

HACIA UNA VISIÓN EDUCATIVA DE LA GESTIÓN EDITORIAL: el modelo de impulso y tracción en la universidad venezolana

RUMO A UMA VISÃO EDUCATIVA DA GESTÃO EDITORIAL: o modelo de impulso e tração na universidade venezuelana

TOWARD AN EDUCATIONAL VISION OF EDITORIAL MANAGEMENT: the push-and-pull model in the venezuelan university

VERS UNE VISION ÉDUCATIVE DE LA GESTION ÉDITORIALE : le modelé d'impulsion et de traction dans l'université vénézuélienne

Wilmará Soledad Borges Álvarez* 



Introducción

La gestión editorial universitaria está ineludiblemente vinculada al acto de la educación universitaria y no puede entenderse fuera de la misma y viceversa, Vicapulma (2021) lo explica en los siguientes términos:

La edición universitaria y la institución que la alberga tienen una relación estrecha en cuanto a la estatura de esta última. Las publicaciones son un indicador de la actividad intelectual en función y constante de la universidad, que es evaluada por organismos educativos encargados de acreditar la calidad del ejercicio que se imparte en las casas superiores de estudio (Vicapulma, 2021, p. 375).

La gestión editorial universitaria es parte de la educación universitaria y responde a esta, por ello los modelos de gestión editoriales van a depender de la dinámica y los intereses académicos de la institución a la que tributan. La forma de estandarizar los resultados de estos procesos de gestión lo determina la comunidad académica a través de normas y principios que regulan los aspectos a considerar para que una publicación tenga valor en la sociedad del conocimiento.

* Universidad Nacional Experimental Francisco de Miranda.

Sierra (2005) sostiene que “una editorial universitaria y una editorial privada (...) poseen profundas diferencias de fondo. la editorial universitaria está inmersa en una institución cuyo desempeño social se basa en tres misiones: docencia, investigación y extensión”(p. 19). De modo que la gestión editorial universitaria está enlazada con los intereses particulares de cada universidad y en función de ello promueve lo que se gesta en el seno de ellas, a través de publicaciones, que a su vez, la posicionan a nivel académico.

Para Morán (2007) “en Latinoamérica, la participación de las universidades en el hecho editorial se ha dado desde hace décadas de manera moderada, pero en los últimos años se observa un incremento representativo del número de títulos publicados” (p. 41).

En cuanto a la forma en que se llevan a cabo estos procesos editoriales en Latinoamérica, en la actualidad, apunta Guerra (2013, p. 212):

Existía en esta última década del siglo XX, y persiste, aún en varios casos, una concepción equivocada de la razón de ser de las editoriales universitarias en la región. Las universidades basaban su proyecto editorial en la actividad industrial de imprimir. Las editoriales eran básicamente imprentas. Con el nacimiento de grupos y asociaciones de centros de publicaciones y editoriales universitarias ha sido posible, sin que se llegue a soluciones totales, cualificar la labor editorial de las instituciones de educación superior además de crear vínculos de colaboración en temas como la coedición, la participación en ferias, la distribución y comercialización de textos y la profesionalización de los involucrados en el ecosistema o cadena del libro universitario.

En cuanto al caso particular de Venezuela, Borges y Rodríguez (2023) explican que no ha habido una conciencia editorial en el transcurrir histórico que permita la sistematización de los logros alcanzados para poder ingresar a los estándares requeridos para el posicionamiento a nivel internacional y que además ha generado un descuido hacia la importancia de mirar con ambición tales estándares. La perspectiva de la producción editorial universitaria en el norte venezolano ha estado matizada por la necesidad de difusión de los trabajos realizados en los centros de investigación y en el seno de los estudios de postgrado a nivel de doctorado. Esto da cuenta de que el mayor desafío que enfrenta la producción editorial universitaria es el de arraigar una conciencia colectiva de gestión editorial dentro de la academia.

Esto se torna particularmente evidente cuando se examinan los datos del CERLALC (Centro Regional para el fomento del libro en América Latina y el Caribe), que, a pesar de haber registrado hasta 2004 un total de treinta y tres universidades que estaban activamente involucradas en la edición, ha visto la exclusión de algunas de estas instituciones en los años posteriores. Esta tendencia sugiere una falta de continuidad y fortalecimiento en el ámbito editorial, lo que coloca a Venezuela en una posición desventajosa en comparación con otros países del área que forman parte de este centro.

De acuerdo con el registro del Consejo Nacional de Universidades (2023) en Venezuela, existen al menos cinco universidades autónomas, diecinueve experimentales, veintiuna nacionales públicas y cuarenta y dos privadas, algunas de las cuales cuentan con editoriales universitarias activas. La estructura, organización, políticas y funcionamiento de estas editoriales están descritos en sus respectivas páginas web.

