



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES

“LA DISTRIBUCIÓN DE PUBLICACIONES PERIÓDICAS EN
LA FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES,
UNA EXPERIENCIA PROFESIONAL. (1991-1994)”

T E S I N A
QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE:
LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

P R E S E N T A:

IRMA AGUILAR AVILA

ASESORA DE TESINA:
DOCTORA. CAROLA ISABEL GARCÍA CALDERÓN



CIUDAD UNIVERSITARIA

2011



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

DEDICATORIA

ESTE TRABAJO SE LO DEDICO A TODAS Y CADA UNA DE LAS PERSONAS QUE HAN DEJADO DAÑOS UN TANTO CUANTO IRREPARABLES EN MI ALMA. A LOS QUE AÚN ANDAN ENTRE LOS VIVOS Y A LOS QUE YA CONVIVEN CON LOS MUERTOS.

AGRADECIMIENTOS

A MIS PADRES: (+) GUADALUPE AVILA PRADO Y (*) LAZARO AGUILAR GUZMÁN.
A MI HERMANA MA. ISABEL AGUILAR , A MI HERMANO (+) FRANCISCO AGUILAR Y MIS SOBRINOS: JOSÉ Y MARVIN IVÁN LABASTIDA, RODRIGO Y KARINA AGUILAR .
NO UNO SINO MILES DE AGRADECIMIENTOS PARA UN SER HUMANO EXCEPCIONAL ,
PARA UNA GRAN MAESTRA Y AMIGA: PROFA. MA. ESTHER NAVARRO LARA.
A LA FAMILIA GUERRERO:
(+) FRANCISCO GUERRERO LUTTEROTH, CARLOTA G. L. Y FRANCISCO GUERRERO Hijo.
PARA TODAS Y CADA UNA DE LAS PERSONAS QUE EN SU MOMENTO ME HAN BRINDADO SU AYUDA Y AMISTAD:
QUETA, ANGEL, GABRIEL VALENZUELA, GABRIEL CAMPUZANO, YOLANDA PAREDES, JOSÉ LUIS GÓMEZ, VALERIANO, NORMA SÁNCHEZ, LULÚ, MTRO. ARTEMIO, MTRO. OTHÓN, LILI, DOMINGO CABRERA, GLORIA CARRILLO, JOSE MÁ CALDERÓN, ANITA (PERSONAL) ANITA (SERVICIO SOCIAL) BETY, JUANITA, AMELIA CORIA, SAÍD, MARIO, GUSTAVO DE LA VEGA, PEDRO MUNDO, SOCORRO ALVÍTER, ROCÍO AVENDAÑO, CAROLA GARCÍA (MI ASESORA), ALFONSO VIVEROS, MTRO. ALFONSO RODRÍGUEZ, AURORA, BERTHA, MARTHA GUZMÁN, TERE (PERSONAL ACADÉMICO) RICARDO UVALLE, MA. LUISA, RAFAEL HUERTA. MTRA. SUSANA, MTRO. SERGIO BALLESTEROS, MTRA. ALMA IGLESIAS, .MTRA. CLARA, MTRO. LEONARDO FIGUEIRAS, VERÓNICA, PROFA. ROSA. MA. LARROA, PROF. LUCIO OLIVER, SRA. HORTENCIA, PAMELA, PRISCILA Y YARA.

ÍNDICE

Introducción	4
CAPÍTULO 1: PUBLICACIONES	
1.1. DEFINICIÓN DEL CONCEPTO PUBLICACIÓN	11
1.2.ELEMENTOS BÁSICOS PARA DEFINIR UNA PUBLICACIÓN PERIÓDICA	12
1.3.DATOS HISTÓRICO-JURÍDICOS DE LA LÍNEA EDITORIAL DE LA FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES 1955-1990	14
1.4 BASE LEGAL DE LA POLÍTICA EDITORIAL EN EL PERÍODO 1991-1994	18
1.5 PRESENTACIÓN DE LAS PUBLICACIONES PERIÓDICAS DE LA FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES	22
1.6 BREVE MENCIÓN DEL PROCESO DE ELABORACIÓN DE LAS PUBLICACIONES PERIÓDICAS EN LA FCPyS	31
CAPÍTULO 2: CONTROL DE EXISTENCIAS, DISTRIBUCIÓN COMERCIALIZACIÓN Y DIFUSIÓN DE LAS PUBLICACIONES QUE EDITA LA FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES.	
2.1 EL ALMACÉN DE PUBLICACIONES DE LA FCPyS Y LA IMPORTANCIA DE SU FUNCIONAMIENTO	34
2.2 RELEVANCIA DE LA DISTRIBUCIÓN Y LOS MECANISMOS QUE SE UTILIZAN PARA QUE SE LLEVE A CABO.....	36
2.3 COMERCIALIZACIÓN DE LAS PUBLICACIONES EN LA FCPyS.....	38
CAPÍTULO 3: UNA ESTRATEGIA DE DISTRIBUCIÓN	
3.1 PASOS A SEGUIR: LIMITACIONES Y ALCANCES	40
3.2 SITUACIÓN ACTUAL DEL ALMACÉN	41
CONCLUSIONES	56
FUENTES CONSULTADAS	
BIBLIOGRAFÍA	60
HEMEROGRAFÍA	
FUENTES ELECTRÓNICAS	

