entre los conceptos anteriores y su correlación con el conocimiento.

El conocimiento considerado sólo como el *know-how*, saber hacer no es suficiente para desarrollar un sistema o una organización. Con el conocimiento sólo podemos incrementar la eficiencia³⁸ de un sistema, pero no su eficacia³⁹; para incrementar la eficacia de un sistema se requiere entendimiento del por qué, sin embargo, aún así el entendimiento no es suficiente. Sólo la sabiduría permite saber si se está haciendo lo correcto (Vázquez, *et.al.* 2007:29).

Según Vázquez, *et.al.* (2007), el conocimiento, entendimiento y sabiduría son sólo algunos tipos de elementos que se pueden aprender. Y pueden lograrse por medio de datos e información. Aunque estos últimos también pueden aprenderse. Para entrar en materia menciona el siguiente proverbio:

Una onza de información vale una libra de datos

Una onza de conocimiento vale una libra de información;

Una onza de entendimiento vale una libra de conocimiento;

*Una onza de sabiduría vale una libra de entendimiento.*⁴⁰

³⁷ Didriksson, Axel (2002). *Universidad, integración económica y producción de nuevos conocimientos* en Juárez Núñez, José Manuel, Pablo Mejía Montes de Oca y Ma. Elena Rodríguez Lara. [Compiladores] (2002). *Universidad, producción y transferencia de conocimientos al encuentro del siglo XXI*, Universidad Autónoma Metropolitana-Xochimilco, México, D.F.

³⁸ *Eficiencia*, hacer bien las cosas.

³⁹ *Eficacia*, hacer las cosas correctas.

⁴⁰ Vázquez, Héctor J., Felipe de J. Martínez Álvarez y Germán S. Monroy Alvarado (2007). *Más allá del conocimiento: un enfoque sistémico*, Revista de Administración y Organizaciones. Conocimiento y aprendizaje, número 19, año 10, Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco, México, D.F.

Aclarando los términos al definirlos, tenemos:

- **DATOS.** Los datos son símbolos que representan objetos, eventos y sus propiedades; son producto de la observación. Las observaciones las realizan las personas o ciertos instrumentos. Los datos que han sido procesados en forma útil se establecen como información; por lo que la información, también la integran símbolos que representan objetos, eventos y sus propiedades, pero la diferencia de los datos y la información radica en la *utilidad*. Sin embargo, Corvalán (2003) define a los datos como la unidad mínima de separación de la información.

Desde su interpretación, Corvalán entiende que los datos surgen del cruce de dos actores diferentes:

*“...de una parte, el actor-productor de la información, que construye el cuestionario, la encuesta o la serie estadística de acuerdo con sus propias necesidades, intereses o demandas, y de otra, por quienes van a responder el cuestionario o la encuesta”.*⁴¹

- **INFORMACIÓN.** Vázquez, *et. al.* (2007) Considera que la información está contenida en descripciones, en respuestas a preguntas que comienzan con los cuestionamientos: quién, qué, dónde, cuándo y cuánto. Es útil para decidir qué hacer, pero no en cuánto decir o cómo decir. Las respuestas a preguntas de *cómo* es lo que constituye conocimiento.

Según Corvalán (2003), la información, está constituida por agregaciones de datos. Estos manifiestan o hacen visible o explícito el sentido que el actor-productor quiso dar a los datos; sin embargo, también puede ser utilizada de un modo diferente al propuesto por éste. Otros actores pueden “usar” la información en el mismo sentido que le dio el productor o bien, pueden cambiar su sentido de modo parcial o total, interpretando los datos de modo completamente diferente. No obstante, es recomendable que al utilizar la información con otros sentidos, el usuario no modifique los **datos**. Si se utiliza una información de manera parcial y no validada, puede afectarse su aceptación y puede resultar una pérdida importante de datos en la cadena de transmisión y procesamiento de la información.

El análisis de la información con sentido puede llevar al conocimiento, si está concebido en torno a modelos conceptuales de análisis de un contexto determinado -adecuados y pertinentes- que permitan comprender los ambientes, procesos y resultados del mismo contexto en sus distintas facetas.

Según Morín (2000), la "sobrereabundancia de información" es uno de los principales problemas que la sociedad plantea. La cuestión se centra en la escasa capacidad del ser humano para digerir y no acumular toda la

⁴¹ Corvalán, Ana María [coord.] (2003). *La información y el conocimiento: Un desafío para lograr una gestión de la educación al servicio de los aprendizajes*, UNESCO, Santiago de Chile. p. 29.

información que esta sociedad pone hoy en día al alcance. Este problema se podría superar aprendiendo a organizar la información a partir de núcleos básicos. Hasta ahora gestionar la información era cuestión tan sólo de la mente humana, pero hoy en día las computadoras lo pueden hacer. Pero para organizar toda esta información, se requieren instrucciones humanas, y aquí es donde el criterio del hombre puede intervenir. Todo esto es posible si la información se organiza de modo sistemático y en favor del individuo. No sólo se necesita información, se necesita conocimiento. Se busca el saber en ordenadores, pero el saber está en el cerebro de las personas. Se hace un mal consumo de un buen contenido.

- **CONOCIMIENTO.** Concepto que ha sido el motor de este tema de investigación y aunque se ha tratado ampliamente en páginas anteriores se dará la postura de dos profesionales que enfatizan o trasladan el concepto a otro contexto.

Vázquez, *et.al.* (2007), lo define como término que se relaciona con sus raíces latinas de la cognición y la parte de la filosofía denominada epistemología, o teoría del conocimiento. Lo presenta como el producto de la ciencia y a la ciencia misma como un estilo de pensamiento y acción. De forma más tradicional y cartesiana, aquello que capta la mente humana de los fenómenos que lo circundan, requiriendo para esto la existencia de tres elementos: un sujeto o persona que conoce, un objeto de conocimiento y la relación entre sujeto y objeto. Consiste en el “cómo”, “*know-how*”, “*saber hacer*”. Es decir, se conoce como trabaja un sistema o cómo hacerlo trabajar de forma deseable, manteniendo y controlando los objetos, los sistemas y los eventos posibles.

Además, como ya es sabido, el conocimiento puede obtenerse a través de la experiencia, que puede ser por prueba y error; así como a través de la experimentación de alguien que lo ha adquirido por experiencia propia o de otros.

Corvalán (2003), expresa que los conocimientos, son cuerpos de argumentaciones que explican y relacionan diversos fenómenos y clases de fenómenos. Dichas argumentaciones son elaboradas por grupos científicos, profesionales o técnicos en procesos de elaboración de largo plazo. La información, en tanto, constituye la base del argumento científico. La producción de conocimientos tiene diversas condiciones; entre ellas, la circulación y la confrontación de los argumentos.

Existe entonces una cadena de relaciones conceptuales entre dato, información y conocimiento que les da sentido y coherencia. La sola producción de datos es insuficiente cuando no está enmarcada en una producción de información con sentido que forme parte de un modelo conceptual de análisis preconcebido, el que, a su vez, permita construir conocimiento.

- **ENTENDIMIENTO.** Cuando se programan a las máquinas y a las personas se les dan instrucciones, se les está enseñando “cómo” hacer algo. Así se está entrenando y por medio de ello se transmite conocimiento. Sin embargo, entrenamiento y educación no es lo mismo, educación es la transmisión de entendimiento y sabiduría.

El entendimiento está contenido en explicaciones, en respuestas a preguntas de “por qué”. Está relacionado a la eficacia, ya que es necesario para permitirnos estar conscientes de los por qué se hace lo que hace, pero no suficiente como para determinar si es lo que debería de hacerse. También es necesario para determinar la relevancia de los datos y la información y, para comprender por qué la situación es lo que es y cómo sus características están causalmente relacionadas a nuestros fines.⁴²

- **SABIDURÍA.** Es la habilidad para percibir, evaluar y valorar las consecuencias del comportamiento a largo plazo; tiene que ver con el valor de los posibles resultados de la decisión y de la acción. La diferencia entre eficiencia y eficacia – es como la diferencia que existe entre la sabiduría y el entendimiento, y el conocimiento y la información – se refleja también en la diferencia entre los conceptos de crecimiento y desarrollo. Es decir, el desarrollo no puede ocurrir sin sabiduría y en cambio sí puede ocurrir crecimiento sin sabiduría. La sabiduría es esencial para la persecución eficaz de todos los fines, es una característica de los humanos y de sus organizaciones, una característica que, en última instancia nos distingue de las máquinas y de otros organismos.

Precisando los términos, el conocimiento, según Cerrillo (2010), es algo interno que está estructurado, que se relaciona con el entendimiento y con la inteligencia⁴³, que crece lentamente y que puede conducir a la acción. A diferencia de la información que es algo externo y rápidamente acumulable por los individuos, pero que puede ser “nada” si una persona no es capaz de asimilarla, discriminarla, procesarla y enjuiciarla.⁴⁴

En el proceso de producción y uso de información y conocimiento se pueden distinguir distintas facetas o eslabones que forman parte de una sola cadena que se entrelaza entre sí, en un circuito sin fin. Se refiere a la generación de datos, producción de información, análisis, difusión y uso. De éste, vuelven a surgir nuevas demandas de información y conocimiento que, a su vez, requieren acopio de datos, producción de información, análisis, difusión y uso.

1.1.3. El Aprendizaje

Lo que se puede aprender puede ser a partir de datos, información, conocimiento, entendimiento o bien, sabiduría. En la educación actual, en México la mayoría de las instituciones están dedicadas al aprendizaje menos importante: la adquisición, procesamiento y transmisión de datos e información. Según Vázquez *et.al.* (2010), existe menos esfuerzo dedicado a la transmisión de conocimiento y prácticamente nada sobre la transmisión de entendimiento.

⁴² Vázquez, Héctor J., Felipe de J. Martínez Álvarez y Germán S. Monroy Alvarado (2007). *Más allá del conocimiento: un enfoque sistémico*, Revista de Administración y Organizaciones. Conocimiento y aprendizaje, número 19, año 10, Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco, México, D.F. p. 33

⁴³ La inteligencia es la habilidad para adquirir conocimiento. Consiste no sólo en el conocimiento sino también en la destreza de aplicar los conocimientos en la práctica.

⁴⁴ Cerrillo, Pedro César. (2010) Sobre la lectura, literatura y educación. Editorial Porrúa. México.

Aprender es quizás una de las actividades humanas más antiguas; este proceso, denominado aprendizaje, se extendió desde la obtención de nuevos conocimientos hasta la obtención de habilidades o actitudes, a través de experiencias vividas, produciendo cambios en el modo de ser y de actuar.

Es necesario mencionar las diferentes jerarquías de integración de aprendizaje, que propone Bateson (Lebert, 1997)⁴⁵:

- **Aprendizaje cero.** No es más que una respuesta (buena o mala) específica a una situación y sin acción de corrección.
- **Aprendizaje I.** Produce una acción con el objeto de disminuir una diferencia o brecha entre la respuesta y el valor deseado, sin tomar en cuenta otras posibilidades disponibles en diversos contextos.
- **Aprendizaje II.** Promueve un cambio en el proceso de aprendizaje I. Corresponde a un aprendizaje de los contextos en los que puede ocurrir el aprendizaje I y permite así su corrección.
- **Aprendizaje III.** En la misma lógica, origina un cambio en el proceso de aprendizaje II. Esta capacidad se logra mediante la integración a un nivel superior del aprendizaje de contextos.
- **Aprendizaje IV.** Corresponde a un cambio en los procesos de aprendizaje de tipo III. Traduce, por ejemplo, las grandes diferencias de aprendizaje del hombre en relación a la naturaleza. Este permite procesos reversibles en el pensamiento en una o en otra situación y en uno u otro orden.

Se puede observar que todos los niveles se relacionan con la experiencia o la de otros. Se destaca la experiencia porque a nivel organizacional se trabaja con análisis de los aspectos psicosociales es decir, de cómo se aprende de otros.

a) APRENDIZAJE COLABORATIVO

El aprendizaje colaborativo es consecuencia de los desafíos que plantea la sociedad a la mayor parte de los individuos respecto a las competencias y habilidades requeridas para integrarse adecuadamente en la misma con suficiente nivel de éxito en cuanto a su vida personal, social y laboral. (Martín-Moreno, 2004). Refiriéndose a sociedad a aquella emergente sociedad del conocimiento, término que se tratará en incisos posteriores.

El aprendizaje colaborativo reúne una serie de ventajas sobre el aprendizaje individual:

- El aprendizaje colaborativo incrementa la motivación de todos los integrantes del grupo hacia los objetivos y contenidos del aprendizaje.

⁴⁵ Lerbet Georges (1997), *Pedagogie et Systémique*, Presses Universitaires de France, Paris en Vázquez, Héctor J., Felipe de J. Martínez Álvarez y Germán S. Monroy Alvarado (2007). Más allá del conocimiento: un enfoque sistémico, Revista de Administración y Organizaciones. Conocimiento y aprendizaje. Número 19, Año 10, Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco, México, D.F.

- El aprendizaje que consigue cada individuo del grupo incrementa el aprendizaje del grupo y sus integrantes alcanzan mayores niveles de rendimiento académico.
- Favorece una mayor retención de lo aprendido.
- Promueve el pensamiento crítico (análisis, síntesis y evaluación de los conceptos), al dar oportunidades a sus integrantes de debatir los contenidos objeto de su aprendizaje. Cada integrante del grupo se ve precisado a contrastar su interpretación de un contenido, con las interpretaciones de sus compañeros, lo que le obliga a ir más allá de formularse su propia posición, puesto que se ve en la necesidad de reflexionar sobre las razones que le llevaron a ella, a fin de poder exponer los argumentos que sustentan la misma.
- La diversidad de conocimientos y experiencias del grupo contribuye positivamente al proceso de aprendizaje, al tiempo que reduce la ansiedad que provocan las situaciones individuales de resolución de problemas.

Si en una organización o institución existe un proceso relacional por naturaleza que avanza mediante la interacción entre individuos y grupos; entonces tanto el aprendizaje como el conocimiento son de naturaleza social. Por lo que estamos tratando entonces de un aprendizaje colaborativo que puede ser trabajado por medio de dos vías:

1. Adquisición cooperativa de conocimiento (redes de conocimiento para el aprendizaje colaborativo).
2. Construcción cooperativa de conocimiento (redes de conocimiento dirigidas a la creación, transformación y difusión del mismo).

Es evidente, que los avances tecnológicos conducen a la potenciación y proliferación de las redes de aprendizaje colaborativo y de las redes de construcción de conocimiento.

1.2. GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO

Es importante, gestionar el conocimiento para lograr los objetivos de una organización o institución. El conocimiento implica ser el activo más significativo de una sociedad, específicamente de una sociedad de conocimiento, la cual está integrada por un grupo de personas unidas por el saber. Más adelante se aborda dicho tema de manera más específica.

En una primera definición de la generación de conocimiento en las organizaciones se puede entender según Caraballo (2006), como el proceso que amplifica organizativamente el conocimiento creado por los individuos y que se cristaliza como una porción de la red de conocimiento de la organización. Así, el conocimiento organizacional no proviene exclusivamente de la sumatoria de las dotaciones de conocimientos individuales de todos y cada uno de los miembros de la organización, por cuanto existe la necesidad de compartir estos conocimientos con el resto de

los partícipes de la misma, e integrarlos en el conjunto de las tareas, de las funciones y de las actividades de la organización (Nonaka y Takeuchi, 1995, citado en Gaete y Vásquez, 2008).

Resulta esencial la postura de Caraballo (2006), para entender la iniciativa de la gestión del conocimiento. Para referirse a GC así se aborda el término.

“Las empresas se enfrentan a un entorno caracterizado por niveles crecientes de complejidad, globalidad y cambios rápidos y profundos como consecuencia, fundamentalmente, del cambio tecnológico y del conocimiento cada vez mayor que éste incorpora. Para anticiparse y lograr adaptarse a estos cambios, las organizaciones necesitan prestar atención al desarrollo y conservación de sus habilidades y capacidades internas. En esta línea de estudio, parece imprescindible conocer cómo generar conocimiento, cómo difundirlo en la organización y cómo potenciarlo. Esta necesidad ha contribuido a que en las últimas dos décadas se haya despertado un interés creciente en torno a los términos aprendizaje organizativo y gestión del conocimiento, tanto en el mundo académico como en el empresarial”.⁴⁶

Los conocimientos de una organización o institución representan el conjunto del saber hacer (*know-how*), tanto individual como grupal- que, aunados con otros recursos de carácter material, internos y externos, pueden utilizarse para producir bienes y servicios demandados, en este caso por la institución.

La GC es una estrategia empresarial consciente cuya finalidad consiste, a grandes rasgos, en garantizar que el conocimiento adecuado vaya a las personas apropiadas en el momento oportuno y, además, les ayude a compartir y a utilizar la información de tal modo que la empresa sea capaz de mejorar su acción organizativa. (Ordoñez, 1999).⁴⁷

Otra postura para entender el término de GC es la de Martínez y Corrales (2011:37), quienes consideran que la gerencia de una organización implica la administración⁴⁸ del conocimiento, recordando todas las acciones y perspectivas requeridas para manejar y obtener beneficios del capital intelectual de la organización.

La GC como innovación organizacional, ha cobrado importancia, desde hace aproximadamente dos décadas. Como disciplina ha alcanzado una condición de madurez, porque permite discernir principios, prácticas y herramientas que la hacen única y como discurso ha originado nuevos conceptos y categorías para que tengan sentido en las organizaciones que usan conocimiento para crear valor (Martínez y Corrales, 2011:59).

⁴⁶ Martínez Caraballo, Noemí (2006). *Gestión del Conocimiento: Aprendizaje individual versus aprendizaje organizativo*. Intangible Capital [en línea], núm. julio-septiembre, pp. 308-326, [fecha de consulta: 2011-02-13] Disponible en Internet: <<http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=54920302>> ISSN

⁴⁷ Ordoñez, P. (1999). Gestión del conocimiento y la empresa multinacional. Una revisión teórica”, Comunicación presentada al XIII Congreso Nacional de AEDEM (Logroño), España. p.p. 185-190 en *Ibidem*,, p. 4.

⁴⁸ *Administrar* es hoy, enfocarse en el manejo del conocimiento y direccionarlo como activo intangible dentro de una organización o institución.

Para Arbonés y Aldazábal (2005), la GC es:

“...la activación del mismo en actos, rutinas creativas y comunidades que dan sentido a la información. No es la gestión de contenidos, sino la de su flujo en actos relacionales desde una perspectiva de práctica social; es un cambio cultural que exige nuevos roles de los directivos, de las personas y en, especial, de las organizaciones que deben convertirse en lugares de aprendizaje y desarrollo personal”.⁴⁹

Como factor productivo, la GC, es la clave en la sociedad actual y en la realidad interna de las organizaciones. En este contexto marcado como la Tercera Ola⁵⁰ las empresas deben enfrentar los desafíos de una economía globalizada, no sólo enfocándose en la investigación y el desarrollo como elementos básicos, sino en el propio desarrollo de competencias tecnológicas que, sin duda, deben ocupar un lugar destacado en la estrategia empresarial a largo plazo. Según Alegre (2004), las empresas deben basar su desarrollo en modelo basado en recursos, coordinando sus características internas y los resultados a obtener, pero sin olvidar las competencias distintivas, procurando desarrollar las habilidades y capacidades básicas de sus agentes, como fuente y sustento de esas capacidades más relevantes a fortalecer.

Para Carillo (1998), implica que la GC, reconozca la realidad de las empresas, además de la vigencia de los factores monetarios, financieros y los físicos, imperan también otros órdenes de valor tanto o más prominentes como el ambiente de trabajo, la capacidad de innovación y la calificación de las personas.

Una última aportación es la de Collison y Parcell (2003), quienes consideran que la GC versa sobre la captación, creación, depuración, uso compartido y puesta en práctica del *know how*, “saber cómo es”, en realidad una reducción de saber cómo, saber qué, saber quién, saber por qué y saber cuándo. No se refiere a la sabiduría de los libros ni a las mejores prácticas, sino a comunidades que mantienen vivo el *know how* de una especialidad compartiendo lo que saben, construyendo a partir de ello y adaptándolo a sus necesidades. Es un conjunto de *know how* que evoluciona y se pone al día gracias a gente que lo utiliza regularmente.

La consideran una disciplina híbrida que puede comprender ámbito del desarrollo del aprendizaje y las organizaciones, los recursos humanos y la tecnología de la información. La gestión del conocimiento es el área donde se superponen los tres. Ver figura 7.

⁴⁹ Arbonés, A. L. y Aldazabal, J. (2005). *K.FACTS: Identificación y evaluación de flujos de conocimiento en las organizaciones*. Arrasate, Gipuzkoa, España: Mik, S. Coop.

⁵⁰ *Tercera Ola*, es considera como el cambio radical en la forma de producción basada en el conocimiento que genera una mayor descentralización organizacional, reducción de la producción en masa y procesos cada vez más personalizados.

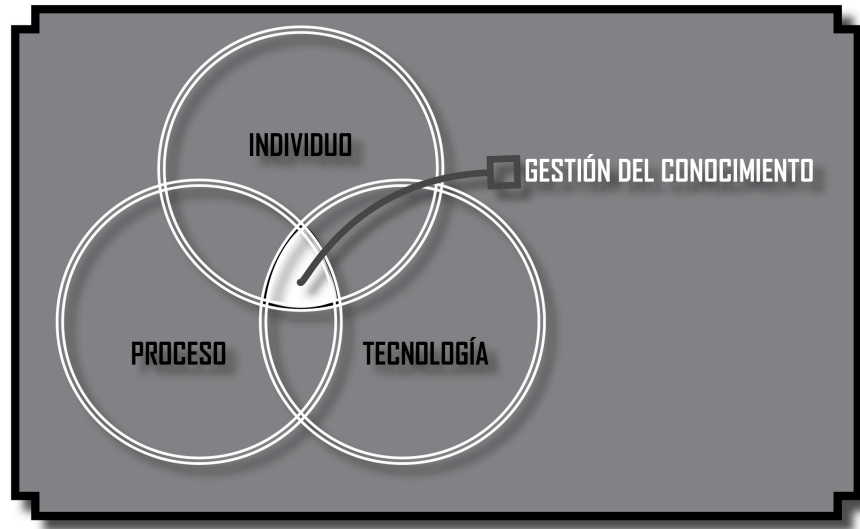


Figura 7. Esquema para representar la GC como disciplina híbrida (Collison y Parcell, 2003:35).

Los contenidos de este modelo son muy relevantes. Los elementos que hacen muy exitosa la GC son:

- Una infraestructura tecnológica común y fiable que ayude a compartir el conocimiento,
- La conexión de gente que sabe y una actitud que invite a preguntar, escuchar y compartir,
- Algunos procesos que simplifiquen la puesta en común, la validación y la depuración.

Pero además de las formas de GC nos interesa tener en cuenta que existen diversas formas de reproducir, transmitir y difundir el conocimiento, además de poder modificar los comportamientos para reflejar nuevos conocimientos y visiones.

Como concepto general de conocimiento, en relación a su producción y transmisión, se puede afirmar que el conocimiento, además de ser un factor capital para las organizaciones, es un factor muy complejo tanto en su creación como en su socialización, por ello, se plantean ciertas prácticas o directrices organizacionales que permitan facilitar su capitalización. Esta forma de administrar el conocimiento es lo que se ha definido como GC y según Caraballo (2006) sus principales directrices son:

- a. Actividades destinadas a la formación de los individuos para la adquisición de nuevos conocimientos.
- b. Creación de grupos y su capacitación en habilidades grupales.
- c. Implantación de mecanismos que abarquen la totalidad de la información (interna y externa) y lleguen a todos los miembros de la organización de una forma rápida y precisa.

- d. Compromiso expreso de la dirección de la institucionalización del conocimiento en rutinas organizativas.⁵¹

Es un hecho que el término **GC** se usa con múltiples significados en distintos ámbitos.

DAEDALUS⁵² (2002), considera que las siguientes definiciones son, en efecto, muy generales, pudiendo ser interpretadas desde cualquier punto de vista relativo a las actividades de una organización. Para efectos de este trabajo de investigación se verán desde el punto de vista educativo.

- Extracción y compartición de información.
- Gestión de recursos humanos: competencias, formación, perfiles de puestos de trabajo, etc.
- Gestión de la innovación.
- Propiedad intelectual.
- Medida del capital intelectual.
- Ayudas tecnológicas.
- Cambios culturales y nuevas formas de organización del trabajo.

Para motivos de este proyecto, la GC se abordará considerando las definiciones de extracción y compartición de información, propiedad intelectual y cambios culturales y nuevas formas de organización del trabajo, ya que mediante estas concepciones la organización educativa puede generar diversas posibilidades para el desarrollo y crecimiento de la sociedad ahora, de conocimiento.

Para ello, la GC realiza dos tipos de tareas:

- Convertir el conocimiento individual en colectivo.
- Conectara al personal con ese conocimiento.

En el caso de la organización educativa, la tarea de conversión tiene como fuente de conocimiento formatos textuales (libros, informes, revistas, etc.) la conversión habitual consiste en indexar esos documentos a fin de facilitar su posterior recuperación.

⁵¹ Martínez Caraballo, Noemí (2006). *Gestión del Conocimiento: Aprendizaje individual versus aprendizaje organizativo*. Intangible Capital [en línea], núm. julio-septiembre, pp. 308-326, [fecha de consulta: 2011-02-13] Disponible en Internet: <<http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=54920302>> ISSN

⁵² Es una empresa constituida por un grupo de especialistas en la investigación, su actividad se centra en torno a la gestión avanzada del conocimiento (inteligencia de negocio), es decir, con la realización eficiente de todas las actividades relacionadas con la generación, extracción, organización, análisis, compartición y distribución del conocimiento de una organización a fin de mejorar su eficiencia, haciendo uso para ello de las tecnologías más apropiadas.

De igual modo la conexión entre individuos y conocimiento puede ser para que el personal del organismo académico pueda tener acceso al conocimiento disponible en formato textual; la conexión de individuos entre sí se fomenta mediante la constitución de grupos de intereses o de redes. Ahora que si se intenta llegar hasta un individuo o grupo de individuos que estén interesados en el conocimiento, se puede hacer uso de la tecnología, es decir de la indexación y clasificación de documentos y su posterior difusión conforme a los perfiles de intereses de los usuarios registrados. Por último, es válido conectar conocimiento con conocimiento, enriqueciéndose mutuamente, por ejemplo, mediante enlaces cruzados múltiples.

Así, los beneficios de un proyecto de GC pueden ser múltiples:

- Mejora de la eficiencia operativa en cualquier área de actividad de la organización: desarrollo, producción, ventas, servicios, etc.
- Simplificación del proceso de toma de decisiones.
- Fomento de la innovación en productos, procesos y servicios.
- Fortalecimiento de la cultura de la organización.
- Aumento de la capacidad de adaptación a un entorno rápidamente cambiante.
- Fidelización y potenciación de la capacidad de relación, tanto con clientes como con socios, proveedores, etc.

Y si lo centramos al sector educativo los beneficios pueden ser:

- Incremento de la interconexión entre campos de conocimiento a través de espacios de colaboración interdisciplinaria e intelectual.
- Fomento al intercambio, tanto de docentes como de alumnos.
- Suministro de infraestructura humana, física, tecnológica y pedagógica para fomentar el aprendizaje autogestivo del alumno.
- Fomento del trabajo prospectivo en innovación tecnológica.
- Vinculación de la academia con la investigación
- Vinculación universidad, sector público e iniciativa privada.
- Apertura de espacios para la construcción libre de la currícula personal de cada estudiante dependiendo de sus intereses, aptitudes y habilidades.
- Fomento de la complementación de los conocimientos generales con oferta de especializaciones.⁵³

Estos beneficios deben ser cuantificados a fin de poder realizar estimaciones fidedignas del retorno a obtener por las inversiones que la GC necesariamente conlleva.

⁵³ Treviño Arizmendi, Arturo (2009). *La cultura en un nuevo plan de estudios de diseño en México*. pp. 36-38. En Rodríguez Viqueira, Manuel y Raúl Torres Maya [coordinadores] (2009). *Memorias del Coloquio. El Diseño en el Futuro de México. Visiones Analíticas y prospectivas*. División de Ciencias de la Comunicación y Diseño. Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad-Cuajimalpa, México, D.F.

La GC se presenta a menudo como una característica de primera necesidad, un imperativo para la competitividad y, en definitiva, una obligación ineludible para la propia supervivencia de la organización o institución. Pero, por otra parte, se nos habla de cambios profundos, no sólo de carácter organizativo, sino especialmente en lo relativo a la cultura, en este caso, del organismo académico y a las pautas de comportamiento de los empleados. Además, se recalca la importancia de contar con todo el apoyo de las más altas esferas directivas, apoyo traducido en un esfuerzo inversor suficiente, tanto en estructura como en tecnología. (DAEDALUS, 2002)

Expertos, destacan que el valor económico de una organización ya no está más en ciertos activos físicos sino en factores más “intangibles” tales como:

- a) El conocimiento,
- b) El capital humano y
- c) El capital intelectual.

Estos “intangibles” constituyen hoy en día un objetivo estratégico para las organizaciones, ya que la creación y potenciación del conocimiento, se está convirtiendo en un factor crucial en la producción, en el desarrollo, y en la innovación de nuevos procesos, servicios y productos; que necesariamente se han de sustentar en personas, medios y tecnologías que deben ser gestionados convenientemente.

La dinámica del conocimiento implica movimientos continuos, intercambios y transformaciones de un tipo de conocimiento a otro, consciente o no. Por ello, se considera que el conocimiento es:

- En gran parte cognoscitivo y altamente personal;
- Un concepto poco claro, con un componente intuitivo, que existe dentro de las personas y se deriva de la información;
- Una característica pública más que individual, es decir, pertenece al sistema social;
- El recurso crucial de una organización;
- Depende de los mecanismos institucionales para proteger su transferencia;
- El apalancamiento necesario para la consecución tanto de las actividades implícitas como explícitas de una organización; y
- Deriva de un proceso de interacción continua que va del individuo al grupo y del grupo al individuo.

En la GC se desarrollan marcos de convivencia en los que los talentos de los individuos se identifican de forma eficiente y se relacionan de forma sinérgica con otros talentos de la organización, lo que da por resultado que se incorporen de forma clara esos conocimientos a los procesos esenciales de ésta. Es este proceso lo que determina hacia el exterior el factor de competitividad de las organizaciones.

Dadas las dimensiones de un proyecto de GC y la complejidad del mismo sistema, es aconsejable dividir la implantación de un proyecto de gestión del conocimiento en pequeños proyectos centrados en aspectos concretos, y no iniciarlos todos a un mismo tiempo. Empezar por un proyecto con alta probabilidad de éxito que involucre a personas y departamentos favorables a la iniciativa y que produzca en poco tiempo resultados contrastados es la mejor manera de despejar dudas sobre la rentabilidad de la gestión del conocimiento y motivar la participación de todas las personas de la organización. Ver cuadro.

CREACIÓN Y TRANSMISIÓN	1. IDENTIFICACIÓN O DESCUBRIMIENTO
	2. CAPTURA, ALMACENAJE Y CLASIFICACIÓN
	3. RECUPERACIÓN, ACCESO Y TRANSFERENCIA
	4. USO Y APLICACIÓN

Cuadro con referencia en Curso de GC [en línea] Disponible en internet:
<http://www.slideshare.net/tecnomexico/conocimiento-2045116>

Otra cuestión, es considerar los objetivos de la implantación de un sistema de GC, y puede ser por medio de las siguientes interrogantes:

- ¿A dónde deseo llegar con una estrategia de gestión del conocimiento?
- ¿Es una buena solución a los problemas que tiene planteados la empresa?
- ¿Cuál sería el periodo de implantación?. ¿A medio o largo plazo?
- ¿Reporta el sistema ventajas reales para la empresa?
- ¿Cómo se va a traducir en la cuenta de resultados?
- ¿Qué problemas concretos pueden solucionarse con un sistema de gestión del conocimiento?
- ¿Cuánto me va a costar?
- ¿De qué plazos dispongo para concluir su implantación y alcanzar los primeros objetivos?
- ¿Cómo puede repercutir en los procesos de innovación?
- ¿Y en la valoración del capital intelectual?

Por el contrario, si no hay una administración adecuada del conocimiento, este estará disperso y fragmentado en todas las divisiones o áreas de una organización, por lo que, no se proporcionará la información adecuada, esencial y detallada indispensable para su operación eficiente. Esto puede provocar que no se tomen las medidas y prácticas necesarias para lograr sus objetivos en forma exitosa y por lo tanto se perderá tiempo y recursos valiosos. Las organizaciones que aplican la GC han encontrado que a través del establecimiento de una red de conocimiento pueden crear nuevos procesos, desarrollos y productos, solucionar problemas más rápido, adaptarse con mayor facilidad a los cambios de la sociedad o a los problemas emergentes, así como hacer más eficiente sus canales de

transferencia de conocimiento, lo que las lleva a compartir las mejores prácticas y por lo tanto a generar valor; esto hace a la GC parte del recurso estratégico de una organización e incluso de una nación.

a) Capital Intelectual

Es decisiva la participación de la universidad en la creación de capital intelectual (CI) señalado como el más importante activo intangible de las organizaciones o instituciones. Surge de la interacción del capital humano y del capital estructural y está constituido por una serie de factores que tradicionalmente han sido considerados intangibles (Martínez y Corrales, 2011:59).

Según Medellín (2003):

*“los activos intangibles no tienen existencia material; están incorporados en procesos, prácticas, saberes, competencias y destrezas de los individuos, en culturas organizacionales y filosofías de gestión, en infraestructura organizacional y en elementos de propiedad intelectual”.*⁵⁴

Por tanto, es importante que en las universidades se generen ambientes propicios para facilitar la conversación de las competencias individuales en capital organizativo, permitiendo así, desde la construcción de conocimientos, desarrollar sus efectos multiplicadores dentro de la institución.

DAEDALUS (2002), aporta a cerca del CI, que en las organizaciones lo más importante no es lo que poseen, sino lo que saben: su capital intelectual. Este capital incluye elementos de diversos tipos:

- **CAPITAL HUMANO:** lo constituye el personal de la organización, con sus capacidades, limitaciones y actitudes.
- **CAPITAL ESTRUCTURAL,** a su vez divisible en:
 - **Capital organizativo:** es el constituido por la tecnología, estrategia, cultura, estructuras, procedimientos, etc.
 - **Capital relacional:** integrado por el conjunto de relaciones de la organización con clientes, proveedores, socios, etc.

De acuerdo a lo anterior se pueden entender mejor las características del CI si se realiza un comparativo entre el mismo y la GC, de ésta manera se pueden visualizar sus semejanzas y diferencias.

GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO	GESTIÓN DEL CAPITAL INTELECTUAL
---------------------------------	--

⁵⁴ Medellín Cabrera, E. (2002). *Capital intelectual: Formación y Medición de valor. En Asociación Universitaria Iberoamericana de Postgrado. Gestión del Conocimiento: Pautas y lineamientos generales.* Cali-Colombia: Artes Gráficas, pp. 67-85.

<p>Se relaciona con las personas, la inteligencia y los conocimientos. Conceptos humanos.</p> <p>Intenta formalizar y sistematizar los procesos de identificación, administración y control del capital intelectual.</p> <p>Presenta una perspectiva táctica y operacional.</p> <p>Es más detallada.</p> <p>Se centra en facilitar y gestionar aquellas actividades relacionadas con el conocimiento, como su creación, captura, transformación y uso.</p> <p>Su función es planificar, poner en práctica, operar, dirigir y controlar todas las actividades relacionadas con el conocimiento y los programas que se requieren para la gestión efectiva del capital.</p> <p>Se realiza con el objetivo de adquirir o aumentar el inventario de recursos intangibles que crean valor en una organización y por tanto, es una parte del concepto más global de gestión de los intangibles -los recursos intangibles de una organización crecen generalmente debido a los flujos de información o de conocimiento y los recursos tangibles crecen por flujos de dinero.</p> <p>Busca mejorar la potencialidad de la creación de valores en la organización, mediante el uso más eficiente del conocimiento intelectual.</p>	<p>Se relaciona con las personas, la inteligencia y los conocimientos. Conceptos humanos.</p> <p>Tiene una perspectiva empresarial estratégica y gerencial con algunas derivaciones tácticas.</p> <p>Se centra en la construcción y gestión de los activos intelectuales.</p> <p>Su función es considerar en su conjunto la totalidad del capital intelectual de la empresa.</p> <p>En este marco se ubica la gestión del conocimiento, pero la gestión del capital intelectual abarca mucho más espacio que la gestión del conocimiento.</p> <p>Trata de nivelar el capital humano y el estructural.</p> <p>Busca mejorar el valor de la organización, a partir de la generación de potencialidades por medio de la identificación, captura, nivelación y reciclaje del capital intelectual. Esto incluye la creación de valor y la extracción de valor.</p>
--	---

Cuadro comparativo realizado a partir de los aportes de *Edvinsson, Torrado del Rey y Wiig*.
Elementos comunes y diferencias entre la GC y la gestión del CI (Sánchez, 2005).

De acuerdo con la perspectiva de Cortinas y Parker (2004:12), las organizaciones buscan generar espacios adecuados de convivencia que favorezcan el desarrollo de procesos innovadores de GC aplicado a la esencia de la organización o institución. Pero, ¿en dónde queda el valor que produce una adecuada gestión del conocimiento? En la adecuada administración del activo del CI.

El CI es, junto con los valores y las tecnologías, uno de los pilares más importantes de una organización basada en conocimiento, experiencia aplicada, tecnología organizacional, relaciones con usuarios / clientes y destrezas profesionales que proporcionan una ventaja competitiva a la organización en el mercado o en el área de gestión pública en la que se desenvuelve.

El CI incluye la propiedad intelectual y el *know how* tecnológico y organizacional, pero no solo eso. Se le define como la suma del capital humano y estructural dentro de una organización. Ver el siguiente cuadro.

CAPITAL HUMANO	El capital humano incluye todas las capacidades individuales, los conocimientos, las destrezas y la experiencia de los empleados o miembros y directivos de una organización. Incluye también la creatividad e inventiva, la actualización de destrezas y su reconocimiento, así como la capacidad de aprovechamiento de la “ <i>expertise</i> ” ⁵⁵ individual y colectiva. El capital humano es el que construye el capital estructural, pero cuando mejor sea el capital estructural, tanto mejor será el capital humano de una organización.
CAPITAL ESTRUCTURAL	Es la infraestructura con la que se incorpora, capacita y sostiene el capital humano. Incluye factores tales como calidad y alcance de los sistemas de informática, imagen corporativa de la organización, bases de datos, conceptos organizacionales y documentación, en si “todo lo que se queda en la oficina cuando los empleados se van a casa”. También incorpora la propiedad intelectual (patentes, marcas, derechos de autor, diseños, modelos). Se puede reagrupar en tres tipos de capital:
	Capital organizacional , que es la inversión en sistemas, herramientas y filosofía operativa.
	Capital de innovación , que se da en forma de derechos comerciales protegidos, propiedad intelectual y otros talentos de innovación de producto y proceso
	Capital de proceso , que incluye los procesos de trabajo, técnicas y programas, es el conocimiento práctico que se usa en la creación continua de valor.

Cuadro realizado con la referencia de Cortinas y Parker (2004: 10-11).

Lo anterior significa que el valor que se le asigna a un bien o servicio “valor de mercado”, de una organización lo proporciona su ganancia “valor financiero”, en libros más su CI. El capital organizacional permite compartir el conocimiento más rápido y efectivamente, haciéndolo más fácil y accesible.

Los activos del capital intelectual son en promedio varias veces mayores que los de los activos tangibles. Las organizaciones que están comenzando a medir estos activos intangibles citan varias razones para medir el CI:

- a) Refleja con mayor veracidad el valor real de la organización.
- b) Proporciona información veraz y útil.
- c) Crea nuevos sistemas de protección de los valores intrínsecos de la organización, y
- d) Ayuda el crecimiento de esos activos y por lo tanto genera valor.

Independientemente de que pongan el acento en uno u otro elemento del capital intelectual, en lo que sí coinciden todos los autores es en su valor estratégico creciente, conforme avanza y adquiere perfiles más nítidos la sociedad

⁵⁵ Diccionario de Gestión Empresarial: *Expertise*: (anglicismo) Pericia, destreza, habilidad, experiencia, práctica. Parecería que, para muchos especialistas, ninguna de estas dos palabras abarca la totalidad del sentido de la palabra *expertise*, que en realidad es experiencia en el hacer, experiencia en la aplicación de algo. Por lo tanto, se difunde la voz inglesa, como en "centro de expertise".

y la empresa del conocimiento. Cada vez más, las empresas que alcanzan el éxito son las que explotan su capital intelectual e, incluso, las que viven de él casi exclusivamente. Al contrario, las empresas que no valoran este intangible ven cómo pierden posiciones en el nuevo mercado global, por lo que, de no reaccionar, difícilmente llegarán a ser líderes, cuando no pueden verse claramente relegadas a una segunda posición o, incluso, entrar en pérdidas⁵⁶

Queda claro con esta definición que el capital intelectual no es otra cosa que conocimiento, ya sea relativo a los propios empleados de la compañía (experiencia), a los sistemas de organización (tecnología) o al mercado (relaciones con clientes). Ver figura 8.

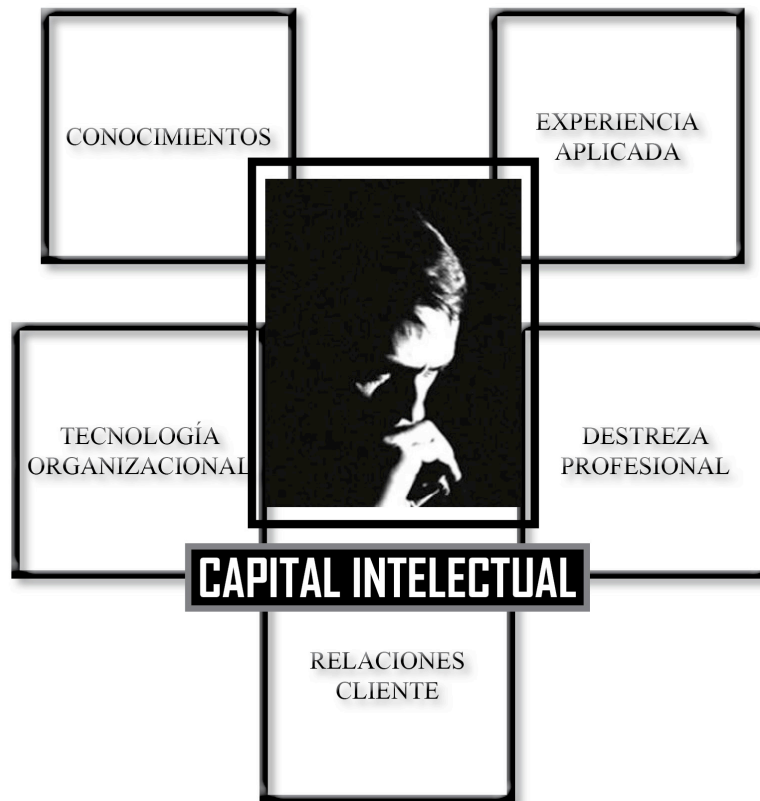


Figura 8. Cuadro con referencia en Curso de GC [en línea] Disponible en internet: <http://www.slideshare.net/tecnomexico/conocimiento-2045116>

Tanto la gestión del capital intelectual como la gestión del conocimiento son de hecho la piedra angular del paradigma de empresa excelente o empresa triunfadora del siglo XXI.

Para la implementación de un sistema de GC, se requiere como primera medida la realización de las llamadas Redes de Conocimiento.

⁵⁶ Curso de Gestión del Conocimiento [en línea] RaiTec. Red Andaluza de Innovación y Tecnología. Disponible en internet: <http://www.slideshare.net/tecnomexico/conocimiento-2045116>

1.3. REDES DE CONOCIMIENTO

“Un poco de conocimiento que actúa es mucho más valioso que mucho conocimiento ocioso”.

Jalil Gibran.

¿Cómo se puede facilitar el intercambio de ideas e innovaciones en organizaciones grandes y pequeñas? y ¿cómo se pueden compartir los resultados de las investigaciones para estimular la creación de conocimiento? Por medio de la creación de redes de conocimiento (RC).

Las RC son el agrupamiento comunicacional y participativo entre un grupo de individuos que intercambian información, conocimientos, ideas y experiencias, cuyas relaciones se establecen con miras a, un tema de trabajo, la preparación de una actividad docente, la cooperación y desarrollo. (Artiles, 2005)

De igual manera, se considera que entre los resultados que se esperan obtener a partir de la creación de redes de conocimiento son:

1. Mayor eficiencia en los procesos investigativos a partir de un mayor y mejor uso de información actualizada;
2. Actividades docentes e investigativas en un nuevo formato;
3. Publicaciones periódicas académicas, científicas y de apoyo a la difusión de la cultura.

El principal objetivo de las RC es compartir el conocimiento tácito y explícito, términos explicados en páginas anteriores, que fluye a través de la investigación y el intercambio de conocimientos en los procesos de enseñanza aprendizaje o en otros procesos, y cuya asimilación y aprovechamiento generen nuevas formas de aprendizaje, servicios y productos a partir de diferentes y muy variadas estructuras informacionales.

Por otro lado, según Zárraga (2003), existe una necesidad de crear nuevas formas de acceso al conocimiento. La administración del conocimiento es una acción importante de las universidades, empresas y organizaciones científicas. Si entendemos que el conocimiento es el recurso estratégico más importante que poseen las empresas para competir en la actualidad, entonces podremos llevar a la práctica el concepto de conocimiento como lo establecen Fahey y Prusak (1998, cit. en Zárraga, 2003) es lo que el conocedor sabe; no hay conocimiento sin alguien que lo conozca.

Las RC constituyen sistemas colaborativos de interacciones entre iguales que tienen por objetivo la construcción y difusión del conocimiento. El apoyo telemático⁵⁷ a las redes de conocimiento está potenciando el alcance de las mismas.

Los tres sectores en los que las RC están adquiriendo mayor desarrollo son, por este orden: la investigación, las organizaciones en general y las instituciones escolares en particular. En todas ellas, la construcción colaborativa del conocimiento exige responsabilidad cognitiva colectiva. (Martín-Moreno, 2004:3)

De tal manera, también se reitera que las RC son la comunicación por diversos medios entre países, regiones o grupos de personas, para compartir conocimientos y experiencias en una determinada materia, desarrollar un intercambio de especialistas, entre otras tareas destinadas al fortalecimiento del área en común.

Establecer una RC no es fácil, ya que no es solamente necesario el acceso a la información acerca de diferentes individuos y organizaciones; o usar novedosos sistemas tecnológicos; sino que implica integrar las aportaciones individuales de conocimiento a través de la sistematización misma de este conocimiento capaz de generar información útil, de acuerdo a objetivos y metas pre-establecidos.

Por lo tanto, una RC puede ayudar a organizar oportunamente la información; a encontrar información relevante y trascendente para los fines de la organización; puede ser un canal que permita la comunicación y la discusión o debate de una problemática común que puede generar una retroalimentación que a la larga se traduce en nuevo conocimiento; puede ayudar a la solución de problemas; a la toma acertada y oportuna de decisiones estratégicas; o a la gestión adecuada de un proyecto común.

El establecimiento de una red basada en el conocimiento permite que la inter-actuación de los integrantes o usuarios o miembros de dicha red se comuniquen de una manera más informal, lo que facilita que la información sea directa y no tenga restricciones en las formalidades. Ello es importante ya que, el desarrollo de conocimiento requiere el flujo libre de la información; de las sensaciones y hasta de los pensamientos.

Asimismo, una red es un mecanismo que provoca compartir ideas nuevas, las cuales en una situación jerárquica no serían muchas veces bien recibidas. Además, el reconocimiento se da por la contribución y no por la posición, hecho que facilita la cooperación ya que una red basada en el conocimiento no promueve la competencia entre sus integrantes. Igualmente, se desarrollan visiones y metas compartidas y crea un sentido fuerte de responsabilidad entre sus miembros o usuarios, lo que termina promoviendo el “TRABAJO EN EQUIPO” (Cortinas y Parker, 2004:13).

⁵⁷ La *telemática* es una disciplina científica y tecnológica que surge de la evolución y fusión de la telecomunicación y de la informática.

En otra perspectiva Gaete y Vásquez (2008:5), expresan que las RC estudian la generación de conocimiento en redes informales de académicos, poniendo el énfasis en la importancia de las relaciones interpersonales para la transmisión del conocimiento y la reproducción del capital intelectual, y la correspondiente diferenciación de posiciones en el espacio social académico.

1.3.1. CARACTERÍSTICAS DE LAS RC

Es necesario, conocer y sobretodo comprender las características que intervienen en las RC pues son consideradas como procesos que se construyen, cambian y desaparecen en el tiempo, por lo que no pueden ser caracterizadas como estructuras fijas y estables, por lo que el análisis de la dinámica o la génesis en su construcción es fundamental para su comprensión y explicación. Se ha señalado por otros autores, la característica de flexibilidad de las redes, para la recombinación de varios componentes (Casas, 2002:4-5). Ver cuadro.

CARACTERÍSTICAS MORFOLÓGICAS	CARACTERÍSTICAS INTERACCIONALES
<ol style="list-style-type: none"> 1) Anclaje de la red. Es necesario ubicar un punto metodológico de construcción de la red. Estrella primaria, estrella secundaria. Mapa de las relaciones. 2) Accesibilidad de la red: Uso de las relaciones en una red. Relaciones de poder. 3) Densidad de la red: Qué tanto una red de relaciones es compacta o no. Motivos que pueden aglutinar a las personas. Red de relaciones alta o pobremente densas 4) Rango de la red: Qué tantos contactos tienen cada uno de los actores. Implica capacidad de movilización de los actores en la red. 5) Sectorización: Qué fragmento de la red es de cada actor. Grado en que los individuos tienden a agruparse en sectores independientes. 	<ol style="list-style-type: none"> 1) Contenido de los propósitos o intereses reconocidos. Significados que se atribuyen a la interacción. De todas las características interaccionales esta es la que ofrece más dificultades y es la que está menos desarrollada 2) Direccionalidad: Naturaleza de la reciprocidad de un nodo a otro. Grado de reciprocidad. 3) Durabilidad: Alude al reconocimiento del conjunto de obligaciones y derechos en la relación. Interviene el problema histórico: expansión y contracción. 4) Intensidad: Grado en que los individuos están preparados para cumplir con sus obligaciones con los otros. No toda relación intensa implica relaciones cara a cara. Habilidad de una persona para ejercer influencia sobre los demás. 5) Frecuencia: De los contactos entre miembros de una red. No supone alta intensidad.

Cuadro con referencia en Casas, (2001:4-5).