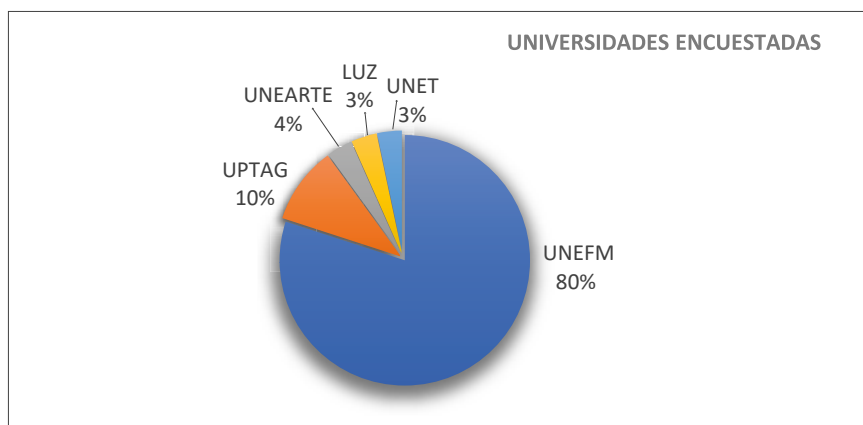
En este sentido se plantea el estudio del proceso de la gestión editorial en Venezuela a partir de las representaciones sociales, desde los postulados de Serge Moscovici, cuyo paradigma es interpretativo y se inscribe dentro de las investigaciones cualitativas. Se planteó como propósito general construir una conceptualización de la gestión editorial universitaria en el contexto académico nacional, a partir de las representaciones sociales para indagar sobre la percepción de los actores sociales en relación a la gestión editorial en Venezuela, se tomaron personas vinculadas, desde diversos roles, con la GEU de cinco universidades del país (UNEFM, UPTAG, LUZ, UNEARTE y UNET). Al relacionar las respuestas de los actores sociales, se obtuvo como resultado de la representación social la construcción de una conceptualización de la GEU a partir del planteamiento de la teoría de El impulso y la tracción institucional en la gestión editorial universitaria. Bajo esta perspectiva, la GEU trasciende la mera operatividad administrativa para constituirse como una praxis educativa fundamental en el ecosistema académico.

Esta propuesta se materializa en el modelo de Impulso y Tracción Educativa, donde el apoyo institucional no es solo financiero, sino un acto de voluntad formativa que genera, como respuesta orgánica, una tracción en la madurez y proyección académica de la comunidad universitaria.

Desarrollo

Desde el punto de vista metodológico, esta investigación asume la perspectiva de la representación social de Serge Moscovici, que, de acuerdo con Lavado y Setenta (2003), postula las reglas de conducción de investigación donde emergen, como polos opuestos a la postura nomotética –la búsqueda de leyes generales que permitan hacer previsiones– y la idiográfica –el estudio descriptivo de las singularidades. Para ello, se trabajó con la Universidad Nacional Experimental Francisco de Miranda, Universidad Politécnica Territorial Alonso Camero, Universidad de las Artes, Universidad del Zulia y Universidad del Táchira, todas con editoriales propias y ubicadas dentro del territorio nacional de Venezuela.

Gráfico 1. Universidades encuestadas



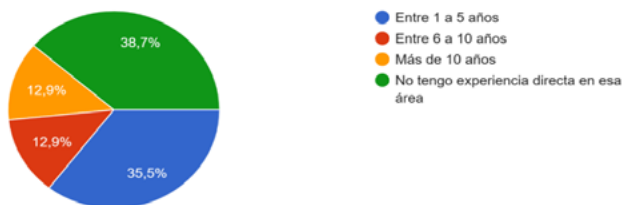
Fuente: Borges, 2025.

Uno de los elementos que se procuró fue la diversidad de roles dentro de la gestión editorial, dado que las percepciones tienden a ser diferentes de acuerdo al rol que se ejerza dentro del sistema, en este sentido, la población total encuestada estuvo constituida de la siguiente manera:

Personal directivo de las editoriales (7), personal operativo (4), autores / investigadores (11), lectores / beneficiarios (12), personal jubilado que trabajó en editoriales universitarias (2).

Gráfico 2. Roles de los encuestados en la gestión editorial

Años de experiencia en la gestión editorial:
31 respuestas



Fuente: Borges, 2025.

Esta diversidad redundante en perspectivas diferentes sobre un mismo hecho social, lo que trae como implicación directa que la asociación de los puntos comunes sea realmente el aspecto focal desde el que se debe partir para el análisis e interpretación de las respuestas dadas.

Otro aspecto que refuerza esta misma garantía es el tiempo que las personas tienen vinculadas con el hecho social estudiado, lo cual se constituye en un indicador de carácter diacrónico, ya que las personas con mayor cantidad de años de vinculación con el hecho social van a comparar de forma ineludible la situación actual con sus experiencias pasadas; en tanto que aquellos que tengan menos tiempo aportarán una perspectiva sincrónica. Nuevamente, las coincidencias se convierten en un indicador preciso del punto que debe considerarse para establecer la representación.

Gráfico 3. Años de experiencia de los encuestados en la gestión editorial



Fuente: gráfico generado por Google docs.

El gráfico indica que trece personas no tienen experiencia en el área, es decir, deben ser lectores o autores. Doce tienen entre 1 a 5 años en la gestión editorial; tres tienen entre 6 – 10 años; y tres más de 10 años.

La información se obtuvo mediante la aplicación de un cuestionario con preguntas abiertas que permitieron al informante expresarse de manera libre sobre el tema que se le interrogó, a fin de establecer a través del lenguaje puntos de convergencia que fueron la base para la sistematización de la representación social.