INTRODUCCIÓN

La Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, fue en un principio Escuela Nacional de Ciencias Políticas y Sociales (9 de julio de 1951) el 26 de enero de 1968 se convirtió en Facultad y desde entonces ha sido bastante prolífica en el campo editorial, ya que desde su creación ha formado una gran cantidad de profesionales los cuales han aportado por medio de publicaciones valiosos conocimientos para las ciencias sociales, no sólo dentro de nuestra Facultad sino también para fortalecer el programa educativo de otras escuelas , institutos o universidades que se enfocan a lo social.

Al explorar la forma en la se puede abordar el tema de esta investigación: LA DISTRIBUCIÓN DE PUBLICACIONES PERIÓDICAS EN LA FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES: UNA EXPERIENCIA PROFESIONAL (1991-1994), nos encontramos con que es un contexto de apuros y dificultades (1991-1994). Un síntoma de esta situación es que tal vez no se les daba la importancia necesaria a las publicaciones de la Facultad en el sentido de darlas a conocer a la comunidad estudiantil y distribuirlas en alguna otra institución

En febrero de 1991, realicé por medio de servicio social el conteo y acomodo de publicaciones las cuales se encontraban en un orden confuso y tumultuoso Este conteo extremadamente exhaustivo brindó la oportunidad de tener un control de inventario menos exiguo. El arreglo del material colmó el almacén de publicaciones, las cuales con anterioridad estaban expuestas al paso de la gente, lo que ocasionaba considerables pérdidas no fácilmente detectables.

Al iniciar la administración del Doctor Juan Felipe Leal y Fernández como Director de la FCPyS (febrero de 1992) se advirtió la existencia de abundantes publicaciones en la bodega. Como vía más pronta y factible, dentro del Consejo Editorial se acordó la política de donación, la cual durante cuatro años, no funcionó. El almacén continúa abarrotado de publicaciones por no contar con la posibilidad o habilidad de hacerlas llegar hasta la fecha (2010) a manos de los lectores.

La política de donación antes mencionada, ha creado la idea en la comunidad estudiantil de esta escuela de que las publicaciones editadas por la misma son obsoletas e inservibles y que por ello se obsequian en grandes cantidades no es recuperable el costo de producción

Retomando lo expuesto en los párrafos anteriores, se detecta que además de que no se cuenta con la estrategia adecuada para una buena distribución, existe ineficiencia y falta de atención para darle mayor empuje a la salida de material editado y representativo de esta Facultad.

Por tanto, es conveniente diseñar e implementar un plan de distribución por medio del cual se den a conocer nuestras publicaciones y sean aprovechadas en nuestra Facultad en, instituciones con carreras afines, y aun más a nivel nacional e internacional.

Al mejorar la tarea que implica distribuir, se canalizarían de mejor manera los títulos que edita esta Facultad. Es necesario y muy importante darlos a conocer ampliamente para que tengan utilidad y, por otro lado, es esencial que sean estables, ya que los gastos de producción resultan bastante elevados.

La idea de plantear una estrategia que se lleve a cabo en términos prácticos es para mejorar la actividad distributiva en la FCPyS, justifica. En gran medida el planteamiento de este problema se justifica ya que surge por la inquietud profesional de investigar y posteriormente dar a conocer a la producción de publicaciones periódicas y el por qué de su acumulación en el almacén de la Facultad.

En términos generales, considero que la actividad de promoción y distribución se encuentra desatendida al grado tal que el atiborramiento de publicaciones requiere una estrategia de distribución eficiente y bien atendida por personal capacitado, esto originaría que se cuente con una bodega desalojada y propicia sólo para recibir tirajes subsecuentes. Así se canalizarían por distintos conceptos, ya sea suscripción, difusión, venta o en su defecto donación.