Entre otras de las características estructurales de las redes están la distribución, la descentralización, la colaboración y la adaptación. La estructura de la red está basada en la reciprocidad y la confianza.

Propiciar la interacción es brindar la oportunidad real de desarrollar entre sujetos el conocimiento de unos a otros. Permite también hacerse responsable de las propias relaciones y ofrece las oportunidades de establecer y

mantener colaboraciones de acuerdo con determinadas circunstancias o problemáticas (Reynaga y Farfán, 2004:10).

Así, una relación podría concebirse como un proceso de interacción e intercambio; esto es, una persona puede estar ligada a otras en determinadas actividades y suministrarse apoyo de diversa índole, de forma mutua. Se posibilitan mundos particulares a través de las relaciones que las personas establecen entre sí. El sujeto influye en el entorno de la red y ésta en el sujeto mismo.

Dentro de muchos factores del desarrollo de RC se encuentran la capacidad de visualizar objetivos comunes al interior de la organización lo que se percibe por las personas que la conforman, debiendo asumir un concepto de comunidad del conocimiento, inicialmente como organización y como hemos visto, en un segundo momento más allá de la organización.

A pesar de que el tema de redes lo podemos ver implícito en diversos ámbitos, en el ámbito educativo se pueden identificar términos utilizados para dirigirse al tema de colaboración y relación para la producción científica y académica entre universidades. Por tal motivo, es importante, conocer la naturaleza de algunos de ellos para entender su intervención en la educación de nivel superior. De acuerdo a su constitución en reales y virtuales; a su participación en institucional e individual y sus propuestas en especializadas y generales; con el fin de superar la limitada cultura de la interacción y la colaboración.

1.3.2. LA TIPOLOGÍA EN LAS REDES

a) REDES ACADÉMICAS

Por lo que se refiere al ámbito académico, las redes suelen entenderse como "mecanismo de apoyo, intercambio e información que atraviesan fronteras y brindan un gran dinamismo a partir de la conjunción de intereses respecto a una temática o problema" (Reynaga y Farfán, 2004:4).

Una red académica, es enorme porque permite a los académicos trabajar con flexibilidad, cooperativamente, en el desarrollo académico, científico, técnico, social y cultural en una comunidad, equipo, grupo o región. Permite la integración para la solución de problemas y temáticas comunes, extiende beneficios a funcionarios, educadores, profesores, empresarios, sindicatos; puede constituirse por instituciones, secretarías, centros de investigación; facilita el intercambio de datos, información, conocimiento, y propicia la reflexión.

Según Reynaga y Farfán (2004), la conformación de redes universitarias es un mecanismo de impulso al intercambio académico y el establecimiento de proyectos conjuntos a partir de la generación de espacios de cooperación académica en áreas vitales para el desarrollo educativo como:

1. La investigación.
2. Proyectos de formación conjunta de recursos humanos.
3. La educación continua y a distancia.
4. El intercambio de académicos.
5. Promoción del conocimiento, información, metodología, ideas y planteamientos innovadores.
6. Movilidad de estudiantes y profesores en marcos más amplios de colaboración.
7. La transferencia de información para el reconocimiento académico de títulos, grados y diplomas y
8. Innovaciones académicas en otros aspectos relevantes.

Hay tres aspectos para integrar redes académicas:

- 1) Los núcleos de profesores de alta calidad con los que cuenta cada institución se pueden asociar a instituciones en proceso de diferenciación, es decir, aquellas que están incubando investigadores, docentes o programas.
- 2) La capacidad de cada Institución de la región para soportar los programas desde el punto de vista de su infraestructura académica: “laboratorios” regionales.
- 3) Un marco institucional flexible que dé fluidez a la colaboración interinstitucional: transferencia de créditos, movilidad de estudiantes y profesores, oferta de títulos y grados conjuntos, gestión de recursos financieros.

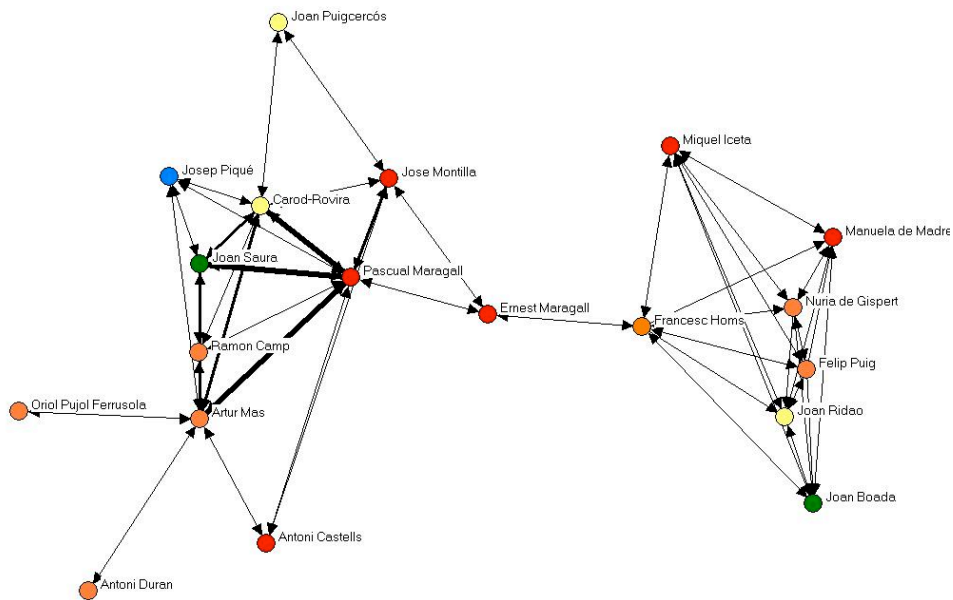


Figura 9. Ilustración que apoya el mapeo de una red académica.

En la figura 9, la red académica puede representar la situación particular de un organismo académico, en la que se visualiza la interacción que puede existir entre académicos y diversos proyectos disciplinarios. Particularmente dentro de este ejemplo, se muestra un aislamiento parcial entre académicos de diferentes disciplinas; no existe un punto clave donde se concentre la mayor parte de los académicos para efectos de una retroalimentación de conocimientos, así como un trabajo multi, inter y transdisciplinario. El grado de conectividad es muy bajo en relación incluso a la red de investigadores.

b) REDES DE INVESTIGACIÓN

Una red de investigación es una organización destinada a establecer vínculos entre científicos e instituciones, con el fin de compartir información, planear y desarrollar proyectos. Identificando tres tipos:

1. **Redes de intercambio de información.** Facilitan y promueven el compartir ideas y resultados entre sus afiliados.
2. **Redes de coordinación de investigación.** Los integrantes enfocan su estudio en temas comunes y prioritarios, pero los experimentos que realizan los llevan a cabo independientemente.
3. **Redes para la consulta de políticas de investigación.** Los institutos miembros realizan consultas entre sí (Barrón, 1999).

En un trabajo denominado "Límites a la colaboración Sur-Sur" (*Nature*, 27 de mayo de 1999), *Calestous Juma*, profesor de la *Kennedy School of Government* de la Universidad de Harvard, afirma:

"El mundo industrializado genera noventa por ciento de la producción científica. Ello sugiere que cualquier estrategia para desarrollar la ciencia y la tecnología en países pobres que no procure crear alianzas con centros de innovación del mundo desarrollado probablemente se condene a sí misma a una posición marginal. Las discusiones sobre la cooperación Sur-Sur necesitan verse a la luz de esa realidad".⁵⁸

⁵⁸ Disponible en internet: <http://www.jornada.unam.mx/1999/06/28/cien-meza.html>

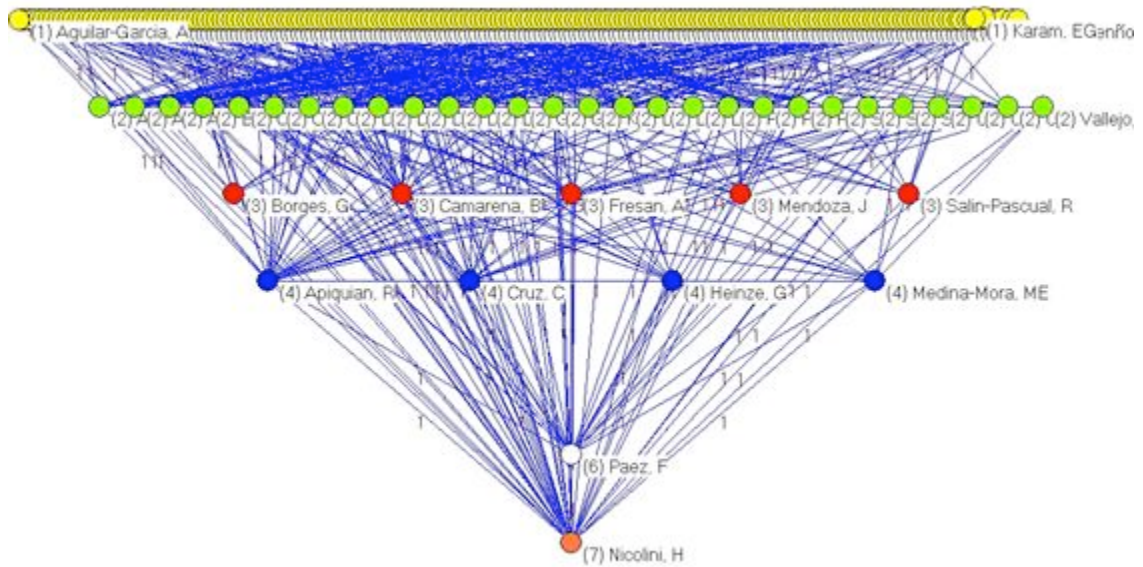


Figura 10. Ejemplo de red de investigadores. Productividad de los investigadores de mayor a menor⁵⁹ en el campo científico y redes de coautoría en la psiquiatría. La producción científica psiquiátrica mexicana sobre el trastorno de la personalidad. Universidad Iberoamericana. Ramírez (2010). Disponible en línea: http://revista-redes.rediris.es/html-vol19/vol19_2.htm#_ftnref7

Según esta red, el autor que tiene más publicaciones en las bases de *Scopus*⁶⁰ sobre trastorno de la personalidad es H. Nicolini con siete artículos. Según Bourdieu “*el premio al crédito científico no es el dinero sino las recompensas garantizadas por la valoración de los colegas*” (Bourdieu, 2003: 96).

⁵⁹ Nota: La gráfica 10 muestra la centralidad de grado de entrada expresada como productividad. Se encuentra organizada desde el grado mayor de productividad en la parte de abajo y los autores con menor grado de productividad en la parte superior. Así, el nodo color naranja es H. Nicolini y la línea 7 es el número de citas, las líneas son justamente las que organizan de menor a mayor la tabla. El segundo vértice de color blanco lo ocupa F. Paez con 6 números de líneas. Así, para leer la tabla se parte que los colores distinguen a los autores por el número de artículos que producen, número que aparece en las líneas (relaciones).

⁶⁰ *SCOPUS*, Es una base de datos sobre ciencia y tecnología, que permite la consulta y el acceso a las referencias bibliográficas de 14,000 publicaciones científicas, procedentes de 4,000 editoriales distintas y que, en total, proporciona acceso a unos 27 millones de referencias.

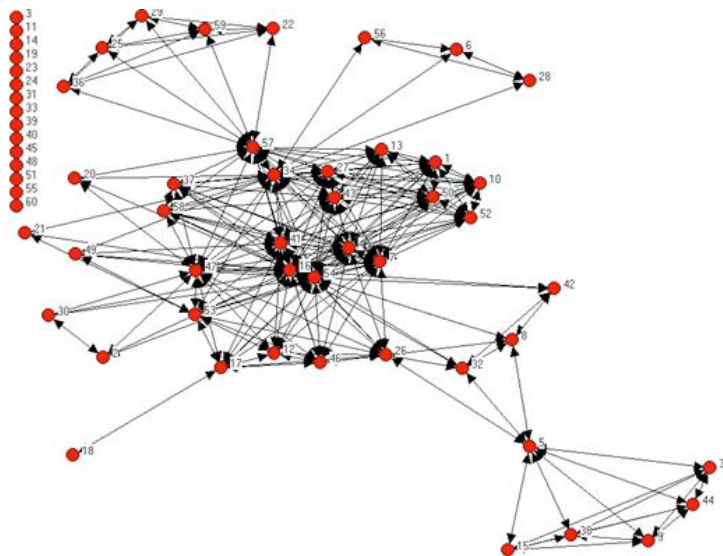


Figura 10. Ejemplo de una red de investigadores de un departamento académico.
 Disponible en internet: http://revista-redes.rediris.es/html-vol14/vol14_5.htm

De acuerdo a la figura 10, la red de investigadores puede representar la situación particular de una institución educativa, en la que se visualiza la interacción que puede existir entre investigadores y su relación con otros proyectos de investigación. En este ejemplo, la red no está totalmente estructurada lo que indica una desarticulación entre algunos miembros del área de investigación. De igual manera se puede percibir una alta densidad en un punto particular de la red, lo que podría indicar un grupo de investigadores más o menos estable. Del lado derecho de la red se identifican a unos grupos reducidos de investigadores que no logran integrarse del todo con el grupo de mayor cantidad y que su participación probablemente está limitada.

c) REDES DE COLABORACIÓN

Uno de los objetivos de la Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior, ANUIES, señala la necesidad de *propiciar la complementariedad, la cooperación, la internacionalización y el intercambio académico de sus miembros a partir de la conformación, desarrollo y consolidación de redes temáticas de colaboración nacionales y regionales.*

Con ese referente, la Secretaría General Ejecutiva de la ANUIES, consciente de la importancia de fomentar procesos académicos más horizontales, transdisciplinarios e institucionales, convocó a sus instituciones afiliadas para que, con ese espíritu, constituyeran grupos y espacios de trabajo que permitieran generar dinámicas de colaboración, coparticipación y corresponsabilidad a partir de la definición de proyectos con objetivos comunes.

Para la Asociación una red de colaboración es un colectivo conformado por académicos, especialistas y estudiantes cuyo trabajo se fundamenta en flujos permanentes y continuos de comunicación, información, intercambio de recursos, experiencias y conocimientos, pero sólo cobra relevancia si ese trabajo obedece a propósitos previamente consensuados por los actores involucrados y su aspiración es consolidar, mejorar y potenciar las capacidades de las instituciones de educación superior para la difusión y generación de conocimientos, así como el fomento de la cultura, la ciencia y la tecnología.⁶¹

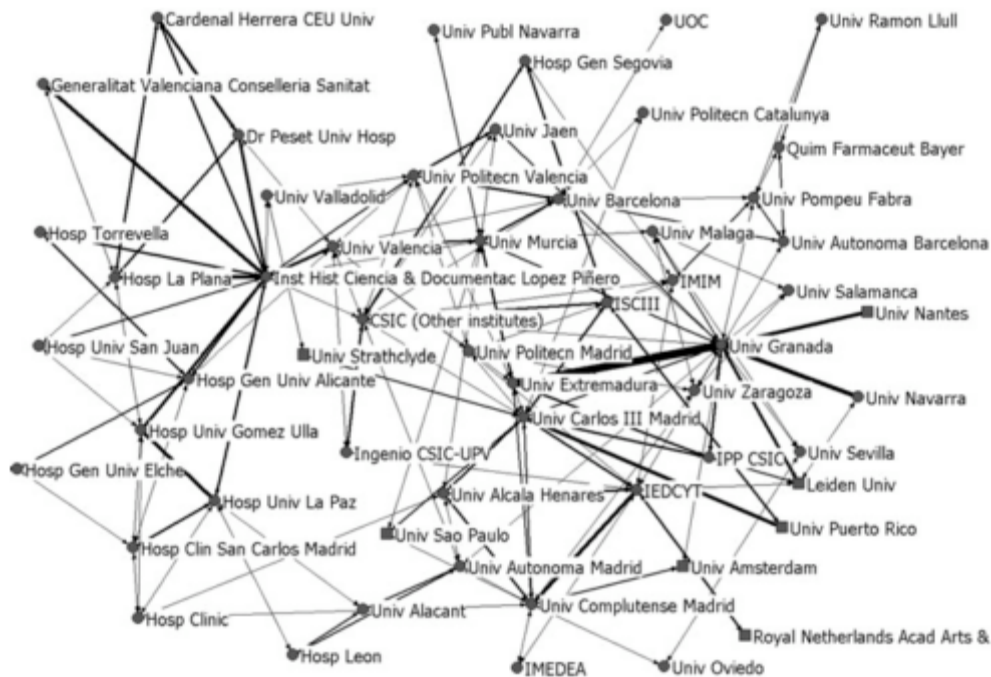


Figura 11. Ejemplo de una red de colaboración, disponible en: <http://alvarocabezas.com/category/universidad/>

En la red que se incluye de colaboraciones (figura 11), se percibe en el lado izquierdo la importancia del centro de Valencia (introducido de la bibliometría⁶² en España) que forma a su alrededor una red de colaboradores, principalmente del Levante español y del ámbito hospitalario. En la parte derecha se observa cómo entre la Universidad de Granada y el CSIC articulan la vertiente universitaria y académica, con las universidades catalanas (con la Universitat de Barcelona destacada) en la parte superior de la imagen y las madrileñas en la inferior.

⁶¹ Disponible en internet: <http://redes.anuies.mx/paginas.php?page=redes>

⁶² La *Bibliometría* consiste en la observación y tratamiento matemático-estadístico de los datos bibliográficos incluidos en las publicaciones científicas con el objetivo de llegar a estimar las características y comportamiento de la ciencia. Los indicadores que se establecen en los estudios permiten valorar la cantidad, estabilidad y visibilidad internacional de los grupos de investigación, establecer, sobre la base de dónde y que se publica, los patrones de calidad de lo publicado por autores, incluyendo las veces que son citados. Constituye un instrumento de apoyo a la gestión de la política científica y tecnológica de los países.

d) REDES UNIVERSITARIAS

La conformación de redes universitarias es un impulso al intercambio académico y al establecimiento de proyectos conjuntos, a partir de mecanismos de cooperación académica en áreas vitales para el desarrollo educativo, tales como:

1. La investigación
2. Los proyectos de formación de recursos humanos: tarea conjunta
3. La educación continua y a distancia
4. El intercambio de académicos
5. La promoción del conocimiento, información, metodología, ideas y planteamientos innovadores
6. La movilidad de estudiantes y profesores en marcos más amplios de colaboración
7. La transferencia de información
8. Reconocimiento académico de títulos, grados y diplomas
9. Innovaciones académicas en otros aspectos relevantes.

La diversidad de actividades de intercambio y cooperación puede generar nuevas oportunidades de comunicación entre instituciones de origen y entornos distintos, lo que permite identificar nichos de mercado para la creación de programas académicos de carácter interinstitucional con el ánimo de compartir las fortalezas de cada institución, se busca que tales actividades favorezcan a otras instituciones educativas. En consecuencia, la participación en una red se convierte en una fuente de riqueza y estímulo, tanto para las instituciones como para los académicos y estudiantes involucrados, y potencia el desarrollo de la educación superior al favorecer el espíritu de integración (Pallán, 1997:120).

Cada red tiene su propia identidad, propósitos, objetivos y acciones específicas, ya sea para apoyar las tareas de superación del personal académico de las instituciones de educación participantes, reforzar la consolidación de áreas de investigación y de programas de licenciatura y posgrado, reducir la duplicación de esfuerzos y recursos, compartir información necesaria para la realización de otros proyectos y favorecer la integración de investigadores de distintas disciplinas y/o instituciones en torno a problemas de interés internacional, nacional, regional o local.

1.3.3. MODELOS DE COLABORACIÓN PARA LAS RC

A partir de cada investigación empírica es posible distinguir distintos tipos de redes, dependiendo de las variables que se tomen en cuenta para su clasificación. Existen otras características que es importante destacar en el análisis de las redes de conocimiento, sobre todo por lo que se refiere a los procesos interaccionales. Estas son: los niveles de formalidad e informalidad en su construcción, las dinámicas horizontales o verticales que las conforman, el

carácter espacial o territorial y los procesos de comunicación que están implicados en su construcción y génesis (Casas, 2001:6).

Según Amador (2006:169), las universidades en red se pueden analizar según los tres modelos siguientes:

a) Las redes INTRAUNIVERSITARIAS O CENTRALIZADAS.

Enlaza las facultades, escuelas, institutos y centros de estudios e investigación, direcciones y coordinaciones académicas y técnicas de una misma institución. Se estructuran a partir de los criterios normativos establecidos, que rigen las actividades de organización, administración y gestión de los recursos tecnológicos, financieros y académicos. Aún cuando las universidades a distancia trascienden los espacios institucionales el modelo prevalece en sus formas de operación.

Algunas instituciones mexicanas que se caracterizan como redes intrauniversitarias o centralizadas, por el modelo de organización:

TIPO Y NOMBRE DE LA UNIVERSIDAD		MODELO DE LA RED
PÚBLICA	PRIVADA	INTRAUNIVERSITARIA O CENTRALIZADA
Universidad Pedagógica Nacional (UPN)	-----	SEAD (Sistema de Educación a distancia)
Universidad de Guadalajara (U de G)	-----	INNOVA (Sistema para la Innovación del aprendizaje) U de G Virtual
Universidad Veracruzana (UV)	-----	Universidad Veracruzana Virtual
Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM)	-----	Telecampus UNAM
-----	Universidad Iberoamericana	Ibero On Line
-----	Universidad La Salle	Centro de Educación a Distancia
-----	Universidad Anáhuac	Universidad Virtual Anáhuac
-----	Universidad de las Américas, Puebla	SERUDLA (Centro de Servicios Educativos Remotos)
-----	Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey (ITESM)	SEIS (Sistema de Educación Interactiva vía Satélite)

Tabla referencial, realizada con datos obtenidos de Amador (2006: 170).

Según registros históricos la UPN fue la primera institución pública en trabajar con un modelo de red intrauniversitaria o centralizada, iniciando sus operaciones a través del SEAD para enlazar 74 unidades en todo el país. Actualmente, conecta 77 unidades.

La UNAM, enlaza sus diferentes campus y sedes ubicados en el país. Después a través de su Universidad en línea, integra un sistema de redes de videoconferencias interactivas e internet.

El ITESM es la primera institución privada con un modelo de red centralizado, para enlazar en su momento los 29 campus del sistema; ubicados en el territorio nacional y en el continente a través de la Universidad virtual. Un ejemplo de dicho modelo es la maestría en Administración y ciencias computacionales que hace varios años se ha ofertado en ciudades de Colombia como Bogotá y Medellín, bajo el control y dominio de sus programas académicos del ITESM.

b) Las redes INTERUNIVERSITARIAS O INTEGRADAS.

Sistemas de relaciones de colaboración entre instituciones educativas nacionales y extranjeras. Operan como sistemas con estructuras complejas, con base en convenios o acuerdos de colaboración o cooperación a partir de la diversidad de su normativa institucional, formas de organización, administración y gestión particulares. Con base en estos principios comparten, entre otros, aspectos, expertos, acervos de información y conocimiento, infraestructura tecnológica, responsabilidad de financiamiento, administración y gestión así como validación de los programas académicos. Algunos modelos de estos tipos de redes muestran la dinámica propia de las relaciones entre instituciones nacionales y/o extranjeras.

TIPO Y NOMBRE DE LA UNIVERSIDAD		MODELO DE LA RED
PÚBLICA	PRIVADA	INTERUNIVERSITARIA O INTEGRADA
Universidad Pedagógica Nacional (UPN)	-----	Universidad de Bourgogne (Francia)
Universidad de Guadalajara (U de G)	-----	Universidad Abierta de Cataluña (España)
Universidad Veracruzana (UV)	-----	Universidad Abierta de Cataluña (España), ITESM
Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM)	-----	Todas las públicas nacionales, América y Europa
Instituto Politécnico Nacional (IPN)	-----	UNAM y Autónoma de Baja California (México) Estatad de San Diego y Arizona (Estados Unidos) Politécnicas de Madrid y Valencia (España)

-----	Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey (ITESM)	Interamericana de Costa Rica San Ignacio de Loyola (Perú) Las autónomas de Occidente, de Bucaramanga y de Manizales, Tecnológico de Bolívar (Colombia) Tecnológica Centroamericana (Honduras) Federico Santa María (Chile), Escuela Superior de Economía y Negocios (El Salvador) Latin America Managers y Universidad de British Columbia (Estados Unidos)
-----	Universidad Iberoamericana	Jones International University (Ibero On Line)

Tabla referencial, realizada con datos obtenidos de Amador (2006: 171).

La UPN ofrece con la universidad francesa un programa de formación para profesores de francés donde participan profesionales de ambas instituciones.

La UV ha firmado convenio con ITESM para llevar a cabo un programa de capacitación y actualización docente certificado por el Centro de Exámenes Internacionales de la Universidad de Cambridge.

A través de la Ibero On Line, se comparten los programas de maestría impartidos por la universidad norteamericana Jones International University.

La UNAM es una universidad en red fundamentalmente integrada, en la que participan todas las públicas del país, de América y Europa. Entre las que se pueden nombrar Otawa (Canadá), Buenos Aires y Nacional de Tucumán (Argentina), Nacional de Costa Rica, Pontificia Universidad Javeriana (Colombia), Peruana Cayetano Heredia (Perú), Federal de Salvador de Bahía (Brasil), Nacional Autónoma de Honduras, de San Carlos de Guatemala, así como el Instituto Tecnológico de Santo Domingo (República Dominicana).

El ITESM, además ofrece las maestrías Global MBA en conjunto con las universidades de Estados Unidos. En ambos casos los egresados reciben la titulación por ambas instituciones.

c) Las redes TRANSUNIVERSITARIAS O CONVERGENTES.

Se organizan a partir de alianzas entre instituciones no educativas, empresariales, gubernamentales y asociaciones civiles; estas redes convergen en la construcción de un proyecto académico con base en alianzas transuniversitarias.

TIPO Y NOMBRE DE LA UNIVERSIDAD		MODELO DE LA RED
PÚBLICA	PRIVADA	TRANSUNIVERSITARIA O CONVERGENTE
Universidad Veracruzana (UV)	-----	Banco Mundial La Unión Iberoamericana de Municipalistas El Instituto Universitario de Posgrado (IUP), Fundación Universitaria Iberoamericana (FUNIBER) La Escuela Virtual de Gobernabilidad (EVG) La Apollo Internacional (AP) El Instituto de Gestión y Liderazgo Universitario (IGLU) La Organización Universitaria Interamericana (OUI) La Red Global de Aprendizaje para el Desarrollo (GDLN) Fundación Universitaria Iberoamericana
Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM)	-----	Secretaría de Comunicaciones y Transportes Secretaría del Medio Ambiente Secretaría de Recursos Hidráulicos y Pesca Secretaría de Educación Pública Instituto Federal Electoral Conasida Asociación de Televisión Educativa Iberoamericana Consejo Británico Hospital Pediátrico de la Habana Colegio de la Américas (COLAM) Organización Universitaria Interamericana (OUI) Agencia Canadiense de Desarrollo Internacional (ACDI), entre otras.
Instituto Politécnico Nacional (IPN)	-----	Comisión Nacional para el Ahorro de Energía Cámara Nacional de la Industria de la Transformación (Canacintra) Consejo Nacional de Educación Profesional (Conalep) Programa Nacional de la Mujer Instituto Nacional para la Educación de los Adultos (INEA) Asociación de Egresados Politécnicos de los estados del país
-----	Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey (ITESM)	Asociación de Universidades e Instituciones de Educación Superior (ANUIES) Federación de Instituciones Mexicanas Particulares de Educación Superior (FIMPES) Comisión de Universidades de la Asociación de Escuelas y Universidades del Sur de Estados Unidos (SACS)

Tabla referencial, realizada con datos obtenidos de Amador (2006: 172).

En el campo de la formación profesional el ITESM ha establecido convenios para programas de capacitación a empresas e instituciones nacionales y extranjeras de talla internacional como Cemex, Pemex, Cervecería Cuauhtémoc Moctezuma, Avantel, Bimbo, BBVA Bancomer, Hewlett Packard, Motorola, Pfizer y el Banco Mundial.

1.3.4. INNOVACIÓN A TRAVÉS DE RC⁶³

Berger y Luckman (1966), establecen que las personas que interactúan en un cierto contexto social comparten información y construyen conocimiento, el cual, influye en sus juicios, comportamientos y actitudes. El conocimiento se refiere a la acción, y es inseparable del pensamiento. Por ello, el conocimiento impregna datos e información con decisiones y acciones relevantes, de tal manera que la información forma parte del conocimiento, pero el conocimiento no es sólo información (Zárraga, 2003).

A. Modelo para identificar en qué fase de innovación se encuentra una organización

Nivel 1: *Transferencia de tecnología* La cual se basa en la oferta del conocimiento disponible, ya sea de un laboratorio a los sistemas de producción o de las universidades a la industria, o bien de redes intersectoriales al sector público o privado.

Nivel 2: *Intercambio del conocimiento* Se basa en el flujo de información entre los investigadores y los usuarios, entre los productores y consumidores o entre los integrantes de redes especializadas y el sector público, privado o social. En esta fase se proponen mejoras directas al producto o servicio en el que están interesados.

Nivel 3: *Colaboración* Es el desarrollo conjunto de ideas, que promueve la solución de problemas, en esta etapa se pueden visualizar las redes de investigación, ya que promueven el trabajo en conjunto de gente proveniente de disciplinas múltiples y que tienen una misma meta.

Nivel 4: *Innovación a través de Redes* Se basa en la demanda y se trata de un proceso de aprendizaje pero más sistematizado, de alineación o conjunción de los sistemas ya pre-establecidos y con una orientación sustentada en la planeación estratégica.

Nivel 5: *Sistemas de innovación* Es la conjunción de varias Redes de Innovación independientes pero sistematizadas y orientadas al desarrollo tanto de las organizaciones como de una nación en su conjunto. Los niveles anteriores forman parte de un todo e interactúan unos con otros de manera sistémica.

⁶³ Cortinas de Nava, Cristina y Héctor Parker Rosell (2004). *Manual para crear y operar alianzas y redes. Redes y alianzas de conocimiento para la gestión ambiental de residuos*, [fecha de consulta: 2011-04-30] Disponible en internet: <http://www.semarnat.gob.mx/eventos/antiores/experienciasresiduos/Documents/LASREDESYALIANZASDECONOCIMIENTOYLAGESTI%C3%93NDERESIDUOS.pdf>

B. Actores principales para desarrollar el capital intelectual del que dispone una institución u organización

El Gobierno. El Gobierno tiene la obligación de establecer normas y políticas que regulen el comportamiento dentro del sistema y por lo tanto influyan en el Sector Educativo y en el Sector Productivo.

Las Instituciones de Educación Superior (universidades y centros de investigación) Su obligación es producir tanto capital humano en cantidad y calidad, como propiciar las condiciones necesarias para fomentar la innovación en investigación y desarrollo.

El Sector Productivo (empresas y sectores industriales) El Sector Productivo desempeña varios papeles:

1. Tiene la obligación de especificar sus necesidades en cuanto a capital humano, que el Sector Educativo forma;
2. Tiene el deber de invertir en el desarrollo de capital intelectual, es decir en actividades de investigación y desarrollo, para satisfacer sus necesidades de conocimiento especializado en las actividades propias de sus empresas;
3. Las empresas son las que innovan, por lo tanto requieren conocimiento altamente competitivo capaz de estimular el desarrollo tecnológico de las mismas y del sector industrial en general, para elevar su competitividad en el mercado nacional y si es posible en el internacional.

Lo anterior significa que un Sistema Nacional de Innovación solo funcione si y sólo si se da una interacción satisfactoria de los principales actores, a través de qué:

- El Gobierno establezca normas que favorezcan el desarrollo económico y la formación de capital humano;
- Las Instituciones de Educación Superior proporcionen y capitalicen el conocimiento que producen y
- Las empresas innoven, desarrollen nuevos mercados y empleen su capital intelectual.

Por el contrario, el Sistema Nacional de Innovación es débil cuando:

- El Gobierno crea políticas para corregir fallas del mercado y no toma en cuenta y en consideración a su capital humano;
- Las Instituciones de Educación Superior promueven la cantidad en vez de la calidad educativa; y
- El sector productivo no innova y no desarrolla su potencial tecnológico, por lo tanto el capital intelectual creado no es eficientemente empleado ni por el mismo ni por el Gobierno.

Sin embargo, si las empresas privadas y públicas incluyen en sus estrategias la inversión en capital intelectual, el desarrollo tecnológico y el cambio organizacional, todo ello mejorará sus capacidades lo que provocará que las Instituciones de Educación Superior adecuen y modifiquen sus capacidades en la generación de conocimiento de acuerdo a las necesidades del sector productivo y juntos induzcan al Gobierno a invertir y apoyar actividades de investigación y desarrollo y en la formación de nuevo capital humano. Es decir, las empresas podrán innovar e influenciar de una manera positiva al Sistema Nacional de Innovación.

Por último, debe reconocerse que es necesario crear una cultura de compartir y trabajar en red; para ello, es necesario que académicos, directivos, investigadores y empresas compartan sus visiones para que sus propias iniciativas tengan éxito. Además, debe reconocerse que la inversión y re-inversión en conocimiento y capital intelectual no pueden siempre seguir los métodos de contabilidad tradicionales. Así inversiones en CI y nuevas tecnologías deben ser fuente para la generación de nuevo conocimiento capaz de agregar valor a los procesos esenciales de una organización. Este enfoque, no sólo es válido en el mundo de los negocios y la educación, lo es también para la administración pública, y para las organizaciones de interés social (Cortinas y Parker, 2004).

1.3.5. ARQUITECTURA DE LAS RC

Las telecomunicaciones no son las que forman verdaderamente las redes. Para que exista una red, en este caso relacionada con el aprendizaje superior, se necesita un entramado de personas, tecnologías e instituciones; donde el elemento más importante lo constituye el factor humano desde el momento en que se decida compartir recursos o cooperar en su creación (Pérez y Castañeda, 2009:11).

Sin embargo, las redes están relativamente cerradas a la participación externa, pues generalmente se definen mecanismos para la inclusión de nuevos miembros a cada una de ellas, y relativamente abiertas, cuando el conjunto establece comunicación con otro conjunto (una red frente a otra). A diferencia de la asociación de universidades, con amplitud de propósitos y permanencia, generalmente las redes se integran para la realización de proyectos de cooperación e intercambio puntuales (Pallán, 1997:120).

Las RC, en un contexto interno de una organización funcionan para maximizar la aplicación del conocimiento individual a los objetivos de la organización, estas redes evolucionan a través del mapeo temático de la experiencia dentro de la organización, y de ambientes propicios para compartir el conocimiento (Gaete y Vásquez, 2008:6).

Los miembros de una RC se agrupan bajo varias denominaciones. La existencia de uno o varios temas de investigación es la principal razón por la cual se subdividen. Estas subdivisiones son los llamados cluster de investigación; a su vez, un cluster puede tener diversos temas de investigación orientados hacia una finalidad común, conformando unidades básicas denominadas grupos o centros de investigación.

La red debe estar compuesta además por un “núcleo” que se encarga de buscar estrategias que garanticen la divulgación de los conocimientos adquiridos al interior de la red, de coordinarla, con el fin de garantizar a su vez el cumplimiento de cada uno de sus objetivos y controlar todas las actividades que se realizan en ella.

Alrededor de este núcleo se desarrollan los procesos que conciernen a la red en general. Está compuesto por una entidad o grupo de personas que están en capacidad de dirigir grupos interdisciplinarios, garantizándose así una buena orientación a cada uno de los cluster. Es el encargado, además, de fortalecer el interés de cada uno de los cluster en actividades investigativas e innovadoras. Así todos los componentes de la red interactúan entre sí y el conocimiento generado se va “publicando” en la red (Pérez y Castañeda, 2009:11).

Las RC deben contar con un espacio virtual donde se proporcionen una serie de herramientas y servicios que apoyen la red, posibilitando al usuario la adquisición de información y de conocimiento y la generación de este último.

Dado lo anterior, también es importante considerar, que en el caso de que se cuente con redes que intercambian conocimientos nuevos y consultorías puntuales pueden incluir en su entrelazado a los llamados comités estratégicos (CE) y/o grupos de expertos (GE), así como las Direcciones Integradas de Proyectos (DIP), siendo éstas últimas las encargadas de dirigir y coordinar los recursos humanos y materiales a lo largo del ciclo de vida del proyecto, mediante el uso de las técnicas de gestión para conseguir los objetivos prefijados de alcance, costo, calidad y satisfacción de los integrantes de la red.

Por otra parte, los GE y CE no son más que conjuntos de personas que se reúnen con cierta periodicidad, en un espacio físico determinado, para analizar el banco de problemas existente en la esfera temática a la cual responde y aportar soluciones que puedan ser implementadas con los recursos existentes. Están liderados por un presidente quién recoge la memoria de cada sesión de intercambio.

En la acción de construcción de redes, según Gaete y Vásquez (2008:10) establecen que para determinar su creación es importante considerar:

1. Exploración de la Red. Se presenta una imagen de la red, la cual permita visualizar a grandes rasgos algunas características generales.

- a. **Tamaño y Distancia de la red.** Determina la estructura de las relaciones entre actores o nodos.
- b. **Densidad de la red.** Cuantifica la cantidad promedio de lazos que se crean dentro de la red.
- c. **Centralidad de la red.** Determina las posiciones entre nodos.

2. Centralidad de grado. Se identifica y analiza la relación que puede existir entre el cargo (o categoría profesional) y el grado de centralidad en la red.

- a. **Análisis estadístico.** Determina una análisis detallado entre el cargo desempeñado por los actores y la centralidad de la red.

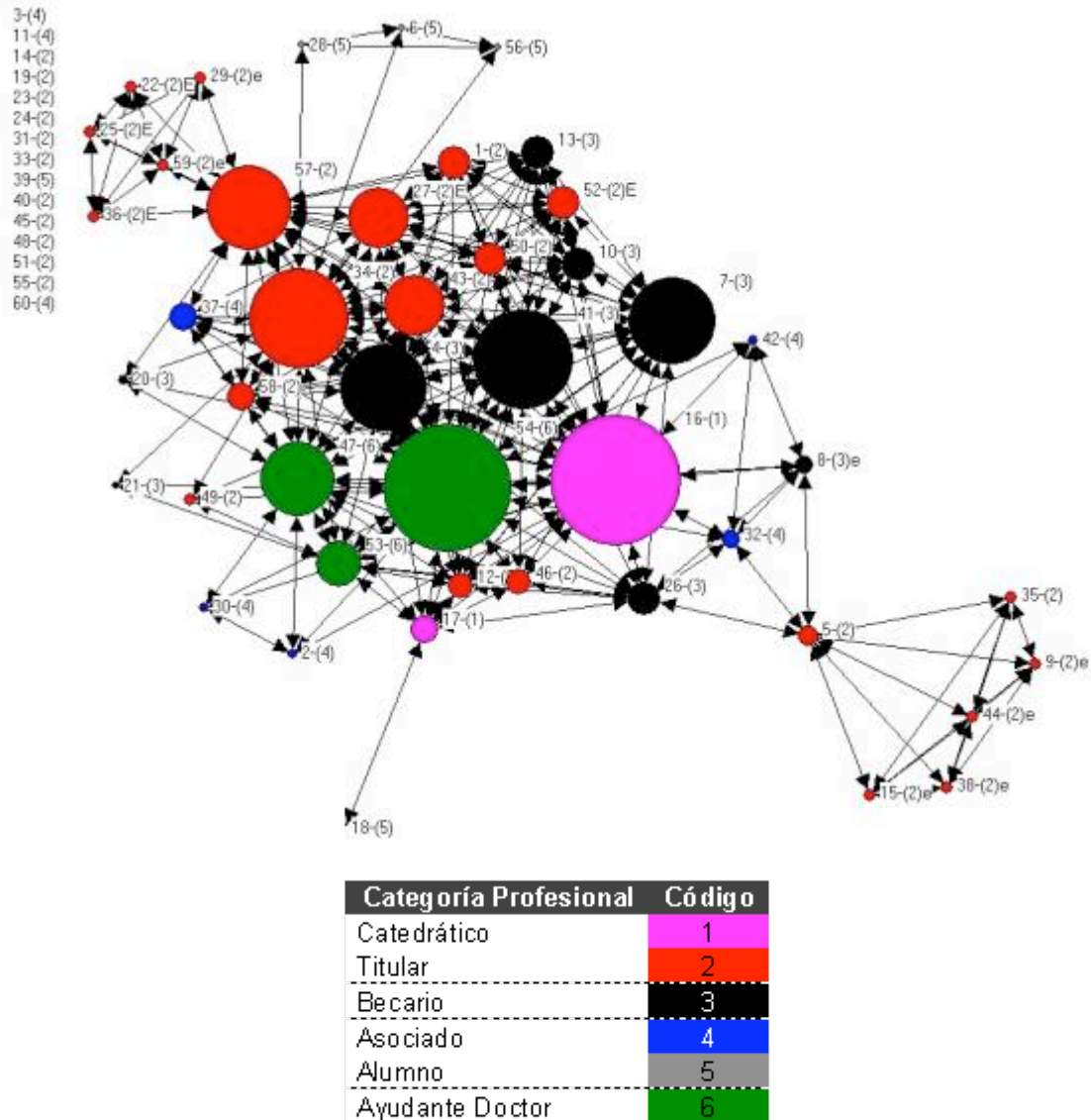


Figura 12. Ilustración donde se ejemplifica una red de investigadores, mostrando la jerarquía de los nodos, por tamaño y color (Gaete y Vásquez, 2008).

Tal como se puede apreciar (figura12), no parece existir una relación clara entre el cargo desempeñado dentro de departamento con una posición más o menos central dentro de la red de investigadores. A tal punto, y a modo de ejemplo se puede apreciar a becarios y/o ayudantes con centralidades mayores que profesores titulares. Así también, podemos observar cómo los nodos aislados de la red, en su mayoría son profesores titulares, un cargo

académico efectivamente más relevante que un alumno, becario o asociado. Lo que sí parece indicar esta imagen es que los nodos cuyos cargos son *asociado* y *alumno*, tienen una menor centralidad dentro de la red (gris y azul), quizás debido a su relación esporádica en términos académicos con el departamento.

3. Centralidad por intermediación. Define el poder que tienen ciertos nodos dentro de una red para conectar o ser “puente” entre ciertos grupos de nodos, que se identifican como nodos “bisagras”.

- a. **Análisis estadístico.** Analiza los datos y confirma la dispersión de la centralidad por intermediación entre los actores o nodos.

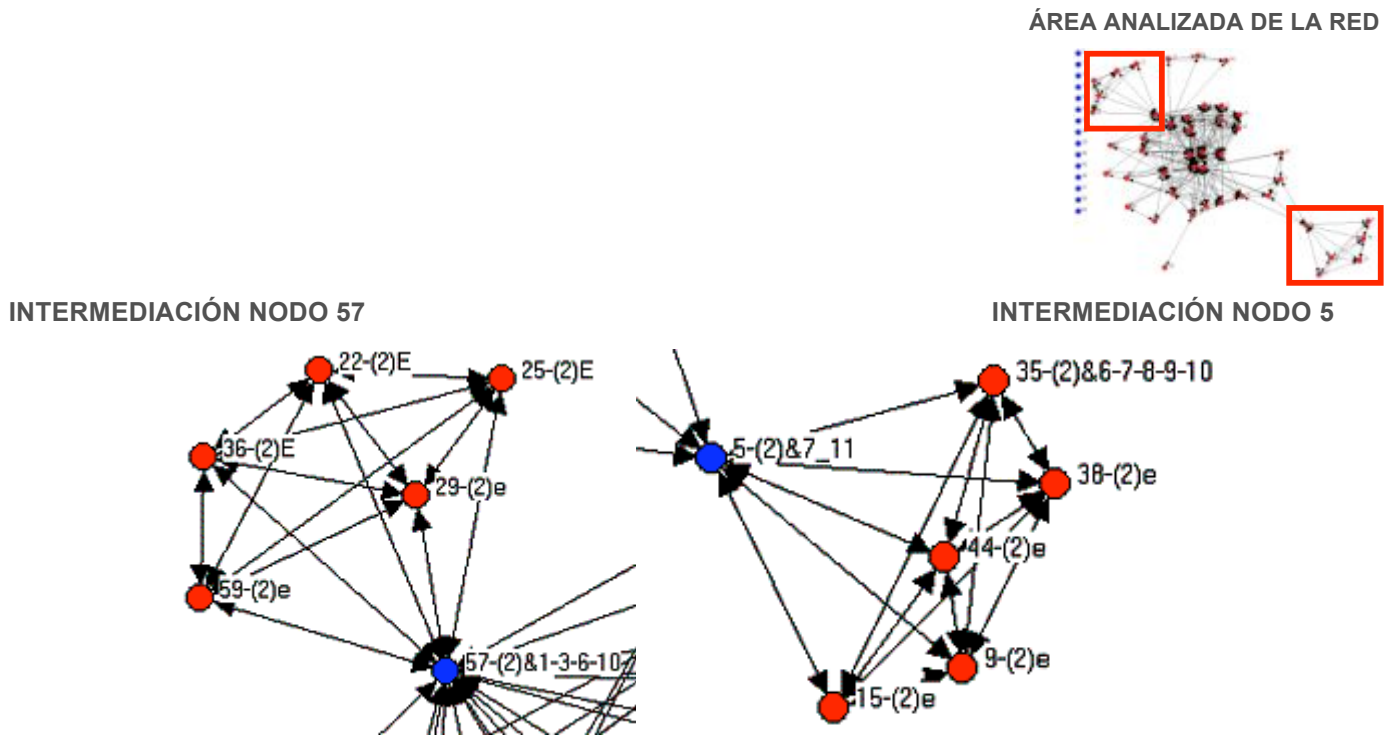
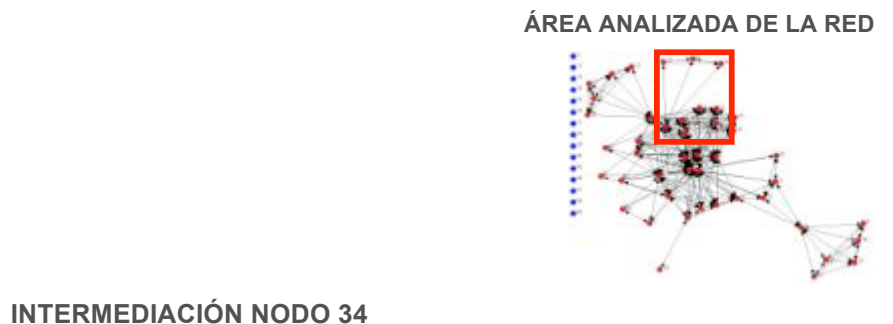


Figura 13. Nodos intermediarios de grupos externos (Gaete y Vásquez, 2008:19)

El primer número de un nodo (figura 13), es su identificador, el número entre paréntesis indica la categoría profesional dentro del departamento, y el tercer número indica el área de interés del investigador. Cuando es la letra “e” se asume que es un investigador externos al departamento estudiado.



¿Qué actores toman la iniciativa para su construcción?; ¿qué actores mantienen su funcionamiento o coordinación?, ¿es posible pensar en procesos de auto-organización de las redes de conocimiento, o se requiere alguna formalización o de algún actor que tome el papel central?, ¿qué tipo de mecanismos institucionales se están creando para favorecer la participación integral y coordinada de varios actores en la formación de redes? ¿Son efectivos estos mecanismos o es mejor hacer descansar la red en procesos informales?

Los resultados de las redes permiten señalar que paulatinamente se avanza hacia la consolidación de un espacio de conocimiento común. Por lo que es importante seguir compartiendo fortalezas institucionales y asimismo consolidar la comunicación y hacer más visible los productos derivados de la labor cotidiana de las redes.

2.1. SOCIEDADES DEL CONOCIMIENTO

La importancia que se atribuye al conocimiento distingue a la humanidad de las otras especies animales. Todas las sociedades humanas adquieren, preservan y transmiten una cantidad sustancial de saberes, notablemente, a través del lenguaje. Con el surgimiento de las civilizaciones, la acumulación y la difusión de conocimientos se multiplica por medio de la escritura. A través de la historia, la humanidad ha desarrollado una variedad de técnicas destinadas a preservar, transmitir y elaborar los conocimientos, tales como la escuela, las enciclopedias, la prensa escrita, las computadoras u ordenadores.

Numerosas sociedades y movimientos religiosos, políticos o filosóficos han considerado que el acrecentamiento del saber, o su difusión, no resultaban convenientes y debían limitarse. A la inversa, otros grupos y sociedades han creado instituciones propensas a asegurar su preservación, su desarrollo y su difusión.

Kurz (2003), argumenta que en el proceso de deconstrucción del conocimiento se debe desmontar, comprender, entender las variables, partes, objetivos, elementos, axiomas del mensaje. En el proceso de construcción se realiza el procedimiento inverso. A partir de variables, axiomas y elementos, se vuelve a componer el mensaje, desde una realidad personal, social, histórica, cultural y vital.

En las sociedades contemporáneas, la difusión o al contrario, la retención de los conocimientos, tiene un importante papel político y económico, incluso militar; lo mismo ocurre con la propagación de pseudoconocimientos (o desinformación). Todo ello contribuye a hacer del conocimiento una fuente de poder. Este papel explica en buena parte la difusión de la propaganda y las pseudociencias, que son tentativas por presentar como conocimientos, cosas que no lo son. Esto le confiere una importancia particular a las fuentes de supuestos conocimientos, como los medios masivos y sus vehículos, tales como Internet.

Estamos viviendo en una sociedad en la que están adquiriendo primacía los conocimientos teóricos y los conocimientos tácitos sobre cualquier otra clase de conocimiento; es decir, lo relevante ahora son los

conocimientos que requieren de un determinado modelo mental y de procesos basados en la creación, las ideas, la abstracción y la innovación (Nonaka y Takeuchi, 1999). En especial se resalta la importancia de la suma de saberes, de conocimientos y del “capital activo” intangible que posee y desarrolla la sociedad, las organizaciones o las empresas.

En pleno siglo XXI, el conocimiento se encuentra en proceso de globalización, por lo que es necesario recordar sus principios y diferencias con el término de información para poder retomar su concepto y aplicarlo a otro término, “sociedad”. De ésta manera, los significados se complementan y se obtiene un concepto denominado “sociedad del conocimiento”.

La sociedad del conocimiento (SC) privilegia el conocimiento científico en su sentido más amplio; sin embargo, se percibe un gran desfase entre el enorme y rápido cambio del entorno político, tecnológico, socioeconómico y cultural; y la capacidad para generar, asimilar y traducir el conocimiento en respuestas efectivas y oportunas para la sociedad. Por ello, el conocimiento aplicado a la producción y a la solución de problemas sociales debe legitimarse y probar de manera amplia y extendida su inmediata utilidad social. Todo lo cual pone en juego la contribución de la ciencia y la tecnología al desarrollo humano y sostenible de la sociedad (Parker, 2007:103).