Una representación hace circular y reúne experiencias, vocabularios, conceptos, conductas que provienen de orígenes muy diversos. Así, reduce la variabilidad de los sistemas intelectuales y prácticos, y también de los aspectos desunidos de lo real. Lo no habitual se desliza hacia lo acostumbrado, lo extraordinario se hace frecuente, en consecuencia, los elementos que pertenecen a distintas regiones de la actividad y del discurso social se trasponen unos en los otros, sirven como signos y/o medios de interpretación de los otros (Moscovici, 1979, p. 49).

En cuanto a la sistematización de las respuestas obtenidas, se partió de la percepción individual de cada informante para extraer de allí, mediante una matriz, los puntos de convergencia que dieron origen a la representación social.

Las respuestas obtenidas en el cuestionario realizado arrojaron los siguientes discursos:

Tabla 1. Visualización de la gestión editorial universitaria en Venezuela

¿Cómo visualiza la gestión editorial universitaria en su institución?	
# Informante	Respuesta
1	La gestión que hacen los profesores a cargo del Fondo Editorial parte del amor que sienten por nuestra universidad. Pero a veces no basta con el amor, se requiere de recursos, espacios que permitan ejercer esta misión con mayor eficiencia. Desde que el fondo fue creado adolece de un espacio propio.
2	Sin respuesta
3	Que continúen visibilizándose como se ha hecho de un tiempo para acá.
4	La gestión editorial debe contar con mayor apoyo institucional.
5	En estos momentos en la UNEFM la gestión editorial, y cada una de las personas que forman parte del fondo editorial están realizando un esfuerzo arduo por levantar la imagen y fomentar la producción así como hacerla visible, se trabaja con un número reducido de personas, profesionales comprometidos de alta calidad, pero que colapsan de trabajo sin tener ningún incentivo. Las autoridades deberían tomar en consideración el rol que desempeña el fondo editorial y asumir la gestión editorial como una prioridad brindándole el apoyo que se merece.
6	Sin respuesta
7	Considero que la gestión editorial tiene el potencial de ir más allá de la simple publicación de resultados de investigación. Podría convertirse en un catalizador para el encuentro de diversas áreas del conocimiento dentro de la universidad, promoviendo la publicación de trabajos que aborden problemáticas complejas desde perspectivas multidisciplinarias.
8	Al unificar el trabajo en equipo, los resultados serán más visibles.
9	Que actualmente están realizando una excelente labor.

- 10** Se requiere consolidar la planificación, los diseños, convocatoria y recepción de manuscritos, aumentar la productividad y periodicidad, consolidar base de datos e indexación, entre otros.
- 11** Excelente equipo de trabajo, el cual puede optimizar su gestión con mejores temas, autores prominentes y árbitros notables, así como mejoras tecnológicas y de gestión articulada con bases de datos internacionales.
- 12** Sin respuesta
- 13** Que está haciendo un gran esfuerzo para dar a conocer los mecanismos y oportunidades de participación en la gestión editorial y para la formación de especialistas o conocedores del desarrollo de la actividad editorial.
- 14** Hay varios factores que deben tomarse en cuenta para mejorar la gestión editorial. No es solo uno, sino varios. Y todos deben ser atendidos. Los señalo a grandes rasgos: 1) Falta de presupuesto; 2) Carencia de equipos técnicos actualizados; 3) Formación de personal en el campo editorial (libros y revistas) y de los medios de comunicación (internet, redes sociales y otros); y 4) Elaboración de unas normas claras y que se supervise el cumplimiento de las mismas.
- 15** Estoy muy satisfecha y Orgullosa de lo que el equipo de la gestión editorial ha hecho en nuestra universidad. Y el hecho de querer seguir mostrando la producción y el talento de todo el trabajo que muchos del personal Docente ha hecho es de aplaudir.
- 16** Se necesita mejorar este bastión de la productividad académica.
- 17** Que deben apoyar más al fondo editorial a nivel de gerencia
- 18** Existe la buena voluntad y el profesionalismo en el equipo editorial, pero considero que los niveles decisorios no le dan un respaldo más sólido a la gestión.
- 19** Debe regirse con dedicación.
- 20** Sin respuesta
- 21** La universidad sin investigación se convierte en un proceso de repetición de conocimiento, por tanto es necesario apostar por la recuperación de los espacios pertinentes para la gestión efectiva y a tiempo de los procesos investigativos.

22	Hay un equipo comprometido con impulsar la gestión editorial, sin embargo es insuficiente y debe fortalecerse.
23	Se necesita mayor apoyo al equipo editorial y a las ideas que en el se gestan para avanzar en estos temas editoriales tan importantes para el desarrollo de la universidad.
24	Están realizando un excelente trabajo.
25	No le brindan el apoyo necesario
26	Se requiere aún de mayor participación y aportes de la universidad para lograr y consolidar la proyección editorial como asunto indispensable y necesaria en el ámbito investigativo.
27	Falta el respaldo de la universidad como institución.
28	Es un trabajo que se nutre de los diferentes directores y editores de las revistas, del comité editorial y de los trabajos que envían los editores.
29	Es un pequeño grupo de personas las que hacen todo.
30	Tiene tendencia a desaparecer.
31	Es el pilar fundamental para la proyección y el impacto de nuestra institución.

