

IRIS TINOCO CASALLO

***DIFUSIÓN DE PUBLICACIONES ACADÉMICAS  
PROBLEMAS Y ALTERNATIVAS***<sup>1</sup>

---

***Resumen:***

La difusión de las publicaciones académicas tiene que ser analizada en el contexto de las políticas de investigación, las políticas editoriales y los sistemas de información que las universidades, públicas y privadas vienen desarrollando.

En el caso de la Universidad de San Marcos, nos remitiremos al análisis del desarrollo histórico de las publicaciones -en especial de la Facultad de Letras- que de alguna forma nos dan un perfil editorial, para continuar con la situación de las investigaciones publicadas y concluir con algunas estrategias de marketing editorial para optimizar la actual difusión.

La inquietud de encontrar publicaciones antiguas de nuestra universidad que forman parte de la historia bibliográfica motivó que visitemos las biblioteca de la Facultad de Letras, la Biblioteca Central, la Hemeroteca Central y el Consejo Superior de Investigaciones, donde obtuvimos información directa aquí reunida.

***Palabras clave:***

Publicaciones académicas, política editorial, universidades públicas.

---

---

<sup>1</sup> Ponencia presentada al Seminario Taller "Jorge Puccinelli Converso" del Instituto de Investigaciones Humanísticas de la Facultad de Letras, realizado el 16 y 17 de noviembre de 2001.

*Si me quitaran totalmente todo  
si por ejemplo, me quitaran el saludo  
de los pájaros o los buenos días  
del sol sobre la tierra  
me quedaría  
aún  
una palabra. Aún me quedaría una palabra  
donde apoyar la voz.*

*Alejandro Romualdo*

En la indagación y revisión bibliográfica encontramos publicaciones antiguas de nuestra universidad pero que no comprenden colecciones o series completas, pues figuran números sueltos y en diferentes oficinas. Sobre los antecedentes bibliográficos encontramos información sobre los nombres y el número de las revistas, boletines y anales, notamos que no tienen muchas de ellas continuidad en su publicación, algunas desaparecen o vuelven a salir con otros nombres, se interrumpen en la secuencia del tiempo, lo que nos da un perfil accidentado y una producción editorial no tan estable. Entre las publicaciones tenemos:

*Revistas Generales<sup>2</sup>:*

- Boletín Universitario
- Anales Universitarios del Perú (32 volúmenes)
- 1906 Revista Universitaria (24 volúmenes de 1906 a 1930 y 10 volúmenes de 1935 a 1940)
- 1931 Boletín Universitario (16 números)
- 2do. Boletín Universitario (20 números)
- 1949 Anales de la UNMSM (12 volúmenes)

---

<sup>2</sup> Índice de las Revistas de Letras 1929-1954, Daniel Valcárcel, Lima, UNMSM, Facultad de Letras, 1954, p.5

Revistas de las Facultades:

- 1897 Revista de Ciencias
- 1918 Anales de la Facultad de Medicina (37 tomos hasta 1954)
- 1923 Boletín Bibliográfico de la Biblioteca Central
- 1925 Anales de la Facultad de Ciencias
- 1929 Revista Letras
- 1929 Revista Económica y Finanzas
- 1936 Revista Derecho y Ciencias Políticas
- 1937 Boletín de la Especialidad de Odontología
- 1939 Anales de la Especialidad de Farmacia
- 1940 Revista Pedagógica
- 1946 Revista de la Facultad de Medicina Veterinaria
- 1947 Boletín de Servicios Médicos
- 1949 Revista de la Facultad de Química
- 1951 Revista de estudiantes de Periodismo “El Sanmarquino”

Publicaciones de la Facultad de Letras

Sobre las publicaciones de la facultad se tiene la siguiente relación:

- 1930 -1935, 1936-1954 Revista *Letras* (54 números)
- 1940 *Sphiuxo* - Instituto de Filología y Lingüística ( 12 números)
- Instituto de Periodismo publicó la Revista *San Marcos* (5 números)
- 1947 Instituto de Periodismo publicó el Periódico “*El Instituto*”
- 1951 adquisición de nueva imprenta y se inaugura en 1952 la edit. San Marcos
- 1952 Índice de la Rev. *Letras* 1929-1954 (temas diversos, bibliografías e índices, normas, investigaciones, informes de estado económico, etc.)