La SC según Martínez y Corrales (2011:29), es una sociedad de aprendizaje en la que el valor agregado fundamental de los agentes productivos lo aporta el conocimiento aplicado que les permite generar inventos e innovaciones. También la conciben como la comunidad en donde el conocimiento es la creación de un contexto favorable para el intercambio de experiencias y aprendizajes, para redescubrir las bases de la interacción humana al servicio de la sociedad.

Peter Drucker, en conjunto con Daniel Bell en la década de los 70’s, fue el primero en emplear el término de SC, misma que considera como una emergencia de la nueva economía, la Economía del Conocimiento (fase menor a la SC), donde su protagonista es el llamado trabajador de conocimiento (López, 2010:124).

La Economía del Conocimiento o Economía basada en Conocimiento (EBC) se caracteriza por utilizar el conocimiento como elemento fundamental para generar valor y riqueza por medio de su transformación a información. Pero en realidad la Economía del Conocimiento no genera valor y riqueza por medio de su transformación en información; sino crea valor añadido en los productos y servicios en cuyo proceso de creación o transformación participa. Son datos procesados con una utilidad general, mientras que el conocimiento significa formas, métodos y maneras de abordar y resolver los problemas; significa entre muchas cosas, “*know how*” y “*know who*” o herramientas o modos de producción para producir a su vez o más conocimientos o productos y servicios con un valor añadido, útil y cuantificable para la sociedad.

Dado lo anterior, y para entender la concepción de Drucker, es necesario mencionar que según su perspectiva la SC se forma de dos tipos de trabajadores, dentro de una organización o institución:

- a) Trabajadores que ejecutan labores manuales o administrativas, por ejemplo secretarías, mecánicos, contables, archiveros, entre otros. Es decir, los trabajadores tradicionales de servicios.
- b) Trabajadores que “manejan” el conocimiento de una organización, por ejemplo gerentes del conocimiento, investigadores, educadores, entre otros.

De ésta manera, Drucker distingue la información del conocimiento, poniendo énfasis en la capacidad de interpretar y usar la información de manera pertinente, la SC implica la posibilidad de una gran mayoría de los seres humanos de tener igualdad de oportunidades educativas para procesar la información disponible, con un espíritu crítico.

Castells, considera que la “era de información”, previa a la SC, se caracteriza por estar centrada en las tecnologías digitales de información y comunicación vinculadas con una estructura social en “red” en los diferentes aspectos de la vida humana a nivel planetario, lo cual conduce al fenómeno de globalización. Sostiene, además, que el proceso de globalización amenaza con hacer prescindibles a los pueblos y países excluidos de las redes de la información, como también, considera que la ciencia y la tecnología, utilizadas racionalmente, irán solucionando problemas que aquejan a la humanidad (Alvarado, 2008).

Por otro lado, la Red Andaluza de Innovación y Tecnología RaiTec, en su curso de GC, abordan a la SC como un nuevo modelo de sociedad que nada tiene que ver con sociedad industrial. Caracterizándose, entre otras cosas, porque la principal moneda de cambio en las relaciones humanas ya no son productos, ni siquiera los servicios, sino el conocimiento. Cada día adquiere más valor el patrimonio intelectual, entendido como el conjunto de informaciones que reportan ventajas competitivas sobre los demás. El saber hacer siempre ha sido un activo altamente valorado en la sociedad y en las empresas, pero nunca como ahora.

El Ex Director General de la UNESCO, Koichiro Matsuura, ha expresado sobre las SC y las repercusiones de las tecnologías de la información y la comunicación lo siguiente: *“Creemos que el uso del concepto de ‘sociedades del conocimiento’ es preferible al de ‘sociedad de la información’. El concepto de ‘sociedades de conocimiento’ tiene en cuenta que la actividad humana es creativa y genera pluralidad y diferencias en sus diferentes expresiones”* (Alvarado, 2008).

Sin embargo, en el documento de *Etapas hacia las Sociedades del Conocimiento*, por la UNESCO, (2008:18) se establece que:

“...la sociedad del conocimiento no existe como una realidad en el mundo contemporáneo. Es más bien una aspiración o ideal, que para algunos debería reemplazar al actual modelo de desarrollo basado en la producción tradicional de información. Si bien no será posible llegar a la sociedad del conocimiento sin las TIC, también se requieren profundos cambios estructurales en las sociedades actuales... Quienes proponen el concepto sociedad del conocimiento apuestan a la educación como el instrumento que permitiría analizar la

*información disponible con espíritu crítico, seleccionarla, desecharla e incorporar los elementos realmente formadores de conocimiento”.*⁶⁴

Así, el término SC es preferido por los medios académicos y ha recibido su mayor impulso de la UNESCO, que decidió adoptar el término -o su variante sociedad del saber- dentro de sus políticas institucionales, intentando no ligar el fenómeno sólo a su dimensión económica.

De igual manera, el Subdirector General de Información y Comunicación de la UNESCO, Abdul Waheed Khan escribió en 2003:

*“La sociedad de la información es la base de la sociedad del conocimiento. Sin embargo, el concepto ‘sociedad de la información’ se asocia a la idea de ‘innovación tecnológica’, mientras que el concepto ‘sociedad del conocimiento’ incluye una dimensión de transformación social, económica, política e institucional y una perspectiva más pluralista del desarrollo. Desde mi punto de vista, el concepto ‘sociedad del conocimiento’ es preferible al de ‘sociedad de la información’ porque refleja mejor la complejidad y dinamismo de los cambios (...) el conocimiento es importante no solamente para el crecimiento económico, sino también para el empoderamiento y desarrollo de todos los sectores sociales”.*⁶⁵

Desde la misma perspectiva y sin el afán de una utopía, las SC puede encaminarse al trabajo y formación de redes que puedan ayudar a resolver complejos problemas que enfrentan las sociedades, hoy en día, ya que proporcionan modelos innovadores de gestión y administración. Así mismo, pueden evitar el aislamiento de muchos esfuerzos de investigación relevantes que carecen de impacto por la falta de capacidades para traducirlos en políticas o acciones aplicables o viables. Por ello, el establecimiento de RC es importante para la identificación de procesos amplios donde se logre transferir conocimiento que pueda ser útil para las empresas, los sectores económicos y sociales y las regiones, con el fin de mejorar la organización, incrementar la producción, elevar la productividad o resolver algún problema específico.

Las RC son un instrumento de la GC y deben ser consistentes con los demás dispositivos de la GC y la creación de valor agregado. Las redes son un componente importante de una economía impulsada por el cambio y el aprendizaje continuo. La SC es una sociedad de redes donde la capacidad para tener acceso al conocimiento y para estar incluido en relaciones intensas de aprendizaje determina las posiciones económicas y sociales de las organizaciones y los individuos (Solís y López, 2004:13).

Hablando en términos estratégicos, los líderes de organizaciones del conocimiento (universidades, centros de investigación) deben tener un claro sentido de la nueva misión de la organización y por lo mismo estar conscientes de la posición que su institución ocupa en el presente. Todo ello para poder hacer juicios de valor correctos; para

⁶⁴ Cyraneck, Günther [coord.] (2008). *Etapas hacia las Sociedades del Conocimiento. Material de referencia para comunicadores*. UNESCO, Inter Press Service.

⁶⁵ *Ibidem.*, p. 19

poder promover la comparación permanente para valorar los propios resultados con respecto de otras organizaciones; para tener una amplia y renovada visión del futuro; para valorar el plan estratégico a ejecutar en el largo plazo; y para preguntarse en forma permanente si la investigación desarrollada dentro de la institución propone soluciones a los problemas intrínsecos de la sociedad en su conjunto.

En el contexto de la sociedad de la información y el conocimiento, el modelo de redes intrauniversitarias o centralizadas representa la primera fase de desarrollo tecnológico y posicionamiento de las universidades al interior de sus comunidades académicas. Los modelos de redes interuniversitarias o integradas y transuniversitarias o convergentes se encuentran en pleno desarrollo en busca de un posicionamiento de los nuevos territorios de las redes, para asegurar los liderazgos tecnológicos y académicos en los ámbitos nacional e internacional e independencia, internas y externas, entre países, instituciones, comunidades e individuos (Amador, 2006:173).

Recapitulando, entonces una SC es aquella en la cual el principal valor para el desarrollo socioeconómico es el trabajo de la gente a partir de su conocimiento. El desarrollo y la aplicación de saberes (saber ser, saber hacer y saber estar), es lo que distingue a las sociedades desarrolladas de hoy, y por el contrario, su carencia es lo que posterga a las menos desarrolladas.

Henríquez (2003), profesor de la Universidad de Harvard enfatiza lo que Albert Einstein afirmaba:

"...todos los imperios del futuro van a ser imperios del conocimiento, y solamente los pueblos que entiendan cómo generar conocimientos y cómo protegerlos, cómo buscar a los jóvenes que tengan la capacidad para hacerlo y asegurarse que se queden en el país serán los países exitosos".⁶⁶

La Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior⁶⁷ (ANUIES), en una de sus Asambleas Generales realizada en Veracruz, somete a aprobación un documento donde se establece que *"...el dominar y aplicar productivamente el conocimiento logra que se adapte una sociedad de manera crítica y productiva al entorno cambiante. El desarrollo de las naciones depende, fundamentalmente, de la capacidad de generación y aplicación del conocimiento en su sociedad"* (ANUIES, 2000).

Con ello, se pretende que las Instituciones de Educación Superior (IES) tengan un nuevo horizonte, tanto para ejecutar sus tareas de formación de profesionales, investigadores y técnicos, como en la generación, aplicación y transferencia del conocimiento para atender los problemas de su entorno.

⁶⁶ Disponible en internet: <http://www.educared.org.ar/enfoco/construyendofuturo/index.php?q=pero-qu-es-la-sociedad-del-conocimiento>.

⁶⁷ Las principales Instituciones de Educación Superior (IES) particulares y privadas de México, están agremiadas a una Asociación no gubernamental, de carácter plural, cuyo común denominador es su voluntad para promover su mejoramiento integral en los campos de la docencia, la investigación y la extensión de la cultura y los servicios. ANUIES es la Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior, que cumple con dicho objetivo.

En las SC, la universidad tradicional ya coexiste, en algunos momentos, con universidades virtuales y con otras formas de universidades como lo son las “universidades corporativas” de las empresas, creadas para satisfacer la demanda de educación permanente de su fuerza de trabajo en diferentes niveles ocupacionales.

De esta manera, si un objetivo de la ANUIES es impulsar redes de cooperación deberá utilizarse una estrategia ambivalente en dos direcciones; por un lado, impulsar la creación de redes regionales inter institucionales y de grupos temáticos con poca jerarquización, pero a la vez impulsar la creación de nodos de seguimiento que permitan evaluar los avances y cumplimiento de objetivos de la red en su conjunto.

La ANUIES puede poner al servicio de las distintas redes que coordina instrumentos informáticos para una comunicación ágil entre los nodos. Por ejemplo, videoconferencias, espacios de discusión o “blogs”, boletines y alertas electrónicas que permitan a los integrantes de la red obtener beneficios y captar así su atención.

Debe recalcar que los integrantes de las redes buscarán siempre obtener algún beneficio para permanecer dentro de la propia red. Si en un tiempo corto los nodos de la red no perciben un beneficio tangible (información de avances de investigación; información sobre cursos o posgrados; discusiones interesantes; acceso a información innovadora; entre otros) se corre el riesgo de que se abandone la red y que todos los esfuerzos sean desperdiciados. La ANUIES debe convertirse en promotor de redes, pero además en nodo dinámico que logre ser coordinador de las redes e impulsor de una forma participativa (Carmona, 2009:4).

“El proceso de globalización económica, la interdependencia mundial y la conformación de bloques regionales constituye el nuevo contexto internacional en el que deben operar las instituciones de educación superior, con todos sus desafíos y oportunidades. La educación constituirá un factor fundamental para una mejor inserción de México en el contexto mundial. La sociedad en su conjunto tendrá que seguir realizando un gran esfuerzo para incrementar el nivel educativo de su fuerza de trabajo.

El nuevo contexto de interdependencia mundial presenta, sin embargo, nuevas oportunidades a las IES del país para establecer alianzas estratégicas en el terreno cultural y educativo, por medio del fortalecimiento de programas de intercambio y movilidad de estudiantes y de profesores, la realización de proyectos de investigación y programas académicos conjuntos en los niveles de profesional asociado licenciatura y posgrado y el establecimiento de redes de colaboración en los distintos campos del conocimiento, aprovechando las ventajas comparativas de la instituciones del extranjero”⁶⁸.

⁶⁸ ANUIES (2000). *La Educación Superior en el Siglo XXI. Líneas estratégicas de desarrollo*. México, D.F.

Debe comprenderse que la SC no puede desarrollarse de manera individualizada, al contrario “...los sistemas educativos de nivel superior, con el ingreso al nuevo milenio y con los escenarios actuales demandan fórmulas alternativas, y una de ellas es la internacionalización del conocimiento.”⁶⁹

En otro orden, según Gibbons (1998:1), las nuevas formas de vinculación educación-sociedad, así como las nuevas modalidades de la producción y difusión del conocimiento que están surgiendo a nivel mundial, abrirán nuevas oportunidades de acción a las IES en sus actividades de enseñanza, investigación y extensión. La generación y divulgación del conocimiento ya no son actividades autónomas, que se llevan a cabo en instituciones relativamente aisladas. Ahora implican una interacción con otros diversos productores del conocimiento. La modalidad emergente en este terreno se centra en atributos como el conocimiento producido en el contexto de la aplicación; el carácter interdisciplinario del mismo; el reconocimiento a la heterogeneidad y diversidad organizacional; la mayor responsabilidad social y el desarrollo de sistemas para el control de la calidad.

1.4.1 ACCIONES PARA UNA SOCIEDAD DEL CONOCIMIENTO EN MÉXICO

La emergente SC tiene como principal recurso al conocimiento mismo, con la finalidad de lograr un avance e innovación tecnológica y científica a través de la investigación y el desarrollo. Uno de los objetivos es que las instituciones inviertan en la innovación del conocimiento, a través de la inversión en personas y habilidades para desarrollar capacidades en un personal bien educado. Por lo anterior, es menester de esta investigación hablar sobre algunas de las actividades que se efectúan en el país para empezar a cumplir con los propósitos de la SC.

El Gobierno de la Ciudad de México, a través de su Secretaría de Educación y su Programa *Prepa Sí*, en conjunto con el Consejo Superior Universitario Centroamericano (CSUCA) llevan a cabo desde el año 2008 un Congreso que convoca a investigadores, estudiantes, profesores, directivos y funcionarios de Educación Media Superior y Superior y, en general, a personas interesadas en ese ámbito académico, a participar en los espacios de intercambio y reflexión para promover y gestionar el cambio en las universidades centroamericanas y donde se han planteado el tema de la integración de la educación superior.

Se busca estimular la discusión de mecanismos para fomentar la educación de calidad y la equidad educativa, además de compartir experiencias en el entendimiento y la promoción de la cultura ciudadana. También se discute sobre el uso e impacto de las nuevas tecnologías de la información y las comunicaciones entre los jóvenes estudiantes, así como la internacionalización de la educación y el arte, la cultura y el deporte en la formación de la juventud del futuro.

⁶⁹ Hernández Mondragón, Alma Rosa (2002). *Las Redes Académicas de Información bajo la perspectiva de la integración y la cooperación regional e internacional*. p.p.181-213. En *Universidad, producción y transferencia de conocimientos al encuentro del siglo XXI*. División de Ciencias Sociales. Universidad Autónoma Metropolitana - Unidad Xochimilco. México.

En el Primer Congreso, en 2008, “Para la Juventud del Futuro” se analizó la incorporación y permanencia de los jóvenes en los niveles de enseñanza Media Superior y Superior.⁷⁰ En el Segundo, en 2009, la misión fue considerar a los “Jóvenes en la Era del Conocimiento”.⁷¹ Y en el Tercero se permitió, reflexionar sobre la Educación y la “Construcción de Sociedades del Conocimiento para un futuro sustentable”.⁷²

Una de las SC en nuestros tiempos, activas a nivel nacional es el Consejo Mexicano de Investigación Educativa (COMIE). Encargada de contribuir a desarrollar y difundir el conocimiento a nivel superior. Supone nuevos retos a la educación y a la investigación educativa, pues éstas deben participar más intensamente en la generación de innovaciones. Sus objetivos particulares son:

- Impulsar y consolidar la actividad de grupos de investigadores en el campo educativo.
- Contribuir a la extensión y desarrollo de la investigación educativa en el país.
- Proponer mecanismos más adecuados para fomentar y descentralizar la investigación educativa a nivel nacional en el contexto de la federalización de la educación.
- Impulsar la interacción de redes y grupos de trabajo entre las diferentes instituciones académicas.
- Promover la formación y actualización de los investigadores de lo educativo.
- Proponer mecanismos que mejoren la difusión y los resultados de investigación y la distribución de publicaciones especializadas en el área educativa, y
- Hacer recomendaciones para mejorar el funcionamiento de las bibliotecas y bases de datos especializadas en educación.

Entre las acciones que el COMIE realiza está la edición de la Revista Mexicana de Investigación Educativa, la cual tiene la misión de contribuir al conocimiento, análisis crítico y debate sobre los problemas contemporáneos, relevantes o urgentes en el ámbito de la educación a partir de diversas miradas disciplinarias y enfoques metodológicos. Ha buscado ser un espacio de intercambio entre los miembros del COMIE, con sus comunidades de referencia y otros actores involucrados en las tareas educativas. Por tanto, la publicación de la Revista es un medio que busca contribuir al logro de los objetivos del COMIE y sus integrantes, principalmente el de impulso del campo de la indagación sistemática y la consolidación de la comunidad de investigación educativa en el país.

Entre las redes académicas que da a conocer el COMIE, a través de su sitio de internet para su vinculación con otras instituciones, se encuentran:

- Academia Nacional de Educación Ambiental A.C
- Colegio Nacional de Pedagogos
- Consorcio Mexicano de Programas Ambientales Universitarios para el Desarrollo Sustentable (COMPLEXUS)

⁷⁰ <http://www.oei.es/noticias/spip.php?article3330>

⁷¹ www.cemss2009.df.gob.mx/

⁷² http://www.csuca.org/index.php?option=com_content&view=article&id=200%3Aconstruyendo-sociedades-del-conocimiento-para-un-futuro-sustentable-en-mexico-df&catid=61%3Ahistorial&Itemid=207&lang=es

- Grupo Alternativas Pedagógicas y prospectiva en América Latina
- Grupo Innovación Educativa
- Observatorio Ciudadano de la Educación, A.C.
- Programa de investigación La educación superior pública en el siglo XXI
- Red de Investigación educativa en corporeidad, movimiento y educación física
- Red de investigación educativa en Sonora A.C.
- Red de Investigadores Educativos en Chiapas (RIECH)
- Red de Investigadores sobre Evaluación de la Docencia
- Red de Investigadores sobre la Educación Superior (RISEU)
- Red de investigadores y cuerpos académicos en Filosofía, Teoría y Campo de Educación
- Red de Matemática en el Contexto de las Ciencias (REDMACOCIENCIAS)
- Red de posgrados en educación A.C.
- Red Iberoamericana de Investigadores sobre Currículo
- Red Innovemos de la Oficina Regional de la UNESCO
- Red Mexicana de Estudios sobre la Violencia en las Escuelas
- Red Nacional de Investigadores en Educación y Valores (REDUVAL)
- Representaciones Sociales en la Educación Superior
- Seminario de Investigación, Curriculum y Siglo XXI
- Seminario Permanente Interinstitucional de Análisis de Discurso Educativo
- Sociedad Mexicana de Educación Comparada, Asociación Civil (SOMECE)
- Sociedad Mexicana de Historia de la Educación
- Red Mexicana de Investigadores de la Investigación Educativa REDMIIE
- Eduquemos en la red S.A.C. del Perú

Un signo interesante y alentador de la profesionalización de la investigación educativa en México es el desarrollo de comunidades especializadas e interinstitucionales de investigación educativa, en parte impulsadas por la elaboración colegiada de estados de conocimiento. A diferencia de países más desarrollados, estas comunidades constituyen en México una forma novedosa de relación, pues establecen redes entre miembros de distintas instituciones, regiones e incluso países, no son jerárquicas y privilegian el trato personal entre pares. La mayoría aún no son asociaciones formales ni tienen mecanismos de admisión (COMIE, 2003: 861-862).

Otra asociación visible en México y que tiene lugar en esta investigación es la llamada Red de Investigadores sobre Educación Superior (RISEU), misma que está integrada por investigadores mexicanos y especialistas latinoamericanos, españoles y de otras nacionalidades; en el año 2011 contaba con 120 miembros. Los objetivos de RISEU son⁷³:

⁷³ Consulta en <http://www.riseu.unam.mx/v1/index.php?scn=SC02>

- Construir un sitio de articulación de los académicos dedicados al estudio sistemático de la educación superior.
- Conformar un espacio interinstitucional e internacional que propicie el desarrollo de trabajos de investigación en el campo de la educación superior.
- Apoyar las tareas de investigación a través del desarrollo y difusión de recursos documentales y de información.

Desde 2000, la red cuenta con un portal electrónico <http://www.riseu.unam.mx/v1/index.php?scn=SC01> que ofrece a sus integrantes un espacio para dar a conocer su trabajo. Actualmente difunde textos de los miembros de RISEU.

La Revista de Universidad y Sociedad del Conocimiento (RUSC), es una publicación semestral electrónica impulsada por la *Universitat Oberta de Catalunya*. Cuenta con los siguientes ámbitos temáticos⁷⁴:

- Modelos de universidad en la sociedad del conocimiento
- Modelos educativos y uso de la tecnología en educación superior
- Sistemas de acceso abierto en el uso de materiales de aprendizaje
- Modelos tecnológicos y software libre
- Transformaciones en los procesos de aprendizaje en educación superior a partir del uso de las TIC
- La perspectiva organizativa y de gestión en el uso de las TIC en las instituciones de educación superior
- Liderazgo y gobierno de la universidad en la sociedad del conocimiento
- Modelos de presencia de la universidad en la Red

Actualmente en algunos estados de la República Mexicana, se observa el desarrollo de otras asociaciones o publicaciones encargadas del trabajo interinstitucional entre investigadores y académicos. De igual manera, se establecen redes temáticas de investigadores entre diferentes instituciones, con portales electrónicos para coordinar las propias investigaciones.

En una sociedad basada en el conocimiento, el trabajador con conocimiento constituye el activo más importante para las organizaciones. Por eso, en una organización sustentada en la utilización productiva de conocimiento, saber cómo se configuran y gestionan las competencias y habilidades de su capital humano influirá dramáticamente en la obtención de resultados competitivos y en su éxito. Entonces, es cuando cobra importancia el crear procesos sistemáticos que atiendan a problemas como el ciclo de vida del conocimiento, el vínculo entre innovación y nuevo conocimiento, y la creación de valor basado en el conocimiento. Para ello, se ha desarrollado un enfoque que se engloba en la adecuada “Gestión del Conocimiento” (Cortinas y Parker, 2004).

Por tanto la SC, debe estar constituida por individuos capaces de captar significados y sentidos, pero también tener la cualidad de ser reflexivo y transformador de la información en conocimiento, diferenciando el conocimiento de aquel que “manufacturan” las nuevas tecnologías y que difícilmente dejan lugar para la interpretación o para la respuesta (Cerillo, 2010: 26-28).

⁷⁴ Consulta en <http://rusc.uoc.edu/ojs/index.php/rusc/about>

CONCLUSIONES

De acuerdo al surgimiento de las tendencias tecnológicas la concepción de la palabra conocimiento ha ido cambiando de escenarios conforme a la trascendencia del ser humano.

Al conjugar el término conocimiento con la gestión, redes y sociedad se ha obtenido como resultado un posible proceso para ser trasladado al ámbito educativo, concretamente al nivel superior. En estricto orden, este proceso puede ser el inicio de un análisis institucional que nos lleve a dar como resultado una actividad que permita la adecuada difusión del conocimiento desde el interior de la universidad hacia su propia sociedad. Esto con el propósito de cumplir con uno de los principales objetivos universitarios “difundir oportunamente los avances del trabajo académico, entre las comunidades universitarias y no universitarias”.

Aristóteles y Platón, fueron los primeros que sentaron las bases de varios razonamientos sobre el conocimiento. El conocimiento es meramente humano y según las posturas presentadas sólo se puede adquirir a través de dos actores principales: sujeto y objeto.

A pesar de las diferentes teorías que se han expuesto, es necesario precisar el significado del término conocimiento, para ello, es necesario considerar la postura de Locke, Kant, Husserl y Polanyi, quienes aprecian que el conocimiento se lleva a cabo por medio del empirismo y racionalismo, se trata de una combinación entre ambos. Ya que el primero brinda la oportunidad de expresarse mediante intuición, creencias y experiencias reflejadas en imágenes, palabras y/o modelos mentales. Y el segundo, permite la objetividad de lo primero mediante lo racional expresado por textos, fórmulas y números, para llegar a una reflexión. Con una descripción cuidadosa del fenómeno se puede clarificar la relación entre ambos.

A esta estimación se le une la perspectiva de Hessen, Vilchis y Morín, donde el primero enfatiza sobre la correlación no reversible entre sujeto y objeto; la teórica, hace su aportación en torno a la diversidad y dispersión que sufre el conocimiento hoy en día, dando origen a la interdisciplina. Y el tercer pensador, afirma que para articular y organizar los conocimientos es indispensable un cambio en el pensamiento y un esfuerzo en el entendimiento y práctica del conocimiento complejo.

Con lo anterior, se puede llegar a una concepción particular, de conocimiento:

Es el fenómeno de conciencia de la correlación entre sujeto y objeto, cuya construcción es a partir de la experiencia expresada por creencias e intuición, reflejadas en palabras, imágenes y/o modelos mentales; y de lo racional, que permite la objetividad y la expresión mediante números, fórmulas y palabras, para llegar con ambos a un equilibrio y dar origen a una reflexión. Para articular y organizar los conocimientos es indispensable la práctica en el pensamiento complejo.

Así, esa concepción ayudará a que el elemento movilizador de este proyecto “el conocimiento” se pueda extender a otros escenarios para ejecutar de forma precisa su función.

De acuerdo, a la clasificación del conocimiento que ofrece la OCDE, se rescatan para fines de la investigación los cuatro momentos de aplicación, Saber Qué (Know What); Saber Por qué (Know Why); Saber Cómo (Know How) y Saber Quién (Know Quién). Aunque los dos primeros se pueden obtener de ciertas referencias de consulta la manera de complementarlos es por medio de las otras dos formas de conocimiento las cuales se generan a través de la experiencia práctica.

Aunque pareciera que el término conocimiento es difícil de precisar, para fines del presente trabajo es importante diferenciar el conocimiento de la información.

Lo que diferencia al conocimiento de la información es la complejidad de las experiencias que se necesitan para llegar a él. Para que un individuo llegue al conocimiento, se ha de exponer a un conjunto de datos de diferentes maneras, con diferentes perspectivas y ha de elaborar su propia experiencia del mismo. Por ello, el conocimiento no se puede transferir de una persona a otra, se ha de fabricar por la propia persona. La información en sí misma no es nada sin un proceso de articulación llamado Conocimiento. Conocimiento, es organizar los contenidos para encontrar el sentido que tiene el conjunto de información.

Con el objeto de seguir enriqueciendo la investigación se prosigue a la selección de información para su transformación posterior en conocimiento. Para eso, es imprescindible, retomar el esquema del Espiral del Conocimiento, gráfico en el que intervienen cuatro formas en un proceso de transformación de conocimiento.

Otra parte importante, es considerar que las organizaciones aprenden a través de sus miembros y, aunque el aprendizaje individual es condición necesaria, no es suficiente para que exista una retención colectiva de ese conocimiento. Existe la afirmación de que el aprendizaje colaborativo no proviene exclusivamente del sumatorio de las dotaciones de conocimientos individuales de todos y cada uno de los miembros de la organización, sino existe la necesidad de compartir los conocimientos con el resto de los integrantes para integrarlos en el conjunto de las tareas, de las funciones y de las actividades de la empresa.

En la actualidad, es validada la siguiente estrategia, la GC es un concepto aplicado a las organizaciones o instituciones que buscan transferir el conocimiento y la experiencia existente entre sus miembros, de modo que pueda ser utilizado como un recurso disponible para otros en la organización.

En este contexto, el conocimiento se transforma en un eje que facilita el aprendizaje continuo, el cual es vital para el funcionamiento sostenible de las organizaciones y la búsqueda de nuevas oportunidades de negocios y de fortalecimiento de capacidades en diversas áreas, incluyendo la relativa al sector educativo. Por ello, se manifiesta

que la gestión misma del conocimiento es un tema estratégico, que le permitirá a toda organización cumplir con su objetivo último de “agregar valor” tanto a sus procesos, desarrollos, innovaciones y servicios, como a sus productos. Por tanto, GC es la creación de conocimiento organizacional que debe entenderse como la capacidad orgánica para generar nuevos conocimientos, diseminarlos entre los miembros de la organización y materializarlos en productos, servicios y sistemas. Este puede ser un proceso mediante el cual las instituciones pueden resolver problemas de difusión en la producción interna de la universidad.

Para que el conocimiento interiorizado en cada individuo se haga perceptible a los demás, debe exteriorizarse y estar cargado de significado y contexto; es ahí donde se materializa y se vuelve información. La información es producto de la comunicación, que a su vez, se transforma en conocimiento y es comprensible para los demás, sin embargo, esta acción no garantiza que se produzca necesariamente esa comprensión e integración del conocimiento en el receptor.

La GC desde lo pedagógico, promueve el aprendizaje de los estudiantes, los docentes y la comunidad educativa en su conjunto, por medio de la creación de una comunidad de aprendizaje donde se reconozca los establecimientos educativos como un conjunto de personas en interacción continua que tienen la responsabilidad del mejoramiento permanente de los aprendizajes de los estudiantes, con el fin de formarlos integralmente para ser miembros de una sociedad. Todo esto ayuda a favorecer su calidad de vida y prepararlos para su vida en el mundo laboral.

Producir y usar el conocimiento de nuevas maneras para lograr un conocimiento significativo y cooperativo requiere de constituirse no sólo en red sino en comunidades en las que el conocimiento no depende sólo de procesos cognitivos o de acumulación de información sino también de mecanismos de difusión de ideas, de un proceso de socialización del mismo y de su respectiva vinculación con los campos temáticos y problemáticos en los que tiene influencia la Universidad.

Las redes pueden ayudar a descubrir que es posible coincidir, que es importante la cooperación y, en la dinámica del proyecto y del equipo, reconocer la posibilidad de la controversia, el conflicto; pero también la de aprender y saber escuchar, negociar, mediar. Compartir objetivos y estrategias, facilitar la autoevaluación y la innovación, y valorar esfuerzos y trabajos ya hechos.

Dado que el ámbito de acción de una red se define con claridad, se puede definir como un conjunto integrado por diversas instituciones relacionadas entre sí de manera horizontal (no de dependencia ni piramidal) que persiguen un propósito específico y común; es un entramado de mecanismos de comunicación entre instituciones interrelacionadas de manera permanente y multidireccional.

En la actualidad, las organizaciones permiten al hombre trabajar en grupo para lograr los objetivos que no es posible lograr de manera individual. Por lo tanto, las organizaciones han tenido un papel fundamental para la

generación de nuevos conocimientos y por lo tanto para el desarrollo de la humanidad y el desarrollo de la llamada sociedad de conocimiento.

La SC es un suceso que ha existido desde que el hombre tuvo la necesidad de comunicarse mediante la difusión de sus pensamientos e ideas. Sin embargo, en la actualidad se ha hecho consciente tal término. Su objetivo es el trabajo de la gente a partir de su conocimiento. Por lo que las instituciones de nivel superior, deben comprometerse a desarrollar este tipo de sociedades a partir de su contexto, acercando información de calidad creada por medio de un trabajo colaborativo que permita la intervención de la experiencia y de la razón para un enriquecimiento de la información y aplicación del conocimiento, ser compartido con la comunidad para permitir la generación de nuevo conocimiento y su transferencia.

A lo anterior, se pueda sumar, en lugar de trabajar en máquinas inteligentes, ¿por qué no trabajar en humanos inteligentes? Entonces es pertinente reflexionar.

Si el “conocimiento es poder” (viejo lema de la filosofía moderna, utilizado por el movimiento de los trabajadores europeos del siglo XIX), entonces en México no habría pobreza. (Kurz, 2003)

FUENTES DE CONSULTA

❖ **Bibliohemerografía**

1. Alegre Vidal, J. (2004). *La gestión del conocimiento como motor de la innovación*. Castelló de la Plana. Publicacions de la Universitat Jaume, España.
2. Alvarado Tovar, Patricia Esperanza (2008). *De la sociedad de la Información a las Sociedades del Conocimiento*. Revista electrónica Paedagogium, no. 36. Colegio de Pedagogos de México. Universidad Autónoma de México, D.F. Disponible en internet: <http://www.paedagogium.com/Articulos/05.html>
3. Amador Bautista, Rocío (2006). *La universidad en Red: Un nuevo paradigma de la educación superior*. Revista Mexicana de Investigación Educativa, enero – marzo, año /vol. 11, número 028 COMIE, D. F. México, pp. 155-177. Disponible en internet: <http://redalyc.uaemex.mx/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=14002808>
4. ANUIES (2000). *La Educación Superior en el Siglo XXI. Líneas estratégicas de desarrollo*. ISBN: 968-7798-59-9, México, D.F.
5. Arbonés, A. L. y Aldazabal, J. (2005). *K.FACTS: Identificación y evaluación de flujos de conocimiento en las organizaciones*. Arrasate, Gipuzkoa, España: Mik, S. Coop.
6. Artilles Visbal, Sara. (2005). *Las Redes del Conocimiento en Ambientes Académicos*. GECYT.
7. Berger, Peter L. y Luckmann, T. (1966). *The social construction of reality*. Doubleday. New York. En Zárraga Oberty, Celia (2003). *Factores determinantes y Mecanismos de actuación para gestionar el conocimiento en equipos de trabajo*. Vector plus:

miscelánea científico-cultural [en línea], Fundación Universitaria de las Palmas, España. No. 21. pp. 83 – 93. Disponible en internet: http://www.fulp.ulpgc.es/files/webfm/File/web/publicaciones/vectorplus/articulos/vp21_05_articulo08.pdf

8. Bourdieu, Pierre (2003). *El Oficio de Científico*. Barcelona. Editorial Anagrama.

9.

10. Carmona Pérez, José Guillermo (2009). *Las redes de cooperación académica: Aproximaciones y prospectiva*. Disponible en internet: http://www.anuies.mx/redes_colaboracion/archivos/publicaciones/1012160949Articulo_Guillermo_Carmona.pdf

11. Carrillo, Javier (1998). *The Knowledge - Based Value Systems*, en *Journal of Knowledge Management*. vol. 1, núm.4. Junio

12. Casas, Rosalba. (2001). *El enfoque de Redes y Flujos de conocimiento en el análisis de las relaciones entre ciencia, tecnología y sociedad*. Kairos. [en línea] ISSN 1514-9331, año 5, no. 8. Centro de Investigaciones Sociales, Universidad Nacional Autónoma de México, México, D.F.

13. Citado en: Martínez Sánchez, América y Martha Corrales Estrada (2010). *Administración de conocimiento y desarrollo basado en conocimiento. Redes de innovación*, CENGAGE Learning, México, D.F.

14. Collison, Chris y Geoff Parcell (2003). *La gestión del conocimiento. Lecciones prácticas de una empresa líder*. Paidós, Barcelona, España.

15. CONSEJO MEXICANO DE INVESTIGACIÓN EDUCATIVA, AC. (2003). *La investigación educativa en México: usos y coordinación*. Revista Mexicana de investigación educativa. Septiembre-diciembre, año/vol. 8, número 019. México. pp. 847-898. Disponible en internet: <http://www.comie.org.mx/v1/revista/visualizador.php?articulo=ART00397&criterio=http://www.comie.org.mx/documentos/rmie/v08/n019/pdf/rmiev08n19scG00n01es.pdf>

16. Cortinas de Nava, Cristina y Héctor Parker Rosell (2004). *Manual para crear y operar alianzas y redes. Redes y alianzas de conocimiento para la gestión ambiental de residuos*, [fecha de consulta: 2011-04-30] Disponible en internet: <http://www.semarnat.gob.mx/eventos/antiores/experienciasresiduos/Documents/LASREDESALIANZASDECONOCIMIENTOYLAGESTI%C3%93NDERESIDUOS.pdf>

17. Corvalán, Ana María [coord.] (2003). *La información y el conocimiento: Un desafío para lograr una gestión de la educación al servicio de los aprendizajes*, UNESCO, Santiago de Chile.

18. Didriksson, Axel (2002). *Universidad, integración económica y producción de nuevos conocimientos*. p.p. 85-94. En Juárez Núñez, José Manuel, Pablo Mejía Montes de Oca y Ma. Elena Rodríguez Lara. [Compiladores] (2002). *Universidad, producción y transferencia de conocimientos al encuentro del siglo XXI*, Universidad Autónoma Metropolitana-Xochimilco, México, D.F.

19. Gaete Fiscella, José M. y Jorge Ignacio Vásquez (2008). *Conocimiento y estructura en la investigación académica: una aproximación desde el análisis de redes sociales*. Redes. Revista Hispana para el Análisis de Redes Sociales. Junio, vol. 14 y número 05. Universidad Autónoma de Barcelona, España.

20. García, Rolando (2000). *El conocimiento en construcción. De las formulaciones de Jean Piaget a la teoría de sistemas complejos*. Gedisa, Barcelona, España.

21. Gibbons, Michael (1998). *Pertinencia de la educación superior en el siglo XXI*, Documento presentado como una contribución a la Conferencia Mundial sobre la Educación Superior de la UNESCO. Disponible en internet: http://www.humanas.unal.edu.co/contextoedu/docs_sesiones/gibbons_victor_manuel.pdf

22. Hernández Mondragón, Alma Rosa (2002). *Las Redes Académicas de Información bajo la perspectiva de la integración y la cooperación regional e internacional*. P.p. 181-213. En Juárez Núñez, José Manuel, Pablo Mejía Montes de Oca y Ma. Elena Rodríguez Lara. [Compiladores] (2002). *Universidad, producción y transferencia de conocimientos al encuentro del siglo XXI*, Universidad Autónoma Metropolitana-Xochimilco, México, D.F.

23. Hernández Muñoz, Mónica Cristina (2010). *Propuesta del modelo de Gestión del Conocimiento para la gerencia de Gestión documental y Centro de Servicios compartidos del grupo Bancolombia en Medellín*. Universidad de Antioquia. Medellín, Colombia.
24. Hessen, Johannes (2004). *Teoría del conocimiento*. Panamericana, Bogotá, Colombia.
25. Lerbet Georges (1977), *Pedagogie et Systémique*, Presses Universitaires de France, Paris en Vázquez, Héctor J., Felipe de J. Martínez Álvarez y Germán S. Monroy Alvarado (2007). Más allá del conocimiento: un enfoque sistémico, Revista de Administración y Organizaciones. Conocimiento y aprendizaje. Número 19, Año 10, Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco, México, D.F.
26. López Noreña, Germán. (2010) *Sobre las sociedades de la información y la del conocimiento: críticas a las llamadas ciudades del conocimiento latinoamericanas desde el paradigma ecológico*, Edición electrónica gratuita. Texto completo en www.eumed.net/libros/2010f/877/
27. LOVERA AGUILAR, María Isabel (2009). *La organización creadora de conocimiento: una perspectiva teórica*. Omnia [en línea] vol. 15 [citado 2012-01-20]. Disponible en Internet: <http://redalyc.uaemex.mx/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=73711658012>. ISSN 1315-8856.
28. Martínez Caraballo, Noemí (2006). *Gestión del Conocimiento: Aprendizaje individual versus aprendizaje organizativo*. Intangible Capital [en línea], núm. julio-septiembre, pp. 308-326. [fecha de consulta: 2011-02-13] Disponible en Internet: <http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=54920302>
29. Martínez Sánchez, América y Martha Corrales Estrada (2011). *Administración de conocimiento y desarrollo basado en conocimiento. Redes de innovación*, CENGAGE Learning, México, D.F.
30. Martín-Moreno Cerillo, Quintina. *Aprendizaje colaborativo y redes de conocimiento*; Ponencia publicada en el libro de actas de las IX Jornadas Andaluzas de Organización y Dirección de Instituciones Educativas. Grupo Editorial Universitario. Granada, 15-17 de diciembre de 2004.
31. Medellín Cabrera, E. (2002). Capital intelectual: Formación y Medición de valor. En Asociación Universitaria Iberoamericana de Postgrado. *Gestión del Conocimiento: Pautas y lineamientos generales*. Cali-Colombia: Artes Gráficas, pp. 67-85.
32. Morín, Edgar (1994). *El método III*, 2da. Ed., Madrid: Cátedra.
33. Morín, Edgar (1999). *Los siete saberes necesarios para la educación del Futuro*. UNESCO.
34. Morín, Edgar (2000). *El siglo del conocimiento puede ser el siglo de la ceguera*, entrevista por Javier Castañeda. Disponible en internet: <http://www.porticoluna.org/reportajes/report/morin.html>, 25 de octubre de 2000.
35. Nonaka Ikujiro y Hirotaka Takeuchi (1999). *La organización creadora de conocimiento. Cómo las compañías japonesas crean la dinámica de la innovación*. México DF: Oxford University Press.
36. Ordoñez, P. (1999). *Gestión del conocimiento y la empresa multinacional. Una revisión teórica*, Comunicación presentada al XIII Congreso Nacional de AEDEM (Logroño), España. pp. 185-190 en Martínez Caraballo, Noemí (2006). *Gestión del Conocimiento: Aprendizaje individual versus aprendizaje organizativo*. Intangible Capital [en línea], núm. julio-septiembre, pp. 308-326. [fecha de consulta: 2011-02-13] Disponible en Internet: <http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=54920302> ISSN
37. Pallán Figueroa, Carlos (1997). *Las posibilidades de la Educación Superior desde la perspectiva de las redes universitarias*. Revista Colección Pedagógica Universitaria [en línea] no. 27-28, enero – diciembre, Instituto de Investigaciones en Educación, Universidad deVeracruz, México. Disponible en internet: http://www.uv.mx/cpue/coleccion/No_2728_Coleccion.html

38. Parker Rosell, Héctor Carlos (2007). *Construcción de redes de conocimiento y aprendizaje académico*. Revista del Centro de Investigación año/ vol. 07 núm. 027. Universidad La Salle, D.F. México. p.p. 93 – 119. Disponible en internet: <http://redalyc.uaemex.mx/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=34202707>
39. Pérez Rodríguez, Yudit y Malena Castañeda Pérez (2009). *Redes de conocimiento*, Revista Ciencias de la Información, [en línea] vol. 40, no. 1, enero-abril. Disponible en internet: <http://cinfo.idict.cu/index.php/cinfo/article/view/36>
40. Reynaga Obregón, Sonia y Pedro Emiliano Farfán Flores (2004). *Redes Académicas...Potencialidades académicas*. Ponencia del Cuarto Congreso Nacional y Tercero Internacional: Retos y expectativas de la Universidad. Sede Universidad de Coahuila.
41. Sánchez Díaz, Marley (2005). Breve inventario de los modelos para la gestión del conocimiento en las organizaciones, ACIMED [en línea], vol. 13, núm.6, ISSN 1024-9435. Disponible en internet: http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1024-94352005000600006
42. Solís Pérez, Pedro y Blanca Elvira López Villareal (2004). Diseño y Arquitectura de redes formales de conocimiento, Revista de Administración y Organizaciones [en línea] no. 12, año 6 junio. Universidad Autónoma Metropolitana. Unidad Xochimilco, México, D.F. Disponible en internet: http://148.206.107.15/biblioteca_digital/estadistica.php?id_host=6&tipo=ARTICULO&id=2835&archivo=9-225-2835aap.pdf&titulo=Diseño y arquitectura de redes formales de conocimiento
43. Treviño Arizmendi, Arturo (2009). *La cultura en un nuevo plan de estudios de diseño en México*. pp. 36-38. En Rodríguez Viqueira, Manuel y Raúl Torres Maya [coordinadores] (2009). *Memorias del Coloquio. El Diseño en el Futuro de México. Visiones Analíticas y prospectivas*. División de Ciencias de la Comunicación y Diseño. Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad-Cuajimalpa, México, D.F.
44. Vázquez, Héctor J., Felipe de J. Martínez Álvarez y Germán S. Monroy Alvarado (2007). *Más allá del conocimiento: un enfoque sistémico*, *Revista de Administración y Organizaciones*. Conocimiento y aprendizaje. Número 19, Año 10, Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco, México, D.F.
45. Vilchis, Luz del Carmen (1999). *Diseño. Universo de conocimiento. Investigación de proyectos en la comunicación gráfica*. UNAM, México, D.F.
46. Zárraga Oberty, Celia. (2003). *Factores determinantes y Mecanismos de actuación para gestionar el conocimiento en equipos de trabajo*. Vector plus: miscelánea científico-cultural [en línea], Fundación Universitaria de las Palmas, España. No. 21. pp. 83 – 93. Disponible en internet: http://www.fulp.ulpgc.es/files/webfm/File/web/publicaciones/vectorplus/articulos/vp21_05_articulo08.pdf

❖ Mesografía

1. Barrón Meza, Miguel Ángel (1999). *Redes de investigación*. Disponible en internet: <http://www.jornada.unam.mx/1999/06/28/cien-meza.html>
2. Cyraneck, Günther [coord.] (2008). *Etapas hacia las Sociedades del Conocimiento. Material de referencia para comunicadores*. UNESCO, Inter Press Service.
3. DAEDALUS. (2003). *Gestión del conocimiento*. [fecha de consulta: 2010-04-2010]. Disponible en internet: <http://www.daedalus.es/inteligencia-de-negocio/gestion-del-conocimiento/que-es-el-conocimiento/>
4. Kurz, Robert (2003). *La ignorancia de la Sociedad del Conocimiento*. [en línea]. Disponible en internet: http://antroposmoderno.com/antro-articulo.php?id_articulo=247

CAPÍTULO 2. LA ACTIVIDAD EDITORIAL EN LAS INSTITUCIONES DE EDUCACIÓN SUPERIOR (IES) EN MÉXICO

Lo que causa problemas no es tanto lo que la gente ignora, como lo que saben y no es verdad.

Mark Twain

OBJETIVO

Este capítulo tiene como objetivo explicar cómo las sociedades de conocimiento pueden ser participes en la gestión del mismo, para generar agrupamientos comunicacionales y participativos entre un grupo de individuos llamados redes de conocimiento, las cuales pueden ser parte esencial de un Programa Editorial Universitario. Para tal efecto es importante partir de la apreciación que tiene la ANUIES en relación al quehacer editorial en las Universidades Mexicanas.

Posteriormente, es necesario particularizar en los procesos editoriales como estrategias de innovación del conocimiento, y las ventajas y fortalezas que brinda esta labor dentro de una Institución de Nivel Superior. Considerando tres casos en particular.

Si el conocimiento es un elemento movilizador dentro de la actividad editorial dentro de una institución de nivel superior, entonces hay que analizar cómo se está desarrollando dentro de estos espacios para cubrir con los fines pertinentes que cada universidad persigue. Y sobre todo entender el *know how* de cada caso en particular.

2.1. BREVE REGISTRO DEL QUEHACER EDITORIAL UNIVERSITARIO

Varios siglos tuvieron que transcurrir para que la palabra hablada comenzara a ser difundida de manera escrita. Pero con el transcurso del tiempo y el surgimiento de las universidades esta responsabilidad es asumida como parte de un compromiso primordial entre institución y sociedad. Desde la creación de las universidades en el siglo XIII, con las de París y Bolonia (Italia), la publicación de libros ha sido una actividad esencial a las labores académicas, si bien el surgimiento y desarrollo del libro impreso –a partir del siglo XV- ha ido transformando su función y características dentro de las instituciones de enseñanza superior: de la primordial necesidad de disponer de ediciones “correctas” –sin erratas ni errores de transcripción- para los estudiantes, se ha pasado al requerimiento de producir no solo ediciones “correctas” sino, también modelos en cuanto a rigor académico, corrección y sistematicidad y coherencia en el estilo editorial; atractivas respecto de su factura material y calidad de producción y económicamente accesibles (López, 2009:17).

Gracias a la perfección de la imprenta con caracteres móviles de metal en Alemania, por Johannes Gutenberg, en 1436 se generó una mayor expansión de la escritura impresa a otros países. La llegada de la imprenta a España es determinante para el resto de los países de América Latina debido a la Conquista.

El libro, tal como lo conocemos, tiene más de 200 años de aparición, fecha en que se desarrolla la edición moderna del editor, separada ya del librero o del impresor, cuando aparece también la propiedad intelectual, los derechos de autor, la edición rústica, popular, la académica o universitaria.

La revolución de la imprenta, como la llamó Elizabeth Eisenstein, hizo posible la industria del libro, ya que resultó más rápida y ágil la multiplicación de copias; mecanizando un proceso que ya existía y que hasta entonces se realizaba manualmente en los talleres situados cerca de las facultades de los centros universitarios y que proveía a los estudiantes de copias manuscritas supervisadas por los profesores de los manuales y textos que utilizaban en clase. (Furió, 2009:12)

*“Muchos de los primeros libros universitarios impresos lo fueron a instancia y expensas de la universidad: en Oxford, Salamanca o en Zaragoza como fue el caso de las Introducciones latinae de Elio Antonio de Lebrija, publicadas por la Universidad de Salamanca, en 1481... también la Biblia políglota complutense, una notable iniciativa editorial, tanto por su significación cultural con el texto bíblico en hebreo, caldeo, griego y latín. Como por su belleza y complejidad tipográficas, que vio la luz en la Universidad de Alcalá de Henares”.*⁷⁵

Tanto las Universidades de Cambridge como Oxford, emprendieron una actividad editorial continua desde finales del siglo XVI. Sin embargo, durante casi tres siglos se limitaron a publicar biblias y libros de oraciones, que eran los productos de mayor demanda, incluso en las aulas universitarias, y que constituyeron la base de su éxito y su perduración en el tiempo. A partir de 1860, empezaron a publicar libros propiamente académicos, libros de texto y de investigación, entre los que destacaban los libros científicos, en particular de biología. Las ediciones universitarias, que pronto se extendieron también a las restantes universidades europeas y americanas, contribuyeron a un saber más racional y crítico.