Fuente: Borges, 2025.

Estas respuestas fueron sistematizadas, dando como resultado tres fuentes que exponen como representación social el reconocimiento al trabajo concentrado en pocas manos voluntarias, pese a la escasez de recursos; así como la urgencia de que la gestión editorial en las universidades venezolanas cuente con el respaldo económico, físico e inmaterial de la institución que le rige.

Tabla 2. Síntesis de la representación social de la visión de la gestión editorial universitaria en el contexto académico venezolano

Lo que se tiene	Lo que falta	Lo que se está logrando
La gestión que hacen los profesores a cargo del Fondo Editorial parte del amor que sienten por nuestra universidad	se requiere de recursos, espacios que permitan ejercer esta misión con mayor eficiencia. Desde que el fondo fue creado adolece de un espacio propio.	continúen visibilizándose como se ha hecho de un tiempo para acá

Lo que se tiene	Lo que falta	Lo que se está logrando
un esfuerzo arduo por levantar la imagen y fomentar la producción así como hacerla visible, se trabaja con un número reducido de personas, profesionales comprometidos de alta calidad	mayor apoyo institucional	está haciendo un gran esfuerzo para dar a conocer los mecanismos y oportunidades de participación en la gestión editorial y para la formación de especialistas o conocedores del desarrollo de la actividad editorial.
actualmente están realizando una excelente labor	Incentivo al equipo que trabaja en la gestión editorial	seguir mostrando la producción y el talento de todo el trabajo de la comunidad docente.
Excelente equipo de trabajo.	Al unificar el trabajo en equipo, los resultados serán más visibles	Se necesita mejorar este bastión de la productividad académica.
Existe la buena voluntad y el profesionalismo en el equipo editorial	Se requiere consolidar la planificación, los diseños, convocatoria y recepción de manuscritos, aumentar la productividad y periodicidad, consolidar base de datos e indización, entre otros.	Están realizando un excelente trabajo.
Hay un equipo comprometido con impulsar la gestión editorial	optimizar su gestión con mejores temas, autores prominentes y árbitros notables, así como mejoras tecnológicas y de gestión articulada con bases de datos internacionales	
	Falta de presupuesto	
	los niveles decisorios no le dan un respaldo más sólido a la gestión	

Lo que se tiene	Lo que falta	Lo que se está logrando
	Se necesita mayor apoyo al equipo editorial y a las ideas que en él se gestan para avanzar en estos temas editoriales tan importantes para el desarrollo de la universidad	
	apostar por la recuperación de los espacios pertinentes para la gestión efectiva y a tiempo de los procesos investigativos	
	Carencia de equipos técnicos actualizados	
	Formación de personal en el campo editorial (libros y revistas) y de los medios de comunicación (internet, redes sociales y otros)	
	Elaboración de unas normas claras y que se supervise el cumplimiento de las mismas.	
	Que deben apoyar más al fondo editorial a nivel de gerencia	

Fuente: Borges (2025) a partir de las respuestas obtenidas en la encuesta realizada por la investigadora.

Lo que se tiene y lo que se está logrando, en el criterio de los informantes, está vinculado al esfuerzo de personas que realizan una labor desde una vocación de trabajo y ello representa una oportunidad y un valor para el desarrollo y mejora de la gestión editorial desde una perspectiva educativa e investigativa; no obstante, lo que falta está ligado a hechos y recursos concretos y tangibles que no dependen de una vocación, sino de un enfoque organizacional concreto y estratégico que debe emerger de la institución que supedita a la gestión editorial universitaria.

Los dos puntos de concentración referidos a lo que se tiene y lo que se está logrando, están vinculados de manera directa a lo que es capaz de ofrecer, a nivel de respuesta gerencial, el equipo de trabajo supeditado a la

universidad en el área de gestión editorial; Por su parte, lo que falta se vincula con la gerencia universitaria en esta misma área editorial. De esta relación nace una teorización que se le ha colocado por nombre **impulso y tracción institucional en la gestión editorial universitaria**.

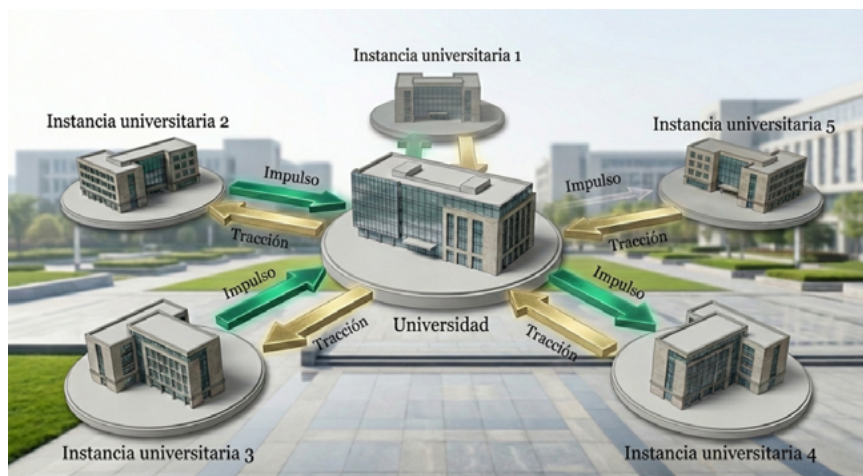
Los resultados obtenidos convergen en un punto fundamental: la necesidad de un impulso educativo institucional que trascienda lo administrativo para potenciar el impacto de las editoriales universitarias. A partir de este hallazgo, se entretajan aspectos clave que permiten diagnosticar la gestión editorial en Venezuela, ofreciendo rutas para revertir debilidades y consolidar una práctica que no solo genere publicaciones, sino que fortalezca la dinámica del conocimiento y la madurez académica. Bajo esta visión, la gestión editorial se convierte en un eje articulador que repercute directamente en la calidad y en la estructura misma de la formación universitaria.