En los últimos años tenemos publicaciones que corresponden a las Escuelas Profesionales y a los Institutos que forman la Facultad de Letras:

- 1997-1999 *Boletín informativo* de la FLCH
- 1998 Revista *Escritura y Pensamiento* – Unidad de Investigación de la FLCH
- Revista *Logos Latinoamericano* - Instituto del Pensamiento

Peruano y Latino Americano (IIPLA)

- Revista *Lengua y Sociedad* - Centro de Investigación de Lingüística Aplicada (CILA)
- Revista *Letras* (el último número 99-100, 2000)
- Revista *Reflexión y Crítica* de la EAP de Filosofía
- Revista *Comunicación* de la EAP de Comunicación Social, 2000
- Revista *Infobib* de la EAP de Bibliotecología,

Si bien las publicaciones anteriores salen a luz con financiamiento - aunque bajos presupuestos- de la universidad, o cuentan con alguna clase de ayuda, tenemos también otras publicaciones que son producto de la entusiasmo y creatividad de las comunidad docente y estudiantil, entre ellas tenemos, las revistas *Aletheia* y *Yachay* en Filosofía, *Dedo Crítico*, *More ferarum* y *Ajos & Zafiros*, en Literatura; la Revista Electrónica *ECO* de la especialidad de Comunicación Organizacional de la EAP de comunicación Social<sup>3</sup> y otros.

Sobre las publicaciones de los docentes investigadores no realizadas con la universidad no se tiene un registro sistematizado, desconocemos el cúmulo de trabajos publicados por la comunidad académica en el desarrollo de otras actividades profesionales como consultorias, asesorías y capacitación. Consideramos de importancia trabajar a futuro esta información por la importancia de mostrar investigaciones realizadas fuera de los claustros universitarios y que serían de conocimiento e interés para el debate académico y científico.

### *Investigación y publicación*

Sobre la situación de las investigaciones de la Facultad de Letras, tenemos cerca de 680 inscritas ante el Consejo Superior de Investigaciones en el período de 1991 a 2001<sup>4</sup> lamentablemente dichas in-

---

<sup>3</sup> Revista electrónica que no tiene financiamiento pero utilizará el portal de la universidad.

<sup>4</sup> Oficina del Consejo Superior de Investigaciones- UNMSM.

investigaciones no tienen su correspondiente publicación y por ende los resultados no son conocidos ni difundidos. Si bien de por sí los presupuestos no son muy altos para la ejecución de los proyectos en ellos no se contempla el costo de la publicación, y por tanto se convierte en una limitación para la difusión.

Los seminarios anuales de investigación son por lo tanto los espacios de presentación y debate sobre los trabajos realizados y deben convertirse en reuniones que convoquen no solo a los investigadores inscritos sino a la comunidad académica en general, docentes, maestristas y estudiantes.

Es importante también analizar que encontramos una tendencia decreciente en el número de investigaciones financiadas, si observamos los datos de los últimos años en relación a las investigaciones desarrolladas<sup>5</sup> tenemos:

- 1998 : 42 investigaciones
- 1999 : 39 investigaciones
- 2000 : 31 investigaciones financiadas y 6 sin financiamiento
- 2001 : 28 investigaciones financiadas

También se notamos que no se registran las investigaciones que no cuentan con ningún apoyo económico pero que son investigaciones alternativas ante la ausencia de mayores presupuestos para esta actividad. Si bien estas investigaciones no representan gasto económico para la universidad son producto de un sacrificado trabajo académico y que debe ser tomado en cuenta para su publicación.

### *Ante una problemática editorial universitaria*

A todo lo anteriormente presentado se suma la problemática editorial de la universidad, situación que tiene estrecha relación con la política de investigación y los sistemas de información, pues están vinculados de tal forma que una nutre a la otra y todas forman una cadena de información.