Es importante, hacer un paréntesis para entender, cuál es la estructura y el formato de las editoriales anglosajonas más importantes del mundo, que han logrado superar los altibajos del tiempo y los gustos de los lectores a través de la historia. Según Lara (2010), *“la fórmula inglesa de editorial emana del propio concepto de universidad medieval, sin embargo, pronto se independiza de los claustros e inicia sus labores de manera autónoma y con criterios de autosuficiencia y rentabilidad que buscan apoyar las necesidades académicas de la universidad, sin por ello depender necesariamente ni de los profesores ni de un subsidio ni, mucho menos, de un criterio editorial”.*⁷⁶

⁷⁵ Furió, Antoni (2005). *El futuro de la edición universitaria en Esencia, quehacer y retos de la edición académica*. Memoria del I Foro Internacional de Edición Universitaria. Feria Internacional del Libro de Guadalajara. Altexto, Alianza del Texto Universitario, México. p. 15.

⁷⁶ Lara Zavala, Hernán (2010). *La edición universitaria en De cómo dejar de sufrir por las letras, los libros de artista y los correctores*. Alejandro Zenker. Quehacer Editorial. No. 8. Solar Servicios Editoriales, S.A. de C.V., México. pp. 119-127.

Su catálogo se basa en ciertas áreas, estrechamente vinculadas con la investigación y la docencia. Estando estas divididas en humanidades, ciencias sociales y ciencias duras. Además de estudios profesionales, en donde se concentran los libros de texto para apoyo de las carreras que se imparten en la universidad. Un punto muy importante, de la estructura interna de estas dos editoriales es el cuidado y gran rigor del sistema de dictaminación que permite que los libros que publican tengan el aval de reconocidos especialistas del ramo, lo cual es una garantía de aceptación de profesores y estudiantes. Otra parte que cubren, es la dedicada a los materiales didácticos para la enseñanza de la lengua inglesa en otros países.

Dado lo anterior, Lara (2010), enfatiza que las editoriales universitarias no necesariamente deben o pueden seguir el modelo anglosajón. En Latinoamérica, se ha elegido otra vía o fórmula, siendo la idea principal la de apoyar a los libros para hacerlos accesibles económicamente a la comunidad universitaria, careciendo de afán lucrativo. Es entonces, cuando esta actividad se convierte en un instrumento de beneficio para el personal docente al darle salida a sus materiales de apoyo académico y a proyectos de investigación, así como para el alumnado que se enriquecerá de los textos que edita su propia institución.

Regresando a los inicios de las editoriales, las tres cuartas partes de las universidades existentes en todo el mundo son posteriores a 1900, y la mitad de las universidades que hay en el mundo son posteriores a 1945. En España, hasta 1970, sólo existían quince universidades, cuando ahora más de 40 años después, llegan a 70. (Furió, 2009:16)

En Estados Unidos la primera en utilizar el término de University Press fue la Universidad de Cornell en 1869, seguida después por Pennsylvania, aunque la más antigua en actividad ininterrumpida desde su fundación es la John Hopkins University Press creada en 1878. En 1935 ya había 17 editoriales universitarias en todo el país; el número se duplicaría en los años 50's, para llegar a las 150 actualmente. La mayoría de ellas pertenecen a la Association of American University Press con un volumen de producción conjunto de diez mil títulos al año, lo que representa 17 por ciento de la producción editorial estadounidense.

En el caso de América Latina, salvo la UNAM como la Eudeba (Editorial Universitaria de Buenos Aires) la gran mayoría de las editoriales universitarias son de fundación muy reciente, “...sin un modelo claro de gestión y sin una asociación de carácter nacional que permita aunar esfuerzos y facilitar su proyección más de allá de su propio ámbito territorial”.⁷⁷

⁷⁷ Furió, Antoni (2005). *El futuro de la edición universitaria en Esencia, quehacer y retos de la edición académica*. Memoria del I Foro Internacional de Edición Universitaria. Feria Internacional del Libro de Guadalajara. Alttexto, Alianza del Texto Universitario, México. p. 17.

En lo que respecta a México, en la década de 1860 el gobierno conservador de Maximiliano clausuró la vieja Universidad de México. Y tras el triunfo liberal de Benito Juárez, éste decretó, asimismo, el cierre definitivo de aquella universidad.

Justo Sierra, casi veinte años después, expresó la necesidad de abrir una universidad que coronara el sistema educativo mexicano. A este proyecto dedicó numerosos esfuerzos durante varios años. A punto de lograr su sueño, Sierra envió a Ezequiel A. Chávez a Europa para conocer los diferentes modelos universitarios y que estos sirvieran de referencia a la futura Universidad Nacional de México.

En 1910, cuando se publica el discurso de Justo Sierra Méndez sobre la Universidad Nacional de México, se inicia la actividad editorial universitaria, y se continúa con la publicación de los clásicos por iniciativa de José Vasconcelos como medida contra el analfabetismo. Pero el proyecto editorial de la UNAM se inicia de manera sistemática y ordenada en el año de 1936, a través de lo que entonces se llamó la Imprenta Universitaria, que fue cuando comenzaron a crearse las principales colecciones de libros que subsisten hasta la fecha y que constituyen los acervos más añejos y prestigiosos, aunque no los únicos, del enorme fondo editorial de nuestra Universidad. Se trata de colecciones muy bien pensadas, interesantes y creadas ex profeso para apoyar a la comunidad universitaria, y que también han trascendido los vaivenes del tiempo para que, con los años, hayan logrado crear buena parte del canon universitario. (Lara, 2010:121-122)

La primera de estas colecciones, es la famosa Biblioteca del Estudiante Universitario, la cual fue diseñada para que los alumnos contaran con las principales obras de los grandes escritores mexicanos, como fray Bernardino de Sahagún, Hernán Cortés y sus *Cartas de relación*, Sor Juana Inés de la Cruz, Juan Ruiz de Alarcón, Lorenzo de Zavala, Vicente Riva Palacio, Manuel Payno, Justo Sierra, José Vasconcelos, Alfonso Reyes, entre otros.

Poco después surge otra colección notable, Nuestros Clásicos, en la que se publican las grandes joyas de la literatura universal, como *Historias* de Herodoto, *Eneida* de Virgilio, *Ensayos escogidos* de Montaigne, las obras de William Shakespeare, *Novelas ejemplares* de Cervantes, *Moby Dick* de Melville, *La Regenta* de Clarín, *Nostromo* de Conrad etcétera, editados en versiones rústicas y muy accesibles que constituyen un acervo importantísimo para la población universitaria, al margen de la disciplina profesional a la que se dediquen, pues permite el acceso a lo más selecto del ingenio humano con un prólogo especialmente redactado para ubicar al lector en el contexto de la obra. Otra colección importante es Poemas y Ensayos, en la que se divulgan los grandes poemas de autores hispanoamericanos como Jorge Cuesta, Jaime Sabines, Ernesto Cardenal, Fernando Pessoa u Octavio Paz, igual que otros escritores internacionales de la talla de T. S. Eliot, Paul Claudel, Virginia Woolf o Claudio Magris. (Lara, 2010:122)

Una más de estas destacadas colecciones es la llamada Bibliotheca Scriptorvm Graecorvm et Romanorvm Mexicana que, bajo la dirección y conducción del doctor Rubén Bonifaz Nuño, se ha dedicado a la creación de

*ediciones bilingües de los clásicos griegos y latinos expresamente traducidos por especialistas de la Universidad.*⁷⁸

Las anteriores, son solo algunas de las colecciones que constituyen el acervo más distintivo de la Universidad Nacional Autónoma de México, y lo que permite un inicio importante de la actividad editorial universitaria en México.

La misión de esta labor universitaria es seguir produciendo contenidos científicos y académicos que juzguen valiosos para ser difundidos hacia el interior y exterior de las propias instituciones, contribuyendo a mejorar las condiciones y la calidad de vida de la misma sociedad.

2.2. LA ACTIVIDAD EDITORIAL EN LAS IES DE MÉXICO

*La razón de existencia de una editorial universitaria es fomentar el incremento de la capacidad interna de creación del conocimiento y de su difusión; es decir, facilitar los procesos de edición y establecer los puentes entre profesores, investigadores y el órgano editorial; pero, sobre todo, establecer los lazos pertinentes entre estos actores y la comunidad estudiantil, y con la sociedad en general.*⁷⁹

Lo dicho, es una consideración que se obtiene del primer Foro de Editores, llevada a cabo en agosto de 2006, dentro de la Feria Internacional del Libro Universitario, en la ciudad de Xalapa, Veracruz, con el fin de abordar el tema de “La edición universitaria en México”.

Sin embargo, complementando lo anterior, ANUIES en su Programa Nacional de Extensión de la Cultura y los Servicios aprobado en la XXX Sesión Ordinaria de la Asamblea General de la asociación, expone que *“la labor editorial de las IES cumple la misión de transmitir la cultura universal y difundir el quehacer de la educación superior a la sociedad, se le debe examinar en el contexto de la actividad editorial del país cuyo mercado es débil en comparación con el de otros países y refleja problemas tales como: a) la carencia generalizada de hábitos de lectura en nuestro país; b) la reducción del mercado editorial producto de la contracción del poder adquisitivo de las personas que afecta todos los aspectos del ciclo editorial: producción, distribución y venta; c) desventaja en la competencia con las empresas”*.⁸⁰

Con eso, Palacio (2006), advierte y reitera; en muchas universidades del país la labor editorial se encuentra relegada, sin que se tome en cuenta la enorme importancia que tiene la difusión de la producción académica y cultural, olvidando la relevancia social y política de esta divulgación. La labor editorial es la cara de una universidad.

⁷⁸ *Ibidem.*, p.122.

⁷⁹ Palacio Montiel, Celia del (2006). *Los retos de las Editoriales Universitarias en el siglo XXI*. Presentación. La Palabra y el Hombre, octubre-diciembre, no. 140, p.7-9. Universidad Veracruzana, México. Disponible en internet: <http://cdigital.uv.mx/handle/123456789/245>

⁸⁰ Programa Nacional de Extensión de la Cultura y los Servicios. Aprobado en la XXX Sesión Ordinaria de la Asamblea General de la ANUIES. Disponible en internet: http://www.anuies.mx/servicios/d_estrategicos/documentos_estrategicos/pnecs/38.html

Los libros y las publicaciones que una institución pública crea y difunde son la carta de presentación de esa universidad. Las obras académicas se han convertido en indicadores inevitables de la producción de conocimiento de una institución y, por ende, en “puntos” para medir la calidad de la Universidad, lo que, en última instancia, se traduce en recursos económicos federales.

A lo anterior, ANUIES expresa que en el panorama editorial universitario en México, hay diversas publicaciones que se ocupan de temas educativos, pero pocas cuyo objetivo específico sea el cubrir la temática de los niveles superiores con estabilidad y calidad, necesarias para construir medios de información adecuados y suficientes que satisfagan las necesidades de los estudiosos del tema y los funcionarios universitarios interesados.

Y por supuesto, otro factor de trascendencia y no menos importante es *“la falta de procesos profesionales de distribución y venta. Lo cual se agudiza por la mayor de especialización de sus publicaciones, que requieren una distribución mejor dirigida hacia los públicos específicos que atienden. Las actuales estrategias de distribución pueden inducir al almacenamiento de las publicaciones sin importar su calidad intelectual”*.⁸¹

Sin embargo, a estos enigmas existen posibilidades de solución. La Red Nacional Altexto, nace en noviembre de 2006 en Guadalajara, Jalisco, en el marco de la XX Feria Internacional del Libro (FIL), con la firma del convenio de colaboración por 32 instituciones de educación superior pertenecientes de la Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior (ANUIES) con el fin de crear mecanismos y condiciones propicias para la edición, publicación, promoción, distribución y comercialización de libro universitario.

La Red Nacional Altexto es un grupo de trabajo compuesta por los representantes editoriales de universidades e instituciones de educación superior; su objetivo principal es promover y apoyar las actividades que realizan las áreas editoriales de estas instituciones, así como impulsar su participación en el desarrollo y la instrumentación de proyectos de interés estatal, regional, nacional e internacional.

Para la misma Red Nacional, es importante fortalecer y modernizar la producción y las áreas de publicaciones empezando por la formación de profesionales especializados; fomentar y estimular la edición, distribución y comercialización del libro académico; impulsar y apoyar el surgimiento y desarrollo de librerías, y fortalecer la cadena del libro para que éste sea accesible en igualdad de condiciones.

*“La Red Nacional Altexto desarrolla sus actividades de acuerdo a un Plan de Trabajo aprobado por los rectores. Sus programas buscan responder a las necesidades que deben atenderse con urgencia en el trabajo editorial de las instituciones de educación superior”*⁸²

⁸¹ *Idem.*

⁸² Consultado en línea: http://www.anui.es.mx/r_academicas/red_nacional_altexto.php Acceso 28 de marzo de 2012.

Dicha Red está conformada por un grupo heterogéneo de más 50 editoriales de IES, las cuales presentan condiciones y realidades diversas: *“mientras unas publican unos cuantos títulos al año, otras publican más de 100 o incluso uno diario; mientras algunas instituciones tienen áreas editoriales sumamente pequeñas, otras tienen múltiples órganos editoriales. Pero más allá del tamaño, las diferencias más serias se dan en el terreno de la concepción misma del quehacer editorial. En un extremo se localizan aquellas que funcionan como un taller de servicios editoriales, mientras que en el otro se encuentran aquellas que se han constituido como verdaderas editoriales”*.⁸³

Red Alttexto considera que las IES integradoras a este proyecto, son las universidades que registran tener la mayor producción editorial universitaria en México, los más importantes centros públicos de investigación del Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología, además de ofrecer al público lector una rica y variada oferta editorial en todos los campos y disciplinas del conocimiento.

Expuesto lo anterior y coincidiendo con algunos de los puntos que proporciona la Red Alttexto, la ANUIES considera que la labor editorial de las instituciones educativas debe ser:

- Un medio indispensable para que las IES cumplan con sus fines y objetivos académicos y culturales.
- Un medio para apoyar a la docencia.
- Una contribución para proyectar la imagen de la institución en la sociedad.
- Un medio para la difusión y divulgación de los resultados de la investigación humanística, científica y tecnológica.
- Un medio para divulgar la cultura generada en su propia comunidad académica y en sus ámbitos de acción.

Por otro lado, el análisis de la información del *“Diagnóstico Institucional, ANUIES 1999”*⁸⁴ sobre la producción editorial de las IES, permite reflexionar sobre los principales problemas a los que se enfrentan las universidades:

- Falta de un diagnóstico específico de la labor editorial en cada IES.
- Por lo general, las líneas editoriales de las IES no contemplan un análisis previo de la pertinencia de las publicaciones.
- Existen deficiencias en el control de la calidad de las publicaciones: a) en algunos casos por la inexistencia de consejos editoriales y por la carencia de criterios académicos claros para la evaluación y dictaminación; b) existen publicaciones que carecen de arbitraje; c) se requiere de políticas institucionales editoriales explícitas, y d) existen reglamentos que no se aplican en la práctica.
- Hay escasez de profesionales para fortalecer la producción editorial, principalmente en cuanto a la calidad y cuidado editorial.

⁸³ Consultado en línea: <http://www.redalttexto.org.mx/alttexto/alttexto.htm> Acceso 28 de abril de 2011.

⁸⁴ Consultado en línea: http://www.anuies.mx/servicios/d_estrategicos/documentos_estrategicos/pnecs/38.html

- En general, la distribución, promoción y venta de las publicaciones presenta deficiencias en cuanto a profesionalismo, métodos y costos.
- Escasa existencia de políticas de promoción de la producción editorial.
- No se observa en general una política financiera coherente que cubra las diversas fases del proceso editorial.
- Generalmente, se detecta al interior de las IES una desvinculación entre los responsables de las distintas etapas del proceso editorial: autores, consejos editoriales, escuelas y facultades.
- Desde que se inician los procesos de publicación no se determinan la periodicidad, tirajes, regalías y derechos de autor.
- Descuido en la planeación, diseño y control de calidad del producto editorial.
- Por lo general hay escasa evaluación de cada línea editorial.
- Falta de impulso a las publicaciones que respondan a las necesidades locales y regionales.
- Insuficientes programas de fomento al libro académico cuyos títulos sean imprescindibles para el desarrollo de las asignaturas.
- Escasa vinculación de las editoriales de las IES con instancias afines y editoriales comerciales.
- Las IES que cuentan con talleres gráficos se enfrentan a problemas laborales y técnicos que limitan considerablemente la calidad y oportunidad de los procesos de producción editorial.
- Por lo general se carece de criterios adecuados para la difusión y distribución de la producción editorial a través de redes, lo que impide obtener ventajas de la colaboración interinstitucional.

En ese mismo documento se presenta un panorama general sobre la actividad editorial al interior de las IES, la cual resulta ser una prospectiva de la labor universitaria:

- Hacia el año 2020, la producción editorial de cada IES cuenta con un diagnóstico institucional que ha permitido evaluar sus resultados e impacto, identificar posibles cursos de acción y diseñar programas para su desarrollo, logrando así mejorar la labor editorial para establecer políticas acordes a su perfil, así como criterios de calidad y mecanismos de producción.
- Las IES, de acuerdo con su perfil, han logrado que sus líneas editoriales sean pertinentes.
- Todas las IES con producción editorial cuentan con un consejo editorial por cada una de las líneas o colecciones editoriales, con la participación de personal académico interno y externo, que colabora ampliamente en el arbitraje y dictaminación de las publicaciones, según las políticas editoriales que han establecido de acuerdo con sus reglamentos.
- La producción editorial de las IES cuenta con profesionales especializados que les permite desarrollar su labor con altos estándares de calidad.
- Las IES cuentan con mecanismos eficientes de distribución, promoción y venta de las publicaciones, utilizando la más moderna tecnología, lo que permite una mayor difusión y la obtención de recursos financieros.
- Las IES cuentan con políticas de recuperación de costos, lo que les permite contar con recursos para el desarrollo de la actividad.

- Mediante el establecimiento de los Consejos Editoriales, las IES han logrado una vinculación entre los responsables de las editoriales, las escuelas, facultades, centros y autores.
- Las IES cuentan con normas para determinar la periodicidad, tirajes y la aplicación de la Ley Federal de Derechos de Autor de las series que publican, así como para la planeación, diseño y control de la calidad.
- A través de cada Consejo Editorial, las IES establecen regularmente parámetros y criterios de evaluación para cada línea editorial.
- Se ha impulsado la publicación de materiales para que contribuyan a la difusión cultural y de temas locales y regionales.
- Las IES tienen convenios con las editoriales comerciales, lo que permite realizar coediciones, mejorar las ventas y una amplia promoción de sus productos editoriales.
- La labor editorial de las IES se desarrolla a través de redes, utilizando las nuevas tecnologías de la información en donde los parámetros para la producción, la venta y la distribución están en función de la calidad de los contenidos y la presentación de imágenes.

Ante lo anterior, Gerardo Kloss (2007:154), coincide, las instituciones, universidades y centros de investigación publican los resultados de su labor académica; investigaciones y producción artística en: libros de texto, planes de estudios, revistas especializadas, folletos, carteles de difusión y orientación, boletines, entre otros. Sus beneficios se reflejan en sus funciones sustantivas, la docencia, la investigación y preservación de la cultura, así como el servicio a la sociedad, su interés no es precisamente el lucro.

*“En estas instituciones dan salida a muchos textos importantes para el desarrollo del país, aunque quizá muy especializados o críticos para caber en proceso comercial. A veces estas instituciones no calculan su alcance real y los textos se quedan en bodega durante muchos años. Por otra parte, como no hay un lucro atractivo para los distribuidores, éstos promueven pocos libros universitarios hacia los canales abiertos al gran público y éste, a su vez, los desconoce, lo que es un enorme problema nacional y tal vez de toda América Latina”.*⁸⁵

En su título “Entre el oficio y el beneficio: El papel del editor”, Kloss reflexiona: “normalmente las ediciones que están condenadas al fracaso; por lo menos en lo financiero y quizás en la distribución y la lectura; son aquellas que están ...*hechas sin recurrir a mecanismos de dictaminación, las que se hacen contando tan sólo con el criterio de investigadores pertenecientes al mismo núcleo de expertos del que proviene el autor, las que se hacen sin estudios previos por una simple orden superior (las “ediciones del señor rector”), y los “megaproyectos” de libros de arte o coffe table books que no están respaldados por un trabajo académico*”.⁸⁶

⁸⁵ Kloss, Gerardo (2007). *Entre el oficio y el beneficio: El papel del editor. Práctica social, normatividad y producción editorial*. Altexto, México. p. 154.

⁸⁶ *Ibidem.*, p. 155.

Por lo tanto, el dilema del libro universitario, expresa Kloss (2007:156) no radica en una falla particular de los actores que intervienen en el proceso de edición (investigadores, dictaminadores, editores, correctores, diseñadores, impresores, distribuidores o librerías), sino en un problema sistémico.

A lo anterior, es necesario conocer y ejecutar líneas de acción que eviten los problemas sistémicos, y permitan trabajar en sinergia para un buen resultado. Siguiendo con el punto de vista del autor, Kloss, identifica algunas posibilidades para mejorar la actividad editorial en las IES, mismas que en algunos casos pueden dar solución a las problemáticas identificadas por ANUIES en su “Diagnóstico Institucional, 1999”; sin embargo, a continuación sólo se hará mención de aquellas que complementen la prospectiva dada por la misma Asociación en su diagnóstico ya mencionado:

- En todos los casos, siempre es importante y muy recomendable, crear y mantener mecanismos eficaces de dictaminación anónima, y reducir o eliminar la discrecionalidad en el poder de decisión editorial de los órganos políticos unipersonales de las universidades.
- Es imprescindible el funcionamiento de los comités editoriales, así como el establecimiento de mecanismos de verificación respecto del cumplimiento de las observaciones y cambios sugeridos por los árbitros o dictaminadores de reconocimiento, prestigio y honestidad.
- Profesionalizar al personal que hará la ejecución de los programas editoriales universitarios.
- Realizar un buen estudio de costos caso por caso, basado en las características de cada obra y en las consideraciones de su demanda.
- Ordenar la producción editorial universitaria, por medio de la creación, mantenimiento, normatividad clara y evaluación periódica de sus líneas editoriales, colecciones y las tipologías formales correspondientes a cada una, de acuerdo con sus diferentes públicos lectores y usos de lectura.
- Cada editor universitario y cada comité editorial podrían investigar de manera informal cuáles son los públicos y los usos de la lectura de cada una de sus líneas y colecciones.
- A continuación Kloss (2007:159), propone una tipología general de libros, como modelo que puede flexibilizarse para adaptarse a las necesidades particulares de cada escuela. Después de que el texto ha sido dictaminado y considerando costos y distribución, el editor universitario toma la decisión de la forma.

TIPO DE LIBRO	OBJETIVO	TIPO DE LECTOR	CARACTERÍSTICAS FORMALES	TIRAJE	DISTRIBUCIÓN
REPORTE, AVANCE DE INVESTIGACIÓN O CUADERNILLO (Memorias de reuniones académicas, proyectos e informes)	Retroalimentar y actualizar las fronteras de los propios investigadores	Especialistas Estudiantes Docentes	Formato pequeño o mediano; papel, impresión y encuadernación económicos.	Tiraje controlado	Canales cerrados (personal, mensajería, correo). Separa en revistas, reuniones especializadas y librerías universitarias.
LIBRO TEÓRICO O ESPECIALIZADO (Creación literaria o desarrollos teóricos en otras disciplinas)	Difusión de proyectos terminados, o propuestas o conclusiones concretas.	Especialistas Estudiantes Docentes	Formato pequeño o mediano; predominio del texto extenso en la imagen. Papel, impresión y encuadernación estándares. Portada llamativa e interiores sobrios.	Ajustado al público lector (tema)	Librerías universitarias y Librerías generales con mercados universitarios. Opción a ajuste (sondeos de demanda)
LIBRO TEÓRICO O ESPECIALIZADO (Arquitectura, diseño, ingenierías, geografía, ciencias básicas, biología y de la salud)	Difusión de proyectos terminados, o propuestas o conclusiones concretas. Estudios de caso en otras disciplinas.	Especialistas Estudiantes Docentes	Con alto contenido gráfico, textos acompañados con imágenes o esquemas. Formato mediano o grande. Papel, impresión y encuadernación estándares. Portada llamativa e interiores sobrios.	Ajustado a público lector (tema)	Librerías universitarias y Librerías generales con mercados universitarios. Opción de ajuste (sondeos de demanda)
LIBRO PRÁCTICO O DE TEXTO, MANUAL TÉCNICO O DIDÁCTICO (Arquitectura, diseño, ingenierías, geografía, ciencias básicas, biología y de la salud)	Apoyar contenidos de programas de estudio de las licenciaturas o a procedimientos técnicos con tiempos y modos de ejecución. Sistemas para la evaluación y corrección de los resultados.	Estudiantes Docentes	Alto contenido gráfico, abundancia de imágenes, esquemas y aparatos didácticos. Formato mediano o grande. Papel, impresión y encuadernación estándares. Portada llamativa e interiores provistos de marcas de orientación para el lector, basadas en códigos de color, tipografía o iconos.	Ajustado a público lector (Programa o procedimiento práctico)	Librerías universitarias y Librerías generales con mercados universitarios. Opción de ajuste (sondeos de demanda)

LIBRO DE ARTE	Difundir y preservar la cultura, por medio de la producción artística.	Público variado	Con alto contenido gráfico. Profusión de imágenes. Papel, impresión y encuadernación de lujo; portadas llamativas e interiores atractivos	Tiraje controlado y evaluado	Librerías generales con públicos variados Opción de ajuste (sondeos de demanda)
----------------------	--	-----------------	---	------------------------------	---

En las categorías pertinentes, también se consideran los libros de coautoría, compilaciones y antologías. Además, es importante siempre considerar, que el contenido del producto editorial responda adecuadamente a las características formales que se le asignan, pero también a la distribución, al precio final de venta y a los usos de lectura que tendrá.

- El cumplimiento estricto de las leyes autorales es otro criterio básico a considerar, sobre todo en el caso de las coautorías, antologías y compilaciones.
- Es conveniente pensar, que habría baja en los precios de los libros universitarios, si se hacen mayores tirajes, y se agotan en manos de los alumnos en vez de embodegarlos, o en vez de que los editores y distribuidores calcularan sus costos sobre una base de compradores más reducida.
- Es posible, la coedición con empresas privadas, sobre todo aquellas que detectan las obras especializadas que más consumen los estudiantes.
- Prescribir la lectura de ciertas páginas fotocopiadas fuera de contexto es un recurso didáctico que sólo debería emplearse para propósitos de aprendizaje perfectamente establecidos, y no como una práctica generalizada. Tiene sentido en libros descriptivos, compilaciones y antologías, pero está fuera de lugar en el caso de obras unitarias.

Expuesto lo anterior, queda al descubierto el saber cómo (*know how*) de la labor editorial universitaria a nivel nacional. Sin olvidar el panorama editorial universitario en México, es imprescindible poner en marcha las alternativas de solución a las problemáticas que todas las IES enfrentan o han enfrentado durante su actividad editorial. Con la única finalidad de seguir con la difusión y divulgación del conocimiento tanto al interior como al exterior de las propias universidades.

2.2.1. LA EDITORIAL UNIVERSITARIA COMO EMPRESA

"Se entiende por editorial universitaria la actividad de orientar, buscar, obtener, evaluar seleccionar, para su publicación y posterior difusión, obras académicas válidas, de calidad y rigor científicos, previo análisis de las necesidades del ámbito

*académico y cultural universitario y de la sociedad a la cual está adscrita, para que respondan a las verdaderas inquietudes de éstas".*⁸⁷

Jorge Alfonso Sierra

*"La editorial universitaria debe ser una empresa, aunque haya nacido del medio universitario y debe cumplir exigencias de racionalidad económica propias de toda compañía si no quiere convertirse en un lastre que, tarde o temprano, no podrá ser soportado por la universidad".*⁸⁸

Jaime Jaramillo Uribe

De acuerdo con la postura de Jaramillo, las editoriales de las instituciones de educación superior se han manejado como instituciones y no como empresas. En esa dicotomía se encuentra, entonces, su conflicto. Es decir, tienen un presupuesto y deben producir una cantidad de títulos que justifiquen dicho presupuesto. Producen, pero apenas empiezan a ocuparse de todo lo demás que implica el proceso editorial (Careaga, 2004:5). Ahora, y cada vez más, estas dependencias se empiezan a regir por las leyes de la oferta y la demanda. En tanto la situación económica de México se va deteriorando, estos centros sufren también las consecuencias. Por eso, todo empieza a responder a cuestiones económicas y estas editoriales antes ajenas a los vaivenes de la oferta y la demanda empiezan a sentir la presión por que deben ser rentables, o por lo menos no costosas para sus instituciones madres.

Hasta hace poco, las universidades, institutos y centros de educación superior publicaban de manera indiscriminada, no hacían ningún estudio para determinar tiraje o especificar el tipo de publicación que iban a producir; no se contaba con indicadores claros de cuál era el impacto real que las publicaciones tenían en la sociedad a la que servían. A pesar de que en teoría su producción iba dirigida a un público específico.

Con su lógica distinta a la de empresa mercantil, fuera de la competencia del mercado editorial, amparadas en los fines de sus instituciones de origen -docencia, investigación y difusión y preservación de la cultura- estaban dedicadas al servicio de la sociedad.

La banda en que se movían era muy ancha porque podían publicar materiales cuyo destino final era abarrotar la bodega, pasear por las ferias de libro y regresar a la bodega, aunque a veces encontraban algún lector, que podía no ser al que estaban destinados (Careaga, 2004:6).

Dos hipótesis de trabajo planteadas para la edición de los libros universitarios pueden resumirse en:

"la producción editorial de las instituciones de educación superior es una alternativa para llenar las necesidades de los estudiantes, profesores e investigadores, primeros clientes potenciales de dicha producción.

⁸⁷ Sierra, Jorge Alfonso (1991). *Manual de gestión y mercadeo para editoriales universitarias*. CERLALC, Coedición regional para el fomento del libro en América Latina y el Caribe, Colombia.

⁸⁸ Careaga Covarrubias, Virginia (2004). *"Producción editorial en las universidades mexicanas"*. Seminario: La Educación Superior en México. 30 de marzo de 2004, México, ANUIES.

... si las instituciones de educación superior tienen dentro de su estructura una instancia editorial por qué éstas no alcanzan a cubrir las necesidades de su público natural.”⁸⁹

Según Careaga (2004:6), entre estas dos hipótesis se deja ver la cuestión real: las instancias de edición en las instituciones de educación superior están dirigidas por gente que se encarga de una parte del proceso: producen libros, pero no son administradores ni abarcan todo el proceso.

Las razones son conocidas, pero no está de más enumerar las más comunes: desvinculación entre los programas de estudio y los programas editoriales lo que repercute en la falta de libros de texto propios, asunto de gran importancia porque se carece de libros científicos y técnicos en número suficiente y dependen en gran medida de las traducciones; carencia de políticas editoriales claras; esto en cuanto a la producción de contenidos. Y como ya es bien sabido; la distribución y la comercialización no tienen una organización adecuada para realizar la actividad que les compete.

Para lo anterior, es importante volver a recordar la fórmula inglesa editorial, la cual según Lara (2010:120) surge del concepto de universidad medieval. La editorial universitaria, se independiza de su institución madre e inicia su actividad de forma independiente, con principios de autosuficiencia y rentabilidad cuyo objetivo es apoyar las necesidades académicas de la universidad, sin la necesidad de depender de los profesores o de algún subsidio o algún criterio editorial. Teniendo como una de sus funciones principales el sistema riguroso de dictaminación, permitiendo que los materiales que emanan de la editorial cuenten con el aval de reconocidos especialistas de áreas, específicas lo cual concede la aceptación automática de docentes y alumnos.

Sin embargo, resulta pertinente aclarar que no todas las editoriales universitarias están obligadas a seguir este modelo anglosajón, lo importante es tener siempre en cuenta que la edición universitaria es un instrumento de beneficio para los docentes al darle salida a los materiales de apoyo académico y a los proyectos de investigación. Y para los alumnos, que se benefician con los contenidos que se les ofrece por medio de la edición de libros de la propia universidad.

En casos como la Universidad Autónoma Nacional de México, la idea es que los materiales editados por la institución sean asequibles económicamente a la comunidad universitaria, por tanto, carecen de afán lucrativo.

2.3. PANORAMA DE LAS EDITORIALES UNIVERSITARIAS PÚBLICAS

Las publicaciones que se realizan actualmente en las universidades son verdaderos foros de expresión, reflexión y difusión del conocimiento de cada campo disciplinario y con ellas se perfila, además, un mejor futuro para las disciplinas, pues deben ser fundamentales para el intercambio nacional e internacional.

⁸⁹ *Ibidem.*, p. 6.

Careaga (2004: 9-10), opina que para reconocer la situación de la actividad editorial al interior de un organismo educativo de nivel superior, se pueden responder a los siguientes cuestionamientos, no olvidando las condiciones en que se realiza el trabajo dentro de la instancia y la profesionalización de quienes se dedican a él:

- ¿En qué parte de la estructura administrativa se encuentran las áreas editoriales?
- ¿Cuáles son sus responsabilidades y su autoridad para tomar decisiones sobre lo que se publica y cómo se publica?
- ¿Quién decide qué se publica?
- ¿Quién realiza el trabajo de edición?
- ¿Hasta dónde va su responsabilidad?
- ¿Sólo edita o también se encarga de distribución y comercialización?
- ¿Con qué elementos cuenta para realizar este trabajo?
- Funciones y procesos
- Dónde se realiza el trabajo, ¿se cuenta con talleres dentro de la institución?
- ¿Cómo se le considera hacia la propia comunidad?

En los aspectos externos que pueden influir al buen funcionamiento de un Programa Editorial Universitario se tiene en primera instancia el presupuesto que se le otorga a las instituciones y la parte que éstas proporcionan para la producción editorial, considerada, en general, como parte de la difusión y preservación de la cultura.

Otro, es la entrada obligatoria al mercado editorial, a la competencia y competitividad que éste entraña. Y el plantearse la recuperación de la inversión, justamente para seguir produciendo y alcanzar, por lo menos, un punto de equilibrio.

El trabajo académico requiere, de una manera esencial, que los bienes de conocimiento sean difundidos a la sociedad a través de los medios editoriales universitarios y retribuya a los diversos sectores sociales parte de lo que han depositado en la institución.

2.3.1. EL PRESTIGIO UNIVERSITARIO A TRAVÉS DE LA EDICIÓN CASO PARTICULAR: UNAM, UAM Y UDG.

“Una buena publicación refleja las fortalezas de la universidad que lo publica y la capacidad académica de sus docentes”

Universidad Anáhuac del Norte

De acuerdo con informes obtenidos de la Reunión de editores universitarios de América Latina y el Caribe, organizada por la Feria Internacional del Libro de Guadalajara, el 30 de noviembre de 2011⁹⁰, se resume lo siguiente:

- Los editores universitarios, en las últimas décadas, han alcanzado un mayor reconocimiento de las publicaciones y de la propia identidad, del lugar que se ocupa dentro de las instituciones y del papel que desempeñan como difusores del conocimiento, de la cultura humanística, científica y del arte.
- Para alcanzar la meta de cero fronteras para la circulación de las publicaciones, es necesario, crear, de manera colectiva, una estrategia que permita una mayor visibilidad del trabajo editorial académico y universitario. Esta estrategia debe considerar las diversas modalidades y formatos editoriales de la actualidad, teniendo como principio fundamental que la edición universitaria es un instrumento de circulación del conocimiento.
- Los editores universitarios, las diversas asociaciones y redes nacionales participantes en el encuentro se comprometen a construir una alianza en beneficio de las publicaciones académicas y universitarias, sin importar tamaño, trayectoria y situación general de cada una de las editoriales de las instituciones de educación superior a las que pertenecen. Este compromiso implica la necesidad de invitar y comprometer a las demás asociaciones o instituciones nacionales de los países ausentes en esta ocasión a formar parte de este esfuerzo.
- Se pone a disposición de los integrantes de esta alianza el portal de EULAC⁹¹, como centro del trabajo colectivo de las diversas asociaciones o instituciones nacionales y enlazarlo a los diferentes portales de cada una de ellas, existentes o en vías de construcción.
- Los estudios sobre la industria editorial universitaria tanto en América Latina como por país son absolutamente necesarios. Es imprescindible que los editores universitarios cuenten con estadísticas de la producción editorial en las universidades, tanto a nivel nacional como regional. El último estudio data del 2001, es necesario avanzar y considerar la posibilidad de que estos estudios cuenten con una frecuencia anual o bianual. Cada asociación sería la responsable de realizar el trabajo, de manera conjunta con la sección de estadísticas del CERLALC⁹², para contar con un modelo que se pueda aplicar en toda la región.
- Fortalecimiento del intercambio de contenidos a través de compra venta de derechos, licencias o coediciones. Es importante avanzar y fortalecer esta estrategia, toda vez que es una de las posibilidades de ampliar la circulación de los textos producidos por las editoriales universitarias más allá de las fronteras de cada uno de nuestros países. Una primera herramienta que puede socializarse son un modelo de contrato marco de licencia de uso de obra y otro de coedición.
- Contar con un Plan de Desarrollo 2012-2022 para la edición universitaria de América Latina. Este instrumento nos permitiría contar con un marco de referencia, a la vez de servir de carta de navegación para cada uno de los proyectos propuestos, y generar indicadores de cada uno de ellos.

⁹⁰ Disponible en línea: http://www.fil.com.mx/act_nego/pop_uni.html

⁹¹ Asociación de Editoriales Universitarias de América Latina y el Caribe. Disponible en línea: <http://eulac.org/>

⁹² Centro Regional para el Fomento del Libro en América Latina y el Caribe. Disponible en línea: <http://www.cerlalc.org/index.htm>

- Directorio y censo regional. Además del directorio que permitió la reunión en FIL Guadalajara, es importante construir un directorio conformado a partir del generado por cada una de las asociaciones nacionales de cada país.
- Construcción de un fondo sobre la edición universitaria. Por ello, sería conveniente impulsar una publicación anual que trate asuntos de interés para todos, como: control de calidad en los contenidos, estado de la ciencia latinoamericana, participación de los actores del libro en cada país, entre otros temas.
- Se propone organizar la próxima reunión en la FIL Guadalajara de 2012, así como realizar el congreso de EULAC, para revisar el reglamento y afianzar el trabajo conjunto de las diversas asociaciones nacionales.

Mucho se ha escrito a cerca de la importancia que tiene la actividad editorial de las universidades, sin embargo, poco se ha trabajado al respecto sobre todo en los estudios realizados sobre la industria editorial universitaria en México, por tanto, para iniciar un análisis de cómo operan tres de las IES públicas con mayor producción editorial en nuestro país, es necesario recurrir a las estadísticas que proporciona CERLALC y demostrar porque se han seleccionado dichos casos en particular.

Para comenzar, es necesario primero dar a conocer los resultados obtenidos en el ranking de las mejores universidades a nivel nacional en el 2012. Como se sabe, estos resultados dependen de muchos factores internos y externos de las mismas IES, sin embargo, pueden ser un parámetro válido para la presente investigación.

RANKING⁹³ DE LAS MEJORES UNIVERSIDADES DE MÉXICO, 2012

1° UNAM	DF	10.0
2° UAM	DF	9.01
3° UANL	NL	8.92
4° BUAP	PUE	8.78
5° UDLAP	PUE	8.77
6° UAEMEX	EDOMEX	8.61
7° U ANÁHUAC	NORTE EDOMEX	8.60
8° UDG	JAL	8.57
9° ITESO	JAL	8.53
10° UDLA	DF	8.47

Fuente: <http://mejoresuniversidadesdemexico.mx/?q=ranking>

⁹³ El ranking de El Universal se basa principalmente en información numérica sobre las características internas de las Instituciones de Educación Superior (IES). De esta forma se pretende evitar que los resultados del ranking sean resultado de encuestas que tienen el problema de basarse solamente en opiniones e incorporar posibles sesgos. Las encuestas entre empleadores y académicos que incluye la metodología de este ranking tienen un peso mínimo en el peso total.

Para obtener la información se contactó a todas las IES del DF, Morelos, Querétaro, Puebla, Jalisco, Estado de México y Nuevo León que aparecieron en el Formato 911 de la Secretaría de Educación Pública (SEP) para el ciclo 2009/2010 invitándolas a participar. Una vez aceptada la participación se solicitó una carta autorizando a El Universal consultar los datos de la IES en organismos oficiales para su comprobación. Consulta en línea: <http://mejoresuniversidadesdemexico.mx/?q=metodologia>

Dentro de los primeros 10 lugares se encuentran las IES con mejor producción editorial en nuestro país, y a pesar que no es el factor que determina la posición si es un criterio que puede considerarse en la evaluación. Según la metodología empleada para la obtención de la información.

EVALUACIÓN POR LOS EMPLEADORES, 2012

1° UNAM	DF	10.0
2° UANL	NL	9.37
3° UDLAP	PUE	9.33
4° BUAP	PUE	9.19
5° ITESO	JAL	9.12
6° UDG	JAL	9.01
7° UDEM	NL	9.00
8° UPAEPPUE		8.86
9° U ANÁHUAC	SURDF	8.74
10° U ANÁHUAC	NORTEEDOMEX	8.60
11° UAEM	MOR	8.54
12° UAM	DF	8.49
13° UPN	DF	8.45
14° IT DE PUEBLA	PUE	8.43
15° UAEMEX	EDOMEX	8.38

<http://mejoresuniversidadesdemexico.mx/?q=ranking>

Según la evaluación de los empleadores, las anteriores universidades son las que cumplen con las expectativas más próximas a sus necesidades labores. La producción académica y científica, a través de la actividad editorial está refleja también en esas cifras.

EVALUACIÓN DE LOS ACADÉMICOS A LAS IES

1° UNAM	DF	10.0
2° UAM	DF	8.78
3° UDG	JAL	8.78
4° UDLAP	PUE	8.73
5° BUAP	PUE	8.52
6° UANL	NL	8.50
7° UAEMEX	EDOMEX	7.85
8° ITESO	JAL	7.79
9° UPN	DF	7.76

<http://mejoresuniversidadesdemexico.mx/?q=ranking>

Conforme al ranking la evaluación realizada por los académicos los cambios no resultan tan significativos. Es decir, se aprecia la inserción de la Universidad de las Américas (UDLA), en el primer caso y la Universidad Pedagógica Nacional (UPN) en el segundo. Resultando interesante que el resto de las IES tengan dentro de las primeras diez posiciones un lugar similar; lo que permite la deducción de que la evaluación del académico a una institución ajena a la propia, se puede obtener por la congruencia que existe entre el funcionamiento interno de la institución y lo que refleja al exterior de la misma. Lo cual también resulta oportuno para la identificación y el reconocimiento del trabajo editorial en la universidad.

De manera particular y de acuerdo con los datos expresados en el documento que publica CERLALC, en el Servicio de Información Estadística Regional (SIER), *“Las editoriales Universitarias en América Latina”⁹⁴*; en México, diecisiete universidades han dado cumplimiento al depósito legal en el 2004. A través de este estudio se establece un panorama general de la labor editorial en las IES públicas y privadas a nivel nacional.

TÍTULOS ENTREGADOS AL DEPÓSITO LEGAL POR PARTE DE LAS UNIVERSIDADES MEXICANAS EN EL 2004

UNIVERSIDAD QUE EDITA	TOTAL DE TÍTULOS 2004
Universidad Autónoma de Ciudad Juárez	14
Universidad Autónoma de Querétaro	1
Universidad Autónoma Metropolitana . Unidad Azcapotzalco	28
Universidad Autónoma Metropolitana. Plantel Iztapalapa	9
Universidad Autónoma Metropolitana. Plantel Xochimilco	36
Universidad de Guadalajara / U de G	68
Universidad de Guanajuato	35
Universidad de la Ciudad de México	6
Universidad de Sonora	9
Universidad Iberoamericana. Plantel Ciudad de México	47
Universidad Iberoamericana. Plantel Puebla	72
Universidad Intercontinental	2

⁹⁴ Disponible en línea: http://www.cerlalc.org/secciones/libro_desarrollo/Editoriales_universitarias.pdf

Universidad Juárez Autónoma de Tabasco	4
Universidad Michoacana de San Nicolás Hidalgo	4
Universidad Nacional Autónoma de México / UNAM	736
Universidad Pedagógica Nacional / UPN	14
Universidad Veracruzana / UV	48
TOTAL	1133

Fuente: Agencias Nacionales ISBN-CERLALC, base de datos, junio, 2005.

Por lo anterior, es importante considerar los casos de las universidades ya seleccionadas de manera pertinente, no sólo por ser reconocidas como IES sino porque dentro de la propia actividad editorial han logrado un reconocimiento de sus funciones como universidad, tanto por la difusión como por la divulgación de su conocimiento. De ésta manera, a través de dicha labor editorial han logrado una socialización de su propia producción científica y académica con otras instituciones y con la misma sociedad a la que pertenecen.

a) **UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO (UNAM)**

- **PRECEDENTE HISTÓRICO**

La Universidad Nacional Autónoma de México, según algunos indicadores nacionales, es una de las IES públicas con mayor actividad editorial en el país por lo que es necesario conocer como inicia su labor en tan importante función. Según Lara (2010:121-123), la actividad editorial, en esta universidad, comienza en 1910, cuando se publica el discurso de Justo Sierra Méndez sobre la Universidad Nacional de México y se continúa con la publicación de los clásicos por iniciativa de José Vasconcelos como medida contra el analfabetismo. Pero el proyecto editorial de la UNAM se inicia de manera sistemática, ordenada y formal en 1936, a través de lo que entonces se llamó la Imprenta Universitaria, fue cuando empezaron a crearse las principales colecciones de libros que subsisten hasta la fecha y que contribuyen los acervos más añejos y prestigiosos.

Son colecciones bien pensadas, interesantes y creadas con la intención de apoyar a la comunidad universitaria, han trascendido los vaivenes del tiempo para, crear buena parte del canon universitario.

1º Biblioteca del Estudiante Universitario, aparentemente es la primera de estas colecciones, diseñada para que los alumnos contaran con las principales antologías de los autores necesarios para un estudiante de la universidad.

2º Nuestros clásicos, en ella se publican las grandes joyas de la literatura universal como *Historias de Herodoto*, *Eneida de Virgilio*, las obras de *William Shakespeare*, *Novelas ejemplares de Cervantes*, etcétera.

Editados en versiones rústicas y muy accesibles que constituyen un acervo importante para la población universitaria al margen de la disciplina profesional a la que se dediquen; permite el acceso a lo más selecto del ingenio humano con un prólogo especialmente redactado para ubicar al lector en el contexto de la obra.

3º Poemas y ensayos, aquí se divulgan los grandes poemas de autores hispanoamericanos como Jorge Cuesta, Jaime Sabines, Octavio Paz, Ernesto Cardenal y Fernando Pessoa, entre otros.

4º Bibliotheca Scriptorvm Graecorum et Romanorum Mexicana, misma que ha dedicado sus esfuerzos a la creación de ediciones bilingües de los clásicos griegos y latinos expresamente traducidos por especialistas de la misma universidad.

5º Nueva Biblioteca Mexicana, reúne la obras completas de los más destacados autores mexicanos, como Sor Juana Inés de la Cruz, Justo Sierra Méndez, José Joaquín Fernández de Lizardi, Manuel Gutiérrez Nájera, Alfonso Reyes, José Juan Tablada, encuadernación en tela, y con camisa en un formato de gran distinción para bibliotecas y coleccionistas, o bien en edición rústica para manejo particular de maestros y estudiosos.

Las anteriores colecciones son las que constituyen el acervo más depurado y distintivo de la universidad. Así también, la Imprenta Universitaria estuvo a cargo de la producción editorial de las diversas dependencias de la UNAM. Como complemento a su fundación, surgió la Distribuidora de Libros de la UNAM para comercializar sus libros.

En 1986, la Imprenta Universitaria y la Distribuidora de libros de la UNAM cambiaron su estructura. El rector Jorge Carpizo descentralizó, mediante una modificación al Estatuto General, las funciones editoriales de la imprenta al permitir que los propios centros, instituciones, facultades y escuelas se hicieran cargo de sus respectivos programas de publicación.

Durante ese mismo año, se crea la Dirección General de Fomento Editorial, dependiente de la Coordinación de Humanidades, con el propósito de orientar la producción editorial de la Universidad en el mercado del libro.

En 1997, el rector Francisco Barnés, decide fusionar la Dirección General de Publicaciones con la de Fomento Editorial y la transfiere a la Secretaría General de la Coordinación de Humanidades. Fue entonces, cuando las principales colecciones de la UNAM se mantienen bajo el subsistema de la misma coordinación, donde permanecen hasta la fecha; en lo que ahora es denominado Programa Editorial de la Coordinación de Humanidades. Actualmente, las ya mencionadas colecciones se encuentran acompañadas por ocho colecciones más, Textos universitarios; Al siglo XXI ida y regreso; Sociedad y Cultura México siglo XXI; Estudios de Cultura Iberoamericana Colonial; Lecturas Universitarias; Colección de arte; Seminario de estudios para la descolonización de México y Otros títulos.

En enero de 2002, el rector Juan Ramón de la Fuente transfirió la Dirección General de Publicaciones y Fomento Editorial, como una sola instancia, al subsistema de la Coordinación de Difusión Cultural, y un año después, se crea

el Consejo Editorial de la Universidad con la finalidad de normar y regir la totalidad de las políticas editoriales de la propia universidad.

Actualmente, la Dirección General de Publicaciones y Fomento Editorial continúa produciendo algunos libros, brinda apoyo y servicio a las dependencias editoras de la UNAM que así lo solicitan, coedita textos, apoya algunas publicaciones de Rectoría y de la Secretaría General, pero su función principal está en el área de Fomento, es decir, en los procesos de almacenamiento, distribución, difusión y venta de las publicaciones generadas por esta casa de estudios.

Entonces, la producción editorial está a cargo de 109 dependencias editoras que publican más de 1,000 libros al año, sobre todas las disciplinas que se estudian en la UNAM y que responden a una experiencia muy importante tanto en el área de docencia como en la investigación y difusión de cultura. Cabe señalar, que así como cada centro, instituto, facultad y escuela, generan sus propios proyectos y son responsables de la calidad del material que edita, también son responsables de los presupuestos que destina para financiar sus publicaciones. (Lara, 2010:125)

• EL PROGRAMA EDITORIAL A TRAVÉS DE UN MODELO DE TRANSFERENCIA DE INFORMACIÓN Y CONOCIMIENTO, GC

El concepto de GC se ha tratado de manera particular en el capítulo anterior, sin embargo para comenzar a establecer la relación pertinente con la edición universitaria es preciso recordar el concepto que se utilizará para fines de la presente investigación.