Las instituciones universitarias operan como ecosistemas de interdependencia sistémica, donde sus diversas instancias (académicas, administrativas y editoriales) conviven en una relación simbiótica compleja. En este tejido organizacional, las instancias aportan el “oxígeno” necesario para la movilidad, la percepción del entorno y el crecimiento institucional. Sin embargo, para que este ciclo sea sostenible, las unidades requieren ser nutridas, reconocidas y dinamizadas por la universidad a través de una visión estratégica clara.

Dentro de este modelo, se definen dos categorías conceptuales clave:

- **El Impulso Educativo:** Se comprende como la gestión proactiva de condiciones para el aprendizaje, la investigación y la difusión del conocimiento por parte de la universidad. Es el motor político y pedagógico que legitima la labor editorial.
- **La Tracción:** Representa la respuesta orgánica de la instancia ante dicho estímulo. Se manifiesta en el ritmo de eficiencia, la eficacia en la producción y, fundamentalmente, en la **madurez académica** y visibilidad que la unidad devuelve a la institución.

Imagen 1. Relación estructural de las organizaciones en función de las instancias que la conforman



Fuente: Borges (2025). Imagen generada por IA e intervenida por la autora.

En la imagen 1, se ilustra la dinámica de esta teoría a través de cinco escenarios diferenciados:

1. **Instancias 2, 3 y 4 (Sinergia Consolidada):** Representan el escenario ideal. Existe un impulso educativo sólido y constante que genera una tracción equivalente. El resultado es una visibilidad recíproca y un fortalecimiento de la identidad académica tanto de la instancia como de la universidad.
2. **Instancia 1 (Estancamiento Inercial):** Se observa un impulso mínimo que produce una tracción proporcionalmente baja. Si bien la instancia sobrevive, su impacto en la visibilidad internacional es marginal, limitándose a una existencia administrativa sin trascendencia pedagógica.
3. **Instancia 5 (Riesgo de Desgaste o Burnout Institucional):** Este es el caso más crítico. La instancia genera una tracción significativa (esfuerzo de los actores) a pesar de un impulso educativo prácticamente inexistente por parte de la universidad. Esta asimetría produce un desgaste acelerado de los recursos humanos y técnicos,

lo que eventualmente conduce a la desaparición de la instancia y, por ende, a una pérdida de patrimonio intelectual para la universidad.

La gestión editorial universitaria constituye un pilar estratégico de la praxis académica. Según los hallazgos de la encuesta realizada en mayo de 2025 a los diversos actores del ecosistema editorial en cuatro universidades venezolanas, emergió una tendencia crítica: más del 60% de los informantes coincidió en la urgencia de fortalecer el acompañamiento institucional. Los datos revelan una asimetría preocupante: mientras las editoriales manifiestan una tracción notable —entendida como el esfuerzo persistente por ser eficientes y visibles—, existe una carencia de impulso educativo por parte de las autoridades.

Esta falta de impulso no se limita únicamente a lo presupuestario; abarca dimensiones intangibles esenciales como la confianza institucional, la validación de la labor editorial en espacios de poder y la integración de la editorial en los proyectos pedagógicos de la universidad. Esta desconexión explica por qué, a pesar de la persistencia de las instancias editoriales, su impacto en los rankings internacionales y en la difusión del conocimiento socialmente útil sigue siendo limitado. En consecuencia, se hace imperativo conceptualizar este ‘apoyo’ no como un trámite de gestión, sino como el impulso vital necesario para que la tracción de los investigadores se transforme en verdadera visibilidad académica.

Para definir los puntos de análisis que se desprenden de estos resultados, se parte de la base teórica que emergió de la encuesta realizada, desde la cual la categoría falta de apoyo institucional se define como la falta de acompañamiento tangible y no tangible de las autoridades de la universidad a la labor editorial, lo que presupone la confianza en la misma, la presencia o representación en eventos propio de la editorial, la motivación y estímulo asertivo al trabajo, la inclusión en proyectos, la difusión de actividades y logros a través de los medios oficiales de la universidad, la asignación de presupuesto y recursos, entre otros aspectos.