---

<sup>5</sup> Informe del Boletín del Consejo Superior de Investigaciones, UNMSM, 2000.

Ausencia de presupuesto adecuado para publicaciones diversas

- Débil presupuesto para publicaciones periódicas y no periódicas,
- Trámites tediosos que demoran o perjudican las acciones para publicar
- Se utiliza solamente algunos soportes que son los impresos, como si fuesen los únicos medios para difundir información académica.
- Poca gestión económica con otras instituciones y agentes editoriales

Política editorial

- Ausencia de lineamientos de difusión de las investigaciones y publicaciones universitarias
- Desconocimiento de las normas editoriales indispensables
- Encargo del trabajo a recursos humanos no especializados

Identidad editorial

- Diversidad gráfica de los símbolos universitarios, que presentan una incipiente imagen corporativa
- Ausencia de identidad editorial de las publicaciones universitarias
- Variedad editorial sin una clasificación uniforme

Marketing editorial

- No hay posicionamiento de la producción editorial ante los consumidores internos y externos
- Estrategias de difusión desvinculadas de actividades centrales universitarias
- No hay estudios de mercado de la demanda de las publicaciones de la universidad

Derechos de autor

- Poca información sobre los derechos de autor de las investigaciones, trabajos académicos, proyectos y producciones compartidas
- Ausencia de una especificidad de los derechos de autor en las diversas especialidades (imagen fotográfica, audiovisual, diseño de investigación, ejecución, etc)

Publicidad y Comercialización

- No existe planes publicitarios sobre la producción editorial
- La difusión de las publicaciones se utilizan más la publicidad interpersonal

- La comercialización es local, en el campus o algunas dependencias y no fuera de los ámbitos y actividades universitarias
  - Falta la producción y comercialización en otros soportes alternativos
- Soportes y medios
- Publicaciones impresas: libros y revistas
  - Poco uso de otros soportes alternativos
  - No se utiliza el portal de la universidad para difundir las publicaciones de la universidad, sus facultades e institutos.

### *Presentando algunas propuestas*

Antes de presentar alguna propuesta ante la problemática de la difusión de publicaciones académicas de la universidad considero necesario ubicarnos en una situación modelo que debe ser base de las alternativas de trabajo, para lo cual se requiere el trabajo coordinado entre el Consejo Superior de Investigaciones y las facultades, el Fondo Editorial, la Imprenta Universitaria, el Sistema de Bibliotecas, la Oficina de Relaciones Públicas y la Librería Universitaria, que en permanente comunicación y planificación desarrollen acciones en beneficio de una cultura de publicación y difusión académica de la Universidad de San Marcos. La situación modelo nos llama a proponer varias alternativas, pero en este caso presento solo algunas alternativas y en específico para la situación editorial .

Consideramos de vital urgencia reorientar los procesos editoriales de la universidad, asegurando la difusión de las investigaciones desarrolladas en los Institutos de Investigación propios y con otras instituciones, establecer criterios de calidad y mecanismos de distribución competentes para facilitar a la comunidad académica local, nacional e internacional y a la población en general el acceso a las publicaciones universitarias. Presentamos a continuación las propuestas en referencia a las distintas áreas que forman parte los procesos editoriales:

#### Gestión económica

- Desarrollar la gestión económica con universidades, ministerios,

empresas privadas y organismos de desarrollo

- Coediciones con otras universidades, instituciones públicas y privadas, colegios profesionales, y otros
- Establecer el Canje publicitario
- Buscar la sostenibilidad económica mediante la venta y suscripción de algunas publicaciones

Políticas editoriales

- Establecer normas editoriales similares en todas las facultades
- Proponer lineamientos y planes editoriales
- Programación de actividades editoriales entre las diversas oficinas de la universidad
- Trabajar con recursos humanos especializados en actividad editorial (graduados)
- Mantener una estrecha relación con las bibliotecas quienes deben tener todas las publicaciones de la universidad en su base bibliográfica