La GC es el proceso mediante el cual se adquiere, genera, almacena, comparte y utiliza conocimiento, información, ideas y experiencias para mejorar la calidad en el cumplimiento y desarrollo de la misión de una organización, en este caso educativa; de una forma sistemática y eficiente. Sin embargo, es importante, aclarar que la información, conocimiento, ideas y experiencias, no tienen que estar exclusivamente dentro de la institución, sino puede generarse generalmente fuera de la misma.

Por consiguiente, la GC hace uso de ciertas estrategias para cumplir con dicha finalidad. En este caso, se ha recurrido al modelo propuesto por la administración del conocimiento, denominado "*Modelo de transferencia de información y conocimiento*", por medio del cual se da respuesta al propio concepto. La GC no solo se centra en el interior de la organización educativa sino también en el exterior de la misma. La GC interno permite conocer el funcionamiento del programa editorial de la institución, por ejemplo, si la redacción editorial responde adecuadamente a los lineamientos editoriales establecidos, o si los códigos visuales son los correctos para el público lector al que se dirige la edición, si el envío de los archivos digitales están correctamente preparados para la impresión, etcétera.

En contraparte, la GC externo, autoriza vislumbrar la respuesta inmediata del lector universitario, como puede ser a través de un programa de mejora continua; que las estrategias empleadas en materia de distribución y comercialización funcionen en otras dependencias de enseñanza superior. Así como, estar al pendiente de las oportunidades y amenazas que se están formando en torno a la actividad editorial.

Para lo anterior, es importante no olvidar que el conocimiento es el único activo que crece con el tiempo y no se desgasta pero puede desaparecer con las personas, si este no es compartido. Por eso, es vital gestionarlo, tanto en grandes organizaciones como en pequeñas instituciones.

Según Carrillo (2001), la integración de gente, los procesos y la tecnología son los nuevos elementos de crecimiento para llegar a tener una empresa exitosa en un mercado rico en información.

Desde esa perspectiva, es posible entender que transferir el conocimiento y su aprovechamiento es de suma importancia para una institución. La creación de conocimiento es un proceso que trasciende fronteras de una entidad a otra a través de la adquisición de nuevo conocimiento; por ejemplo de lo individual a lo grupal, de lo grupal a lo organizacional y de lo organizacional a otras organizaciones, desarrollando ciclos de creación de conocimiento.

Durante un ciclo se gestan cuatro procesos, según propone Martínez y Corrales (2011:225), el primero se presenta a partir de sistemas sociales donde se crea conocimiento, es decir, es el área de la edición universitaria encargada de la coordinación académico-administrativa y producción; el segundo habla de la codificación, sistematización y estructuración de los datos, o sea la intervención del comité editorial, la corrección de estilo en el proceso editorial; en el tercero, describe el proceso de reconocer la información y aplicarla como conocimiento, esto corresponde al área de diseño y formación editorial de las colecciones pertenecientes al programa de la universidad; y por último, se explica su operacionalización, que es la difusión, comercialización y fondo editorial del mismo programa.

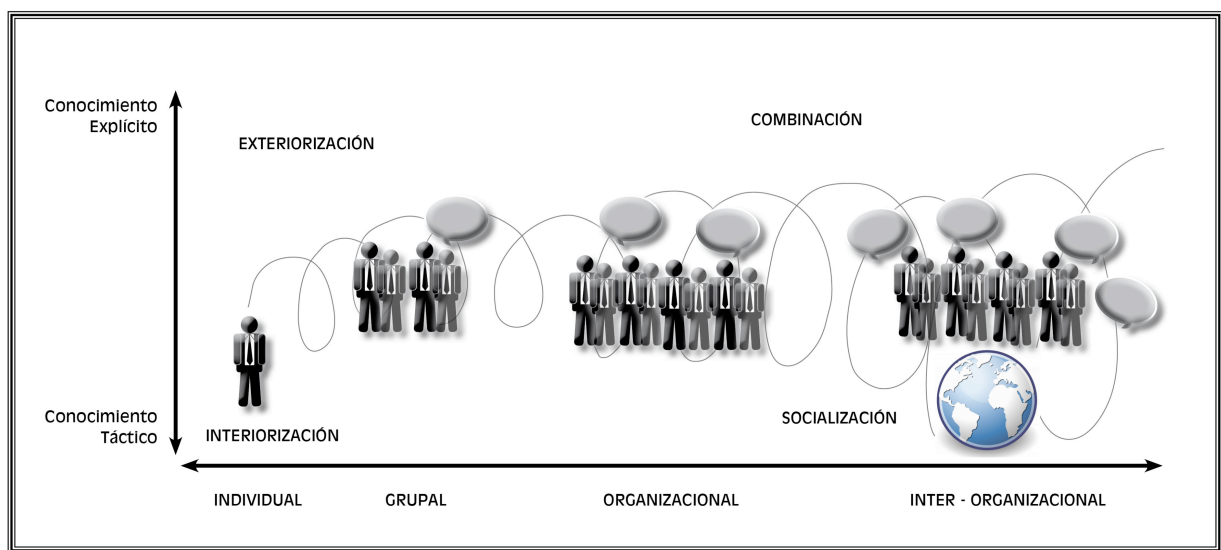


Figura 1. Modelo de transferencia de información y conocimiento de Nonaka y Toyama, 2003. (Martínez y Corrales, 2011:226).

El proceso de socialización permite el intercambio de conocimiento tácito, es decir, implícito en los individuos a través de los procesos de comunicación no verbales. El proceso de exteriorización se refiere a la codificación del conocimiento tácito a un lenguaje comprensible y entendido por otros. El proceso de combinación genera conocimiento codificado (explícito) a partir de conocimiento exteriorizado previamente a través de los procesos sociales de comunicación, difusión y sistematización. El proceso de interiorización se refiere a interpretar el conocimiento explícito⁹⁵ y convertirlo en conocimiento tácito⁹⁶ a través de la experiencia práctica (ver figura 1).

El conocimiento no existe sin la presencia de alguien para comprenderlo, es decir, requiere de alguien con conocimiento tácito que tenga las capacidades para registrarlo (crear conocimiento explícito), manipularlo, transformarlo (crear nuevo conocimiento explícito) y divulgarlo (crear nuevo conocimiento tácito). Esto es valioso de reconocer, dado que es un factor de éxito en la instrumentación y operacionalización del conocimiento en las instituciones.

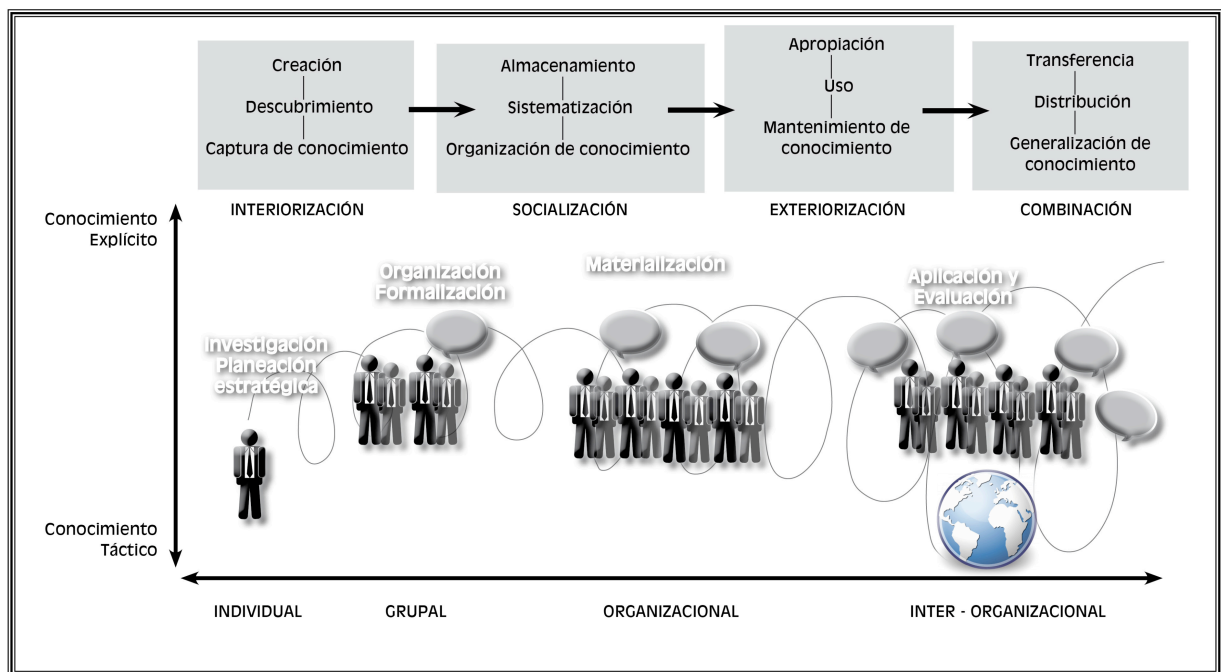


Figura 1. Modelo de transferencia de información y conocimiento de Nonaka y Toyama, 2003 en Martínez y Corrales, 2011:226. Adaptado al ciclo editorial (Kloss, 2007:51-53).

Dentro de este modelo de transferencia de información y conocimiento, aplicado a la tarea editorial universitaria se observa la inserción del editor dentro del proceso de interiorización, en ese mismo proceso se integran las etapas de investigación y planeación estratégica, para las cuales es necesario contar con una persona que dirija el proceso

⁹⁵ El *conocimiento explícito* (codificado) se puede generar a través de símbolos y códigos, posteriormente, se digitaliza para manipularlo y distribuirlo a través de sistemas de información.

⁹⁶ El *conocimiento tácito*, tiene su origen en las acciones (hechos) de la práctica y está relacionado con un contexto concreto; no se ve y es complicado transferirlo a otros.

y sea capaz de contar con conocimiento tácito para registrarlo e interpretar conocimiento explícito. Planear la estrategia editorial, definir colecciones, formular políticas que regirán a la decisión editorial; el conocimiento es tácito a nivel individual. Se enriquece el conocimiento tácito y se transfiere en mejor calidad el conocimiento explícito.

Siguiendo con el ciclo, el conocimiento tácito se hace colectivo para transformarlo en explícito, arribando al proceso de socialización, donde los individuos adquieren el conocimiento del editor ejecutando el proceso de organización y formalización, en ellos se organiza cada producto editorial conforme a las políticas establecidas, comprende tareas más específicas de edición, corrección de estilo, elaboración pertinente de infografía, entre otros. Llegando a brindar forma a cada producto editorial conforme a las estrategias establecidas en la interiorización. Entonces, el conocimiento intangible se hace físico.

En el proceso de exteriorización, es evidente el conocimiento explícito a explícito, se obtienen los productos editoriales de manera tangible por medio de la materialización, se ejecuta la reproducción por medio de materiales, por ejemplo selección de papeles, y tecnologías pertinentes. Nivel organizacional, al llegar a este proceso, intervinieron todas las áreas de la organización para su ejecución.

La combinación como proceso, genera conocimiento explícito a partir del proceso exteriorizado, interviene la aplicación y evaluación editorial, para distribuir, promover y comercializar el producto editorial, por medio de la sistematización previa, dando origen a una retroalimentación de los procesos previos a nivel inter-organizacional.

El ciclo o espiral del conocimiento, como lo denomina Nonaka y Takeuchi (1999), sigue su función de manera infinita, logrando la movilización del conocimiento para aprender haciendo en el medio laboral.

En el caso, de la Universidad Nacional Autónoma de México, la actividad editorial contempla dentro de la GC el siguiente ciclo:

a. PROCESO DE INTERIORIZACIÓN⁹⁷/ Investigación y Planeación Estratégica

La UNAM, es una institución que contempla entre sus políticas operacionales para la actividad editorial, según su Gaceta del 2003, las siguientes generalidades:

- Se establecen los propósitos de porqué es importante la acción de publicar en dicha universidad; el compromiso de la calidad editorial que se difundirá por medio de los productos editoriales; consideración de costos accesibles; obtención de utilidades para el impulso de su producción editorial; compromiso de una revisión constante de la actividad editorial universitaria; creación de un Consejo Editorial para establecer

⁹⁷ Aunque la Interiorización es un proceso donde hay un enriquecimiento del conocimiento tácito por medio del explícito, y según el modelo de Nonaka y Takeuchi (1999), es el último eslabón del ciclo, para fines de la presente investigación se convierte en el primer proceso, ya que es un conocimiento tácito individual y bajo la experiencia del editor se transfiere el conocimiento al resto del equipo bajo ciertas decisiones ya trabajadas por el responsable del programa.

lineamientos editoriales; las dependencias se someterán a las disposiciones generales para el proceso de edición de sus publicaciones.

- En total, sus políticas editoriales contemplan 9 capítulos, con 93 artículos más 3 transitorios.
- El capítulo I, contempla 8 artículos; y en él se establecen las normas editoriales de la UNAM para todas las actividades del proceso editorial (registro, dictaminación, selección, edición, impresión, difusión, promoción, almacenamiento, distribución y comercialización) de las publicaciones que editan las entidades y dependencias universitarias. Para tales efectos, también se establecen las definiciones empleadas en dichas actividades.
- En el capítulo II, se aborda el Consejo Editorial, con 4 artículos. Se define qué es el Consejo; cómo se integra; las atribuciones y obligaciones del mismo y quienes apoyarán sus funciones.
- De las atribuciones y obligaciones de las Direcciones Generales de asuntos jurídicos, publicaciones y Fomento Editorial y Patrimonio Universitario, se trata en el capítulo III, con 4 artículos.
- En el capítulo IV, se trata de las atribuciones y obligaciones de las entidades académicas y dependencias editoras. Integrado por 6 artículos.
- De los Comités Editoriales se trata en el capítulo V. Con 5 artículos. En él se establecen cómo se conformará el Comité; sus atribuciones y obligaciones.
- El procedimiento para publicar a través de la Dirección General de Publicaciones y Fomento Editorial se establece en el capítulo VI, con 2 artículos.
- La sección primera de los Convenios y Contratos, se integra en el capítulo VII, a través de 4 artículos. En él se establecen los tipos de contratos y convenios en materia editorial. En la segunda sección, de la asignación del ISBN y del ISSN, con 6 artículos. Del código de barras, en la sección tercera, a través de 4 artículos. El pago de regalías en la sección cuarta, con 6 artículos. Sobre las coediciones en la sección quinta, por medio de 3 artículos. Para la transmisión de derechos, en la sección sexta, con 6 artículos. En la sección séptima, de las características de las publicaciones universitarias. Libros. Con 2 artículos en los que se especifican las partes que integrarán a dichos impresos. De las Ediciones Electrónicas, con 4 artículos. Ediciones electrónicas en Disco óptico, a través de 3 artículos. Ediciones electrónicas en línea, por medio de 2 artículos.
- En el capítulo VIII, de las publicaciones periódicas. Con 10 artículos. Publicaciones periódicas de divulgación, con 1 artículo, donde se especifican los elementos a considerar en el directorio. Las publicaciones periódicas académicas, en 1 artículo donde se abordan el tipo de estructura para la publicación. De las ediciones periódicas electrónicas, con 2 artículos, los elementos que las deben integrar. En las ediciones periódicas electrónicas en disco óptico, a través de 3 artículos. Ediciones periódicas electrónicas en línea, por medio de 2 artículos.
- De los sitios web oficiales de las dependencias de la UNAM, en el capítulo IX, mediante 5 artículos.
- En los transitorios, se establecen a partir de cuando entran en vigor las disposiciones. Las disposiciones que se dejan sin efecto. Y en qué casos aplican dichas disposiciones y en qué casos se siguen con las anteriores.

Respecto a los Lineamientos y Criterios editoriales de Proceso Editorial, cada centro, instituto, facultad o escuela, según su línea editorial, establece sus propios lineamientos, considerando criterios aplicables para todas las obras que edite la entidad o dependencia académica.

La UNAM, dentro de su producción científica y académica cuenta, como se mencionó anteriormente, de cuatro catálogos:

- Catálogo comercial
- Catálogo histórico
- Catálogo de revistas
- Catálogo de novedades

Dentro de la Dirección General de Publicaciones y Fomento Editorial, adscrita a la Coordinación de Difusión Cultural. En el programa editorial de la Coordinación de Humanidades se consideran dos catálogos:

- Catálogo actual
- Catálogo histórico

Sin embargo, independientemente a estos catálogos, cada dependencia puede generar su propia línea editorial. La creación de las líneas editoriales deben ser aprobadas por los órganos colegiados académicos respectivos en los siguientes ámbitos:

- Material en apoyo a la docencia.
- Avances y resultados de investigación.
- Creación literaria y artística.
- Material de divulgación de conocimientos mediante obras escritas, audiovisuales, videos, multimedia, hipertexto, software, prototipos, proyectos arquitectónicos, tecnológicos, etc.

Con temáticas diversas, Obras Generales, Literatura, Sociología y Política, Economía, Historia, Derecho, Filosofía, Biología, Lenguaje, Estudios Latinoamericanos, Contabilidad, Contaduría y Administración, Estudios sobre la Universidad, Publicaciones Periódicas, Antropología y Etnología, Medicina, Enfermería, Odontología y Veterinaria, Bibliotecología, Educación, Artes Visuales, Geografía, Música y Danza, Matemáticas, Ingeniería, Artes, Cultura del Libro, Ciencias Sociales, Ciencias Puras, Arquitectura, Psicología, Teatro, Agricultura, Economía Forestal, Caza y Pesca, Cine (Aplicaciones de la Fotografía), Ciencias de la Comunicación, Química, Bibliografías y Catálogos, Ciencias Aplicadas, Procesamientos de Datos (Computación), Astronomía, Física, Ciencias de la Tierra, Paleontología, Deportes, Diccionarios, Recreación.

La UNAM realiza coediciones con las siguientes casas editoras e instituciones: Academia Mexicana de la Lengua, Artes de México, Ayuntamiento de Mérida, Cámara de Diputados, Casa de Poesía Juan Bañuelos, Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social, Colegio de Etnólogos y Antropólogos Sociales, Comisión de Derechos Humanos del Distrito Federal, Comisión Nacional del Libro de Texto Gratuito, Comité 68 Pro-

libertades Democráticas, Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, Ediciones La Cuadrilla de la Langosta, Editorial El Trompo, Editorial Océano, Editorial Taurus, El Colegio de México, Federación Mexicana de Universitarias, Fondo de Cultura Económica, Gobierno del Estado de Yucatán, Grupo Editorial Miguel Ángel Porrúa, Grupo Noriega Editores, Instituto Nacional de Antropología e Historia, Universidad Autónoma de Baja California, Universidad Autónoma de Yucatán, Universidad Autónoma Metropolitana, Universidad Iberoamericana y Universidad Veracruzana.

b. PROCESO DE SOCIALIZACIÓN / Organización y Formalización

Este proceso responde a los lineamientos establecidos por cada dependencia académica, considerando los elementos que deben integrarse en los casos pertinentes, en la estructura, de acuerdo a lo que se establece en las disposiciones generales de la producción editorial.

El compromiso es promover y proyectar la imagen institucional de las ediciones universitarias de las entidades académicas y dependencias editoras.

c. PROCESO DE EXTERIORIZACIÓN / Materialización

De acuerdo, con el estudio realizado por Careaga (2004), sobre la situación actual y perspectivas de las editoriales universitarias en México, la UNAM realiza los acabados editoriales de manera interna, es decir, cuenta con talleres propios para la impresión y encuadernados de sus productos editoriales. Lo cual, implica una ventaja para la actividad editorial universitaria de esta IES.

d. PROCESO DE COMBINACIÓN / Aplicación y evaluación

De acuerdo, a lo establecido en las Disposiciones Generales para la Actividad Editorial, la determinación de los precios de los productos editoriales se debe establecer como factor mínimo 2.5 del costo unitario de producción, es decir del total de los gastos incurridos en la edición, la impresión y la encuadernación de cada publicación dividida por su tiraje. La modalidad de venta es directa (efectivo, cheques y tarjeta); en mayoreo (consignación y venta en firme); y vales universitarios.

La distribución es en la Red de librerías UNAM. También en el mercado abierto, distribuidores nacionales y extranjeros, ferias nacionales e internacionales y promociones especiales. Al extranjero y Gobierno por medio de Fomento Editorial. Además de contar con catálogos para la difusión de sus publicaciones impresas y electrónicas.

El problema más serio que enfrenta la UNAM, caso concreto la Dirección General de Publicaciones y Fomento Editorial, según Lara (2010:125), consiste, en resolver el almacenamiento, distribución y venta de las publicaciones de las dependencias editoras que respondan a diversas necesidades. Algunas dependencias como el Instituto de Investigaciones Históricas, el Instituto de Investigaciones Jurídicas, la Dirección de Literatura, la *Revista de la Universidad*, por mencionar solo algunas, disponen de espacio para almacenar sus publicaciones y cuentan con un sistema de distribución y venta independiente que les permite ser prácticamente autónomos. Sin embargo, la mayor

parte de las otras entidades académicas más pequeñas o más especializadas siguen necesitando el apoyo de Fomento para el proceso de almacenamiento, distribución, venta y promoción de sus materiales.

**• REDES INTER, INTRA Y TRANSUNIVERSITARIA
COMO APOYO A LA ACTIVIDAD EDITORIAL DE LA UNIVERSIDAD**

La labor editorial de la UNAM, se ve reflejada en la tarea realizada a través del trabajo en redes. La cual puede ser visible en el siguiente cuadro, con algunos casos mencionados, ocurridos en el 2010, según el Informe de actividades de la misma institución, 2010.

TIPO DE RED	ESPECIFICACIONES
Intrauniversitaria	<ul style="list-style-type: none"> • En el marco del Estudio Comparativo de las Universidades Mexicanas (ECUM) se publicaron el ExECUM 2009 (febrero) y 2010 (noviembre), a los que se incorporaron los rubros de financiamiento, patentes, matrícula, revistas Latindex, Clase y Periódica, y se mejoró la interfaz haciéndola más accesible para el usuario. El ExECUM se presentó a los medios y en la XLI Asamblea General de la ANUIES, con la finalidad de difundir la herramienta e iniciar la colaboración para la RED-ECUM. • Programas de vinculación entre facultades para actividades editoriales, entre otras. • Con la finalidad de aumentar el número de alumnos titulados en las licenciaturas con bajo índice de titulación, la DGIRE suscribió bases de colaboración con la Facultad de Derecho, para fomentar la participación de los alumnos en el diplomado de la opción de titulación Ampliación y Profundización de Conocimientos, lo que propició un incremento de titulados, pasando de 21 a 192 alumnos en 2010, respecto del ciclo escolar 2007-2008.
Interuniversitaria	<ul style="list-style-type: none"> • Convenio con la Universidad Iberoamericana para la colaboración en publicaciones. • Cooperación educativa mediante 21 proyectos de investigación con China, Italia, Francia, Austria, Irlanda, República Checa, Ucrania, Costa Rica, Ecuador, Nicaragua y Paraguay. • Impulso de un programa de formación, expansión y capacitación de enfermeras bilingües y biculturales. • Intercambios Internacionales de Licenciatura en IES extranjeras. • Participaciones de profesores e investigadores en el extranjero, en diplomados. • El Centro de Investigaciones sobre América Latina y el Caribe ha dado nuevos alcances a su presencia en redes internacionales y proyectos de colaboración para el estudio de la región. Ejemplo de ello es su presencia y liderazgo internacionales en organizaciones como la Federación Internacional de Estudios sobre América Latina y el Caribe (FIEALC) y la Sociedad Latinoamericana de Estudios sobre América Latina y el Caribe (SOLAR), así como sus colaboraciones en proyectos docentes como el Master Europeo <i>Euroculture</i>, con financiamiento del programa <i>Erasmus Mundus</i> de la Unión Europea. • Del Programa Universitario de Alimentos (PUAL) destacan: el proyecto BIOCIRCLE que consiste en construir redes de investigación en las áreas de alimentos, agricultura, pesquerías y biotecnología; el proyecto terminó en 2010 e integró una base de datos de todos los investigadores del país en el tema, procuró diez entrenamientos y la capacitación de 495 investigadores. Y el proyecto Punto Nacional de Contacto Sectorial, que aborda también las áreas de alimentos, agricultura, pesquerías y biotecnología.
Transmultidisciplinaria	<ul style="list-style-type: none"> • Las entidades del subsistema de Humanidades firmaron convenios para realizar

	<p>Investigaciones y estudios con entidades públicas y privadas, nacionales y extranjeras, como SEP, SEDENA, SAGARPA, SEDESOL, DICONSA, la Secretaría del Trabajo.</p> <ul style="list-style-type: none"> • El Instituto de Investigaciones sobre la Universidad y la Educación se vinculó formalmente con la Secretaría de Educación Pública para el desarrollo de proyectos, asesorías, diplomados y evaluaciones en diversos ámbitos de trabajo.
--	--

Según el mismo reporte de Informe de Actividades 2010, el Seminario de Investigación sobre Sociedad del Conocimiento y Diversidad Cultural⁹⁸ se ha constituido como una red de investigadores, 53 de ellos miembros permanentes del mismo, que interactúan por medio de diez proyectos de investigación. Entre sus publicaciones, durante 2010, se encuentran: seis artículos publicados y nueve en proceso, doce capítulos de libros publicados y diez en proceso, ocho informes técnicos y reportes de avances, tres libros publicados y ocho en proceso, cinco tesis de doctorado finalizadas y 68 ponencias presentadas en foros nacionales e internacionales. Además, el Seminario organizó y apoyó dos coloquios, 23 conferencias, doce cursos (uno de ellos en línea), nueve seminarios, dos simposios y nueve talleres.

Además, la UNAM funda en 1997, la Red de Investigadores sobre la Educación Superior (RISEU⁹⁹) conformada por académicos dedicados al estudio de la educación superior. Hasta el 2002, a ésta red la integran 130 miembros, investigadores mexicanos y especialistas latinoamericanos, españoles y de otras nacionalidades.

Pertenciente a la Universidad Nacional Autónoma de México, sus objetivos son:

1. Reunir a investigadores dedicados al estudio sistemático de la educación superior, más allá de sus fronteras institucionales e internacionales.
2. Constituir un espacio de interlocución académica centrado en la educación superior.

⁹⁸ El Seminario Sociedad del Conocimiento y Diversidad Cultural propone impulsar el trabajo coordinado y multidisciplinario en torno a los grandes desafíos que enfrenta la sociedad mexicana en el siglo XXI en distintos niveles: filosóficos, económicos, políticos, culturales, epistemológicos, éticos y jurídicos de la generación, distribución, apropiación y aplicación del conocimiento en beneficio de la sociedad, prestando especial atención a la diversidad cultural de México.

El seminario coordina diferentes grupos de investigación tanto de la UNAM y a otras instituciones, que trabajan sobre variedad de problemas que se enfrentan cotidianamente en México (por su gran diversidad cultural) y que se buscan resolver para lograr un desarrollo económico y social con justicia, equidad y democracia. Asimismo asesora y apoya a programas de docencia en la UNAM y en otras instituciones académicas y realiza reuniones periódicas y proyectos con integrantes del Seminario y la posible participación de invitados nacionales y extranjeros.

Los trabajos están organizados en torno a tres grandes líneas temáticas:

- Conceptualización de las sociedades del conocimiento y la diversidad cultural.
- Generación y apropiación social del conocimiento en contextos multiculturales.
- Políticas en ciencia, tecnología, innovación y educación.

Las investigaciones en estas líneas temáticas se articulan mediante cuatro conceptos básicos:

- Conocimiento.
- Cultura.
- Democracia.
- Desarrollo social. Consulta en línea: http://www.sociedadconocimiento.unam.mx/?page_id=2

⁹⁹ <http://www.riseu.unam.mx/v1/index.php?scn=SC02>

3. Difundir textos de relevancia para el campo.
4. Desarrollar recursos documentales como apoyo a la investigación.
5. Difundir la producción académica de los integrantes de la Red.
6. Difundir actividades y encuentros académicos relevantes para el campo de la educación superior.

Con respecto a la información presentada en este apartado, es evidente la actividad científica y académica relevante que tiene la UNAM al interior de sus dependencias y entidades, por lo que es necesario la producción de medios editoriales que permitan la difusión y divulgación de dichas labores.

- **CONFORMACIÓN DE UNA SOCIEDAD DE CONOCIMIENTO.
CONSECUENCIA EDITORIAL UNIVERSITARIA**

En la sociedad de conocimiento se valora el aprendizaje y no sólo la enseñanza; se reconocen los aprendizajes que se realizan en ámbitos, espacios y organizaciones alternativas a la institución con modalidades y tiempos que confrontan la estructura y la identidad “transmisora y formadora de la universidad”.

Por consiguiente, se hacen mención de algunos reconocimientos y logros¹⁰⁰, que no sólo se obtienen por la labor editorial universitaria, pero son parte fundamental para el fortalecimiento del quehacer universitario. Pues, sus aportes a la sociedad y al conocimiento universal y especializado, así como su contribución a la formación de jóvenes universitarios son un activo de la Universidad Nacional.

- Se concluyó la memoria histórica de los eméritos de 1941 a 2010, que incluye el nombre, la adscripción, la fecha de designación, la fotografía y una breve semblanza.
- Con el objetivo de reconocer y estimular a los estudiantes universitarios del bachillerato que desarrollen una labor distinguida en investigaciones científicas, en humanidades, artísticas y culturales, así como de protección al medio ambiente, se elaboró la propuesta para la creación del Premio al Talento del Bachiller Universitario, la cual fue recientemente validada por la Dirección General de Estudios de Legislación Universitaria.
- El Instituto de Investigaciones Estéticas dio forma al proyecto editorial *México. El arte en tiempos de cambio, 1810-1920-2010*, en el marco de las conmemoraciones del Bicentenario de la Independencia y Centenario de la Revolución. Este Instituto fue sede, entre otras muchas actividades de difusión académica, del *XXXIV Coloquio Internacional de Historia del Arte*, con el tema *La metrópoli como espectáculo: la Ciudad de México, escenario de las artes*.
- El Instituto de Investigaciones Históricas ha tenido un papel singular en la discusión crítica de los procesos que han conformado al México actual en el marco de las actividades programadas dentro de la Universidad

¹⁰⁰ Información obtenida del Informe de Actividades 2010, UNAM.

para el año 2010. Entre las publicaciones hechas con esta temática, destacan los diccionarios críticos *De la Independencia* y *De la Revolución Mexicana*.

- En el Instituto de Investigaciones Jurídicas se culminaron las obras colectivas *El Derecho en México: dos siglos (1810-2010)*, y la *Historia de las Instituciones Jurídicas*, insertas en los festejos del Bicentenario de la Independencia y el Centenario de la Revolución Mexicana, la última de las cuales se publica en colaboración con el Senado de la República. Este mismo instituto fue sede del *VIII Congreso Mundial de la Asociación Internacional de Derecho Constitucional*.
- El Centro Universitario de Investigaciones Bibliotecológicas ha logrado dar mayor visibilidad mediante el “acceso libre” al texto completo de sus publicaciones; la organización de actividades de nivel internacional como el *7° Seminario Hispano-Mexicano de Investigación en Bibliotecología y Documentación* y su relación con diversas escuelas de enseñanza bibliotecológica en América Latina y España. Ha continuado, por lo demás, la asesoría académica para Humanindex, sistema de consulta y reportes sobre la producción científica de los investigadores del subsistema de Humanidades de la institución.
- La Unidad Académica de Estudios Regionales, Jiquilpan, concluyó los proyectos de investigación: *Recuperación integral de la microcuenca del Río Jiquilpan a la dinámica social* y *Situación actual de la problemática ambiental y social del cultivo de la zarzamora en el Municipio de Los Reyes, Michoacán*, colaboraciones interinstitucionales y multidisciplinarias. Esta unidad se ha convertido en un foco de investigación, divulgación y extensión de primer nivel en la región, a la vez que ha mejorado sensiblemente el cuidado y servicio de los fondos documentales a su resguardo.
- El Programa Universitario de Estudios de la Ciudad (PUEC) se ha abocado a estudiar los nuevos desafíos de las ciudades; sus publicaciones más recientes como el estudio sobre el Barrio Universitario en el centro de la ciudad de México o *La acción social del gobierno local. Pobreza urbana, programas sociales y participación ciudadana*, dan testimonio de ello. De particular importancia fue, también, la organización del *Seminario internacional Ciudades del 2010: entre la sociedad del conocimiento y la desigualdad social*.
- El Programa Universitario de Estudios de Género (PUEG) elaboró y publicó una propuesta de Sistema de Indicadores para la Equidad de Género en Instituciones de Educación Superior. De igual manera, desarrolló una campaña de difusión en favor de la equidad entre las mujeres y los hombres y contra la violencia de género en la UNAM. De singular importancia entre sus logros fueron el análisis de los libros de texto gratuitos de educación primaria desde la perspectiva de la equidad de género, en el marco de la Ley General de Acceso de las Mujeres a una Vida Libre de Violencia, así como el análisis, revisión, instrumentación y seguimiento del currículum de seis instituciones educativas militares, desde la perspectiva de género.
- La Secretaría de Desarrollo Institucional (SDEI) avanzó en la integración de los nueve capítulos de la base de datos con información de la *Presencia de la UNAM en la República Mexicana*; al término de 2010 la base cuenta con información sobre: 894 proyectos de investigación del área de Ciencias y Humanidades al 2009, 451 convenios de todos los estados de 1980 a 2009, más de 9,793 registros al 2009 con información de intercambio. Por último, en vinculación, incorpora información sobre servicios que la UNAM presta en los

estados a nivel municipal. La información se encuentra a disposición del público en la página web de la Dirección General de Proyectos Universitarios¹⁰¹.

- Durante 2010, en el marco del proyecto sobre Cultura de México, se diseñó una Encuesta Nacional de Cultura, asimismo correspondió a la UNAM coordinar las actividades y eventos académicos de la Cátedra del Exilio Español. Además, la SDEI llevó a cabo sesiones periódicas, foros de discusión, coloquios y publicación de libros sobre las temáticas abordadas en diversos seminarios orientados al análisis de la problemática nacional.
- El Seminario de Educación Superior se enfocó en la discusión y análisis de cómo construir una universidad pública que responda a las necesidades actuales de México, enmarcadas en las transformaciones profundas del sistema mundial. En ese sentido, el proyecto desarrollado en 2010 fue Estrategias y políticas para construir la universidad que falta. En resumen, el Seminario produjo cuatro libros, tres cuadernos electrónicos y uno impreso y 322 artículos de difusión. Los profesores asociados al Seminario dirigieron 20 tesis.
- El Seminario Universitario La Modernidad: versiones y dimensiones, se enfocó a analizar el problema de la modernidad en América Latina como un proyecto civilizatorio. Asimismo, publicó el libro *Modernidad y blanquitud* y fue aceptado para publicación el libro *El nacimiento de la conciencia trágica moderna*, como parte de la Serie de Cuadernos del Seminario de Modernidad. Adicionalmente, fueron presentados en diversos eventos académicos los libros: *¿Qué es la modernidad?* y *Un catecismo para descreídos*.
- Durante 2010 el Seminario sobre Medicina y Salud llevó a cabo diez sesiones de discusión sobre los siguientes temas: sordera, influenza AH1N1, seguros médicos, lesiones pigmentadas de piel (cáncer, melanoma y otros tumores), arterioesclerosis y complicaciones, osteoartritis, trastornos psicológicos de la mujer en la menopausia, medicina precortesiana, cáncer de mama, y la visión evolutiva de la medicina actual; los artículos derivados de la discusión de estos temas se editarán en la serie Cuadernos del Seminario. Asimismo, se publicaron doce números de los Cuadernos. Finalmente, en el marco de los festejos del Centenario de la UNAM, se organizaron e impartieron 14 conferencias en la Facultad de Medicina y se concluyeron cinco libros.
- El trabajo realizado, durante 2010, por el Seminario de Investigación en Juventud fue orientado al análisis y articulación de las principales redes de actores sociales vinculados con la juventud. Pueden destacarse los siguientes logros: impartición del *Diplomado Mundos Juveniles*, el desarrollo del *Seminario permanente de formación de jóvenes investigadores sobre lo juvenil* en colaboración con la Escuela Nacional de Antropología e Historia, la publicación del libro *El origen del debate. Estudios de juventud en Iberoamérica*, el arranque en la elaboración de la *Enciclopedia de la Juventud*, la actualización de su sitio web, y la participación y coordinación teórica de la Encuesta Nacional de Juventud 2010.
- La colaboración con entidades públicas y privadas para la solución de problemas que requieran del conocimiento de los investigadores universitarios se llevó a cabo a través del diseño y difusión del Catálogo de Programas de Apoyo 2010, así como con la elaboración de un Catálogo de Servicios Tecnológicos de la

¹⁰¹ <http://www.dgpu.unam.mx/P%C3%A1gina%20DGPU%20agosto%2017.swf>

UNAM para la Industria Farmacéutica. Adicionalmente, se realizaron 18 visitas de empresarios a entidades de la UNAM, se obtuvieron 17 cartas de intención firmadas por ellos en el marco de los Fondos de Apoyo a la Innovación y se brindó apoyo con la elaboración de 20 estudios sectoriales de mercado.

La aparición de la sociedad de conocimiento obliga a la UNAM a acelerar sus procesos de actualización, es evidente que el conocimiento es la materia prima de las IES por lo que es necesario impulsar y orientar a la comunidad a seguir contribuyendo con conocimiento de calidad para la sociedad interna y externa de la institución.

*“Si el conocimiento es factor de cambio y la UNAM está volcada al desarrollo del conocimiento, nuestra institución tiene entonces una gran responsabilidad como agente activo para que ese cambio ocurra con visión social, apegado a los valores nacionales y comprometido con la sociedad”.*¹⁰²

• ESTADÍSTICAS DE LA PRODUCCIÓN EDITORIAL EN LA UNIVERSIDAD NACIONAL

En 2010, la universidad desarrolló una intensa labor editorial que se manifestó en la edición de 1,408 libros impresos, 353 electrónicos y 580 publicaciones periódicas. Otras publicaciones, como folletos, manuales, guías, catálogos y agendas, con un total de 2411 productos¹⁰³. De esta producción participaron tanto las entidades académicas como dependencias de la administración central.

La Dirección General de Publicaciones y Fomento Editorial publicó 109 títulos con un tiro total de 126,250 ejemplares; 40 fueron nuevas ediciones, 57 novedades y 12 reimpressiones. Para ello, suscribió 77 contratos con dependencias, editoriales privadas, autores, colaboradores y prestadores de servicio de impresión; gestionó 97 ISBN para ediciones y coediciones universitarias.

El subsistema de Humanidades y Ciencias Sociales publicó 3,900 productos de investigación: 368 libros, 214 libros como compilador o coordinador, 1,106 capítulos en libros, 124 prólogos e introducciones, 793 artículos en revistas, 114 reseñas, 200 ponencias en memorias, 50 traducciones especializadas y 931 productos de otra naturaleza.

La Coordinación de Humanidades tiene entre sus tareas la de mantener la continuidad y vigencia a las series y colecciones editoriales más importantes de la UNAM, como la Biblioteca del Estudiante Universitario, la colección Nuestros Clásicos, Biblioteca *Graecorum Romanorum* Mexicana y Textos Universitarios. El Programa Editorial de la Coordinación de Humanidades publicó en el 2010 un total de 37 títulos, 23 de los cuales fueron reediciones o reimpressiones y 14 fueron nuevos. La Dirección de Literatura publicó un total de 50 títulos en sus distintas series, entre ellos, 14 en coedición con diversas instituciones y sellos editoriales. El Centro Universitario de Estudios Cinematográficos editó cinco libros, dos de ellos en colaboración con la Dirección General de Publicaciones y Fomento Editorial y la Facultad de Filosofía y Letras. La Dirección General de Actividades Cinematográfica contrató

¹⁰² Universidad Nacional Autónoma de México. Informe anual de actividades, 2010. Dr. José Narro Roble. Rector. p. 90.

¹⁰³ Datos de la producción editorial en 2010; proporcionados por la Dirección General de Publicaciones y Fomento Editorial de la UNAM. Fecha última de actualización: 11 de febrero de 2011.

con la editorial holandesa *Brill* la edición de un expediente sobre el cine clásico mexicano a partir de varias colecciones documentales pertenecientes a su biblioteca, con la digitalización de más de 20 mil páginas.

En cuanto al subsistema de Investigación Científica, la Dirección General de Divulgación de la Ciencia, como una forma de divulgar el quehacer científico en la UNAM, continúa con la edición semanal de la página UNAMirada a la Ciencia, que se publica semanalmente en el periódico *La Prensa* con un tiraje de 315 mil ejemplares, además de ser reproducida en otros 16 medios impresos del país. Asimismo se amplió el tiraje del cartel mensual UNAMirada a la Ciencia, de 16 mil a 20 mil. Esta dirección publica los viernes en el diario *Publimetro*, una página completa llamada Ciencia desde la UNAM, que se reparte gratuitamente a automovilistas en la ciudad de México y cuenta con un tiraje de 140 mil ejemplares. Continuó la edición mensual de la revista *¿Cómo ves?*, con un tiraje de 20 mil ejemplares. Con la participación de académicos de la UNAM, expertos de distintas áreas de conocimiento elaboraron la *Enciclopedia UNAM de Conocimientos Fundamentales*, dirigida al público en general; la obra fue concluida durante 2010 y será publicada a principios de 2011.

La producción editorial universitaria en materia de la investigación científica en el 2010 fue diversa, entre las publicaciones periódicas sobresalen las siguientes:

Atmósfera, revista del Centro de Ciencias de la Atmósfera; *Geofísica Internacional*, publicación del Instituto de Geofísica y la Unión Geofísica Mexicana; *Journal of Applied Research and Technology* revista del Centro de Ciencias Aplicadas y Desarrollo Tecnológico; *Revista Mexicana de Astronomía y Astrofísica* que pertenece al Instituto de Astronomía; *Revista Mexicana de Biodiversidad*, publicación del Instituto de Biología, y la *Revista Mexicana de Ciencias Geológicas*, del Instituto de Geología. Todas estas publicaciones están catalogadas en al menos un índice de citación internacional: Science Citation Index (SCI).

Con el propósito de ofrecer información estratégica, útil en el proceso de elección de carrera, la Dirección General de Orientación y Servicios Educativos edita anualmente la Guía de Carreras UNAM, en cuya integración participa el Grupo de Responsables de Orientación Educativa de Facultades y Escuelas, los coordinadores de carreras, además de las direcciones generales de Administración Escolar y de Posgrado, y la Coordinación de Universidad Abierta y Educación a Distancia. También se actualizó la Serie de Folletos de Carreras, que consta de 129 fascículos.

El Programa de Vinculación con Exalumnos publicó seis números del periódico *Exalumno UNAM, el orgullo de serlo* y otros seis del periódico electrónico *La voz del Exalumno*.

En cuanto a la presencia de las revistas de la UNAM, en el 2010 ésta se incrementó de manera importante en el índice *Scopus*, que pasó de trece a un total de 24 revistas indizadas; esfuerzo que ha colocado a la UNAM en una posición de liderazgo en Latinoamérica.

Por primera vez se publicó el Catálogo de Revistas Científicas y Arbitradas de la UNAM, que se envió a las principales universidades del país y cuenta con un sitio web para su consulta en línea; a la fecha, este sitio ha recibido 27,770 visitas. El Catálogo se tradujo a cuatro idiomas: chino, francés, inglés y portugués, y se enviará a las universidades que figuran en los *rankings* *THE*, *ARWU* y *SCImago*, como parte de una campaña internacional para fomentar que las revistas de la UNAM sean foros internacionales para la circulación de conocimientos científicos.

Aumentó el número de inserciones publicitarias de carácter científico en revistas de alcance nacional y fue mayor el número de portales informativos y de opinión en los que se dan a conocer los principales logros científicos de la Universidad.

b) UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA (UAM) División de Ciencias y Artes para el Diseño, Unidad Xochimilco

• PRECEDENTE HISTÓRICO

La Universidad Autónoma Metropolitana, que inicia su vida académica en otoño de 1974, trabaja intensamente en la elaboración de material didáctico que editan cada una de sus unidades. Desde el principio hasta la fecha muchos trabajos de investigación se publican en revistas nacionales e internacionales.

Actualmente la Universidad ha desarrollado una extensa producción editorial científica, humanística y cultural. A continuación se presentan algunas de las primeras publicaciones de esta casa de estudios que se encuentran en la Sección de Archivo Histórico¹⁰⁴:

- Nuestra Universidad, publicación semanal. Suplemento del Órgano Informativo, en 1973.
- Edutec, editada por rectoría en 1975.
- La investigación sobre desarrollo regional y urbano en México, Unidad de Azcapotzalco, 1976.
- Reporte de Investigación, Unidad de Iztapalapa, 1977.
- Universidad y Cambio Social en América Latina, Unidad Xochimilco, 1976.

La Universidad Autónoma Metropolitana, desarrolla una labor editorial que responde a la función sustantiva universitaria de preservación y difusión de la cultura. Sus publicaciones son el medio para dar a conocer a la sociedad los resultados de la investigación y la docencia que se llevan a cabo a su interior.

Desde su fundación (1974) hasta la fecha, la UAM ha publicado más de 5,000 títulos, y actualmente cuenta con más de 50 publicaciones periódicas y con seis librerías propias.

¹⁰⁴ <http://www.archivohistorico.uam.mx/hyv-94/HyVHtml/hyv80000.html>

La estructura orgánica de la institución es amplia y compleja. Cada Unidad y División Académica cuenta con consejos o comités editoriales, circunstancia que ha dado lugar a una producción editorial abundante que se caracteriza por su diversidad de concepciones, contenidos y presentaciones.

Se busca promover la construcción colectiva de una imagen integral de la UAM como casa editora universitaria. Una nueva imagen que corresponda a los esfuerzos que actualmente se realizan para fortalecer la vida editorial de esta casa de estudios y que se materializa en la imagen:



Casa de libros abiertos¹⁰⁵

El significado, en el orden de los términos que lo componen, se aprecian a continuación:

- Casa de: indica el espacio institucional universitario que sustenta, integra e impulsa a los actores y propuestas que lo habitan y conviven en su interior, en un contexto de pertenencia, cercanía e interacción.
 - Libros: especifica la actividad editorial de la Universidad, haciendo énfasis en su pluralidad. Se resalta el elemento central de la cultura editorial universitaria: el libro.
 - Abiertos: alude a la serie de cualidades existentes en la actividad editorial de la casa de estudios y, por lo tanto, del quehacer intelectual universitario: libertad, vitalidad, apertura, movimiento, actualidad, compromiso.
- Así, con la frase “Casa de libros abiertos” como eje de su imagen editorial, la UAM presenta de manera integrada las publicaciones de sus cinco Unidades Académicas (Azcapotzalco, Cuajimalpa, Iztapalapa, Lerma y Xochimilco) y de la Coordinación General de Difusión.

• EL PROGRAMA EDITORIAL A TRAVÉS DE UN MODELO DE TRANSFERENCIA DE INFORMACIÓN Y CONOCIMIENTO, GC

Para efectos del presente trabajo, la Universidad Autónoma Metropolitana, dentro de la actividad editorial universitaria representa un caso de estudio significativo, porque dentro de esta institución se han desarrollado prácticas importantes para las IES públicas y privadas de México en la práctica editorial.

¹⁰⁵ <http://www.uam.mx/casadelibrosabiertos/casa.html>

Por consiguiente, como se ha mencionado la UAM se divide en cinco unidades académicas que se dedican a la tarea editorial de forma independiente, sin embargo, para esta investigación se hace referencia a la División de Ciencias y Artes para el Diseño (CyAD) de la Unidad Xochimilco. En la actividad editorial de esta división se contempla dentro de la GC el siguiente ciclo:

a. PROCESO DE INTERIORIZACIÓN¹⁰⁶/ Investigación y Planeación Estratégica

El Programa Editorial es la instancia editora que articula y coordina las diferentes etapas del proceso editorial de todas las líneas editoriales de un organismo académico. El CyAD considera la difusión de su producción científica y académica a través de seis líneas:

Tres líneas de publicaciones periódicas impresas

- Diseño y Sociedad (semestral).
- Diseño en Síntesis (semestral).
- Anuario de Investigaciones de Posgrado en Diseño.

Tres líneas de publicaciones unitarias

- Productos de Investigación.
- Materiales para la docencia.
- Obras para la preservación y difusión de la cultura.

Todas aprobadas por el Consejo Divisional y regidas por los lineamientos editoriales de la División de Ciencias y Artes para el Diseño de la unidad Xochimilco.

Estos Lineamientos editoriales con 14 capítulos y 109 puntos, permiten el desarrollo efectivo de la edición de publicaciones en el CyAD. A continuación las generalidades.

- La Introducción y definiciones se establecen en el capítulo I, donde se especifica que estos lineamientos se originan en los documentos expedidos por el Colegio Académico, en particular *las Políticas operacionales sobre la producción editorial que incluyen mecanismos de evaluación y fomento, respecto de edición, publicación, difusión y distribución*, tratadas como “Pospe”, y las Políticas generales de la UAM en el ámbito de la preservación y difusión de la cultura. Considerando también las *Políticas Operativas sobre la Producción Editorial de la Unidad Xochimilco*.
Además de considerar el marco normativo que rige a la industria editorial mexicana. También se especifica lo necesario para la decisión editorial ¿qué es publicar?, ¿qué es una publicación?, ¿qué se considera editada o coeditada? Y las labores editoriales de la División. Misión y visión.
- En el capítulo II, Del Consejo Editorial. ¿qué es?, ¿cómo se constituye?, Funciones y Facultades.
- De los Comités Editoriales, en el capítulo III. Definición, constitución y funciones.

¹⁰⁶ Aunque la Interiorización es un proceso donde hay un enriquecimiento del conocimiento tácito por medio del explícito, y según el modelo de Nonaka y Takeuchi (1999), es el último eslabón del ciclo, para fines de la presente investigación se convierte en el primer proceso, ya que es un conocimiento tácito individual y bajo la experiencia del editor se transfiere el conocimiento al resto del equipo bajo ciertas decisiones ya trabajadas por el responsable del programa.