El impulso educativo en la gestión editorial universitaria

La institución a la que tributa la gestión editorial universitaria es la garante última de su trascendencia. Si bien las editoriales universitarias deben tener un margen de acción y decisión propios para su dinamismo, su sostenibilidad depende de una voluntad política y pedagógica expresada en recursos, capacitación y respaldo institucional. Incluso para la autogestión se requiere de un margen de respaldo que garantice normativamente que lo que se genere por actividades y producción editorial pueda ser empleado y distribuido de manera directa por la instancia editorial.

Desde la perspectiva de las representaciones sociales, el desafío fundamental reside en que la universidad valore y motive su brazo editorial. Este “Impulso” trasciende el simple “dejar hacer”; se trata de una mediación activa donde la institución asegura las condiciones óptimas para la praxis intelectual, incluso en contextos de restricción económica. No es solo un acto de gestión, es una declaración de principios sobre la importancia de la difusión del saber.

Por ejemplo, aunque instituciones como la UNEFM han logrado integrar plataformas web institucionales para la gestión editorial, esta realidad no es la norma en el sistema universitario venezolano. Incluso cuando existe la infraestructura digital, el impulso educativo exige también la dotación de espacios físicos, dispositivos tecnológicos y, sobre todo, la formación continua de personal calificado. Sin este componente humano y técnico, el recurso digital permanece inerte.

De modo que el impulso se manifiesta en dos dimensiones indisolubles: dimensión tangible (manifestado en presupuesto y recursos) y dimensión intangible (apoyo, motivación, respaldo y reconocimiento). Ello constituye el impulso que requiere la gestión editorial universitaria.

La tracción en la gestión editorial universitaria: madurez y proyección del capital intelectual

Los aportes de la gestión editorial universitaria a la universidad en Venezuela deben analizarse desde una perspectiva diacrónica. El posicionamiento de las principales universidades del país ha venido dado,

históricamente, por la calidad y rigurosidad de sus publicaciones, tanto en formatos de revistas como en libros y otros tipos de textos. La publicación de libros y revistas científicas no es solo un acto de difusión, sino la evidencia de un proceso educativo consolidado; es a través del registro y la citación donde el conocimiento adquiere validez, credibilidad y trascendencia global.

Varias universidades del país, entre ellas LUZ y la UNEFM, en décadas pasadas (entre 1980 y 2010) aportaron desde la publicación de sus revistas y libros en formato impreso investigaciones que aún hoy son referencia en las aulas universitarias de Venezuela. En el caso particular de la UNEFM, registra publicaciones desde 1980 con su primera revista *Cultura Falconiana*, en donde publicaron investigadores de la talla de León Croizat, Velia Bosch, J.M. Cruxent, entre muchos tantos, cuyos nombres trascendieron, en gran parte, gracias a las publicaciones de sus investigaciones en plataformas sólidas e institucionales.

La rigurosidad, disciplina e institucionalidad de las publicaciones, así como la relación de intercambio interinstitucional de publicaciones y la promoción de estas en eventos científicos, constituyó la base sobre la cual las universidades venezolanas alcanzaron madurez y consolidación académica. Es justo a ello a lo que se refiere la tracción en la gestión editorial universitaria.

La tracción, en el contexto de la gestión editorial universitaria, es una respuesta refleja, espontánea del impulso institucional que redundo en beneficios o perjuicios de la imagen académica de la universidad a la que responde la gestión editorial; no es un evento aislado, sino la manifestación de la disciplina, la rigurosidad y la capacidad de intercambio interinstitucional. Esta respuesta afecta de manera directa la visibilidad y posicionamiento de la universidad y de sus investigadores. La tracción representa el “movimiento” de la universidad hacia el exterior; es la fuerza que proyecta la imagen académica y garantiza la visibilidad de sus investigadores en el mapa científico mundial.

Conclusiones: Hacia una reivindicación de la praxis editorial en Venezuela

La universidad venezolana tiene por delante un gran desafío que implica la reforma de las prioridades dentro de la gestión en la actualidad. Los resultados de esta investigación subrayan la urgencia de trascender la visión administrativa de las editoriales para reconocerlas como instancias críticas de

institucionalidad y proyección. Se debe mirar con seriedad y compromiso la importancia que tiene la gestión editorial universitaria para la institucionalidad y la proyección de las universidades.

Reivindicar la praxis editorial en Venezuela implica más que inversión, recursos y financiamiento, demanda una visión educativa que integre el respaldo normativo, la confianza técnica y la inversión estratégica, a fin de poder superar la aseveración de Rama (2006) “Las editoriales públicas y universitarias de la región han sido tradicionalmente débiles”, ello toca el sistema venezolano, el cual queda expuesto por voces de sus mismos actores sociales en esta investigación, quienes coinciden en que es necesario impulsar desde la gerencia universitaria los elementos clave para que haya una respuesta contundente que redunde en un sistema eficiente y competitivo de producción y difusión editorial.

Bajo este enfoque, la Gestión Editorial Universitaria (GEU) deja de ser un proceso periférico para consolidarse como el epicentro del carácter académico. Es en la editorial donde los procesos de investigación y descubrimiento se formalizan y adquieren validez ante la comunidad científica global. La gestión editorial universitaria es parte del carácter académico de las universidades; es lo que consolida el proceso de investigación, descubrimiento y aportes ordinarios y extraordinarios a la ciencia, la tecnología, las artes, la educación, la filosofía y demás áreas universales del saber.