Por otro lado, mi experiencia como organizadora de las ferias de publicaciones de la Facultad me ha dejado ver que un gran número de alumnos no conoce nuestras revistas, los que saben que existen y además las conocen es porque en clase algún profesor les pidió consultarlas.

Es necesario, darlas a conocer ampliamente, y tratar de ajustarlas a los programas y planes de estudio de esta Facultad, así podrían servir como material de apoyo a otras instituciones o facultades dentro y fuera del territorio nacional que cuente con las mismas carreras o aéreas que corresponden al ámbito político social.

Por tanto, concluimos que la distribución y promoción de las publicaciones periódicas de la Facultad de Ciencias Políticas Y Sociales no es eficientemente para su venta por

que no existe la estrategia adecuada para realizar esta tarea. Al plantear una estrategia de distribución y venta, ganarán más espacios de exhibición ya que en su concepto de venta no reportan lo esperado y además se exceden en el concepto de donación para la docencia para funcionarios y para otras instituciones.

En consecuencia, la presente investigación se propuso analizar cómo se efectúa la distribución de publicaciones periódicas en la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales para plantear en el último capítulo una estrategia de distribución para optimizar su función.

Al abordar el tema de distribución no deja de resultar interesante plantear y especificar lo que en términos generales encierra el concepto en sí.

La distribución se entiende como que se parte entre algo enumerado. Es dividir una cosa entre varios. La idea de distribución y principalmente el acto de distribuir conduce a pensar que algo se designa a algo que le corresponde según sea útil, por derecho infalible dándole un destino, así como colocación oportuna y conveniente.

En consecuencia esta tarea es realizada por una persona a la que se le llama distribuidor. pero también puede llevarse a cabo por un grupo de gente que cuenta con razón social y funciona como empresa distribuidora.

Enfocando la conceptualización anterior dentro del ámbito editorial practicado en la UNAM la institución distribuidora es la Dirección General de Fomento Editorial que cuenta con personal eficiente y capacitado para atender la distribución de las

publicaciones editadas por escuelas, institutos y facultades que requieren poner a la venta sus ediciones en la red de librerías de la universidad y, aunque tampoco se distribuyen bien, es una institución un tanto cuanto más organizada, por el hecho de que la actividad principal que desarrolla es la distribución.

Cada una de estas escuelas, institutos y facultades tienen a su vez personal (distribuidor) que se encarga de todos los aspectos de esta labor tan compleja y que es atendida por el Departamento de Distribución.

El trabajo practicado para preparar una publicación, ya sea por una o varias personas, requiere indudablemente de la utilización extremada y fundamental de la difusión. Esto significa que al estar terminada una obra se debe dar a conocer por medio de canales que lo permitan y sean accesibles a los fondos de a quién se va a distribuir.

La difusión es por tanto, extender la información de una publicación. Asimismo también se entiende como la acción de comunicar que existe dicha publicación. En algunas ocasiones se confunde este concepto con el de distribución que sólo tiene que ver con la acción de repartición. En cambio, la difusión es dar a conocer.

Así pues, al terminar el proceso productivo, o a veces antes, el productor, el publicista y el vendedor de libros están al tanto de la impresión y publicación de la obra; por tanto, es claro que el trabajo de los profesionales de la mercadotecnia es duro y nunca termina. En sus manos se encuentran almacenes colmados de libros que es necesario hacer llegar a los lectores.

Comparando el funcionamiento de nuestra Máxima Casa de Estudios con otras instituciones, ya sea escuelas, universidades, institutos, sociedades corporaciones o academias dedicadas a la investigación dentro del territorio nacional, la UNAM es el centro educativo con mayor actividad editorial debido a que el cuerpo docente indaga y difunde sus conocimientos principalmente por medio de material bibliográfico. Es por ello que existe una gran disponibilidad en este sentido.

Por lo tanto, lejos de considerar lo impreso como la última palabra en los libros, se toma en cuenta dentro del proyecto de esta investigación la importancia del trabajo que implica la distribución tratando de resaltar así las etapas internas y externas de su realización.

Valorando los orígenes y la importancia del desarrollo de esta institución, no deja de resultar interesante investigar y comentar además de sus logros los conflictos o dificultades que entraña el funcionamiento de nuestro plantel en el ámbito administrativo, lo que propicia que no haya progreso ni mínima evidencia en una de tantas actividades que es en este caso la distribución de las publicaciones editadas por la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales.