- Del Programa Editorial de la División. Capítulo IV. Integración, funciones del responsable del Programa Editorial.
- Capítulo V. De la líneas editoriales de la División y del procedimiento para su creación, promoción, apoyo, modificación o supresión. Clasificación y características de las publicaciones; Líneas editoriales, sus características para creación, modificación o supresión.
- Capítulo VI. De las publicaciones e impresos especiales. Impresos que están exentos de dictamen. Consideraciones para incluir un proyecto editorial estudiantil.
- Capítulo VII. De las líneas editoriales para libros o publicaciones unitarias. Tipos de materiales realizados o recopilados por los profesores para apoyar el proceso de enseñanza-aprendizaje de los programas de licenciatura y posgrado. Determinación de número de ejemplares. Características de Libros de difusión, libros de divulgación, Tesis de grado aprobadas, Memorias de eventos académicos; Publicaciones de investigación; Publicaciones de preservación y difusión de la cultura.
- Capítulo VIII. De las líneas editoriales para publicaciones periódicas. Características de las publicaciones, Tipos, Líneas editoriales de éstas publicaciones, Medio de difusión.
- Capítulo IX. De la asignación y ejercicio del presupuesto editorial. Materias que no corresponden a este documento en el tema de presupuesto. Propuestas para asignación del financiamiento de las publicaciones. Planeación editorial en constante revisión.
- De las modalidades y procedimientos de la dictaminación, en el capítulo X. Formatos y procedimientos para autores y publicaciones periódicas académicas.
- Del dictamen académico. Capítulo XI. Designación de evaluadores académicos y funciones que desempeñan, Tiempos y tipos de evaluación de los Comités editoriales.
- Capítulo XII. De la evaluación técnica. Evaluación a publicaciones periódicas por medio de un formato específico, se propone las características de la publicación, canales de distribución, tiraje. Tipos de evaluación a las publicaciones periódicas.
- Capítulo XIII. De la evaluación de diseño. Tiempos de evaluación; Características acordes con las colecciones o publicaciones periódicas; Características de proyectos iniciales; Evaluación externa.
- Capítulo XIV. De los requerimientos técnicos. Acciones que resultan de las decisiones del Consejo y Comités editoriales; Creación de catálogo; Propuestas de temas de interés a partir de una evaluación a los productos editados; Sugerencias de edición, reimpresión y reedición. Registro mediante contratos escritos, según la Ley Federal de Derechos de Autor (LFDA). Acciones de la División ante las publicaciones, de acuerdo a LFDA.

En los lineamientos no se aborda algún capítulo sobre la distribución y difusión, no obstante, en las Políticas operativas sobre la Producción editorial de la Unidad Xochimilco, se aborda esta particularidad, determinando que:

- La librería de la Unidad y las diversas instancias técnicas editoriales apoyarán a esta tarea. Al mismo tiempo que la Rectoría y las distribuidoras en que se apoyen para optimizar la distribución y difusión de las publicaciones de la Unidad.
- La difusión de la producción editorial se llevará a públicos especializados en reuniones académicas.

- Se buscarán mecanismos ágiles para que la producción editorial de la Unidad esté representada en dichos foros y reuniones de manera que el público especializado pueda adquirir las publicaciones en condiciones similares o mejores que las de las librerías.
- Las suscripciones, intercambios y donaciones de las publicaciones periódicas que edita la Universidad se promoverán regularmente.
- Se organizará periódicamente una Feria Universitaria del Libro en la Unidad, a cargo de la Coordinación de Extensión Universitaria, con el pleno apoyo de las Divisiones e instancias de producción editorial.
- La Sección de Librería llevará una estadística de las publicaciones editadas por la UAM-Xochimilco que con mayor frecuencia se demandan en la Unidad, y el Consejo Editorial procurará que los comités editoriales respectivos ajusten proporcionalmente sus tirajes o reediten dichas publicaciones.
- La Sección de Impresiones llevará una estadística de las publicaciones editadas por la UAM-Xochimilco que con mayor frecuencia se fotocopian en la Unidad, y el Consejo Editorial procurará que los comités editoriales respectivos ajusten proporcionalmente sus tirajes o reediten dichas publicaciones.

En conclusión, es *“responsabilidad del Programa Editorial brindar asistencia técnica y administrativa a los Comités Editoriales en sus tareas de dictaminación académico-editorial con la finalidad de agilizar y hacer eficientes sus actividades, procurando acortar el tiempo empleado en ellas, además de llevar un seguimiento preciso de todas las tareas. Realizar los procesos de corrección de estilo, cuidado de edición, diseño, producción y difusión. Gestionar los trámites legales correspondientes a las diversas publicaciones por medio del Departamento de Asuntos Jurídicos de la oficina del Abogado General. Enlazar la distribución de las publicaciones mediante los conductos que para el efecto tiene la Universidad”*.¹⁰⁷

Con respecto a los Comités Editoriales se encuentran conformados de acuerdo a las colecciones existentes:

- Comité Editorial de Libros de Investigación (3 miembros)
- Comité Editorial de Libros de Docencia (3 miembros)
- Comité Editorial de Libros de Preservación y Difusión de la Cultura (3 miembros)
- Comité Editorial del Anuario de Posgrado (3 miembros)
- Comité Editorial de la Revista de Diseño en Síntesis (5 miembros)
- Comité Editorial de la Revista Diseño y Sociedad (5 miembros)

La División de Ciencias y Artes para el Diseño, brinda evidencias de la producción editorial mediante un catálogo de publicaciones impreso y digital considerando las áreas del conocimiento como: Ciencias y Artes para el Diseño, Ciencias Biológicas y de la Salud, Ciencias Básicas e Ingeniería, Ciencias Sociales y Humanidades, Ciencias de la Comunicación y Diseño, y Ciencias Naturales e Ingeniería. Por supuesto, las expresiones literarias y artísticas también tienen un lugar importante. Este material se actualiza periódicamente e incluye la información bibliográfica

¹⁰⁷ <http://alebrije.uam.mx/pe1.htm>

básica (autor, título, núm. de edición, año, núm. de páginas, ISBN y el nombre de la imprenta); las revistas Diseño y Sociedad; Diseño en Síntesis y el boletín Espacio Diseño (núm. de revista, mes y año, núm. de página, título del artículo y autor). Esta información está a disposición de los docentes, estudiantes y público interesado.

La UAM realiza coediciones con Miguel Ángel Porrúa, Fondo de Cultura Económica (FCE), Conaculta, Artes de México, Blanco Móvil, MUAC de la UNAM, Ediciones El Milagro, EDIMPRO, El Colegio Nacional de la UNAM y con sus mismas unidades Xochimilco, Cuajimalpa, Azcapotzalco e Iztapalapa.

b. PROCESO DE SOCIALIZACIÓN / Organización y Formalización

Las personas involucradas en el proceso de formalización deben tener conocimiento de que tipo de colección están consolidando a través de códigos visuales. Debe existir una coherencia visual con las colecciones y líneas editoriales a las que pertenece, cuidando la imagen de la División, pero sobre todo de la propia Universidad.

Según los Lineamientos del CyAD, las publicaciones periódicas deben ser sometidas a una evaluación de diseño anual, en el caso de las demás publicaciones, la evaluación se hará cuando sea pertinente o necesario. Las observaciones obtenidas son una crítica fundamentada de las características básicas del diseño y del medio o soporte material aplicado, del formato, retícula, tipografía, color, sistema de jerarquía de títulos, tratamiento de imágenes, la relación imagen-texto, la calidad de la fotomecánica, la impresión y los acabados, y los exteriores.

c. PROCESO DE EXTERIORIZACIÓN / Materialización

Para este proceso, no se cuenta con talleres propios para la materialización del producto, es necesario contratar servicios de impresión externos. Los cuales deben estar considerados en las programaciones del ejercicio presupuestal, realizadas por los comités editoriales ante la Dirección de la División.

Por tanto, el Programa Editorial cuenta con padrón de proveedores confiables, para controlar la calidad de los productos, el bajo precio y la transparencia de las relaciones con los diversos proveedores de servicios editoriales. La permanencia de este padrón se revisa de acuerdo con los resultados de las evaluaciones técnicas y de diseño de cada obra realizada por los proveedores.

d. PROCESO DE COMBINACIÓN / Aplicación y evaluación

El Programa Editorial en coordinación con el Programa de Educación Continua programa, organiza y realiza las presentaciones de las publicaciones editadas por la División- Xochimilco. Asimismo, apoya en el diseño de carteles e invitaciones, así como en la difusión correspondiente en los medios de comunicación. También se colabora con otras actividades de preservación y difusión de la cultura como: presentaciones de libros cuyos autores son profesores de CyAD Xochimilco, pero publicados por otras instituciones.

En el caso de la revista Diseño y Sociedad, se tiene un tiraje de 1000 ejemplares. Y en el 2005, se distribuía en las librerías de la UAM, Gandhi, INAP, Universidad Intercontinental, algunos puntos de Guadalajara, Monterrey, Estado

de México, entre otros. También se distribuye en algunos lugares por cortesía: CyAD, Instancias de la UAM, algunos organismos de la UAEMéx, UNAM, U de G; Instituciones del extranjero como: Universidad de Federaldo Río de Janeiro, Universidad Politécnica de Madrid, entre otras.

Sin embargo, según un diagnóstico realizado en el mismo año, para dicha publicación se *“requiere de una política más amplia de distribución con parámetros claros y con un modelo que permita una distribución expeditada y oportuna para cumplir los fines de difusión del trabajo académico.*

*Contar con instancias de gestión editorial con los objetivos de apoyar la promoción y la distribución de las publicaciones y de establecer convenios de coedición con instituciones externas”.*¹⁰⁸

En consecuencia, es imprescindible, considerar que el trabajo académico requiere, de manera esencial para su desarrollo y consolidación, que los bienes de conocimiento sean difundidos a la sociedad a través de los medios editoriales universitarios y retribuya a los diversos sectores sociales parte de lo que han depositado en nuestra institución.

**• REDES INTER, INTRA Y TRANSUNIVERSITARIA
COMO APOYO A LA ACTIVIDAD EDITORIAL DE LA UNIVERSIDAD**

La ya mencionada CyAD de la UAM, necesita lineamientos que especifique la construcción de una red de revistas en el ámbito universitario que fomente el intercambio y la colaboración institucional, según Aguilar (2005:28).

Sin embargo, la revista *Diseño y Sociedad*, por ejemplo, a tratado en la materia de sus posibilidades, de incluir temas relacionados con todos los campos del diseño que desarrolla la División, es decir, arquitectura, planeación territorial, diseño de la comunicación gráfica y diseño industrial. A causa de lo anterior, la publicación también ha tenido diferentes puntos de distribución, y ha circulado entre la comunidad académica de diferentes instituciones, por lo cual, la revista tiene contribuciones importantes de autores externos, lo que significa una presencia de redes interinstitucionales.

A continuación se exponen el tipo de redes que trabaja la UAM¹⁰⁹ por medio de su producción editorial.

TIPO DE RED	ESPECIFICACIONES
Intrauniversitaria	<ul style="list-style-type: none"> • Desarrollo de un <i>Catálogo Editorial de novedades 2011</i>, de todas las publicaciones de la UAM, integra 211 títulos de las dependencias de la Universidad. • Programa de presencia y promoción institucional nacional e internacional.

¹⁰⁸ Aguilar Méndez, Antonio (2005). Breve Historia y Experiencias de la revista *Diseño y Sociedad*. Reencuentro, abril, número 042, Universidad Autónoma Metropolitana-Unidad Xochimilco, México, D.F.

¹⁰⁹ Informe de Actividades de la UAM 2011

	<ul style="list-style-type: none"> • Puesta en marcha de una herramienta para la Biblioteca Digital, que permite un reporte para identificar las áreas de necesidad de la comunidad universitaria en la demanda de información. • “1er Congreso Anual de Investigaciones Modulares y Trabajos Terminales, 2011”. Este Congreso representa una herramienta importante en el proceso formativo de los estudiantes que desde que cursan el primer trimestre en el tronco interdivisional, conocen la característica del sistema modular, que distingue a la Unidad Xochimilco, al ser un espacio académico donde interactúan estudiantes y profesores de forma interdisciplinaria y donde convergen los alumnos de las 18 licenciaturas de la Unidad. • difusión de las convocatorias de movilidad estudiantil en sus dos modalidades nacional e internacional, publicadas en el <i>Semanario de la UAM</i>, el <i>Boletín Coplada Informa</i> y en el buzón institucional de académicos y alumnos. • Apoyo a la publicación del material utilizado en las Unidades de enseñanza-aprendizaje que se imparte a nivel licenciatura y posgrado. • En cuanto al esfuerzo de publicación realizado por la Coordinación de Planeación, Vinculación y Desarrollo Académico en el último año presentó el <i>Catálogo de investigaciones 2010</i>, edición que se hizo en forma impresa, en disco compacto interactivo, y se tiene la versión en línea que se puede consultar. • Se edita nuevamente el libro azul, en el cual se actualiza la actividad de la Unidad Xochimilco, con un tiraje de 1000 ejemplares. Se actualizó la publicación del Catálogo de perfiles profesiográficos y oferta educativa con un tiraje de 1000 ejemplares. • Se publicaron 21 números del boletín <i>Coplada informa</i>. • La Sección de Información y Difusión que se encarga de la publicación de <i>Cauce. Boletín Informativo</i>, se editaron 11 números entre junio de 2010 y junio de 2011. Ha tenido tres modificaciones este año, desde su formato a color en portada, tamaño y número de páginas, actualmente su tiraje es de 3 000 ejemplares.
Interuniversitaria	<ul style="list-style-type: none"> • Creación y consolidación de la <i>Cartelera Cultural de la UAM</i>. Se distribuyeron 20 000 ejemplares mensuales en instituciones culturales y educativas como UNAM, INAH, la red de librerías Educal, y otras. • Conferencia magistral el premio nobel de literatura Mario Vargas Llosa. • La DCSH planeó la realización el foro mundial “La universidad pública, retrospectivas y prospectivas hacia el 2025”. • En los últimos años se ha observado una progresiva consolidación de los grupos que conforman las áreas de investigación en la Unidad-X., así como de los cuerpos académicos y las redes de investigación. • La Coordinación de Extensión Universitaria publicó siete títulos, aunque la producción en este periodo fue moderada, aparecieron obras de gran calidad que fueron presentados dentro de las ferias nacionales e internacionales como la FIL de Minería y la FIL de Guadalajara. • Se celebraron acuerdos con cinco instituciones educativas nacionales, entre las cuales se encuentran la Universidad Autónoma de Chiapas, Instituto Francés de América Latina, la Universidad Autónoma de Yucatán y el Colegio de Posgraduados. • Un producto sin precedente, es la alusión del libro <i>Economía Cultural para emprendedores. Perspectivas</i>, coeditado con la Universidad Autónoma de Nuevo León, ha tenido diversas presentaciones tanto en el Distrito Federal como en algunos Estados de la República. • La UAM-X y la Universidad de Washington, desarrollan un proyecto urbanoarquitectónico para remozar el Centro Histórico de la ciudad de Mérida, Yucatán, este proyecto se derivó en 25 propuestas arquitectónicas de 10 alumnos estadounidenses y 15 estudiantes de dicha unidad. • Se lleva a cabo el Seminario Internacional, Diseño y Pos modernidad, en el que se

	<p>expusieron la construcción de nuevas miradas sobre las teorías e historia del diseño, la participación de invitados de talla internacional en este evento, fortalece los vínculos con universidades que tienen intereses de estudio comunes.</p>
<p>Transmultidisciplinaria</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Coorganización con CONACyT de la 12ª Feria de Posgrados de Calidad en el Distrito Federal. • Coedición del libro <i>Diseño Gráfico en México: 100 años. 1900-2000</i> la UAM y la editorial Artes de México. • Presencia de la universidad en más de 30 Ferias de libros nacionales e internacionales. • Participación en la Exposición 90 años de la SEP en la Biblioteca Vasconcelos, donde se muestra el trabajo educativo y cultural de las entidades públicas durante un siglo de labor. • Vinculaciones con el sector productivo, con empresas y asociaciones empresariales como: Comex, Mabe, Dina, Coparmex Oriente, Saipem Group, MSD, Peñoles, Grupo Rotoplas. • En éste se mantienen convenios de colaboración con el Instituto Nacional de Psiquiatría, el Instituto Nacional de Pediatría, el Instituto de Fisiología Celular de la UNAM, y el Cinvestav Zacatenco. • Se vincula también con el sector productivo mediante relaciones comerciales con los Laboratorios Bio-Rad, Laboratorios Silanes, Instituto Bioclón, Laboratorios Boehringer Ingelheim S.A. de C.V. (Guadalajara). • Se firmó un Convenio de colaboración con el Ayuntamiento de Otumba, Estado de México, que tiene por objetivo desarrollar diversos programas conjuntos de investigación, uso de información científica y técnica, así como la organización de eventos de extensión y difusión en los campos científico, cultural y humanístico, su vigencia es por tres años.

En el Informe de actividades del 2011, el actual Rector Dr. Enrique Fernández Fassnacht, expone los retos para el 2012, entre los que menciona: Fortalecer la colaboración de las redes académicas entre unidades, en concordancia con la estructura orgánica.

- **CONFORMACIÓN DE UNA SOCIEDAD DE CONOCIMIENTO.
CONSECUENCIA EDITORIAL UNIVERSITARIA**

Para la UAM y particularmente para la Unidad Xochimilco es de gran importancia para su modelo educativo modular, los reconocimientos que reciban sus alumnos y egresados. La UAM Xochimilco se hace más visible en el medio académico y en la sociedad cuando sus alumnos y docentes son premiados; esos estímulos refuerzan su formación científica, crítica y propositiva que se ha fomentado a lo largo de casi 37 años.

Es importante recordar, que en una sociedad de conocimiento, dentro de la educación superior, el principal valor es el trabajo de la gente a partir de su conocimiento, el desarrollo y la aplicación de saberes (saber ser, saber hacer y saber estar), es lo que distingue a las sociedades desarrolladas, más aún a las IES públicas.

Así la acción colectiva debe imponer a la individual porque de ella dependen los resultados que arroja el esfuerzo en equipo. De ésta manera entre sus logros y reconocimientos se pueden resaltar los siguientes:

- La UAM y la editorial Artes de México obtuvieron el premio Premio Caniem al Arte Editorial 2011, en la categoría de mejor libros de arte.
- Un alumno de Sociología obtuvo el tercer lugar en el Premio Nacional al Estudiante Universitario Carlos Fuentes, categoría ensayo, en el marco de la Feria Internacional del Libro Universitario.
- En el Congreso para el estudio y conservación de las aves en México, en Xalapa, Veracruz, una la alumna de la Licenciatura de Biología obtuvo el primer lugar en la modalidad de cartel con el título “Estado actual de las investigaciones sobre aves playeras en México”.
- Dos alumnos del quinto trimestre de la licenciatura en Política y Gestión Social obtuvieron el Primer Lugar en el Premio Nacional: Juventud Innovadora por su Ambiente, por su trabajo “Casa construida con botellas de PET y vidrio”.
- El alumno del octavo trimestre de la licenciatura en Biología, obtuvo el segundo lugar a nivel superior en la categoría ensayo-investigación individual, en el Premio Nacional: Juventud Innovadora por su Ambiente, por su trabajo “Caracterización de semilla y propagación de Guamúchil (*Pitecellobium dulce*), una especie de uso múltiple”.
- Una alumna fue ganadora del primer lugar en El concurso “Diseña tu Lata Lipton” en el que participaron 157 proyectos en este concurso.
- La red de académicos del Área de la Salud de la UAM, premió a estudiantes de pre y posgrado que resultaron ganadores de la mejor investigación.
- Presencia en la Unidad Xochimilco de Andrés Manuel López Obrador en la presentación de su libro “La mafia que se adueñó de México... y el 2012”.
- El Ingeniero Cuauhtémoc Cárdenas presentó en esta casa de estudios su libro “Sobre mis pasos”.

En consecuencia la Unidad Xochimilco ha proyectado su imagen al exterior a través del trabajo de los investigadores, se observa un notorio incremento de noticias de la publicación de sus resultados y entrevistas con los especialistas en temas de interés nacional. Durante este año los investigadores fueron entrevistados por diferentes medios de comunicación: periódico, radio, televisión e internet, han aparecido notas informativas mensuales hasta en un 20% más, lo que significa que hay una mayor atención de los medios por cubrir la información científica, tecnológica, humanística y sobre la cultura de proyectos de la UAM- Xochimilco.

Mediante las noticias en que aparecen los profesores-investigadores, se está cumpliendo una función muy importante al orientar sus acciones a la búsqueda de dar a conocer sus actividades académicas de docencia, investigación y preservación de la cultura y crear espacios de diálogos productivos, lo cual permite que se reconozcan los logros o adelantos en las investigaciones que la UAM-X va generando.

- **ESTADÍSTICAS DE LA PRODUCCIÓN EDITORIAL EN LA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA**

Según el Anuario Estadístico de la UAM, 2011, la producción editorial en la unidad Xochimilco, fue activa. Reportando en sus estadísticas 110 materiales editadas en las Divisiones de Ciencias y Artes para el Diseño, División de Ciencias Biológicas y de la Salud; y División de Ciencias Sociales y Humanidades.

La División de Ciencias y Artes para el Diseño (CyAD), Unidad Xochimilco, editó 34 publicaciones¹¹⁰ y 1 en conjunto con la División de Ciencias Sociales y Humanidades. Se registraron 18 publicaciones unitarias; 2 revistas, Diseño en Síntesis y Diseño y Sociedad; 1 Catálogo de Publicaciones del Programa Editorial CAD, 2012; 9 Boletines de Espacio Diseño; 1 videoarte y 4 Memorias. 24 Publicaciones cuentan con registro ISBN; 1 libro se realizó en coedición con Miguel Ángel Porrúa y otra editada en la DCSyH. El 80% de las publicaciones fueron editadas por el Programa Editorial del CyAD, el 20% restante no especifica lugar de edición.

Los mayoría de los materiales tuvieron un tiraje alto, los 10 Boletines de Espacio Diseño se imprimen 1,500 ejemplares; 6 productos diferentes 1,000 ejemplares; de 3 Memorias se imprimieron 100 ejemplares. Las revistas de Diseño y Sociedad y Diseño en Síntesis tuvieron un tiraje de 300 ejemplares; 6 Resultados de Investigaciones 500 ejemplares. 6 de los 35 productos no especifican su tiraje.

Para la UAM es importante difundir y preservar el conocimiento por medio de los libros y las publicaciones periódicas que la misma institución edita. Por tal motivo, consideran necesario trabajar en estrategias que logren la mejora de la actividad editorial universitaria.

- Mejorar la eficiencia de la difusión de los libros y las publicaciones periódicas, por medio de un Programa estratégico de distribución.
- Reducir los tiempos de dictaminación, edición y distribución de las publicaciones de la Unidad.
- Impulsar la producción de publicaciones electrónicas.
- Participar en eventos que permitan dar a conocer a los autores y publicaciones de la Unidad.

- **TRANSFERENCIA DEL CONOCIMIENTO EXPLÍCITO COLECTIVO. UN TRIBUTO A LA ACTIVIDAD EDITORIAL MEXICANA**

La Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco en la Ciudad de México, consolida el proyecto de la Maestría en Diseño y Producción Editorial en abril de 2009, encabezado por el Mtro. Gerardo Kloss, quien ha estado a cargo del proyecto desde sus inicios.

¹¹⁰ Anuario Estadístico UAM, 2011. Coordinación General de Información Institucional. Dirección de Planeación.

“Lo que queremos que haga diferente a nuestra maestría, su mayor virtud y su mayor defecto, es que queremos atacar prioritariamente el problema de la falta de diálogo entre los distintos agentes del proceso editorial, donde cada quien habla, piensa y actúa desde un ética y una estética diferentes, cada una con su propio centro.

*Queremos un alumno que escriba y que entienda lo que lee; que diseñe y que entienda lo que mira; que administre dinero y entienda lo que hay a la venta; que trabaje con tecnologías y entienda lo que viene”.*¹¹¹

El objetivo de ésta Maestría en Diseño y Producción Editorial es abordar integralmente el fenómeno editorial desde la edición, el diseño, la administración y la planeación de la comunicación. *...no es especializar aún más lo especializado, sino integrar transdisciplinariamente la edición, el diseño y la producción, no sólo desde el contenido, la forma, la tecnología o la administración, sino conjugando todas estas dimensiones.*¹¹²

Hasta este momento la Maestría lleva dos generaciones en su curso, la próxima convocatoria abre en el 2013.

La UAM deja un legado importante a la actividad editorial mexicana, con la consolidación de este posgrado en México, el cual coadyuva a la especialización de quienes se insertan en esta tarea de forma comercial o a nivel universitario.

c) UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA (UDG)

• PRECEDENTE HISTÓRICO

Durante los años ochenta, la Universidad de Guadalajara se declara como una institución educativa nacionalista, democrática y popular. En el año 1989, durante el rectorado del licenciado Raúl Padilla López, se inicia el proceso de reforma universitaria que actualiza el modelo académico y culmina con la reestructuración de las escuelas y facultades en campus temáticos y regionales llamados centros universitarios, conformando la Red Universitaria que alcanza a todo el territorio del estado de Jalisco, además de integrar todas las escuelas preparatorias en el Sistema de Educación Media Superior.

En el año 2005 se crea el Sistema de Universidad Virtual, que representa el último eslabón de lo que hoy es la Red de la Universidad de Guadalajara.

¹¹¹ Kloss, Gerardo (2011) *“De libros, editores y nuevas tecnologías: Entrevista con Gerardo Kloss”* en Revista Contratiempo [en línea] No.89. Noviembre 2011, Chicago Illinois, disponible en: http://issuu.com/contratiempo/docs/contratiempo_89

¹¹² <http://maestriaeditorial.xoc.uam.mx/>

De acuerdo a la perspectiva de Karp (2007:98), entre 1992 y 1996 la Universidad de Guadalajara impulsó por primera vez en México la maestría en edición, dirigido por Jesús Anaya, tuvo eco y fue motivo de inspiración en muchos aspectos:

*“por la minuciosa estructuración de currícula, porque abarcó todo el proceso editorial, porque sus maestros fueron de los mejores profesionales del país y de otras partes del mundo, porque correspondió a los requerimientos urgentes de la industria de contar con profesionales en el ramo editorial, porque formó egresados con un profundo conocimiento del oficio y porque antes de aquello no había nada parecido”.*¹¹³

Por el contrario, la actividad editorial de la UDG, no se estaba desarrollando como se debía. Y poco a poco el área de publicaciones comenzó a retrasarse en su producción y lejos de existir soluciones se fue complejizando más.

Debido a tal situación, existió la necesidad de descentralizar el presupuesto de publicaciones hacia los diferentes centros universitarios, asignándoles la tarea de editar las monografías y revistas especializadas, por un lado; y por el otro se inicia una empresa editorial con la misión de responder a las necesidades académicas en puerta, conformación de un catálogo que apoyará la enseñanza y el fortalecimiento de la labor docente tanto en los niveles medio superior como superior. Además de impulsar la divulgación del conocimiento, promoción de la cultura y acercamiento de la vida universitaria a la sociedad desde una posición comercial pero accesible.

El ser una editorial independiente no fue una opción sino una obligación que se tuvo que asumir, para comprometerse con la autosuficiencia en todos los sentidos, la perspectiva tradicional de subsidio obliga también a un esquema diferente de trabajo.

Desafiar las normas e inventar soluciones nuevas a problemas comunes, se convirtió en una estrategia para crear un modelo de empresa editorial universitaria en México. Hacer publicaciones de forma alternativa a lo abrumador, aburrido y feo de las publicaciones educativas tradicionales, se convirtió en un quehacer interesante en la editorial.

• EL PROGRAMA EDITORIAL A TRAVÉS DE UN MODELO DE TRANSFERENCIA DE INFORMACIÓN Y CONOCIMIENTO, GC

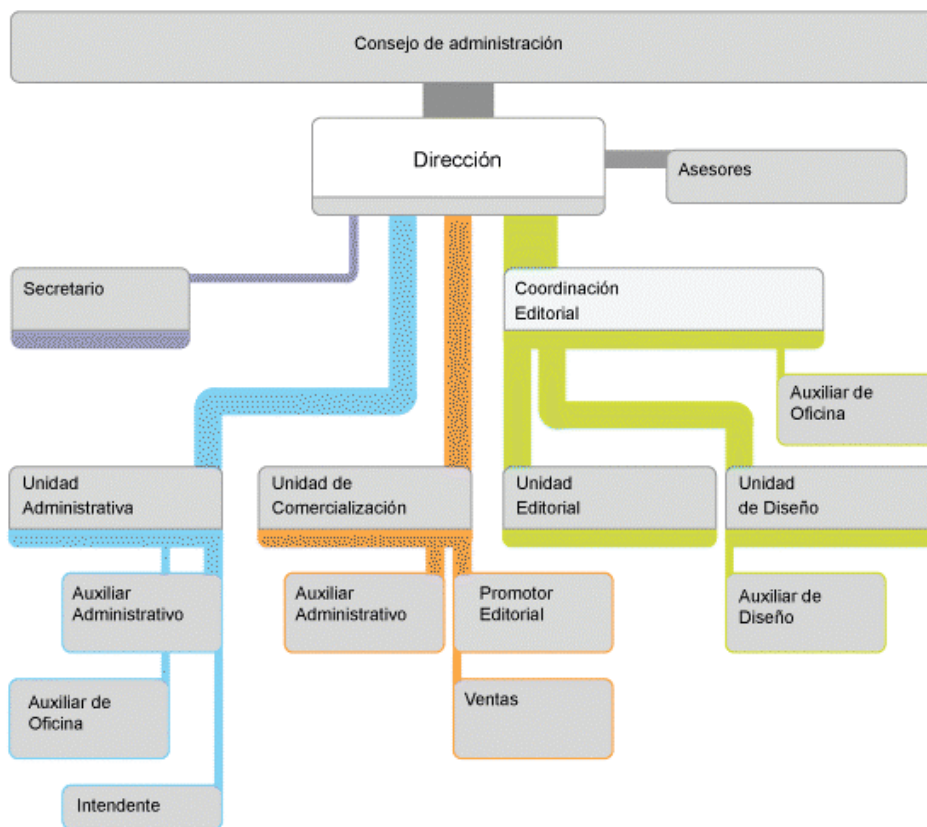
La gestión del conocimiento se ha transformado en la actualidad en la actividad básica de universidades e instituciones científicas y académicas. Esa actividad, que comprende diversos procesos, desde la adquisición, pasando por la transformación, aplicación y comunicación del conocimiento, se ha realizado en el mundo académico desde hace mucho tiempo. Para entender mejor este proceso lo trasladamos a la labor editorial de las IES públicas en México.

¹¹³ Karp Mitastein, Sayri (2007) “Trasgresiones de la Edición Universitaria” en Polo Pujadas, Magda. *Innovación y retos de la edición universitaria*. España, UNE. pp. 95-101.

a. PROCESO DE INTERIORIZACIÓN¹¹⁴/ Investigación y Planeación Estratégica

Respecto a las políticas editoriales que rigen a esta Editorial Universitaria en una plática con la coordinadora editorial Sayri Karp (2011), comentó que aún no hay lineamientos editoriales por escrito. Sin embargo, se está atendiendo el punto para definir algo concreto.

Antes de iniciar con los planes estratégicos, es necesario comenzar a definir los roles de cada uno de los integrantes del equipo de trabajo. A continuación se presenta un esquema que permite ver el funcionamiento de la empresa editorial universitaria.



Organigrama de la Editorial Universitaria¹¹⁵. Universidad de Guadalajara.

Según su gráfico en esta empresa se encuentran colaborando aproximadamente 18 personas con funciones sustantivas para la actividad de la editorial.

¹¹⁴ Aunque la Interiorización es un proceso donde hay un enriquecimiento del conocimiento tácito por medio del explícito, y según el modelo de Nonaka y Takeuchi (1999), es el último eslabón del ciclo, para fines de la presente investigación se convierte en el primer proceso, ya que es un conocimiento tácito individual y bajo la experiencia del editor se transfiere el conocimiento al resto del equipo bajo ciertas decisiones ya trabajadas por el responsable del programa.

¹¹⁵ <http://www.editorial.udg.mx/v1/index.php?seccion=institucional&sub=organigrama>

A más, su fondo editorial cumple diversas funciones y las diferentes colecciones están dirigidas a distintos públicos. A través de sus libros se reitera la intención de construir un vínculo entre el pensar y el hacer universitario con el resto de la sociedad (Karp, 2007:100).

En la Editorial Universitaria se generan libros para apoyar la enseñanza y fortalecer la labor docente, especialmente en los niveles medio superior y superior; así como para impulsar la divulgación del conocimiento, promover la cultura y acercar la vida universitaria a toda la sociedad.

Los productos editoriales están cuidadosamente diseñados para lograr una comunicación efectiva con el lector.

Su catálogo está organizado en 11 diferentes colecciones¹¹⁶:

- **Excelencia Académica.** El propósito de la colección Excelencia Académica es divulgar trabajos de investigación que ayuden a la comunidad universitaria a ampliar su conocimiento. En esta colección participan investigadores de primer orden tanto nacional como internacional, cuyas aportaciones académicas han sido de gran importancia en diversas áreas del conocimiento.
- **Cátedra Latinoamericana Julio Cortázar.** En 1993, Carlos Fuentes y Gabriel García Márquez acordaron donar el monto de sus becas como Creadores Eméritos, para fundar la Cátedra Latinoamericana Julio Cortázar y así rendir homenaje a uno de los mayores escritores de América Latina. La Cátedra Julio Cortázar se propone ser un lugar de confluencia para la imaginación, la creación y la crítica, un sitio para el diálogo y la reflexión sobre sociedad y cultura latinoamericanas desde la perspectiva mundial. La Cátedra Julio Cortázar invita a renombrados escritores, pensadores, intelectuales y hombres de estado a dictar una conferencia magistral. Esta colección recupera algunas de esas conferencias y las presenta por separado en un accesible documento para coleccionar.
- **Colección Jalisco.** Para difundir la historia, los valores y la identidad cultural de Jalisco surge esta colección. En ella se agrupan aquellos títulos cuya temática está dedicada al mejor conocimiento del estado. De igual forma, la serie Biografías comprende títulos destinados a difundir el conocimiento acerca de quienes han sido protagonistas del acontecer jalisciense, en cualquiera de sus ámbitos. Se trata de biografías breves pero sólidamente documentadas y al alcance de alumnos y maestros de cualquier grado académico.
- **Textos para bachillerato.** Son resultado del concurso de manuales de prácticas de laboratorio convocado por el Sistema de Educación Media Superior (SEMS) de la Universidad de Guadalajara. Colección dirigida a estudiantes de bachillerato con el propósito de fomentar el desarrollo de habilidades de pensamiento. Cada título facilita la adquisición de estrategias de aprendizaje mediante la vinculación de la teoría recibida en el aula con las prácticas en el laboratorio.
- **Textos para Licenciatura.** Esta colección está dirigida a estudiantes y profesores de nivel superior, y tiene la finalidad de apoyar la docencia en diversas áreas del conocimiento. En cada caso, los contenidos concuerdan con los propuestos en los diferentes programas y planes de estudio de la Universidad de Guadalajara.
- **Premio FIL de Literatura.** Este galardón brinda el mayor reconocimiento que se otorga en Latinoamérica a los literatos. Sus objetivos son promover, estimular, reconocer y difundir la creación literaria de autores

¹¹⁶ <http://www.editorial.udg.mx/v1/index.php?seccion=catalogo&sub=colecciones>

latinoamericanos, del Caribe y de la Península Ibérica, cualquiera que sea su idioma y filiación cultural. La colección de cuadernos correspondiente presenta una muestra de las mejores obras de los autores premiados, y en algunos casos, obras inéditas; junto con algunos ensayos críticos sobre el autor en turno, una ficha biográfica, fotografías, una caricatura y la correspondiente bibliografía. Está dirigida a todo público y busca propiciar un acercamiento del lector con la obra del escritor galardonado.

- **El libro Monero.** Buscando llegar a todo tipo de lectores, la Editorial Universitaria ha impulsado una colección que se propone, mediante el trabajo conjunto de escritores e ilustradores, ofrecer historietas de calidad. Como producto de comunicación, la historieta puede llevar cualquier tema a públicos más amplios y menos especializados, al tiempo que permite una aproximación más desenfadada a partir de los criterios humorísticos del cómic. Cada libro de esta colección tiene un tema común que sirve como punto de partida, pero en su conjunto ofrece una variedad de estilos y humores que la hacen muy atractiva para el público en general.
- **Monografías de la Academia.** Como se considera que la labor editorial que se realiza es fundamental para su casa de estudios, su misión es impulsar la difusión de los trabajos de investigación que realizan los académicos en todas las áreas del conocimiento.
Por ello, se hace un llamado a los profesores e investigadores interesados en publicar los resultados de su trabajo académico para que juntos conformen una gran colección de textos que enriquezcan su patrimonio universitario, mismos que serán leídos y consultados, ya sea en soporte impreso o electrónico, por otros académicos, profesores, estudiantes, bibliotecarios, libreros y público en general. Un conjunto de reflexiones, análisis, creación y desarrollo intelectual, a fin de apoyar la docencia y promover el diálogo.
- **Guías de aprendizaje.** El Sistema de Educación Media Superior y la Editorial Universitaria de la Universidad de Guadalajara ponen a disposición de los estudiantes de bachillerato de nuestra casa de estudios las guías de aprendizaje de primer y segundo semestres, de acuerdo con el nuevo plan de estudios del Bachillerato General por Competencias. El objetivo de estas guías es cumplir con éxito el proceso formativo de los alumnos que estudian en las escuelas preparatorias de la UDG.
- **Profesionales del Libro.** Las publicaciones que se ofertan en esta colección, son Memorias obtenidas en los Foros Internacionales de Editores y Profesionales de la Edición y Edición Universitaria. El primero se efectúa cada año y el segundo es bianual.
- **Otras publicaciones.**

b. PROCESO DE SOCIALIZACIÓN / Organización y Formalización

La encomienda de la editorial universitaria es la publicación de manuales y monografías, libros que sean funcionales, pero también estéticos. Deben cumplir con los requerimientos metodológicos definidos en el proceso de interiorización, y por las necesidades de docencia. De acuerdo, a lo anterior la definición física debe ser: Portadas reconocibles, características de forma similares, de tal manera que parezcan de la misma familia, con personalidad, colores brillantes. Libros que reten al alumno a pensar, imaginar, reflexionar, a tener una relación directa y pasional con el objeto y contenido. Debe existir la capacidad de seducción.

“Al respecto, Roberto Calasso mencionó hace unos años en el Foro Internacional de Editores que ‘la meta más audaz y ambiciosa para un editor es que todos sus libros sean vistos como eslabones de una misma cadena; y agregó que la forma es decisiva en la elección, en la secuencia de los títulos a publicar, pero la forma tiene que ver también con los textos que acompañan a los libros, además de la manera en que el libro se presenta como objeto’ “.¹¹⁷

c. PROCESO DE EXTERIORIZACIÓN / Materialización

La reproducción de estas publicaciones tiene que ser cuidada y bien pensada. Todo de acuerdo a los objetivos que persigue la Editorial Universitaria. *“Una posición comercial pero accesible”*.

d. PROCESO DE COMBINACIÓN / Aplicación y evaluación

La Red Nacional Altexto, creada oficialmente en la FIL Guadalajara en 2006, es un proyecto de comercialización y distribución de fondos universitarios, proponiendo que cada una de las IES del país, empezando por las públicas, que aproximadamente son 70, tengan por lo menos una librería en su campus.

Para el éxito de esta propuesta, cada IES deberá contar con un espacio adecuado (más o menos 80 metros cuadrados), ubicado en un lugar transitado y personal responsable para su operación, y tener la capacidad de recibir un surtido amplio de libros para satisfacer las necesidades y demanda de los estudiantes, profesores y sociedad en general.

Desde la perspectiva de Karp (2007:97), la Asociación de Libreros Mexicanos se compromete a realizar cursos de capacitación al personal responsable de las librerías y a brindar asesoría en casos complejos.

Es vital fomentar y estimular la edición, distribución y comercialización del libro académico; fomentar y apoyar el surgimiento y desarrollo de librerías, hacer accesible el libro y acercarlo al lector, y de ésta manera fortalecer la cadena del libro y promover la producción editorial universitaria.

Para la comercialización de sus publicaciones se establecen precios que oscilan entre \$45.00 y \$300.00, pero mucho tiene que ver el número de páginas.

El propósito de la empresa universitaria es brindar costos bajos por una buena calidad editorial. Con la finalidad de obtener ganancias suficientes para tener utilidades y seguir publicando. La editorial se plantea una lógica y una administración, en la que las ganancias de unos compensarán a otros, pero a la larga, cada título, cada edición, debería ser autosuficiente y generar utilidad.

La Editorial Universitaria piensa que si quieren sobrevivir, se deben adaptar a los cambios, e incluso promoverlos; redefinir la actividad editorial y no olvidar que el verdadero progreso es el que pone a la educación y el conocimiento al alcance de todos; como editores universitarios les corresponde transmitirlos y procurarlos.

• REDES INTER, INTRA Y TRANSUNIVERSITARIA

¹¹⁷ *Ibidem.*, p. 99

COMO APOYO A LA ACTIVIDAD EDITORIAL DE LA UNIVERSIDAD

En la educación superior y el mundo científico y académico en general, se ha manifestado con mucha fuerza la necesidad y el deseo de cooperar, de integrarse y comunicarse, lo cual ha caracterizado el llamado fenómeno de globalización del conocimiento.

Las redes de conocimiento son un agrupamiento comunicacional y participativo entre un grupo de individuos que intercambian información, conocimientos, ideas y experiencias, cuyas relaciones se establecen con miras a, un tema de trabajo, la preparación de una actividad docente, la cooperación y desarrollo (Artiles, 2005).

TIPO DE RED	ESPECIFICACIONES
Intrauniversitaria	<ul style="list-style-type: none"> • En conjunto , el Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social se fundó la Cátedra Jorge Alonso, con Sede en el Centro Universitario de Ciencias Sociales y Humanidades (CUCSH). • Existe la colaboración entre diferentes Centros Universitarios para la edición de algunas publicaciones. • Para la elaboración de la Gaceta Universitaria existe colaboración de artículos, tanto de sus Centros Universitarios Metropolitanos como de los Regionales.
Interuniversitaria	<ul style="list-style-type: none"> • Existencia de líneas de investigación compartidas con otras IES de México y otros países. • Presencia de programas académicos impartidos conjuntamente con universidades del extranjero. • Se crearon dos cátedras con la colaboración de la Embajada de Italia, México, <i>Cátedra Primo Levi</i>. • Por medio de la Feria Internacional del Libro de Guadalajara, se convoca a otras regiones del mundo a expandir la difusión del Libro en español e incentivar la producción editorial con sociedades donde no se habla o se escribe la lengua romance. • Uso de infraestructura en otras sedes, para proyectos de investigación: Universidad de Nuevo León, Universidad Autónoma de Ciudad Juárez, Universidad de Sinaloa, entre otras.
Transmultidisciplinaria	<ul style="list-style-type: none"> • Se instituye el Centro de Instrumentación Transdisciplinaria y de Servicios (CITRANS); espacio que albergará equipo de investigación de la más alta tecnología, y con el que se busca estimular la investigación científica y aplicada a fronteras. • Se efectúa la Primera Edición de la Feria del Libro en Español de los Ángeles (LEALA).

- **CONFORMACIÓN DE UNA SOCIEDAD DE CONOCIMIENTO.
CONSECUENCIA EDITORIAL UNIVERSITARIA**

Las universidades cumplen una función social, la labor que se realiza en una editorial universitaria son un medio indispensable para que las instituciones cumplan con sus fines y objetivos académicos y culturales; es un medio para apoyar la docencia, difundir los resultados de investigación y para divulgar la cultura generada en la propia universidad.

Sólo a partir de la formación de estudiantes en las diversas áreas del conocimiento, y haciendo extensiva la producción científica y los recursos universitarios hacia los diversos sectores, especialmente los más desfavorecidos, es como se puede contribuir al desarrollo de una sociedad justa, democrática, y con respeto a los más altos valores.

A continuación se hace mención de algunos datos que indican los logros y reconocimientos que ha tenido durante un año la UDG, así se presenta la evidencia de la calidad educativa de dicha institución, misma que se refleja por la difusión de la producción académica y científica al interior y exterior de la universidad. De igual manera, es el motivo para producir más y mejor conocimiento, difundirlo y evaluarlo, complementarlo, transmitirlo... y así sucesivamente.

- Al 2011 se suman 45 profesores más a la lista de académicos reconocidos con el Perfil PROMEP, para alcanzar la cifra de 2 mil 012, y situarse en el primer lugar del país entre las UPES¹¹⁸.
- Se consolidan en el primer lugar nacional entre las UPES, por el número de investigadores miembros del SNI. Este mismo año se agregaron diez nuevos profesores al SNI, para sumar ahora 675 investigadores con ese reconocimiento.
- También refrendan el liderazgo nacional entre las UPES por el mayor número de Cuerpos Académicos Consolidados (CAC), con 60 grupos de investigación reconocidos, uno más que el año precedente.
- Los programas educativos han tenido la misma evolución y continúan mejorando en dirección de la excelencia académica. Por ello siguen siendo la universidad de México, incluidas las UPES, las universidades federales y las particulares, con el mayor número de programas de licenciatura acreditados por COPAES, con 91 programas en total, 21 acreditaciones más que la UNAM.
- Están en el primer lugar entre las UPES, y en segundo entre todas las Instituciones de Educación Superior, por el número de programas de posgrado reconocidos en el Padrón Nacional de Posgrados de Calidad del CONACYT. Entre 2010 y 2011 suman cinco posgrados más a nuestro registro en PNPC, para alcanzar 82 reconocidos.
- Alcance de la competencia internacional por el CONACYT, con cinco posgrados, dos maestrías, dos doctorados y una especialidad.
- Existen evidencias de que la calidad institucional se está reflejando positivamente en la calidad de los estudiantes y los egresados de la Universidad de Guadalajara. Se habla de indicadores objetivos, no de la opinión registrada de los empleadores, por más que ésta última sea importante en términos de prestigio y posibilidades de acceso a un empleo formal.

¹¹⁸ Universidades Públicas Estatales.

- Muchos alumnos, obtuvieron primeros lugares en distintas competencias académicas internacionales, por ejemplo: el primer lugar en el *International Students in Free Enterprise*, en la categoría de sustentabilidad, que conquistaron alumnos destacados del *CUVALLES*.
- Primer Lugar en la competencia científica *Intel Eco Ukraine 2012*, alumno del SEMS.
- Se registraron tres solicitudes de patentes y dos modelos de utilidad, para sumar cinco solicitudes en un sólo año.
- De acuerdo a los resultados del Ranking de la Producción Científica Mexicana, se observa que la Universidad de Guadalajara está en la primera posición entre las UPES, y en la cuarta posición si se consideran todas las universidades mexicanas, por la importante producción de sus investigadores y científicos, sólo debajo de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), el Centro de Investigación y Estudios Avanzados (CINVESTAV), el Instituto Politécnico Nacional (IPN) y la Universidad Autónoma Metropolitana (UAM).
- A apoyar el desarrollo de grupos de investigadores jóvenes, caracterizar y analizar muestras y datos de origen en diversas disciplinas científicas o actividades productivas, para promover el desarrollo científico y beneficiar a los sectores productivo, gubernamental y social de la región del país.
- La UDG se acreditó como la institución más importante de Jalisco en el campo de la promoción y difusión de las artes y la cultura.

- **ESTADÍSTICAS DE LA PRODUCCIÓN EDITORIAL
EN LA UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA**

Según reportes realizados en el 4º Informe de actividades, 2011-2012 del Dr. Marco Antonio Cortés Guardado. Rector General de la Universidad de Guadalajara; este año los académicos publicaron mil 048 artículos en revistas reconocidas, con arbitraje internacional, 143 más que el año 2010. En la misma línea ascendente, los libros publicados por nuestros investigadores sumaron 509, 185 más que en 2010. La misma dinámica se presentó en cuanto a las citas académicas en la literatura relevante, propiciadas por la obra publicada de los académicos de la Universidad de Guadalajara: contra 486 citas registradas en 2010, en 2011 se alcanzaron las 554.

De acuerdo con los Rankings nacionales e internacionales, todos los indicadores consignados en este apartado tienen a la Universidad de Guadalajara entre las universidades más productivas del país en cuanto a la calidad de la investigación científica. Si atendemos a los resultados del Ranking de la Producción Científica Mexicana, vemos que la Universidad de Guadalajara está en la primera posición entre las UPES, y en la cuarta posición si se consideran todas las universidades mexicanas, por la importante producción de sus investigadores y científicos, sólo debajo de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), el Centro de Investigación y Estudios Avanzados (CINVESTAV), el Instituto Politécnico Nacional (IPN) y la Universidad Autónoma Metropolitana (UAM).

En las estadísticas del 4º Informe de actividades (2012:1415), se reporta que los Centros Universitarios (considerando los seis Metropolitanos), participaron con 937 artículos de divulgación científica. El Centro Universitario de Arte, Arquitectura y Diseño (CUAAD) participó con 4 artículos.

De igual forma, los 6 CU metropolitanos reportaron 892 publicaciones editadas, entre los que se consideran libros, revistas y boletines. El CUAAD solo registró una publicación. La empresa parauniversitaria, refiriéndose a la, Editorial Universitaria, reportó 63 productos editados, en el mismo año.

Los indicadores muestran que el número de libros publicados por los CU metropolitanos son 107. El CUAAD, sólo 1. No hay registros de la Editorial Universitaria. Esto representa en tiraje global, los CU metropolitanos reportaron 126,385 impresos entre libros, revistas y boletines. El CUAAD 500 ejemplares. La Editorial Universitaria 357,877 productos editoriales.

Dadas las características similares con el Organismo Académico que se analizará en el capítulo posterior (misma oferta académica), se procede a retomar como referente de análisis al Centro Universitario Metropolitano de Arte, Arquitectura y Diseño.

PUBLICACIONES COMO RESULTADO DE ACTIVIDADES DE INVESTIGACIÓN, EN EL CUAAD

NO. DE PUBLICACIONES	38 Productos Editoriales	
NO. DE AUTORES	1 AUTOR	30
	2 AUTORES	5
	3 Ó MÁS	3
EDITADO POR	Coedición con Universidad de Guadalajara / Editorial Universitaria / Casa de Poesía San Juan Bañuelos / Secretaría de Seguridad Pública, Prevención y Recapacitación Social / DIGPRES / CU COSTA ¹¹⁹ / Universidad Autónoma de Nuevo León / Universidad de Guanajuato / Universidad Simón Bolívar / Colegio de Posgraduados /	
TIPO DE PUBLICACIÓN	LIBRO	14
	REVISTA	1
	CAPÍTULO DE LIBRO	15
	ARTÍCULO DE REVISTA ARBITRADA E INDEXADA	3
	MEMORIAS	5
REGISTRO	ISBN	34
	LATINDEX	4
	SIN REGISTRO	0

¹¹⁹ Es un Centro Universitario Regional, en Puerto Vallarta, Jal., que oferta la carrera Técnico Superior Universitario en Diseño Gráfico, Licenciatura en Arquitectura, Licenciatura en Diseño para La comunicación Gráfica, entre otras.

COLABORACIÓN DE ACADÉMICOS EXTERNOS	NO DISPONIBLE	
PARTICIPACIÓN DE ESTUDIANTES	NO DISPONIBLE	
ARBITRAJE	NACIONAL	34
	INTERNACIONAL	0
	AMBOS	4

Datos obtenidos del 4º Informe de Actividades 2011-2012, UDG (2012:63-65).