Una gerencia académica no puede prescindir de la gestión editorial universitaria, la debe fortalecer e impulsar; para recibir de ella la visibilidad permanente y formal que amerita una institución universitaria; solo a través de este fortalecimiento, la institución podrá obtener una tracción que garantice una visibilidad sólida, permanente y formal, alejándose de la inmediatez efímera de los medios de información masivos.

Venezuela cuenta con un capital intelectual de alta jerarquía y un personal técnico con la disposición y el talento necesarios para liderar sistemas editoriales productivos. Existen, además, precedentes de una gestión sólida a nivel editorial dentro del país en las diferentes universidades, la cual se ha venido a menos al dejar de ser prioridad de la gestión académica; pero que puede retomarse y posicionar, no solo a nivel nacional, sino también internacional con el debido apoyo y respaldo.

El modelo de Impulso y Tracción Educativa propuesto en esta investigación, parte de que la gestión editorial debe ser entendida como un proceso de mediación educativa; en este sentido dicho modelo no solo ofrece una ruta para el ámbito editorial, sino que se erige como una categoría analítica aplicable a cualquier instancia de la gerencia universitaria que aspire a la excelencia. La gestión del conocimiento, en última instancia, es la gestión del futuro de la universidad misma.

Agradecimientos

Para el abordaje de esta investigación y la preparación de este artículo fue importante la colaboración de:

Dr. Linoel Leal (tutor de la investigación)

MSc. Yovaida Dovalé (traductora de inglés)

HACIA UNA VISIÓN EDUCATIVA DE LA GESTIÓN EDITORIAL: el modelo de impulso y tracción en la universidad venezolana

Resumen: La Gestión Editorial Universitaria (GEU) no es solo técnica, sino un acto académico y educativo que enseña a los investigadores a comunicarse con el mundo. En el contexto de Latinoamérica y el Caribe ha constituido un reto alcanzar niveles respetables de visibilidad a nivel de la producción editorial de las universidades; siendo Venezuela de los países que aun lucha por tal visibilidad académica a nivel internacional. Esto hace que sea importante investigar sobre los desafíos que se deben superar y proponer teorías y conceptos que aporten al logro de tal propósito. En función de ello se planteó como propósito general construir una conceptualización de la gestión editorial como un proceso de mediación educativa universitaria en el contexto académico nacional, a partir de las representaciones sociales. Para este estudio se tomaron personas vinculadas, desde diversos roles, con la GEU de cinco universidades del país (UNEFM, UPTAG, LUZ, UNEARTE y UNET). El proceso de indagación se llevó a cabo mediante la aplicación de un cuestionario con preguntas de selección simple y preguntas abiertas. Al relacionar las respuestas se obtuvo como resultado de la representación social la construcción de una conceptualización de la GEU a partir del planteamiento de la teoría de El impulso y la tracción educativa en la gestión editorial universitaria. Esta explicación teórica implica que las editoriales universitarias no deben operar de la misma manera que las editoriales independientes; asimismo, su eficiencia y eficacia depende del impulso educativo y a su vez, la visibilidad y el aprendizaje y la madurez académica que la comunidad logra viene dada como una respuesta espontánea de la GEU a dicho impulso. Tal respuesta es lo que se denomina la tracción.

Palabras clave: Educación Superior, Gestión Organizacional, Representaciones Sociales, Conciencia Editorial

RUMO A UMA VISÃO EDUCATIVA DA GESTÃO EDITORIAL: o modelo de impulso e tração na universidade venezuelana

Resumo: A Gestão Editorial Universitária (GEU) não é apenas técnica, mas um ato acadêmico e educativo que ensina os pesquisadores a se comunicarem com o mundo. No contexto da América Latina e do Caribe,

tem sido um desafio alcançar níveis respeitáveis de visibilidade na produção editorial das universidades; e a Venezuela está entre os países que ainda lutam por essa visibilidade acadêmica em nível internacional. Isso torna importante investigar os desafios que precisam ser superados e propor teorias e conceitos que contribuam para alcançar tal objetivo. Com base nisso, estabeleceu-se como propósito geral construir uma conceitualização da gestão editorial como um processo de mediação educativa universitária no contexto acadêmico nacional, a partir das representações sociais. Para este estudo, foram consideradas pessoas vinculadas, em diferentes funções, à GEU de cinco universidades do país (UNEFM, UPTAG, LUZ, UNEARTE e UNET). O processo de investigação foi realizado por meio da aplicação de um questionário com perguntas de seleção simples e perguntas abertas. Ao relacionar as respostas, obteve-se como resultado da representação social a construção de uma conceitualização da GEU a partir da formulação da teoria do Impulso e da Tração Educativa na gestão editorial universitária. Essa explicação teórica implica que as editoras universitárias não devem operar da mesma forma que as editoras independentes; além disso, sua eficiência e eficácia dependem do impulso educativo e, por sua vez, a visibilidade, o aprendizado e a maturidade acadêmica alcançados pela comunidade surgem como uma resposta espontânea da GEU a esse impulso. Tal resposta é o que se denomina tração.