Cultura editorial

- Desarrollo de acciones editoriales permanentes y compartidas
- Investigación y difusión de la identidad editorial de la universidad
- Planificación periódica de la difusión de las investigaciones, trabajos y proyectos académicos (coloquios, foros, ferias, jornadas, etc.)
- Capacitación en el tema de editorial en forma integral

Posicionamiento editorial

- Desarrollar periódicamente la presentación local de la producción editorial
- Difundir las publicaciones y fichas del autor (a) en al embajadas, organismos internacionales, fuentes cooperantes y estado
- Participación en ferias de libros locales, nacionales y otras
- Digitalización de las obras editoriales especiales
- Elaboración de Guías bibliográficas, Índices bibliográficos, de las publicaciones antiguas
- Guías de precios, catálogos de las publicaciones (colecciones, materia, autores), folletos, en forma periódica
- Canje de publicaciones: local, nacional e internacional

- Publicidad permanente y con el uso de medios propios y los masivos
- Fomento del marketing editorial
- Capacitación a la comunidad y en especial a docentes en las nuevas estrategias de marketing editorial
- Información al consumidor local, nacional e internacional
- Concepto de canal de distribución. Funciones del canal. Niveles de canal. Logística de comercialización. Sistemas de distribución física.
- Presentaciones periódicas y participación en Ferias locales, nacionales e internacionales
- Sistemas de transferencia de derechos: la modalidad de la consignación.
- Mercado editorial: libreros independientes, librerías, mayoristas, distribuidores, distribuidores de diarios y revistas, supermercados, farmacias, etc.
- Difusión periódica de las nuevas publicaciones en medios masivos y con el uso de las nuevas tecnologías

#### El uso de las nuevas tecnologías

- Tasa de crecimiento de internet en el Perú supera el promedio regional por lo tanto se presenta como una alternativa óptima para la difusión de las publicaciones académicas.<sup>6</sup>
- Servicio de Internet por cabinas públicas a través del cual se conectan unos 800 mil usuarios a la fecha está en constante crecimiento.
- El uso de Internet en cabinas públicas creció 45% en lo que va del año en los distritos de Comas, Villa El Salvador y Villa María del Triunfo, y podemos llegar a esos sectores con información académica.
- Hay un uso más disciplinado de las cabinas y dejando de lado la búsqueda solo del entretenimiento, se participa en búsqueda de información especializada dejando lo común.

---

<sup>6</sup> Esta información se encuentra en el Boletín Electrónico del Instituto Nacional de Estadística - INEI, correspondiente a 2001.

- Acceso a la comunidad académica nacional e internacional con el uso del portal de la universidad
- Nuevas formas del libro: libro audio, cd-rom, multimedia que pueden ser alternativas para publicaciones específicas.
- Revistas electrónicas, páginas web universitarias, buscadores son alternativas para colocar en ellas las publicaciones universitarias.
- Utilizar la tecnología del video para la difusión de temas especiales
- Por todas estas ventajas las nuevas tecnologías también son alternativas para la difusión de las publicaciones universitarias que sumándose a las impresos ayudarían cubrir las demandas de difusión y la de los usuarios.

## BIBLIOGRAFÍA

Índice de la Revista Letras 1929-1954. UNMSM, Lima, 1954

Boletín Universitario, UNMSM, 5a época, Vol. 2 en/dic, 1967

Boletín 35, CSI, UNMSM, en/ feb 2000

Boletín 40, CSI, UNMSM, en/ab 2001

Memoria 1995-1999, UNMSM, Lima, 2000

Manual de edición. CERLAC, Bogotá, 1996

MOLINER TENA, Miguel Ángel. *Marketing social. La gestión de las causas sociales*. Madrid, ESIC, 1998

*Revista Iberoamericana de Educación. Universidad siglo XXI*, Organización de los Estados Americanos, Madrid, número 21, septiembre -diciembre, 1999.

## REFERENCIA ELECTRÓNICAS

[www.inei.gob.pe](http://www.inei.gob.pe)

[www.oei.es/revista.htm](http://www.oei.es/revista.htm)

[www.unam.mx](http://www.unam.mx)

[www.uaac.mx](http://www.uaac.mx)