En la información presentada en la tabla previa, se observa la falta de colaboración que existe con académicos externos y estudiantes de la misma institución en las publicaciones editadas por este Centro Universitario.

Otros datos relevantes para la investigación es observar que el CUAAD tiene 146 suscripciones a revistas científicas y de divulgación impresas.

En otro sentido, según los mismos registros, se dieron 192 investigaciones en la Universidad de Guadalajara, y redes de colaboración, donde 97 fueron nacionales y 95 internacionales.

La Gaceta Universitaria tuvo un tiraje de 1, 719, 500 impresos en 42 ediciones, durante el 2011.

- **TRANSFERENCIA DEL CONOCIMIENTO EXPLÍCITO COLECTIVO.
UN TRIBUTO A LA ACTIVIDAD EDITORIAL MEXICANA**

*“La edición universitaria está sujeta, más que a las presiones del mercado, a las presiones internas de cada institución y, sobre todo, del mundo académico, que tiene su propia estructura de poder y sus propias formas de competencia y recompensa, y que encierra una lógica en la que se compite en términos de puntajes y se premia por niveles que se traducen en pesos y centavos constantes y sonantes para los académicos que publican, independientemente del fin que tenga el libro, que bien puede ser la bodega universitaria”.*¹²⁰

Durante la primera reunión general, de la Red Nacional conocida como Alttexto, (abreviación de Alianza del Texto Universitario) se invitó a los asistentes a integrarse voluntariamente a las distintas comisiones de trabajo durante el periodo 2006 – 2008. De acuerdo con el Plan de trabajo de la coordinadora en turno la Mtra. Gloria Patricia Miranda Romero (Martínez, 2007:176), se definieron las siguientes comisiones:

1. Promoción del libro y la lectura
2. Bases de datos estadísticos

¹²⁰ <http://www.redalttexto.org.mx/> [Consultado el 28 de abril de 2011].

3. Página electrónica e información
4. Catálogo
5. Comercialización
6. Ferias del Libro
7. Derechos de Autor y coediciones
8. Capacitación.

Actualmente, la red se compone de un coordinador, un secretario técnico y ocho comisiones de trabajo que atienden aquellos asuntos que son urgentes de resolver en el quehacer editorial de las IES. Las comisiones son:

1. Derechos de Autor y coediciones
2. Promoción del Libro y la lectura
3. Capacitación
4. Bases de datos y estadísticas
5. Información y página electrónica
6. Catálogo
7. Comercialización
8. Bibliotecas

Como se observa, la red tiene diferentes campos de acción, pero en sí lo más importante es que las IES se involucren en estas actividades con el fin de colaborar en el crecimiento y fortalecimiento de la misma actividad editorial universitaria en México. De nada servirá que universidades como la UAM o la UDG emprendan nuevos proyectos a favor de esta tarea, sino hay un eco que siga dichas propuestas. Lo primero es considerar que tan necesaria es esta labor dentro de las instituciones y después tomar decisiones en equipo para la creación o consolidación de una editorial en la universidad.

Si se difunde el pensamiento universitario en las distintas áreas del conocimiento contribuirá al desarrollo integral, la difusión de valores, la transferencia de conocimiento y a profundizar y fortalecer la identidad regional mediante la cooperación en el campo editorial.

Para finalizar, es preciso reconocer que el conocimiento como elemento movilizador dentro de un sistema universitario debe ser adquirido, transmitido, conservado, recuperado, creado, aplicado y difundido. En estos procesos intervienen una serie de actores que pueden desarrollar estrategias de acción para beneficio de una institución de educación superior. La difusión del conocimiento es vital en una IES y se ha comprobado con los casos analizados que mediante el quehacer editorial se puede lograr para tener una respuesta inmediata y favorable para la misma sociedad a la que pertenece la universidad.

CONCLUSIONES

Al conocer los datos que anteceden a la edición universitaria, podemos encontrar información que permite enriquecer la dinámica en que se desarrolla la actividad editorial en nuestros días. Los casos de éxito en otros países han permitido que editoriales como la de Guadalajara, tengan uno de los mejores papeles a nivel nacional.

Se puede entender, la importancia y trascendencia de algunas publicaciones que se siguen editando en Universidades como la UNAM. Se conocen sus objetivos y algunas estrategias para seguir siendo parte de las colecciones más importantes de esas instituciones.

Ha sido vital la información que proporciona ANUIES sobre el quehacer universitario dentro de las IES, pues permite conocer los objetivos que se tienen que perseguir como editoriales universitarias, además de reflexionar sobre los principales problemas a los que se enfrentan las instituciones educativas.

Al proporcionar una prospectiva de esta tarea institucional podemos encontrar ciertas soluciones a esas problemáticas.

Con la perspectiva de algunos expertos en el área se pueden complementar dichas posibilidades de solución. Kloss, ha sido muy claro y específico en su postura sobre cómo empezar o cómo recapitular la labor editorial en las IES mexicanas. Algunos otros, recomiendan ver a la editorial universitaria como una empresa, que sea totalmente independiente a su universidad de origen, no depender de ella obligará a buscar e implementar estrategias para su sobrevivencia.

Por otro lado, Careaga, nos da una pauta de cómo iniciar un diagnóstico en espacio educativo. Dando respuesta a esos cuestionamientos puede iniciar una evaluación de la situación editorial en la IES.

El prestigio universitario es de suma importancia para la aceptación, credibilidad, desarrollo, crecimiento, reconocimiento de la institución en la sociedad y el ámbito empresarial. Y esto puede lograrse si existe una difusión y divulgación del conocimiento que se produce al interior de la universidad.

Si se entiende como difusión a la función de las instituciones de educación superior (IES) que consiste en proyectar el conocimiento y la cultura hacia la comunidad (sociedad). O como las acciones que una IES desarrolla con el fin de contribuir al desarrollo cultural y a la formación integral de la comunidad institucional y de la sociedad en general a través del diálogo, rescate, preservación, propagación y enriquecimiento de la cultura en todas sus expresiones y posibilidades.

Y como divulgación a las formas y alcances de la propagación de normas, programas y proyectos de las instituciones de educación superior en su comunidad, entonces se puede entender que la actividad editorial es imprescindible en una IES para cumplir con dichos objetivos.

El demostrar, según estudios recientes cuáles son las mejores universidades de México ha sido con el único fin justificar la selección de las tres universidades públicas mexicanas en el quehacer editorial, pero sobretodo que son universidades que han logrado un reconocimiento y prestigio de su calidad educativa y lo anterior puede ser resultado de su producción científica y académica, entre otras cosas.

Las organizaciones que aplican una GC han encontrado que a través del establecimiento de una RC pueden crear nuevos procesos, desarrollos y productos, solucionar problemas más rápido, adaptarse con mayor facilidad a los cambios del mercado o a los problemas emergentes, así como hacer más eficiente sus canales de transferencia de conocimiento, lo que las lleva a compartir las mejores prácticas y por lo tanto a generar valor; esto hace a la GC parte del recurso estratégico de una organización e incluso de una nación (Cortinas y Parker, 2004).

Por lo anterior, es importante visualizar o trasladar a la actividad editorial a otro escenario como lo es la GC. De ésta manera se puede entender que a partir de esta GC con la ayuda de las RC se puede llegar a desarrollar una SC.

Es importante ser conscientes que el trabajo colaborativo en estos niveles es indispensable, pues en términos del trabajo académico el individualismo debe ser un mito, pues cualquier actividad profesional no trabaja de manera individual sino que permanentemente requiere del otro, es un ser social, desde ahí tiene enfoques, proyectos, diseña acciones, organiza, pone en marcha, evalúa. El aparente individualismo suele ser más bien un refugio, y consecuentemente trae formas de dependencia e inseguridad. Debido a la escases de recursos, tanto instituciones como investigadores en lo individual han optado por las redes de cooperación, de esta forma pueden compartirse los costos de una investigación que de otra manera sería imposible emprender (Carmona, 2009:2).

Para evitar lo anterior es importante, la apertura de las IES hacia otras instituciones u organizaciones; cuando existe, se aprecia en el cuidado que prestan a la pertinencia de sus programas de docencia e investigación y en la multiplicidad y diversidad de las actividades de vinculación con los más diversos sectores de la sociedad en que se encuentran insertas. Estas actividades dan lugar a alianzas estratégicas entre IES y actores externos, como organizaciones sociales, empresas o dependencias gubernamentales.

Entonces una RC es un «grupo multidisciplinario de personas e instituciones que se asocian para investigar o desarrollar proyectos con sentido social. Su finalidad es mejorar la calidad del trabajo académico y científico, crear y fortalecer la cooperación y el aprovechamiento de recursos y posibilitar el libre flujo de información entre los grupos sociales. Esto solo es posible si los actores se fundamentan en principios como la solidaridad y la integración constructiva, creativa, es decir, al mismo tiempo que se afronta una globalización de la información, se proponga y construya una globalización de la solidaridad»

El analizar los casos de ciertas universidades públicas ha permitido conocer de una manera más precisa el *know how* de la actividad editorial dentro de los espacios académicos.

El conocer las políticas editoriales que rigen esta labor, en algunas de las universidades públicas más reconocidas de México, permite establecer algunos puntos de comparación importantes para considerar en el reinicio de una propuesta editorial.

Con el análisis de la UNAM, se puede obtener que una editorial descentralizada puede tener mejores resultados, si se buscan condiciones puede ayudar en costos y prestigio al espacio educativo, el trabajo en redes puede beneficiar a más de uno en la calidad de la producción académica y científica.

Los logros y reconocimientos que se hacen presentes en esta IES es consecuencia de la gran actividad que tiene la universidad, en muchos sentidos, impactando en la demanda editorial que debe existir para la difusión y divulgación de la información, para generar conocimiento.

La UAM, ha sido una universidad con actividad editorial significativa. Algunas de sus Divisiones han tomado la iniciativa de independizarse. Ejecutando sus actividades para beneficio de su propia institución. Una de sus mayores aportaciones ha sido a la profesionalización del quehacer editorial, lo que permite un reconocimiento más a esta institución superior.

El caso de la UDG, es un claro ejemplo de la empresa editorial universitaria, aunque según recientes datos, ha enfrentado serios problemas de utilidades, es una de las editoriales universitarias con mejores fondos editoriales en México. Ha sabido implementar planes estratégicos pertinentes a su empresa universitaria, entre sus principales objetivos está “una posición comercial pero accesible”.

Además de su colaboración y proyección está con la Feria Internacional del Libro de Guadalajara, y con la Red Nacional Alttexto. Preocupados por la situación editorial universitaria se crean estas alternativas de solución, que se deben considerar para el mejoramiento de la misma a nivel nacional e internacional.

FUENTES DE CONSULTA

❖ **Bibliohemerografía**

1. Aguilar Méndez, Antonio (2005). Breve Historia y Experiencias de la revista Diseño y Sociedad. Reencuentro, abril, número 042, Universidad Autónoma Metropolitana-Unidad Xochimilco, México, D.F.
2. Anuario Estadístico UAM, 2011. Coordinación General de Información Institucional. Dirección de Planeación.
3. Artilles Visual, Sara (2005). Las redes del Conocimiento en Ambientes Académicos. GECYT. Cuba.
4. Carillo, Javier (2001), Estrategia de Knowledge Management. Nota técnica CSC2001-02. Centro de Sistemas del Conocimiento. Tecnológico de Monterrey, Monterrey.

5. Carmona Pérez, José Guillermo (2009). *Las redes de cooperación académica: Aproximaciones y prospectiva*. Disponible en internet: http://www.anuies.mx/redes_colaboracion/archivos/publicaciones/1012160949Articulo_Guillermo_Carmona.pdf
6. Cortinas de Nava, Cristina y Héctor Parker Rosell (2004). *Manual para crear y operar alianzas y redes. Redes y alianzas de conocimiento para la gestión ambiental de residuos*, [fecha de consulta: 2011-04-30] Disponible en internet: http://www.semarnat.gob.mx/eventos/antteriores/experienciasresiduos/Documents/LASREDESYALIANZASDECONOCIMIENTO_YLAGESTI%C3%93NDERESIDUOS.pdf
7. Furió, Antoni (2005). *El futuro de la edición universitaria en Esencia, quehacer y retos de la edición académica*. Memoria del I Foro Internacional de Edición Universitaria. Feria Internacional del Libro de Guadalajara, México. Altexto, alianza del texto universitario.
8. Informe de Actividades 2011-2012. Estadística Institucional. Dr. Marco Antonio Cortés Guardado. Rector General. Universidad de Guadalajara. México.
9. Karp Mitastein, Sayri (2007) “*Transgresiones de la Edición Universitaria*” en Polo Pujadas, Magda (coord.) *Innovación y retos de la edición universitaria*. España, Unión de Editoriales Universitarias Españolas.
10. Kloss, Gerardo (2007). Entre el oficio y el beneficio: el papel del editor. *Práctica social, normatividad y producción editorial*. Altexto, México.
11. Kloss, Gerardo (2011) “*De libros, editores y nuevas tecnologías: Entrevista con Gerardo Kloss*” en Revista Contratiempo [en línea] No.89. Noviembre 2011, Chicago Illinois, disponible en: http://issuu.com/contratiempo/docs/contratiempo_89
12. Lara Zavala, Hernán (2010). *La edición universitaria en De cómo dejar de sufrir por las letras, los libros de artista y los correctores*. Alejandro Zenker. Quehacer Editorial. No. 8. Solar Servicios Editoriales, S.A. de C.V., México. pp. 119-127.
13. López Valdés, Mauricio (2009). *Guía de estilo editorial para obras académicas*. Ediciones El Ermitaño. Centro Regional de Investigaciones Multidisciplinarias, UNAM, México.
14. Martínez Sánchez, América y Martha Corrales Estrada (2011). *Administración de conocimiento y desarrollo basado en conocimiento. Redes de innovación*, CENGAGE Learning, México, D.F.
15. Martínez Vallejo, Yolanda (2007) “*La Red Nacional ALtexto: Derechos de Autor y Coediciones*” en Polo Pujadas, Magda (coord.) *Innovación y retos de la edición universitaria*. España, Unión de Editoriales Universitarias Españolas.
16. Palacio Montiel, Celia del (2006). *Los retos de las Editoriales Universitarias en el siglo XXI*. Presentación. La Palabra y el Hombre, octubre-diciembre, no. 140, p.7-9. Universidad Veracruzana, México. Disponible en internet: <http://cdigital.uv.mx/handle/123456789/245>
17. Sierra, Jorge Alfonso (1991). *Manual de gestión y mercadeo para editoriales universitarias*. CERLALC, Coedición regional para el fomento del libro en América Latina y el Caribe, Colombia.
18. Universidad Nacional Autónoma de México. Informe anual de actividades, 2010. Dr. José Narro Roble. Rector.

❖ Mesografía

1. <http://alebrije.uam.mx/pe1.htm>
2. http://www.anuies.mx/r_academicas/red_nacional_altexto.php
3. <http://www.archivohistorico.uam.mx/hyv-94/HyVHtml/hyv80000.html>

4. <http://www.dgpu.unam.mx/P%C3%A1gina%20DGPU%20agosto%202017.swf>
5. <http://www.redaltexto.org.mx/alttexto/alttexto.htm>
6. <http://www.riseu.unam.mx/v1/index.php?scn=SC02>
7. http://www.sociedadconocimiento.unam.mx/?page_id=2
8. <http://www.uam.mx/casadelibrosabiertos/casa.html>

3.1. LA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MÉXICO Y EL QUEHACER EDITORIAL

Desde sus orígenes la Universidad Autónoma del Estado de México (UAEMéx) ha estado comprometida con la formación de profesionistas e investigadores, lo mismo que con la difusión y producción del conocimiento en todas sus áreas: arte, humanidades, ciencia y tecnología.

Como todas las IES públicas la UAEMéx, no sólo difunde conocimiento, sino también lo produce. Procura el conocimiento conforme a sus propias políticas. Por tanto, es preciso definir qué tipos de textos se pueden publicar, cuáles deben ser sus características, sus objetivos y tipo de lector al que deben estar dirigidos.

La universidad pública del Estado de México, tiene sus referentes históricos hacia la primera mitad del siglo XIX, en el Instituto Literario, a través de revistas como Miscelánea y posteriormente Minerva. El instituto contó con una Imprenta propia, de donde salieron durante 30 años aproximadamente, publicaciones generadas por los académicos y escritores de la misma (Arredondo y Arriaga, 2011:34). Pero la diferencia entre tener una imprenta y una editorial, está en la existencia de un “criterio”, es decir un proyecto consolidado que guíe la creación de las publicaciones.

“Por la época se publicaban también periódicos estudiantiles y de divulgación como Pipelet, El hogar, Los papachos y El Instituto Literario, que fue el antecedente del Boletín del Instituto Científico y Literario del Estado de México, de larga vida, que empezó a publicarse a finales del siglo XIX y que seguiría apareciendo ya muy entrado el siglo XX, y a través del cual otra importante generación de institutenses daría continuidad a esta labor editorial. Nombres como los de Horacio Zúñiga, Enrique Carniado y Vicente Mendiola, se sumaron al esfuerzo institucional de la revista Juventud.

Ya en su etapa universitaria, la UAEM publicó el periódico estudiantil El Nigromante y reincorporó a su actividad editorial el funcionamiento de la imprenta universitaria, donde se empezó a publicar la Revista de la

*Universidad Autónoma del Estado de México, antecedente directo de la actual revista La Colmena, que empezó a publicarse en 1993”.*¹²¹

En el 2002, se vio la necesidad de constituir un órgano institucional responsable de las publicaciones de la universidad, con el lanzamiento de una convocatoria abierta a todos los académicos y en respuesta a esta invitación se crea el Consejo General Editorial (CGE), el cual tiene las funciones principales de *“Normar, planificar, coordinar y evaluar la producción editorial de la Universidad Autónoma del Estado de México”*.¹²²

El CGE está constituido de nueve áreas, a las cuales les corresponde un titular y un suplente. Las áreas son:

- Arquitectura y Diseño
- Arte
- Ciencias Agropecuarias
- Ciencias Económico Administrativas
- Ciencias Naturales y Exactas
- Ciencias Sociales
- Ingeniería y Tecnología
- Humanidades

Más las colecciones especiales: El Nigromante y Luis Mario Schneider. La primera está constituida por textos de divulgación de las distintas áreas del conocimiento, dirigido a los estudiantes de licenciatura y público en general, a fin de complementar su formación universitaria y ampliar su cultura. La segunda, es en honor al prestigiado intelectual que heredó valiosas aportaciones a la universidad, en ella se pretende difundir los materiales inéditos o agotados que se encuentran en la Biblioteca y el archivo.

Aunado a lo anterior es importante considerar la existencia de material diseñado para uso interno, es decir, diversos tipos de publicaciones generalmente didácticas, aunque también materiales que tienen el objetivo de difundir el trabajo académico e investigativo de los diferentes organismos académicos de la institución.

De acuerdo a lo mencionado, las políticas establecen que cada facultad puede establecer el crecimiento editorial de su organismo, existe plena libertad.

El CGE realizó un diagnóstico sobre el tipo de publicaciones que estaba produciendo la institución y concluyó que “los canales para publicar son diversos, y sobre todo desvinculados entre sí”, lo cual permitió observar que pese a una dictaminación negativa, el material puede pasar por diferentes instancias, hasta ser publicado, sin considerar la calidad del contenido.

¹²¹ Manual de Organización de la Dirección de Divulgación Cultural, Marzo 2011. UAEMéx.

¹²² Política Editorial de la UAEM: fundamentos y procesos. 2005. Universidad Autónoma del Estado de México, México. p. 17.

Para evitar situaciones similares es necesario, conocer la filosofía de la editorial universitaria.

Misión: La Dirección de Divulgación Cultural tiene como misión difundir los productos de la docencia, la investigación y la cultura, tanto al interior como al exterior de la Universidad, a través de medios de comunicación impresos, tales como libros, revistas periódicas, así como de su venta y distribución, promoviendo con ello la identidad universitaria y la presencia de nuestra Máxima Casa de Estudios en la sociedad.

Visión: La Dirección de Divulgación Cultural será una dependencia capaz de dar respuesta a la creciente demanda de los distintos espacios académicos y dependencias que integra la UAEM.

Su presencia editorial se habrá consolidado a nivel nacional, entre los lectores interesados en las publicaciones académicas, científicas y culturales.

Los investigadores encontrarán en la Dirección un espacio propicio a sus propuestas de publicación.

Las publicaciones periódicas de la Dirección serán emblemáticas del quehacer literario y de las tareas de investigación y reflexión que realizan los universitarios.

• DIRECCIÓN DE DIVULGACIÓN CULTURAL

OBJETIVO:

Difundir, los productos de la docencia, la investigación y de la cultura, tanto al interior como al exterior de la Universidad, a través de los diversos medios de comunicación, promoviendo con ello la identidad académica, científica y cultural de nuestro entorno.

FUNCIONES:

- Promover la identidad académica, científica y cultural de la Universidad, a través de diversos medios electrónicos e impresos.
- Supervisar que la divulgación cultural se realice a través de los medios adecuados y pertinentes, tanto impresos como electrónicos, procurando con ello el fortalecimiento de la identidad universitaria.
- Orientar y operar, en coordinación con el Consejo General Editorial, las políticas de edición de la UAEM.
- Organizar y dar seguimiento a la labor de dictaminación de originales de autor que realiza el Consejo General Editorial (CGE).
- Supervisar y evaluar la calidad de la edición y de los contenidos de las revistas *La Colmena* y *Ciencia ergo sum*; así como impulsar la creación de nuevas revistas que contribuyan a incrementar y fortalecer la divulgación de la ciencia, la tecnología, el humanismo y la cultura.
- Orientar y supervisar la producción periódica de las revistas *La Colmena* y *Ciencia ergo sum*.
- Supervisar el diseño y la producción de los instrumentos de difusión impresos para la promoción y divulgación de las actividades y programas de la Universidad.

- Revisar y autorizar los trámites para la impresión de material editorial y documentos de divulgación en general.
- Coordinar y vigilar la distribución y venta de los productos editoriales de la UAEM, en los eventos culturales.
- Dirigir y supervisar los trámites para el ISBN, correspondientes a libros.
- Supervisar, controlar y evaluar las actividades de divulgación, difusión, comercialización y donación editorial, así como las demás tareas que realiza las áreas que integran la Dirección de Divulgación Cultural.
- Revisar y validar la información que se remite periódicamente a la Secretaría de Difusión Cultural, así como la relativa al avance de sus actividades, incorporadas en el Programa Operativo Anual (POA) y Plan Rector de Desarrollo Institucional (PRDI).
- Designar al Representante de la Dirección (RD) y asegurarse de la implementación, mantenimiento y mejora de los procesos certificados de la Dirección, a fin de contribuir en la administración adecuada del Sistema de Gestión de Calidad.
- Generar y remitir, a la Secretaría de Difusión Cultural, los informes relativos al desarrollo de los programas y proyectos de la Dirección.
- Desarrollar las demás funciones inherentes al ámbito de su competencia

- **DEPARTAMENTO EDITORIAL**

OBJETIVO:

Coordinar y conducir la producción de las publicaciones del Programa Editorial de la UAEM, a través del cual se difunden los trabajos de la docencia, la investigación y la cultura, tanto al interior como al exterior de la Universidad.

FUNCIONES:

- Programar, coordinar y dar seguimiento a las etapas de la edición de libros y publicaciones periódicas (corrección de estilo, formateo, diagramación tipográfica y diseño de impresos).
- Difundir, entre la comunidad universitaria y el público en general, las ediciones realizadas con el propósito de acercar a los lectores al conocimiento y la cultura generados por los universitarios.
- Integrar y actualizar el catálogo editorial para la documentación y control de la actividad editorial universitaria.
- Coordinar la firma de contratos entre la Oficina del Abogado General y los autores de libros, para salvaguardar los derechos de la UAEM, en cada una de las publicaciones.
- Difundir y promocionar las convocatorias anuales de poesía y narrativa, así como coordinar la recepción de los trabajos participantes.
- Organizar y dar seguimiento a los concursos internacionales anuales de poesía y narrativa de la UAEM, así como a la entrega de los premios correspondientes.
- Organizar, programar y dar seguimiento a las presentaciones de las publicaciones que realiza la UAEM.

- Atender y resolver los asuntos editoriales y administrativos relacionados con la Red Nacional ALTEXTO.
- Revisar y validar la información que se remite periódicamente a la Dirección de Divulgación Cultural, así como la relativa al avance de sus actividades, incorporadas en el Programa Operativo Anual (POA) y Plan Rector de Desarrollo Institucional (PRDI).
- Atender las actividades de operación y mantenimiento de los procesos del Sistema de Gestión de la Calidad, que tenga bajo su responsabilidad.
- Generar y remitir a la Dirección de Divulgación Cultural, un informe relativo al desarrollo de sus actividades.
- Desarrollar las demás funciones inherentes al ámbito de su competencia.

• DEPARTAMENTO DE DISEÑO GRÁFICO

OBJETIVO:

Proporcionar el servicio de diseño gráfico a los diferentes espacios universitarios de la UAEM, con el propósito de difundir las actividades propias de los mismos.

FUNCIONES:

- Coordinar y dar seguimiento al trabajo de diseño realizado por el Departamento, en atención a los requerimientos presentados por los espacios universitarios.
- Recibir y analizar la información necesaria para el diseño y producción de material de difusión.
- Apoyar en la difusión de la imagen institucional con base en los tiempos establecidos para la recepción, diseño, entrega de papelería y publicidad, observando, lo dispuesto en el Reglamento de Símbolos Universitarios.
- Generar y someter a consideración del espacio universitario solicitante las propuestas de diseño para el material de difusión, a efecto de solicitar su autorización.
- Emitir el cuadro comparativo de las cotizaciones de cada proyecto, de acuerdo con las características técnicas del mismo, para la selección del proveedor a partir de criterios de calidad, tiempo de entrega y costo.
- Realizar las gestiones administrativas para la obtención de recursos, a fin de solicitar al proveedor seleccionado la reproducción del material de difusión.
- Recibir, verificar y validar el material de difusión impreso, así como hacer entrega del mismo al espacio universitario solicitante.
- Generar la póliza para el pago de facturas de proveedores, así como integrar la documentación correspondiente para su tramitación ante la Dirección de Recursos Materiales y Servicios Generales.
- Revisar y validar la información que se remite periódicamente a la Dirección de Divulgación Cultural, así como la relativa al avance de sus actividades, incorporadas en el Programa Operativo Anual (POA) y Plan Rector de Desarrollo Institucional (PRDI).
- Atender las actividades de operación y mantenimiento de los procesos del Sistema de Gestión de la Calidad, que tenga bajo su responsabilidad.

- Generar y remitir a la Dirección de Divulgación Cultural, un informe relativo al desarrollo de sus actividades.
- Desarrollar las demás funciones inherentes al ámbito de su competencia.

• DEPARTAMENTO DE COMERCIALIZACIÓN Y DISTRIBUCIÓN EDITORIAL

OBJETIVO:

Dirigir las actividades de venta del fondo editorial, en eventos culturales al interior y exterior de la UAEM, en general, de los libros y publicaciones periódicas editados por la Universidad Autónoma del Estado de México.

FUNCIONES:

- Desarrollar y operar acciones, mecanismos y estrategias para la venta y distribución de la producción editorial de la Universidad Autónoma del Estado de México.
- Llevar un control de libros y publicaciones periódicas que forman parte del Fondo Editorial de la UAEM, tomando como base el tipo y temática del material.
- Realizar y controlar la consignación de los libros del fondo editorial a las librerías comerciales.
- Coordinar la participación de la Universidad en ferias de libros –estatales, nacionales e internacionales– para la venta y difusión de la obra editorial de la UAEM, en ámbitos externos.
- Organizar anualmente la Feria Nacional de la Industria Editorial, las Artes Gráficas y el Disco Compacto (FENIE), en la Ciudad de Toluca, Estado de México, para difundir a la población en general, las diferentes manifestaciones culturales y artísticas.
- Atender, previa autorización de la Secretaría de Difusión Cultural, las solicitudes de donación de libros presentados por dependencias internas y externas de la UAEM.
- Revisar y validar la información que se remite periódicamente a la Dirección de Divulgación Cultural, así como la relativa al avance de sus actividades, incorporadas en el Programa Operativo Anual (POA) y Plan Rector de Desarrollo Institucional (PRDI).
- Atender las actividades de operación y mantenimiento de los procesos del Sistema de Gestión de la Calidad, que tenga bajo su responsabilidad.
- Generar y remitir, a la Dirección de Divulgación Cultural, un informe relativo al desarrollo de sus actividades.
- Desarrollar las demás funciones inherentes al ámbito de su competencia.

• POLÍTICA EDITORIAL

Conforme a las políticas editoriales establecidas se determina lo siguiente:

- Acuerdo por el que se crea el Consejo General Editorial de la Universidad Autónoma del Estado de México, forma de integrarse y sus atribuciones.
- Definición de las colecciones.

- Creación de un Consejo General Editorial
- Reglamento Editorial de la Universidad Autónoma del Estado de México.
- Capítulo I. Disposiciones Generales.
- Capítulo II. Del Consejo General Editorial. Integración y atribuciones.
- Capítulo III. De los Consejos y Comités Editoriales.
- Capítulo IV. De la presentación de originales.
- Capítulo V. De la dictaminación de las publicaciones.
- Sección A. De las Publicaciones periódicas.
- Sección B. De las Publicaciones no periódicas.
- Capítulo VI. De las publicaciones.
- Sección A. De las académicas periódicas.
- Sección B. De las académicas no periódicas.

*“En pro de su imagen editorial, además de garantizar la calidad del contenido de sus publicaciones, la UAEMéx está trabajando en normas y lineamientos editoriales. Para lo cual es necesario establecer criterios de uso del lenguaje, decidir frente al amplio panorama estilístico cuál ha de ser el perfil que identifique a la institución”.*¹²³

Al menos hay dos razones importantes para este trabajo de unificación: la consolidación de una imagen editorial y la aportación de una reflexión sobre el estado de la cuestión en el ámbito local.

3.1.1. ESTADÍSTICAS DE LA PRODUCCIÓN EDITORIAL

De acuerdo a la Agenda Estadística 2010, de la Universidad Autónoma del Estado de México, el Programa Editorial de la Universidad reporta:

CONCEPTO	CANTIDAD
PROGRAMA EDITORIAL	
Boletines	6
Concursantes	70
Convocatorias	2
Libros publicados / editados	38
Revistas	6
DIFUSIÓN DEL FONDO EDITORIAL	
Libros comercializados	3529
Ingresos (miles de pesos)	246.6

¹²³ Ramírez, Cynthia y Javier Beltrán (2005). *Lineamientos editoriales: ecdótica de la UAEM*. Universidad Autónoma del Estado de México, México. p. 12.

Presencia en entidades	15
Presencia en librerías	95
Presentaciones de libros	76
Puntos de venta	95
OTRAS PUBLICACIONES	
Diseño e impresión de material gráfico	890
ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS	
Fenie (asistentes)	34 795
Participación en Ferias de Libro	18

Datos obtenidos de la Agenda Estadística, 2010. Universidad Autónoma del Estado de México.

Entre las revistas universitarias publicadas en 2010, se encuentran:

ESPACIO ACADÉMICO	REVISTA	EJEMPLARES
Ciencias Agrícolas	Ciencias Agrícolas Informa	1
Ciencias Políticas y Sociales	Enlace	2
	Espacios Públicos	3
	Cronos	1
Derecho		
Economía	Economía Actual	1
	Paradigma	1
Enfermería y Obstetricia	Horizontes en Salud	1
	Talentos	1
Humanidades	Tlamatini	2
Ingeniería	Ideas	1
Medicina Veterinaria y Zootecnia	Nueva Época	1
Planeación Urbana y Regional	Quivera	1
Dependencia de Administración Central		
	Ciencia Ergo Sum	2

En el reporte anterior, se puede percibir que algunas publicaciones no son consideradas en sus estadísticas. La Facultad de Arquitectura y Diseño edita la Revista Legado, y no se hace mención de ella.

3.1.2. ORGANISMOS ACADÉMICOS Y SUS PUBLICACIONES PERIÓDICAS CIENTÍFICAS Y ACADÉMICAS

REVISTAS CIENTÍFICAS EN ÍNDICES 2008

REVISTAS	CONACYT ¹	REDALYC ²	LATINDEX ³	ESPACIO UNIVERSITARIO
CONTRIBUCIONES DESDE COATEPEC				Centro de Investigación en Ciencias Sociales y Humanidades y Facultad De Humanidades.
CONVERGENCIA				Facultad de Ciencias Políticas y Administración Pública
PAPELES DE POBLACIÓN				Centro de Investigación y Estudios Avanzados de la Población.
SUPERFICIES Y VACÍOS				Facultad de Química y la Sociedad Mexicana de Ciencia y Tecnología de Superficies y Materiales, A.C.
TIEMPO DE EDUCAR				Centro de Innovación. Desarrollo e Investigación Educativa.

1 Índice de Revistas Mexicanas de Investigación Científica y Tecnológica del CONACYT.

2 Redalyc: Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal.

3 Latindex: Sistema Regional de Información en Línea para Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal

Fuente: Secretaria de Investigación y Estudios Avanzados, UAEMéx.

3.2. FACULTAD DE ARQUITECTURA Y DISEÑO. ANÁLISIS Y REFERENTES EDITORIALES

3.2.1. EL PRECEDENTE

La Facultad de Arquitectura y Diseño (FAD), como organismo académico de la UAEMéx, atiende a los fundamentos que establece la casa de estudios, publicando la Revista de Divulgación de la Coordinación de Investigación y

Estudios Avanzados la FAD llamada *Legado*; el Boletín de Investigación y Estudios Avanzados de la misma institución denominada *Transforma* y el Boletín Interno de la FAD con el nombre *El Corresponsal*.

El proceso editorial de estas publicaciones, atiende a ciertos criterios establecidos por la experiencia de quien encabeza las publicaciones. Sin embargo, se han visto modificados los procesos. El Boletín Interno de la FAD *El Corresponsal* inicialmente era una publicación, cuya periodicidad era cuatrimestral, pero después de seis números publicados cambió a semestral. Lo anterior, debido a que durante su desarrollo, tarda mucho tiempo en las fases de revisión y autorización por parte del Comité Editorial interno de la misma Facultad, además de considerar que la participación por parte de la comunidad no es muy activa ni constante.

En cuanto, al Boletín de Investigación y Estudios Avanzados *Transforma*, ha respetado su periodicidad semestral. Es una publicación que da a conocer el trabajo de los cuerpos académicos que conforman el área de investigación y posgrado. Esta publicación fue creada durante una administración en particular. Por lo cual es necesario cambiar el nombre de la publicación e imagen de la misma. Pero eso evita que el boletín no logre una identidad y reconocimiento propio. El Boletín de Investigación fue impreso en seis ocasiones.

La Revista de Divulgación de la Coordinación de Investigación y Estudios Avanzados de la FAD *Legado*, se ha visto involucrada en varias situaciones, que la han perjudicado para que la publicación no cuente hoy en día con algunos registros legales como: ISSN, Certificado de Licitud de Título y Contenido (CLT, CLC). El no cumplir con estos criterios impide que la publicación tenga un reconocimiento, local, nacional e internacional, a nivel académico. Algunos factores que influyen para la condición antes mencionada, son:

- no cumplir con una periodicidad regular, en por lo menos tres números;
- no contar con un Comité Editorial que esté integrado por dos o tres personas ajenas a la facultad;
- menos del 50% de los textos publicados provienen de autores externos a la institución editora;
- no existe una participación activa de la comunidad de investigadores de la FAD;
- El equipo de edición no cuenta con un corrector de estilo, y esto impacta en los tiempos de revisión, corrección y verificación de textos¹²⁴;
- no existe un traductor de textos en inglés para lograr una calidad en el abstract de cada artículo;
- no hay una suficiente difusión y distribución de la revista dentro del ámbito académico.

La revista tiene 11 números publicados y un suplemento. Los dos primeros números tuvieron una periodicidad anual (Septiembre, 2003 y Diciembre, 2004). El número 3 y 4 (Septiembre, 2006 y Mayo, 2008), se publicaron con dos

¹²⁴ Estos puntos se retoman de un diagnóstico realizado por la Mtra. Flor de María Gómez Ordóñez, Maestra de la FAD, titulado "Criterios para consolidar una publicación periódica: *Legado*. Revista de Investigación y Divulgación de la Coordinación de Investigación y Estudios Avanzados de la FAD". Noviembre, 2008.

años de interrupción; el no. 5 (Julio, 2009), regresó a la periodicidad anual. El no. 6 (Abril, 2010) tiene el objetivo de iniciar con la periodicidad considerada originalmente, "semestral". A partir de esos números la periodicidad es regular.

De acuerdo a lo anterior, la revista *Legado* puede considerarse como una revista académica periódica, que inicia su producción en el año 2003, el Boletín *Transforma* en el 2006 con 6 números, El Boletín interno de la FAD *El Corresponsal* en 2007 con la edición de 6 números y los folletos académicos *Fadcil* en 2009.

En el año 2011, *Legado* fue evaluada por la Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal *Redalyc*, uno de los principales objetivos de la publicación es alcanzar la inclusión al sistema de información científica Redalyc. Al respecto, el medio impreso alcanzó el 74.4% de los 82% del total de créditos de valoración. La red proporciona las sugerencias necesarias para que la publicación apruebe la valoración en una posterior postulación. Por lo que ahora la revista está encaminando sus esfuerzos en estas sugerencias para cubrir satisfactoriamente lo solicitado.

Recapitulando, se da a conocer el avance que ha tenido en producción académica la FAD, sin embargo, en este año 2012 la difusión del conocimiento ha sido truncada por la mínima actividad editorial dentro del organismo académico.

3.2.2. ORIGEN DE LA GC. INVESTIGACIÓN CUANTITATIVA

Recapitulando, es preciso puntualizar en la perspectiva que tienen los académicos de la FAD respecto a la poca participación que existe en la producción y difusión del conocimiento. Para ello fue necesario recurrir a una investigación cuantitativa, pues se pretende explicar el fenómeno de la actividad editorial, buscando regularidades y relaciones causales entre elementos. Esto significa que la meta principal es la construcción y demostración de teorías (que explica y predican).

Se pretende, a través del método, emprender un importante proceso de diagnóstico de situaciones específicas y propuestas de acciones para el mejoramiento de las relaciones intergrupales que propicien un cambio en el proceso de trabajo. Mediante la selección de una muestra probabilística.

Con el siguiente instrumento, se inicia la investigación sobre la labor editorial dentro de la FAD, ¿cuáles son las causas que no han permitido una actividad constante en el organismo académico? Si hay producción de conocimiento ¿por qué no se difunde? Y en seguida se procede a dar el reporte de resultados del proceso cuantitativo. (Sampieri, 2008:6)

Nombre del profesor de asignatura: _____

Último grado de estudios: _____

Licenciatura donde imparte clases: _____

La epistemología contemporánea sugiere que la actividad científica o académica es una actividad social y colaborativa, en que la investigación es realizada por grupos y comunidades de investigadores y, a la vez, validada socialmente por la comunidad científica de cada disciplina, que se intercomunica a través de los productos escritos. La labor de escribir informes, artículos o libros, en los que se vuelca la creación de conocimiento científico obtenido mediante la investigación, es una labor de **comunicación científica o comunicación académica**. El conjunto de las dos constituye un proceso **indivisible** que se puede denominar **producción científica o producción académica**.

OBJETIVO: Contestar las siguientes preguntas, permitirá conocer la importancia de la producción académica en la Facultad de Arquitectura y Diseño de la UAEMéx. Con la finalidad de establecer estrategias que logren la producción y difusión del conocimiento por medio de la edición impresa y/o digital, en dicho organismo académico. Lo anterior con el propósito de sustentar un proyecto de investigación de la Maestría en Diseño.

1. ¿Ha participado con algún artículo en una publicación periódica de la Facultad de Arquitectura y Diseño?
Sí _____ No _____ (Si la respuesta es **NO**, pasar a la **pregunta 6**)

2. ¿En qué año?
De 1995-2000 _____ De 2000-2005 _____ De 2005-2010 _____ En 2011 _____
Otro _____

3. El nombre de la publicación en la que participó es:
 - **In formas Diseño** / Revista ()
 - **Ensamble** / Revista ()
 - **El divulgador** / Boletín ()
 - **Fádcil** / Boletín ()
 - **El corresponsal** / Boletín ()
 - **Transforma** / Boletín ()
 - **Legado** / Revista ()
 - **Otra (s)** _____

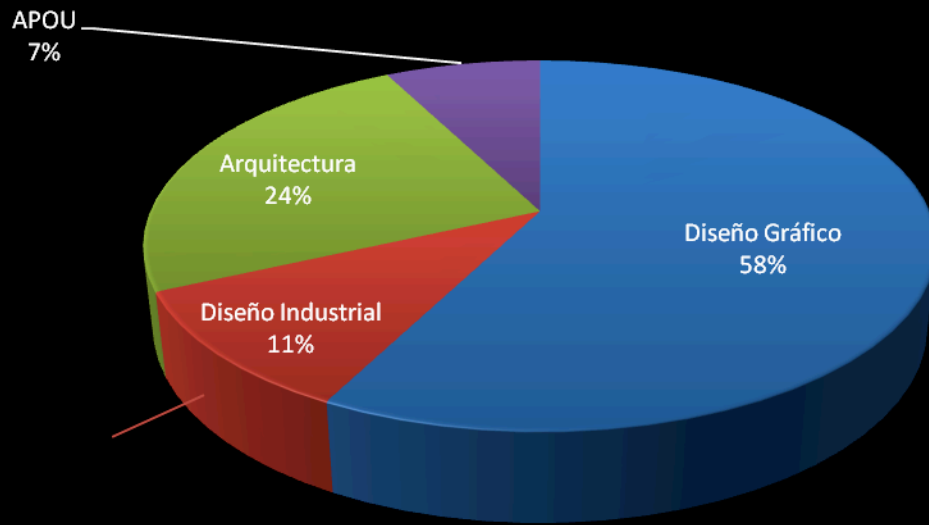
4. ¿Su participación ha sido con la colaboración de algún otro integrante de la comunidad de la FAD?
Sí _____ No _____

5. Al participar en la (s) publicación (es) su principal objetivo fue:
 - Obtener un reconocimiento institucional ()
 - Contribuir a la correspondencia entre sociedad – universidad ()
 - Aportar al organismo académico el desarrollo de una sociedad de conocimiento ()
 - Buscar la vinculación entre la academia y la investigación para la producción académica en beneficio del discente ()

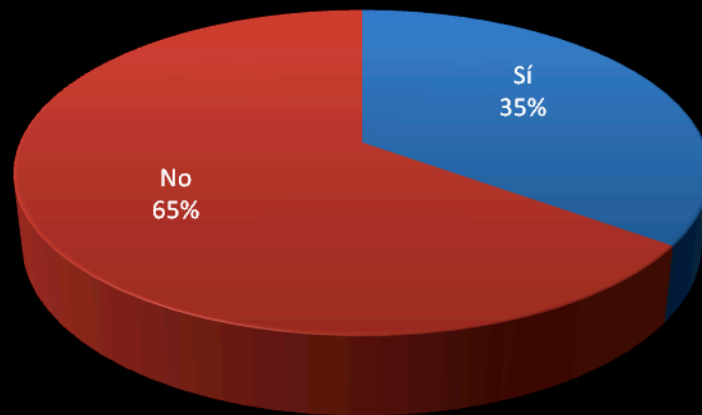
6. El motivo por el cual no ha participado en alguna publicación es:
 - Falta de difusión de las publicaciones editadas ()
 - Desconocimiento del cierre de las convocatorias ()
 - No hay posibilidad de poder colaborar con el área de posgrado ()
 - Falta de tiempo para dedicar a la investigación ()
 - Falta de una publicación que cubra sus expectativas académicas ()
 - Es sólo una tarea del área de Investigación y Posgrado ()
 - Otro motivo _____



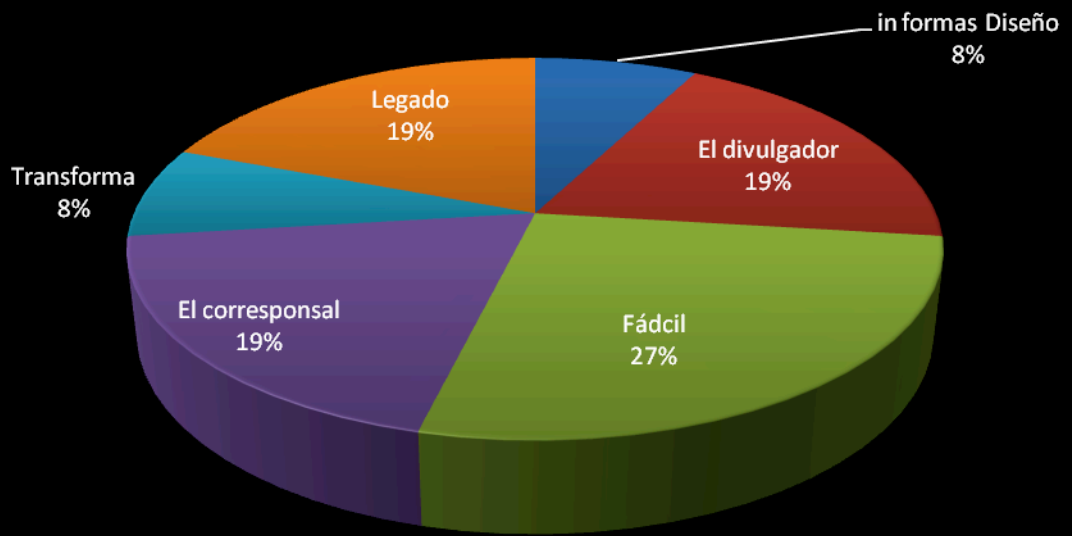
Licenciatura donde imparte clases



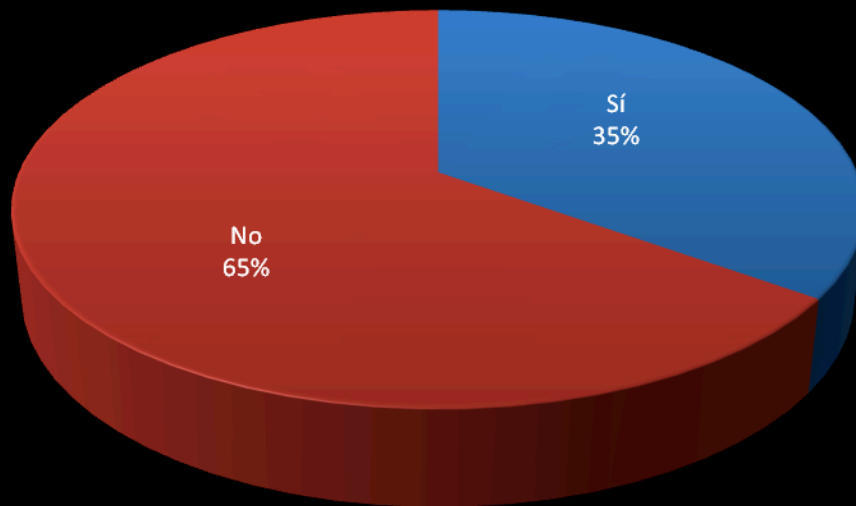
¿Participación con artículo en publicación periódica, FAD?