Palavras-chave: Educação superior; Gestão organizacional; Representações sociais; Consciência editorial.

TOWARD AN EDUCATIONAL VISION OF EDITORIAL MANAGEMENT: the push-and-pull model in the venezuelan university

Abstract: University Editorial Management (UEM) is not merely a technical process, but an academic and educational undertaking that trains researchers in the art of global scholarly communication. Within the context of Latin America and the Caribbean, achieving remarkable levels of visibility for university editorial production has been a challenge; Venezuela remains among the countries still struggling for such international academic visibility. The general purpose was to theoretically explain university editorial management in the national academic context, based on social representations. For this study, individuals linked in various roles with UEM from five universities in the country (UNEFM, UPTAG, LUZ, UNEARTE, and UNET) were included. The inquiry process was carried out by applying a questionnaire with multiple-choice and open-ended questions. By relating to the responses, the theoretical explanation of UEM was obtained because of the social representation method, based on the concept of Institutional Impulse and Traction in university editorial management. This theoretical explanation implies that university publishers should not operate in the same way as independent publishers; likewise, the efficiency and efficacy of UEM reside in the provided educational impulse. Consequently, the visibility, learning processes, and academic maturity of the community arise as an organic response to this stimulus—a phenomenon defined herein as traction.

Keywords: Higher Education, Organizational Management, Social Representations, Editorial Awareness.

SOBRE A AUTORA

Wilmar Soledad Borges Álvarez

Doctora en Ciencias Gerenciales. Universidad Nacional Experimental “Francisco de Miranda”. (UNEFM), 2025. Especialista en Gestión Académica Universitaria. UNEFM, 2022. Magister Scientiarum en Historia. Universidad Centrocidental Lisandro Alvarado en convenio con la UNEFM, 2018. Licenciada en Educación Lengua, mención: Lengua, Literatura y Latín. UNEFM, 2006. Profesora titular, adscrita al Departamento de Idiomas de la Universidad Nacional Experimental Francisco de Miranda, desde 2007. Jefa del Programa de Maestría en Literatura Hispanoamericana de la UNEFM (2021- 2023). Editora en el Fondo Editorial UNEFM desde 2021. Miembro del Comité Editor de la Revista de la Crítica (UNEFM). Miembro del Centro de Estudios Lingüísticos y Literarios Lydda Franco Farías (CELYL). Miembro docente de la Escuela Nacional de Poesía “Juan Calzadilla” por el estado Falcón en el Municipio Colina, Venezuela. E-mail: wilmarasoledad@gmail.com. ORCID: <https://orcid.org/0009-0002-9535-8672>.

Referencias bibliográficas

BORGES, Wilmara; RODRÍGUEZ, Freddy. Producción editorial universitaria en el norte de Venezuela. **InterMeio Revista do Programa de Pós-Graduação Em Educação - UFMS**, Campo Grande, v. 29, n. 57, p. 83-96, jan./jun. 2023. Disponible en: <https://doi.org/10.55028/intermeio.v29i57.18697>.

GUERRA, Jenny. La edición universitaria como práctica de extensión y difusión cultural de las universidades públicas en América Latina: Estado de la cuestión y actualidad. **Revista Pucara**, México, n. 25, p. 205-222, 2013. Disponible en: <https://publicaciones.ucuenca.edu.ec/ojs/index.php/pucara/article/download/2563/1657/7263>.

Instituciones universitarias – **Consejo Nacional de Universidades**. (2023). Recuperado de <https://cnu.gob.ve/index.php/instituciones-universitarias/>.

LAVADO, Sofía; SETENTA, Isaura. Representaciones sociales: Teoría y método. **Revista Peruana Enferm. investig. desarro**, Perú, v. 5, n. 1-2, p. 60–71, ene./dic. 2003. Disponible en: <https://share.google/pnmUx5cwMHuwjEpG4>.

MORÁN, Adriana. Propuesta de un modelo de gerencia para la editorial universitaria venezolana. **Revista de Artes y Humanidades UNICA**, v. 8, n. 19, p. 36-63, mayo/ago. 2007. Disponible en: <https://www.redalyc.org/pdf/1701/170118451003.pdf>.

MOSCOVICI, Serge. **El psicoanálisis, su imagen y su público**. 2. ed. Argentina: Nilda Maria Finetti, 1979.

RAMA, Claudio; SAGASTIZÁBAL, Leandro (de); URIBE, Richard. **Las editoriales universitarias en América Latina**. Venezuela: Centro Regional Para el Fomento del Libro en América Latina y el Caribe. CERALC. 2006. Disponible en: https://cerlalc.org/wp-content/uploads/publicaciones/olb/PUBLICACIONES_OLB_%20Las-editoriales-universitarias-en-America-Latina_v1_010106.pdf.

SIERRA, Jorge. **Marketing para editoriales universitarias en el siglo XXI**. Argentina: Editorial DirectLibros, 2005.

VICAPULMA, Patricia. La editorial universitaria y su importancia en el fortalecimiento de la identidad institucional. **Studium Veritatis**, v. 9, n. 15, p. 373-404, 2011. Disponible en: <https://doi.org/10.35626/sv.15.2011.133>.