En el primer capítulo, además de señalar lo que es una publicación periódica, hablaré de su estructura y plantearé cuáles son. Posteriormente, haré una evaluación de su proceso técnico revisando así el contenido y tema de cada una de ellas, checando también los criterios editoriales para cada revista..

En el segundo capítulo plantearé lo que es la distribución y la importancia que tiene dentro de la Facultad. Paso por paso explicaré como se practica y quienes atienden este rubro dentro y fuera de la institución. Especificaré lo que es el almacén de publicaciones de esta escuela, cómo funciona y quién lo dirige. Hablaré de la difusión de las publicaciones periódicas dentro y fuera de este centro educativo, definiendo conceptos técnicos relacionados con esta actividad.

Finalmente en el capítulo tercero propongo una estrategia distributiva para promover de mejor manera las publicaciones de la Facultad. La estrategia antes mencionada consiste en considerar la estructuración de un nuevo Departamento que se encargue solo de la distribución y promoción de las publicaciones

No se pretende plasmar un recetario, porque siempre habrá quien decida hacer las cosas de otra forma o quienes no estén de acuerdo con lo planteado. En términos generales y resumiendo todo lo anterior, considero que la actividad distributiva se encuentra desatendida a tal grado que el almacén está colmado de publicaciones. Una estrategia de distribución eficiente y bien atendida por personal capacitado originaría que contáramos con un almacén desalojado y propicio para recibir tirajes subsecuentes, así se canalizaran por distintos conceptos, ya sea suscripción, difusión, venta o en su defecto donación. La política de distribución con la que cuenta la Facultad debe juzgar necesario el apoyo de una distribuidora la cual vendería y así aunque los costos de producción no fueran totalmente cubiertos, por los porcentajes que se adjudica la empresa, sería mejor que regalar sin remuneración alguna un porcentaje bastante elevado de estas publicaciones. Aunque no se niega finalmente que las condiciones han resuelto parcialmente este problema.

Capítulo 1 Publicaciones

1.1 Definición del concepto publicación

Para que un escrito trascienda se tiene que publicar, es decir, debe expresar lo visible, lo notorio, lo común, lo no privado, lo que se elabora para un público, entendiéndose a éste como un conjunto de personas partidarias o adeptas de lo que se da a conocer. Esto no amerita que físicamente estén reunidas, lo que importa es que manifiesten un interés similar, un lenguaje, una cultura o una ideología afín.

En este sentido, cabe señalar que según el público es el producto que se ofrece para dar a conocer y, posteriormente difundir y en otros casos vender. Así pues, una publicación (libro, periódico, revista, folleto, etcétera) requiere de su impresión para dar paso a la difusión y que sea del conocimiento de los interesados para que lo puedan adquirir. Una publicación es la materialización de un trabajo intelectual realizado por un investigador (quien es el autor) para plasmar nuevos conocimientos.

Así como existen distintos tipos de públicos o personas interesadas en algo, existen también diversos tipos de publicaciones, pudiéndose clasificar éstas según su objetivo. Existen las publicaciones científicas, especializadas culturales y de entretenimiento. Para el caso que nos ocupa nos enfocaremos sólo a lo que concierne a esta investigación que trata de la distribución de las publicaciones periódicas de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, de la UNAM, tomándola como distribución de la cultura.

1.2 Elementos básicos para definir una publicación periódica

Las publicaciones periódicas contienen información coyuntural útil en diferentes áreas de la investigación, la docencia y el conocimiento. Al respecto Fabiola Belman opina: “Además, estos impresos (refiriéndose a las publicaciones periódicas) son de fácil acceso y consulta, aunque puede ocurrir que al paso del tiempo pierdan actualidad escapando rápidamente de la vista del lector.”¹ Aún así, es válido argumentar que aunque transcurra el tiempo, según el interés del lector y de la investigación que se trate puede ser actual o no una revista periódica, ya que un libro, un escrito o documento pueden perder también vigencia o actualidad en determinado momento pero no pierden su valor como fuente de consulta para ampliar el conocimiento de cualquier tema o materia de estudio. Ahora bien, no se trata de imponer puntos de vista, aquí lo que vale es el discernimiento de cada lector.

A las publicaciones periódicas se les denomina así por contar con cierta frecuencia: semanal, quincenal, mensual, bimestral, trimestral, cuatrimestral, semestral o anual aunque en ocasiones existan retrasos en su aparición.