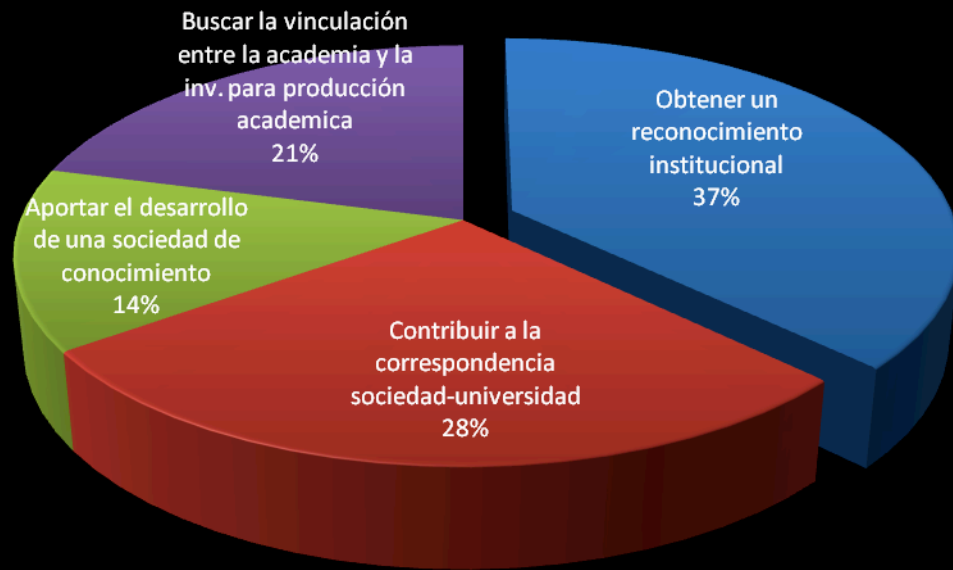
Nombre de la publicación



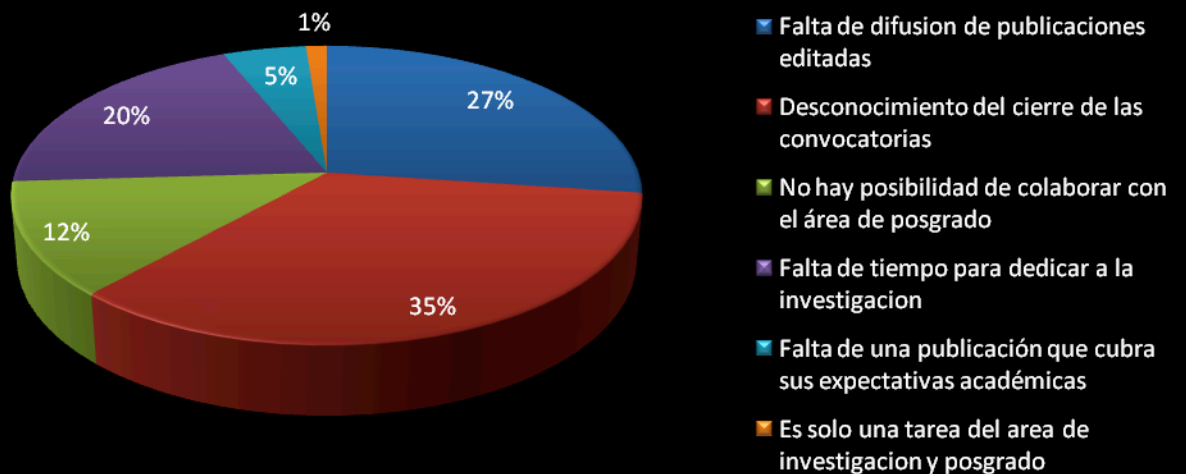
Colaboración con otro académico de la FAD



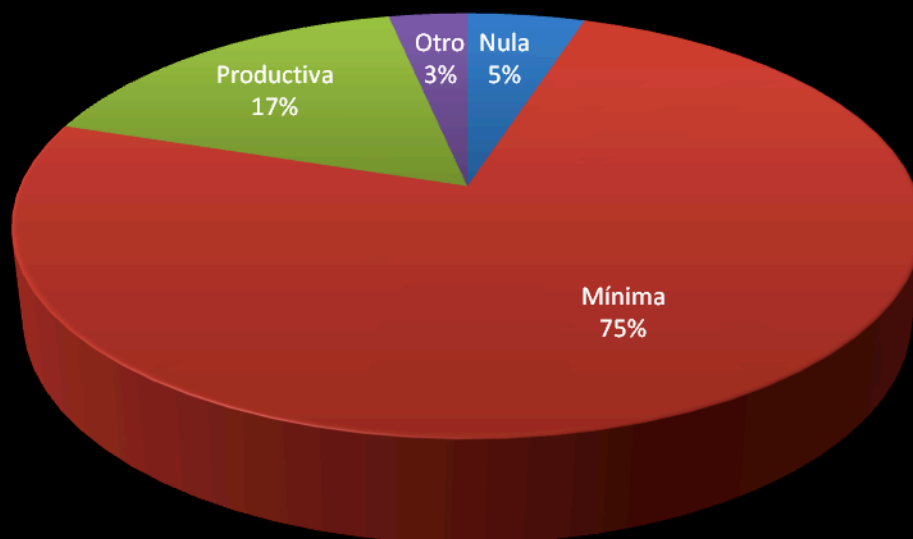
Objetivo de la participación en las publicaciones



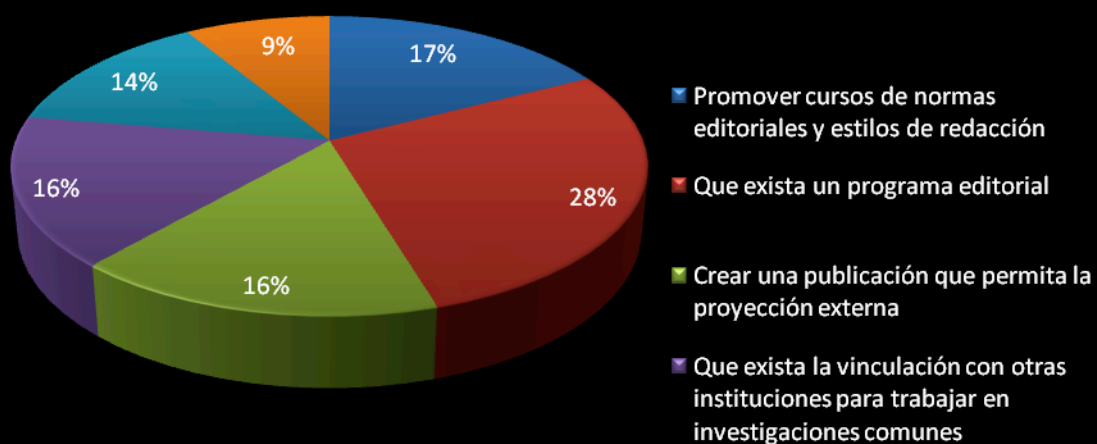
Motivo de la falta de participación



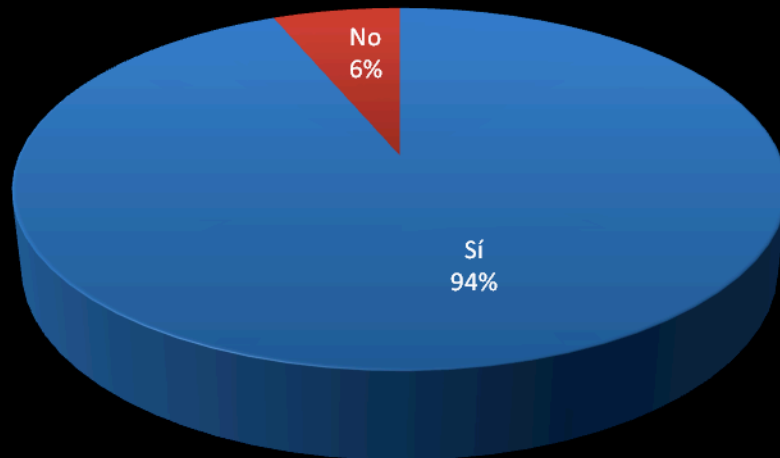
¿Cómo es la producción académica?



Para aumentar la participación de la planta docente en la producción académica es necesario:



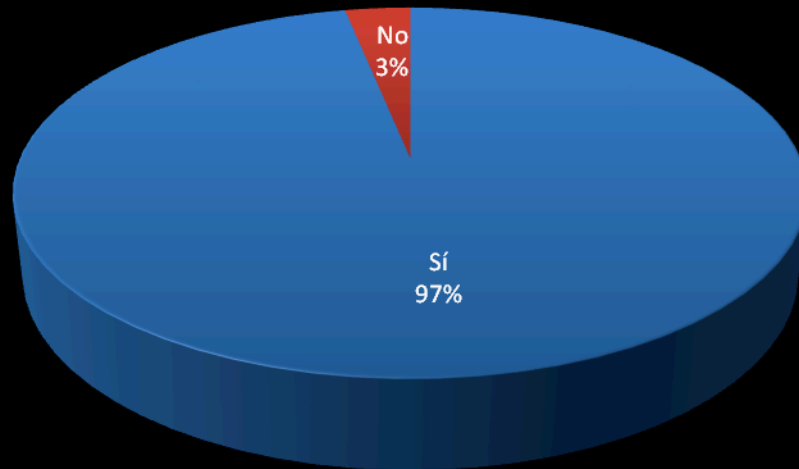
¿Existencia de un programa editorial en la FAD para la difusión del conocimiento?



Medios pertinentes para la difusión del conocimiento



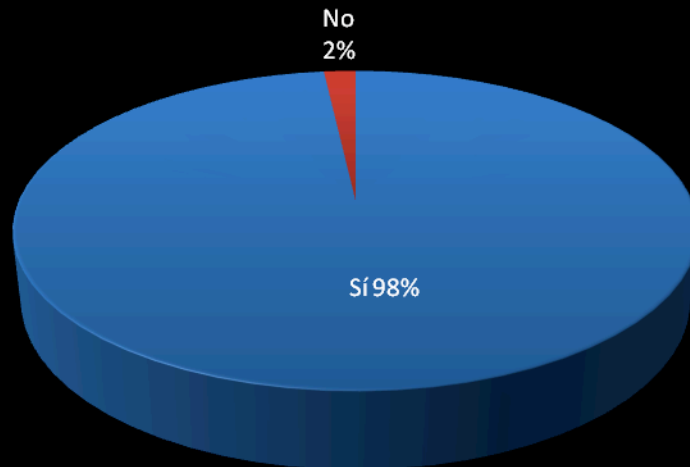
¿Falta material de apoyo para la formación del alumno?



Tipo de material



Importancia de las relaciones académicas con otros espacios educativos



Motivos



El total de la población es de 336 profesores de asignatura, según datos proporcionados por el Segundo Informe de actividades 2011, del M. en Arq. Jorge Eduardo Valdés Garcés. Facultad de Arquitectura y Diseño. Considerando una muestra del 20% del total.

El instrumento fue proporcionado a tres de las cuatro jefas de coordinación de licenciatura, para ser enviados a su planta docente por correo electrónico, sin embargo, solo Diseño Gráfico y Arquitectura dieron respuesta a esta encuesta, a Diseño Industrial no se le proporcionó por este medio y APOU no respondió a la solicitud. Sin embargo, se les pidió directamente a algunos académicos de estas carreras su colaboración de manera personal.

La mayoría del grupo entrevistado tienen grado de maestría, esto indica que teóricamente hay posibilidades de producir conocimiento con más herramientas investigativas.

Los maestros con mayor disponibilidad para participar con esta encuesta son de la Licenciatura en Diseño Gráfico.

Más de la mitad de los encuestados no han participado con artículos en las revistas y boletines que hasta el momento se han editado en la FAD. De cualquier manera los pocos que lo han hecho equilibran la participación en todas las publicaciones.

Sin embargo, la mayoría produce conocimiento individualmente y su objetivo en la participación de publicaciones es:

- Buscar la vinculación entre la academia y la investigación para la producción académica.
- Obtener un reconocimiento institucional
- Contribuir a la correspondencia entre sociedad – universidad
- Aportar al organismo académico el desarrollo de una sociedad de conocimiento

La mayoría no participa por falta de desconocimiento del cierre de las convocatorias, o bien por falta de reconocimiento de las publicaciones editadas.

Los profesores de asignatura consideran que existe una mínima actividad en la producción académica y esto impacta en la labor editorial de la FAD.

Para aumentar la participación de los docentes en la producción académica es necesario:

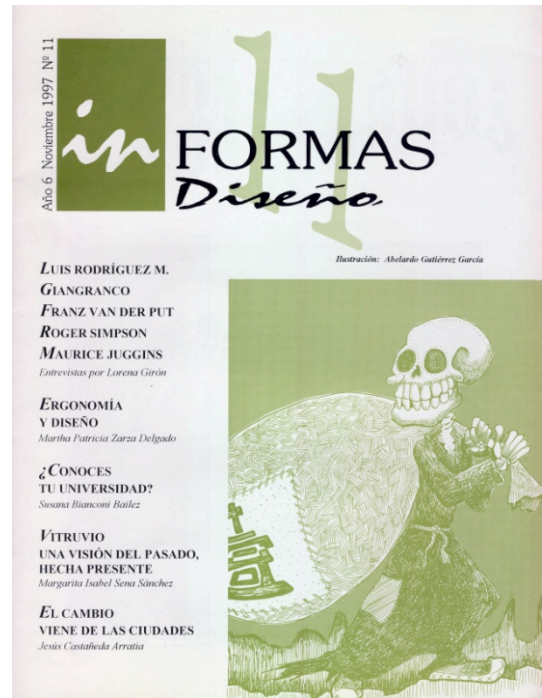
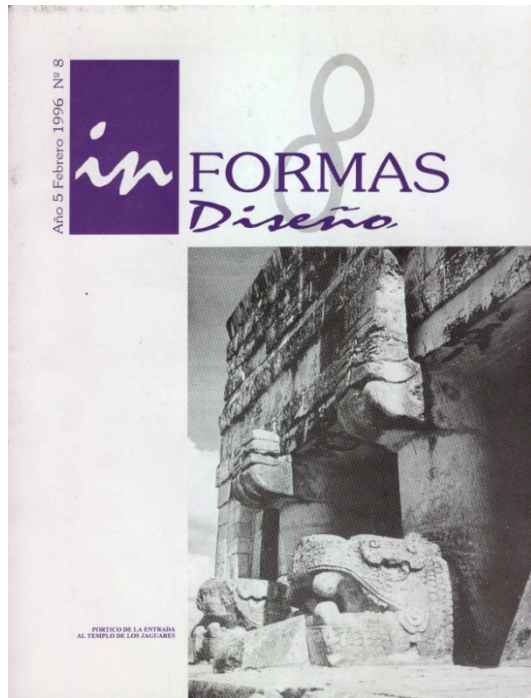
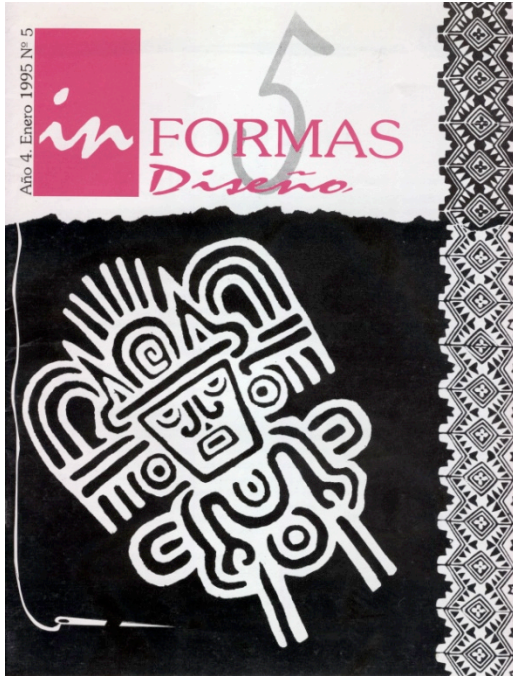
- Que exista un Programa Editorial, que tenga la misión de producir y difundir a través de medios impresos y digitales los resultados
- Promover cursos de normas editoriales y estilos de redacción
- Crear una publicación con ciertas condiciones, que permitan la proyección externa de los participantes
- Que exista la vinculación con otras instituciones y espacios académicos para trabajar en conjunto investigaciones comunes

Entonces la mayoría considera necesario reconsiderar la actividad editorial por medio de un Programa establecido. Para producir en su mayoría medios editoriales digitales. Incluso para apoyar al alumno en el aula de clases, con antologías, cuadernos de trabajo, entre otros.

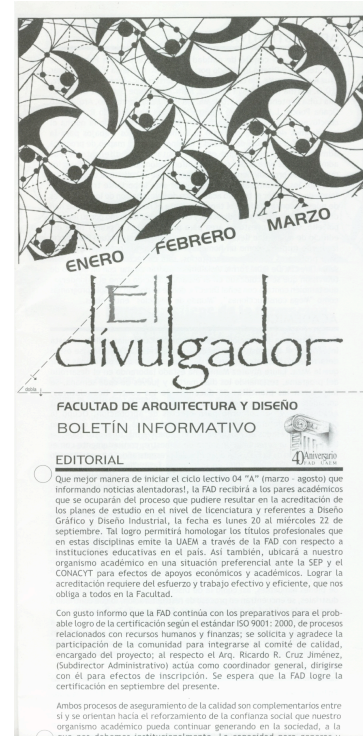
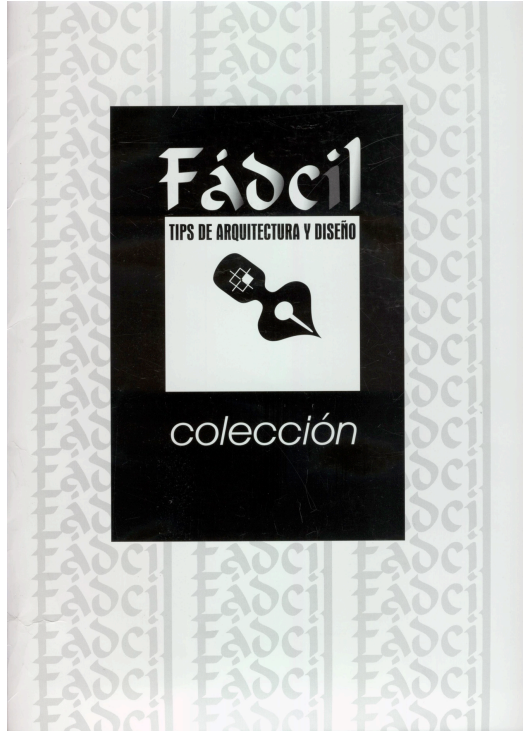
Para brindar mayor calidad en el conocimiento que se pueda difundir es importante la participación en redes a nivel intra, inter y transinstitucional.

Porque de ésta manera se retroalimentan los conocimientos y puede existir una vinculación con el intercambio.

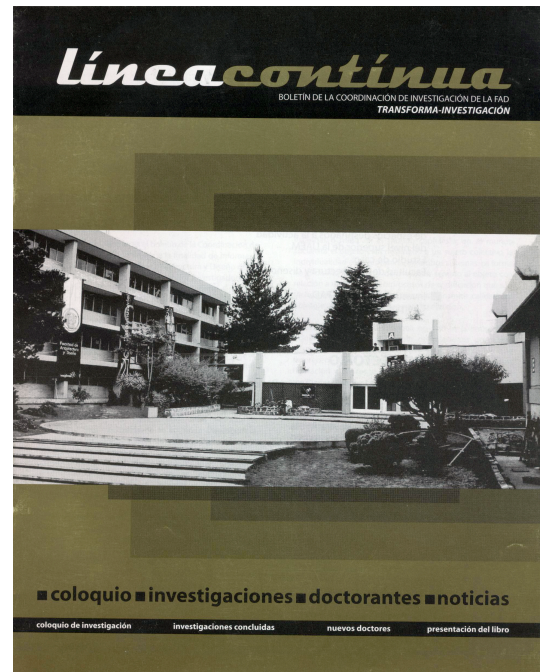
- PUBLICACIONES EDITADAS POR LA FAD



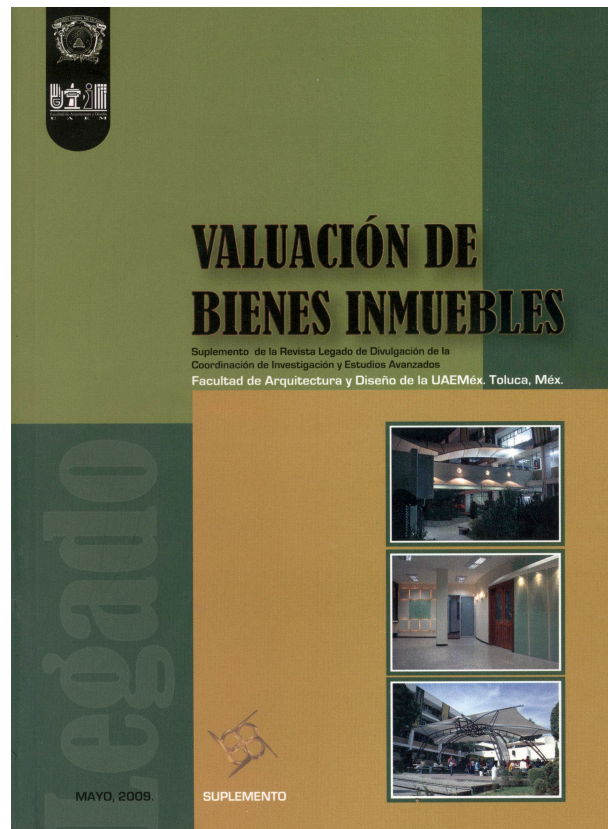
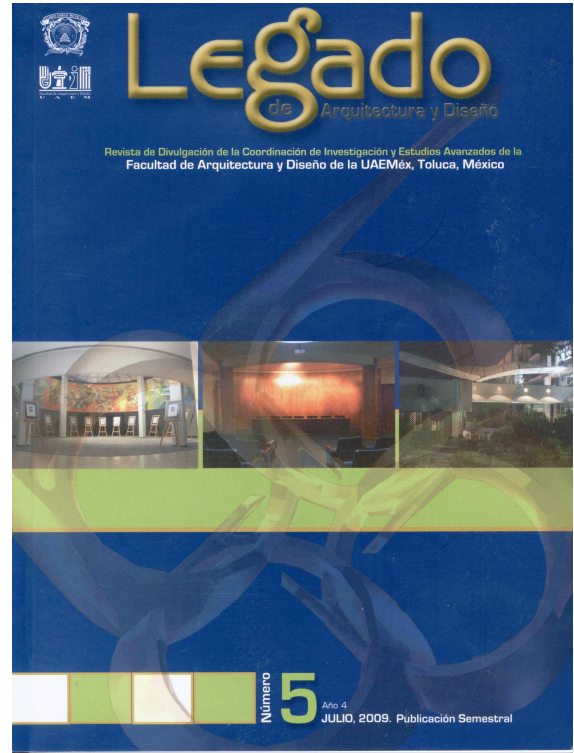
Portadas de la publicación bimestral *in formas*, editada por la FAD de 1994 – 1997.



Fácil, primera versión de los boletines de Información general para las licenciaturas de Arquitectura, Diseño Gráfico y Diseño Industrial de la FAD, 2002. *El divulgador*, Boletín Informativo, 2004.



Boletín "Transforma"



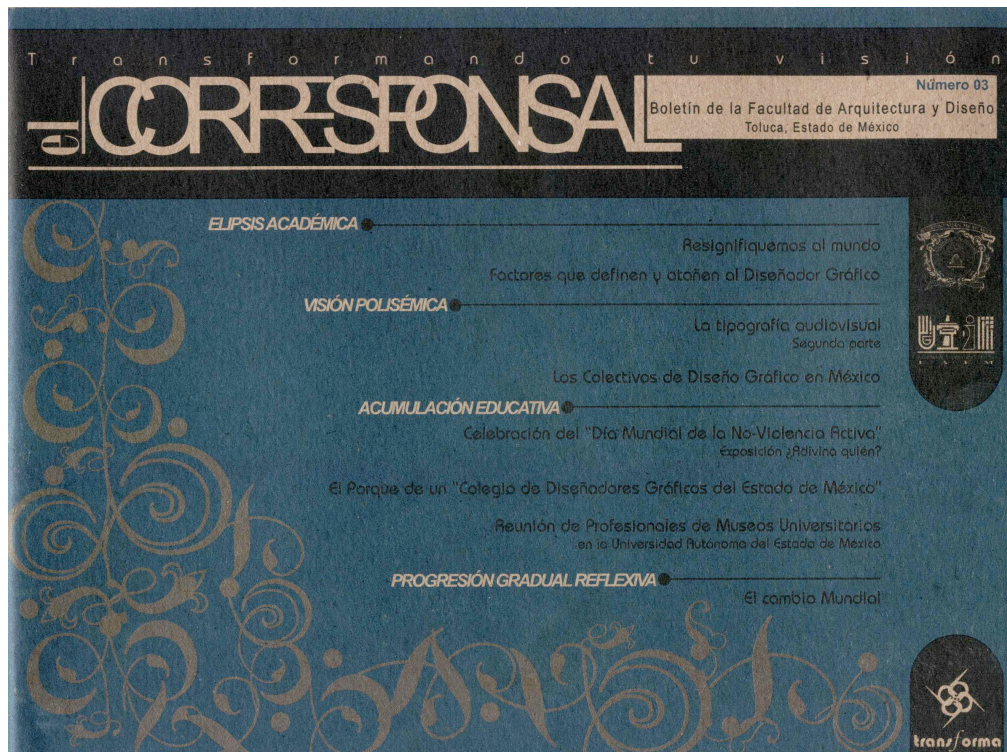
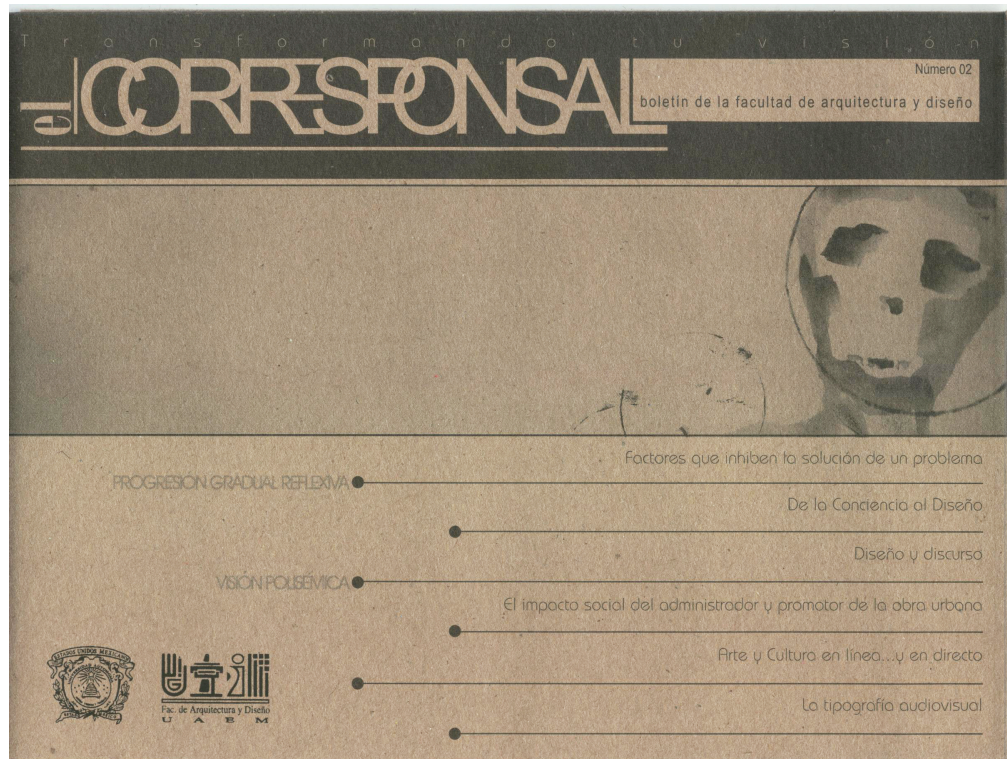
Revista y suplemento "Legado"



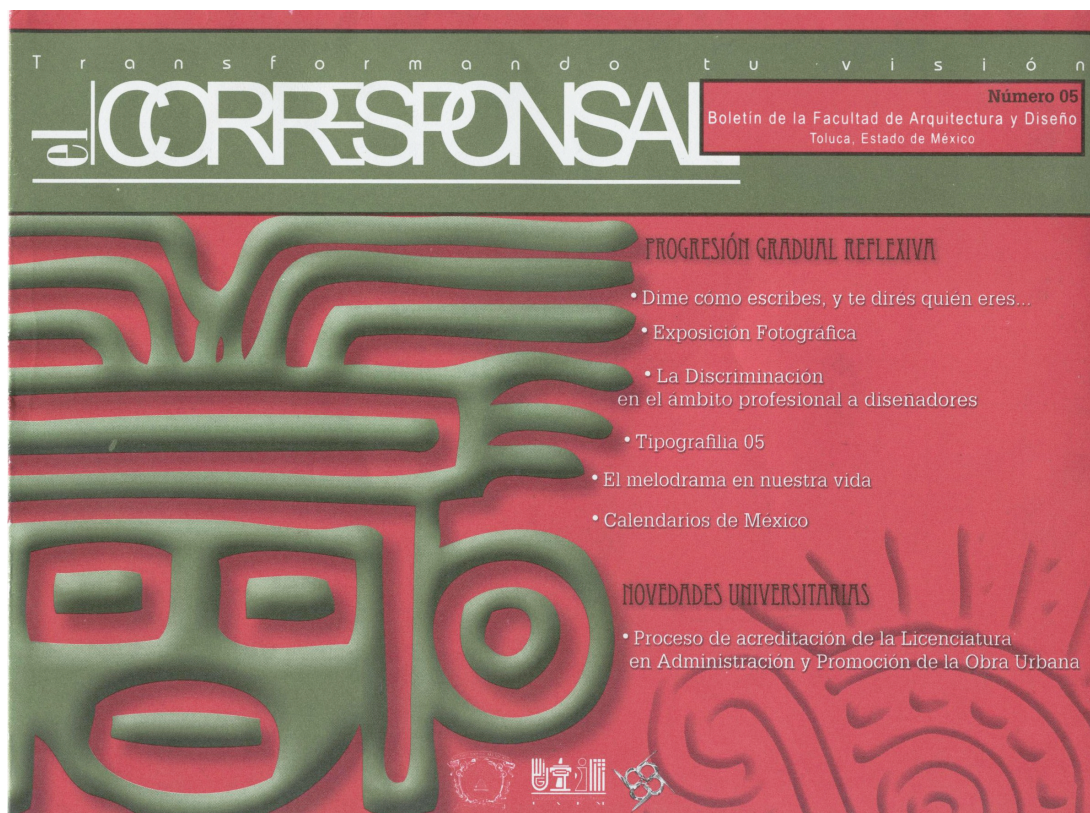
Boletín *Fácil*, segunda edición.



Boletín "El corresponsal" no. 1



Boletín "El correspondal" no.2 y 3.



Boletín "El corresponsal" no.4 y 5

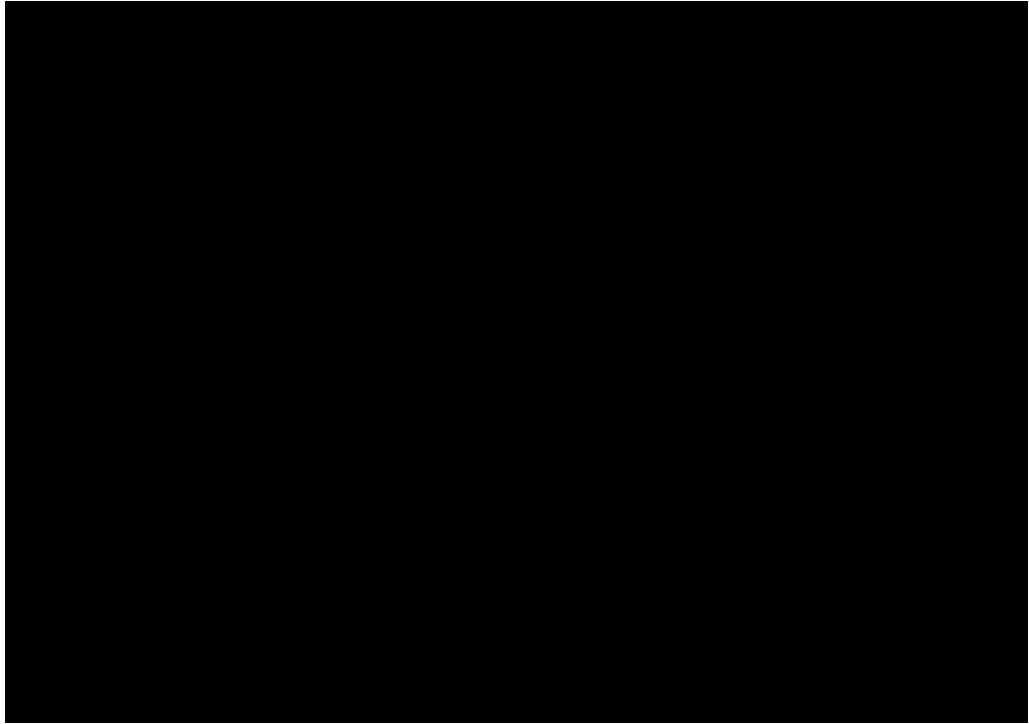


Portada de la revista no. 1 Ensamble, con periodicidad semestral.

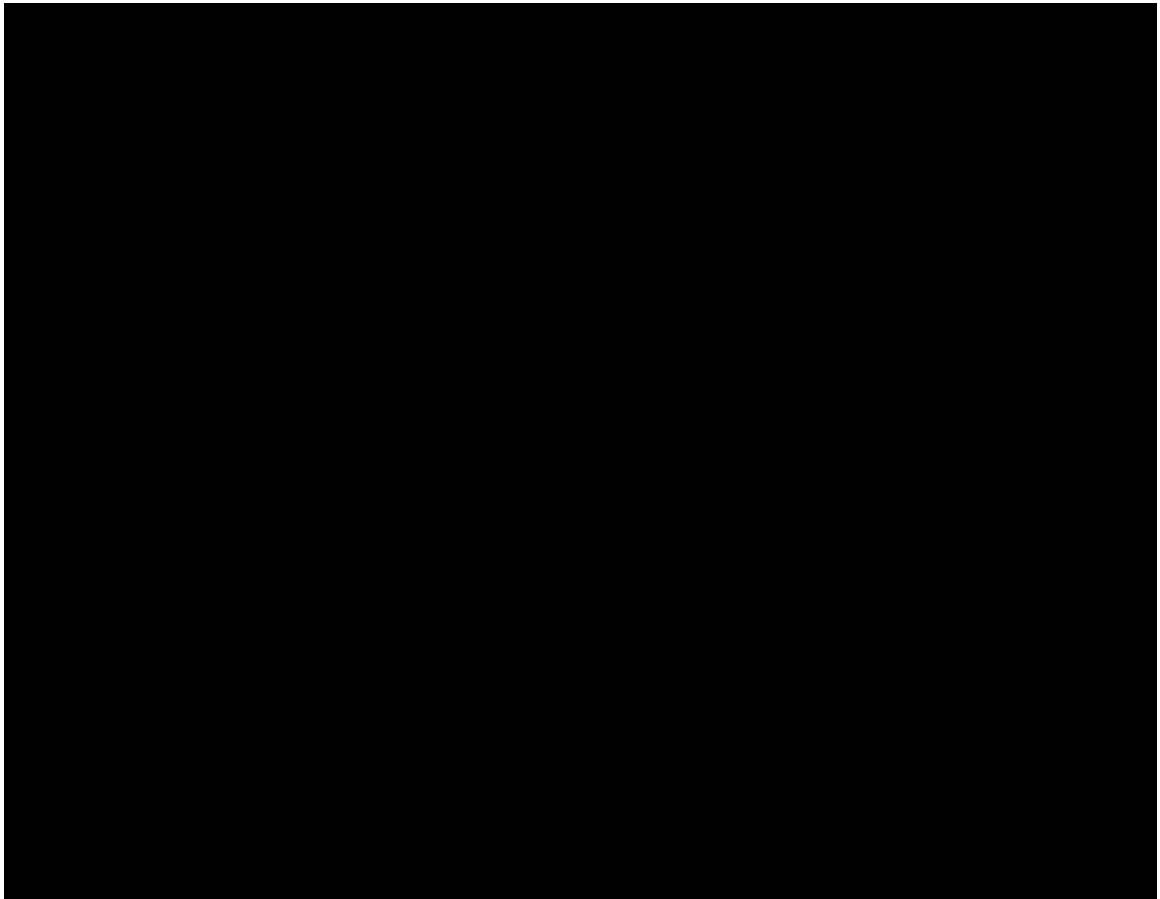
Con esta muestra, se brinda evidencia de la actividad editorial desempeñada por la Facultad de Arquitectura y Diseño, desde el año 1993 hasta el presente. Sin embargo, la única publicación que sigue en edición es *Legado*, el resto han desaparecido por cambios de administración.

3.2.3. REDES INTER, INTRA Y TRANSUNIVERSITARIA COMO APOYO A LA ACTIVIDAD EDITORIAL DE LA UNIVERSIDAD

Como se ha observado y escrito a lo largo de este documento las redes académicas, de colaboración, y los modelos de redes en universidades, son esenciales en universidad.



Red intrainstitucional. Elaboración M. en D. Jorge Cid



3.2.4. DIAGNÓSTICO FODA

Para conocer a más detalle la situación que atraviesa el Organismo académico de la UAEMéx, es necesario realizar un proceso de planificación estratégica, la cual utiliza diferentes herramientas de análisis para obtener información que permita tomar decisiones acertadas al trazar la trayectoria futura de las organizaciones. Una de las herramientas más utilizadas, por su sencillez y gran utilidad, es el análisis FODA.

El resultado inmediato del análisis FODA (SWOT en inglés; DOFA, FOCA, DAFO, etc. en español, según la traducción y el orden de los elementos que le componen) es un diagnóstico bastante preciso de la situación actual del entorno interno y externo de la organización. Es de gran ayuda para los que encabezan un proyecto a la hora de tomar decisiones estratégicas y tácticas.

FODA es una sigla que resume cuatro conceptos: fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas. Los criterios para ubicar un dato o hecho en una de estas cuatro categorías son básicamente dos:

1. Si son internos o externos a la organización
2. Si son convenientes o inconvenientes para la organización

Las oportunidades y las amenazas son elementos externos a la organización que esta no puede controlar ni modificar pero sí aprovechar o manejar. Las fortalezas y las debilidades son factores internos que la organización sí controla, que dependen de esta.

Es fácil derivar que las oportunidades y las fortalezas son factores favorables para la organización y las debilidades y las amenazas son desfavorables.

La utilidad del FODA radica en diseñar las estrategias para utilizar las fortalezas en forma tal que la organización pueda aprovechar las oportunidades, enfrentar las amenazas y superar las debilidades. De un buen análisis FODA surge toda una gama de planes de acción estratégicos y proyectos para lograr el éxito.

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES	DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • Actividad editorial iniciada • Actitud y disposición para el inicio del quehacer editorial • Conocimiento de algunos procesos legales 	<ul style="list-style-type: none"> • Interés del personal para participar en un programa editorial • Vínculos ya establecidos para la distribución de los productos editoriales • Edición de una revista con la elaboración de un diagnóstico por REDALyC 	<ul style="list-style-type: none"> • Presencia parcial del Comité Editorial • Ausencia de procedimientos idóneos para mantener la calidad y eficacia de los procesos de producción y distribución • Falta de profesionalización de los procesos de producción y distribución • Baja participación académica en los procesos de evaluación • Participación activa en redes intra, inter y transinstitucional • Poco estímulo para los docentes en la producción del conocimiento 	<ul style="list-style-type: none"> • Cambio de Comité editorial al términos de alguna administración • Falta de reconocimiento y prestigio en el exterior del organismo académico • Desmotivación de la comunidad para la participación en la producción del conocimiento.

Es importante, tomar en cuenta esta visión experta para aplicarla al proyecto que hoy nos compete. Analizando a la sociedad adscrita a la institución para responder a sus verdaderas inquietudes y necesidades de ámbito académico, científico y cultural. Para ofrecerles publicaciones que llenen sus expectativas y busquen una participación y adquisición en y de las mismas.

CONCLUSIONES

La labor de la editorial universitaria mexicana, es una actividad que según los expertos en el ámbito, resulta compleja, sus resultados suelen ser fructíferos, para llegar a ellos es necesario un trabajo en equipo coordinado y constante. Es prescindible, integrar y desarrollar redes que permitan a la actividad editorial universitaria promover, difundir y divulgar la producción científica y académica de calidad, obteniendo un desarrollo y progreso en la sociedad de conocimiento de la Facultad de Arquitectura y Diseño de la Universidad Autónoma del Estado de México. Todo lo anterior puede lograrse primeramente con la integración de un Programa Editorial, que permita un

trabajo constante y un buen funcionamiento de los lineamientos editoriales determinados por el espacio educativo, los cuales pueden facilitar los mecanismos de evaluación, de edición, publicación, difusión y distribución; hasta los mismos marcos normativos que rige a la industria editorial mexicana, entre otros.

En este proyecto de investigación se han permitido conjugar términos actuales que han estado surgiendo con el avance de la misma tecnología. Sus significados se han entrelazado para lograr un resultado, donde el objetivo general de esta investigación se ha cumplido. La pregunta general planteada al inicio del mismo proyecto, está encaminada a responder una necesidad real dentro de la Facultad de Arquitectura y Diseño, apoyando la labor del investigador, del docente y potenciar la formación académica del alumno. Esta triada debe estar vinculada para generar redes interdisciplinarias que se puedan desarrollar para beneficio de nuestra sociedad de conocimiento. Sin embargo, se tiene que tener presente la vinculación y el compromiso, que no sólo se debe tener al interior del espacio académico, sino con la misma sociedad y el mercado de trabajo, que finalmente siempre son motivo de investigaciones, estudios, análisis, y que a ellos se debe la existencia de cualquier profesión.

La Universidad Autónoma del Estado de México, cuenta con un Programa Editorial dependiente de la misma institución, a través de dicho programa se pretende cubrir con las necesidades de difusión y divulgación del conocimiento de facultades, centros universitarios, centros académicos, centros de investigación y escuelas preparatorias. Sin embargo, en algunas instituciones educativas han desarrollado la producción editorial de manera independiente, y tales son los casos de la Facultad de Humanidades, Facultad de Ciencias Políticas, Facultad de Planeación Urbana y Regional, quienes han posicionado sus publicaciones con las indizaciones, el registro ISSN y sobre todo con el reconocimiento universitario.

México en el siglo XXI, cuenta con Instituciones públicas de nivel superior que dentro de su oferta educativa cuentan con un organismo académico homogéneo al del caso motivo de esta investigación (Facultad de Arquitectura y Diseño), de las cuales tres universidades tienen una trayectoria significativa y de prestigio editorial, lo cual ha aportado también a su identidad dentro de las IES y sobre todo un reconocimiento en la sociedad. Tres de ellas, han sido motivo de análisis dentro de este proyecto; Universidad de Guadalajara (U de G), Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) y la Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco, siendo esta última la única que se encuentra en las condiciones antes mencionadas, pues sólo una de sus Divisiones –facultades– cuenta con un Programa Editorial independiente a la misma universidad, la División de Ciencias y Artes para el Diseño.

Con lo antes mencionado, es como la hipótesis que al inicio de este proyecto se plantea, resulta afirmativa pues con los casos anteriores y reconociendo su labor en el ámbito editorial, se sobreentiende que es necesario que exista dicha labor por medio de la integración de un Programa Editorial en un Organismo Educativo de nivel superior, esto permitirá se logró la difusión y divulgación de la producción académica y científica de calidad, generando redes de conocimiento que permitan una identidad y reconocimiento institucional, logrando un progreso en la Sociedad del Conocimiento.

La lección que se generó a partir de este trabajo de investigación, en lo particular y como profesionalista, es reconocer y trabajar en beneficio de las Sociedades de conocimiento, y eso conlleva a contribuir en la formación de recursos humanos altamente calificados y preparados para actuar en dichas sociedades. Por medio, del trabajo en redes de conocimiento, las cuales pueden darse a través de redes académicas, interdisciplinarias, científicas. Y que es importante comprender que la red es un instrumento principal para el intercambio de la información con fines académicos, culturales, científicos, tecnológicos, de investigación y desarrollo, entre instituciones académicas, de educación, organizaciones no gubernamentales, bibliotecas y centros de información, a nivel nacional e internacional. Se debe Internacionalizar el conocimiento.

Para concluir se puede decir que de este proyecto se pueden recomendar sitios que están relacionados con la edición universitaria y se dedican a dar orientación, capacitación y comparten experiencias por medio de Foros, Congresos, Ferias del Libro; y que pueden resultar un vínculo importante para la Facultad de Arquitectura y Diseño, y así enriquecer el ámbito editorial universitario de ésta institución educativa.

- **Redes de editoriales universitarias:**

ALTEXTO

CERLALC

INNOVERSIA

UNIVERSIA

ECUM (Estudio Comparativo de Universidades Mexicanas)

CEU (Corporativo de Empresas universitarias)

UNE (Unión de Editoriales universitarias Españolas)

FIL (Feria Internacional del Libro) Lugar que ofrece un espacio a los encuentros de universidades para intercambiar experiencias sobre la edición universitaria.

Así también, en lo que respecta a la producción científica se dejan como alternativas Redes que se pueden utilizar como posibilidades de consulta o para formar parte de ellas.

- **Redes Académicas y Científicas:**

REDUC (Red de información y documentación para América Latina)

REDALC (Red educativa para América Latina y el Caribe)

ALGUNOS PLANES DE ACCIÓN:

Dar respuesta a ciertos cuestionamientos que sugiere Careaga (2004:9-10):

- ¿En qué parte de la estructura administrativa se encuentran las áreas editoriales?

- ¿Cuáles son sus responsabilidades y su autoridad para tomar decisiones sobre lo que se publica y cómo se publica?
- ¿Quién decide qué se publica?
- ¿Quién realiza el trabajo de edición?
- ¿Hasta dónde va su responsabilidad?
- ¿Sólo edita o también se encarga de distribución y comercialización?
- ¿Con qué elementos cuenta para realizar este trabajo?
- Funciones y procesos
- Dónde se realiza el trabajo, ¿se cuenta con talleres dentro de la institución?
- ¿Cómo se le considera hacia la propia comunidad?

Y después seguir con estas recomendaciones:

- Conformar un Programa Editorial en la Facultad de Arquitectura y Diseño, iniciando con la revisión y actualización de los lineamientos editoriales que existen. Y someterlos a la Aprobación de los Consejos Académicos y de Gobierno.
- Iniciar con la producción editorial, lanzando una convocatoria a la comunidad docente para participar con una propuesta de contenidos programáticos. Para iniciar podrían ser dos de cada licenciatura de las u. de a. que correspondan al área de Diseño, se aplicarían a materiales de apoyo para los mismos alumnos y apoyar sus asignaturas. En este punto se solicitaría el financiamiento de la misma Facultad. El material tendría un costo significativo para recuperar lo que el organismo aporte. El docente tendría un ya un objeto editorial de su auditoría y ganaría puntos en material didáctico para PROED.
- Trasladar a Memorias los trabajos más significativos de los alumnos, para la difusión de sus actividades académicas en vinculación con el mercado laboral y la sociedad.
- Proponer cursos para alumnos y docentes relacionados con la manera de escribir, redactar e investigar para una profesionalización como posibles autores de producciones editoriales. Algunos interesados: Depto. de Educación a distancia de la UAM-Xochimilco, REDALyC, Versal, Altexto, ANUIES.
- Vincular a los investigadores con alumnos de posgrado para participar en investigaciones relacionadas con los cuerpos académicos del mismo Organismo. Buscando la colaboración de alumnos de licenciatura, checando los contenidos programáticos y analizar el momento pertinente de su participación.
- La distribución editorial, puede realizarse entre las mismas universidades, de ésta manera también se estaría trabajando en redes.

La Facultad de Arquitectura y Diseño, como organismo académico de la Universidad Autónoma del Estado de México, debe dotar a la sociedad de conocimiento que contribuya a comprender y resolver sus necesidades y problemas e impulsar el desarrollo a través de la preparación y profesionalización científico-técnica y humanística.

Por lo cual, el conocimiento se origina y se acumula en las personas y dan origen a una Sociedad de conocimiento, la misma es considerada como fuente de desarrollo para una nación, ya que se internacionaliza el conocimiento, y da fuerza impulsora de desarrollo económico y social. Por lo que es importante considerar que se tiene que articular las nuevas formas de elaboración, adquisición y difusión del saber.

Los conocimientos se multiplican y se diversifican creando nuevas comunidades disciplinarias transversales. La organización en redes puede establecer como elemento central la capacidad para identificar, producir, tratar, difundir y utilizar la información con vistas a crear y aplicar los conocimientos necesarios para el desarrollo humano. Pero también es importante, considerar la colaboración interinstitucional.

Para contribuir a una de las tareas principales que tiene la universidad, hay que desarrollar propuestas para la formación y capacitación de la sociedad en didácticas especiales y producción de materiales, por lo que es necesario desarrollar la labor editorial universitaria, pero no sin antes tener claro el tipo de sociedad se quiere construir y que educación se desea promover.

Una de las condiciones que permite el éxito en este ámbito es el de contar con contenidos de calidad y de temas originales. Tarea que compete a un Programa Editorial organizado, para lograr la difusión y la divulgación del conocimiento a través de las propias publicaciones que se puedan producir por medio de la actividad editorial integrada en un organismo académico. Las mismas representan un momento clave en la producción del conocimiento porque oficializa y da a conocer públicamente resultados. Apoya la enseñanza y fortalece la labor docente, especialmente en el nivel superior, así como impulsar la divulgación del conocimiento, promover la cultura y acercar la vida universitaria a la sociedad.

Existen estrategias correspondientes a la política de impulso al quehacer colectivo y colaborativo:

- Establecer como condición básica que toda la línea de generación y aplicación del conocimiento debe estar cultivada por al menos dos miembros del cuerpo académico en el cual se tienen registradas éstas.
- Impulsar la incorporación como colaboradores y/o ayudantes a los estudiantes en los proyectos de investigación que se desprendan de las líneas de generación y aplicación del conocimiento.
- Promover la colaboración entre cuerpos académicos de la Universidad en proyectos de carácter transversal.
- Impulsar la integración de redes de cuerpos académicos en el ámbito nacional e internacional.
- Generar condiciones institucionales desde la perspectiva de la gestión universitaria para coadyuvar a la consolidación de los cuerpos académicos.

Objetivos de la creación de un Programa Editorial

- Impulsar la labor editorial de las IES, estableciendo criterios para la planeación y gestión de los procesos de selección, producción, promoción, distribución y venta de los materiales editoriales, a fin de coadyuvar en las acciones académicas y culturales de la educación superior en beneficio de los alumnos y de la sociedad en general.
- Fomentar la publicación de catálogos editoriales y materiales a texto completo en medios electrónicos a fin de lograr una mejor distribución e impacto de las publicaciones.

Políticas para establecer un mejor funcionamiento en la labor académica universitaria:

Hacer una tabla para ver cuáles pueden ser a corto, mediano y largo plazo, o bien palomear con las que ya se cumplen.

- Implementar una política editorial acorde a las necesidades editoriales de cada IES considerando criterios de calidad académica.
- Establecer programas de capacitación y actualización del personal dedicado a la producción editorial.
- Diseñar y aplicar políticas editoriales institucionales que tomen en cuenta el establecimiento de los siguientes elementos: a) consejos editoriales; b) elaboración de lineamientos editoriales específicos de cada publicación; c) considerar a los académicos de mejor prestigio en la selección de los miembros de cada consejo editorial; d) someter a evaluación y arbitraje la totalidad del material a publicar; y e) selección de árbitros por criterios académicos.
- Evaluar institucionalmente cada línea editorial.
- Mejorar los métodos de distribución, promoción y venta de publicaciones utilizando las nuevas tecnologías.
- Impulsar acciones de gestión para la obtención de recursos alternos a los que asigne la institución y fomentar la recuperación de costos.
- Propiciar la colaboración de los distintos actores responsables de la publicación de textos y materiales.
- Impulsar la planeación, el diseño y control de calidad de la producción editorial, haciendo énfasis en mantener su periodicidad y los tirajes.
- Observar los señalamientos que respecto a regalías y derechos señala la Ley Federal de Derechos de Autor.
- Elaborar publicaciones que beneficien a la sociedad de su entorno.
- Establecer formas de difusión y divulgación mediante el uso de las nuevas tecnologías.
- Impulsar la difusión, promoción y venta de publicaciones, a través de redes, utilizando las nuevas tecnologías.

Este proyecto es tan solo el inicio de un esfuerzo importante en la identificación de las capacidades institucionales y en permitir el flujo de conocimiento y su transferencia dentro y fuera de la FAD.

FUENTES DE CONSULTA

❖ **Bibliohemerografía**

1. Arredondo Ayala, Georgina y José Luis Arriaga Ornelas (2011) *Edición bibliográfica en la UAEM* en Valor Universitario. Año 3, número 23, Universidad Autónoma del Estado de México. Octubre, 2011, pp. 34-35.
2. Hernández Sampieri, Roberto, *et.al.* (2008) *Metodología de la investigación*. Mc Graw Hill, México.
3. Manual de Organización de la Dirección de Divulgación Cultural, Marzo 2011. UAEMéx.

4. Ramírez, Cynthia y Javier Beltrán (2005). *Lineamientos editoriales: ecdótica de la UAEM*. Universidad Autónoma del Estado de México, México. p. 12.
5. Segundo Informe de actividades 2009-2011. M. en Arq. Jorge Eduardo Valdés Garcés. Director. Facultad de Arquitectura y Diseño, UAEMéx.