Fabiola Belman señala: “Entre sus características principales se encuentran: su aparición con un título registrado, generalmente de manera legal y una numeración seriada, siguiendo un orden cronológico.”²

El contenido de las publicaciones periódicas puede ser diverso o bien puede tratar un tema específico de cualquier materia o asunto, ya sea cultura, deportes, religión,

¹ Fabiola Belman Alejandro, *Los documentos escritos e Impresos: El libro, las publicaciones periódicas y la archivalía*, Núm. 1, UNAM, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, Formación Básica Común, 1989, p. 36

² Fabiola Belman, *op. cit.*, p. 23

etcétera. A estas últimas se les llama revistas especializadas y están conformadas por artículos, los cuales son elaborados por autores doctos en cada tema, quienes además se sujetan a las normas del consejo o comité editorial y sus artículos son sometidos a un arbitraje de doble ciego esto quiere decir que cada artículo es dictaminado por especialistas en la materia los cuales no conocen a quien dictaminan y a su vez el dictaminado no sabe quiénes son sus dictaminadores. Este arbitraje es de suma importancia en las publicaciones científicas las cuales son reconocidas por el Conacyt. . El contenido básico de una publicación periódica, como la que interesa a esta investigación, son artículos realizados cada uno por un investigador ya sea de la propia facultad o de alguna otra institución del territorio nacional o internacional, a este contenido se le añan también reseñas de algunas otras publicaciones las cuales sirven para remitir al lector a otras fuentes ya sean libros, periódicos, otras revistas, conferencias, congresos, coloquios, etcétera.

Estamos de acuerdo entonces en que “El periodismo impreso se presenta tradicionalmente en dos formas: diario y revista. Los dos dan a conocer, analizan y valoran públicamente la información que reciben. En el diario el mayor volumen de información es noticiosa y en la revista es interpretada y de opinión”.³ Aunque cada uno de estos medios de información cuente con nombre permanente y la forma de presentación varíe en tamaño y contenido, esto no quiere decir que un número salga tamaño carta y otro tamaño oficio; cada publicación debe tener preestablecido su formato. En lo que respecta al contenido, éste es variable pero la línea editorial debe respetarse. En una revista de moda no podremos meter artículos de cómo arreglar un refrigerador, todo debe presentarse según los objetivos y el género a tratar.

³ Francisca Robles, *Guía Práctica para Elaborar Revistas*, Tesis de Licenciatura en Ciencias de las Comunicaciones, UNAM, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, 1987, p. 3

El contenido de una revista no es noticia aunque tenga la tarea de informar, va más allá puesto que presenta análisis de problemas actuales exponiendo con profundidad algún tema, según su objetivo y el público a quien se dirige, ya que hemos acordado más arriba que según el público son las revistas. Existen revistas para niños como las de historietas, revistas para mujeres como las que contienen recetas de cocina o de belleza, revistas para toda la familia como *Selecciones*, etcétera. En esta investigación nos referiremos a revistas institucionales, como son las revista periódicas de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales la cual pertenece a la casa editorial más importante de América Latina, la Universidad Nacional Autónoma de México, ya que en los últimos años se ha incrementado la actividad para publicar, debido al aumento de la investigación y la docencia de profesionales calificados para transmitir conocimientos y experiencias docentes y académicas.

Así pues, para retomar nuestro tema de interés nos enfocamos a las revistas periódicas de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales las cuales son de suma importancia para todos los estudiosos que tratan temas relacionados con las ciencias sociales.

1.3 Datos histórico-jurídicos de la línea editorial en la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales 1955-1990

Conforme a la rica e importante historia de nuestra escuela encontramos que la Comisión Editorial de la Facultad da inicio en 1955 cuando la *Revista de Ciencias Políticas y Sociales* plantea la necesidad de contar con una política editorial. En la entonces Escuela Nacional de Ciencias Políticas y Sociales a la comisión editora se le nombró Consejo Asesor de Publicaciones y fue encabezado por el doctor Raúl Carrancá

y Trujillo (1953-1957), este órgano era compuesto por siete miembros reconocidos de la Facultad.

Durante el periodo del doctor Pablo González Casanova (1957-1965) este organismo integra a un miembro más para que sea compuesto de ocho elementos. Para 1964 todavía el doctor González Casanova designa al Consejo Asesor como Consejo Editorial y se agregan cinco miembros. En la gestión del licenciado Enrique González Pedrero (1965-1970) el número de miembros del Consejo Editorial se reduce a once y se le llama Consejo de Publicaciones.

Posteriormente, el licenciado Víctor Flores Olea (1970-1975) al mando de la Dirección integra un Consejo de Redacción que es constituido sólo por ocho miembros. El licenciado Julio del Río Reynaga (1975-1979) es quien vuelve a implantar que sean trece miembros y al órgano normativo se le llama Consejo Editorial. Antonio Delhumeau Arrecillas (1979-1981) conserva el Consejo Editorial pero ahora compuesto por ocho integrantes. El maestro Raúl Cardiel Reyes (1981-1983) en su primer año de gestión constituye la Comisión Editorial olvidando el nombre de Consejo Editorial. Esta Comisión quedó integrada por “el Director de la Facultad, el Secretario General de la misma, el Coordinador de Extensión Universitaria, el Jefe del Departamento de Publicaciones, el Jefe de la División de Estudios de Posgrado, el Jefe del Sistema Universidad Abierta, así como por cuatro profesores distinguidos designados por el director.”⁴

⁴ Salvador H. García Romero, *El Proceso Editorial en la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, propuesta para su optimización*, Tesis de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, UNAM, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, 1990, p. 69

Posteriormente, en la administración del doctor Carlos Sirvent Gutiérrez (1984-1988) se adiciona un elemento más ya que con la segunda reunión ordinaria del año hubo cambios en varios artículos y según las Disposiciones Generales a las que se sujetan los procesos editoriales y de distribución de la UNAM (capítulo v artículo 22) se indica que el número de miembros del Consejo Editorial de cada institución debe ser impar. Al segundo año de la administración del doctor Sirvent se designa un Consejo Editorial para cada una de las revistas, siendo este el responsable de cada número editado tomando en cuenta que debe cuidar del contenido de los artículos y proponer temáticas a tratar en cada número.

En el periodo comprendido de 1975 a 1990 a través del Departamento de Publicaciones son editados en la Facultad cuadernos, libros y revistas. Los cuadernos cuyo objetivo era apoyar la actividad docente no debían pasar de las ochenta cuartillas tomando en cuenta el índice, la bibliografía y la introducción. Los libros eran ediciones de investigaciones, tales como tesis de doctorado y maestría con un nivel altamente reconocido. En el tiempo antes señalado también son editadas seis revistas las cuales reflejan el resultado de investigaciones hechas por docentes e investigadores del plantel.

Toda revista es la respuesta de un proyecto previamente planteado (en esta institución y en cualquiera otra). Estas publicaciones periódicas responden a una necesidad, por tanto se tiene que plantear qué van a contener, quién decidirá su contenido, qué línea editorial se le atribuirá y además, en términos de difusión y promoción dónde se distribuirá. Este proyecto resulta sumamente importante en cada administración ya que aunque las publicaciones existan se pueden y deben modificar en vista de que “el proyecto, una vez aprobado, se convierte en un manual operativo en el que se especifican: objetivos,

características, tiraje, circulación, organización editorial y costo aproximado. También se incluye la descripción de funciones, responsabilidades y dependencias."⁵ Por tanto, las reuniones de la Comisión Editorial deben ser por lo menos cada dos meses o cuando el presidente o director de la Facultad así lo requiera y que sean los coordinadores de cada área los responsables de los subcomités editoriales por tanto, cada dependencia editora debe contar con un Comité Editorial el cual diagnostica sobre la publicación. El Consejo Técnico e Interno de cada institución cuida del buen funcionamiento (que este presente) ya que “ninguna publicación universitaria de las dependencias editoras se publicará sin el dictamen favorable de sus respectivos Comités Editoriales”.⁶

Los cambios que debe haber conforme a la integración de los comités editoriales deben notificarse al Consejo Asesor y así si una dependencia requiere también de los servicios de edición de la Dirección General de Publicaciones debe sujetarse a las normas establecidas. Todo convenio y contrato también debe ser aprobado por la Dirección General de Asuntos Jurídicos. Los contratos o convenios pueden ser de edición, de coedición, de distribución y todo lo que se refiere a publicaciones.

De la Comisión Editorial de la Facultad depende el Departamento de Publicaciones pero a la Coordinación de Extensión Universitaria le corresponde la vigilancia de las labores de tal departamento. La Comisión Editorial por su parte es apoyada por los subcomités editoriales de la FCPyS. Por tanto, tomando en cuenta la evolución que se ha dado desde el inicio del proceso editorial de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales es claro que se ha avanzado según la política de las distintas administraciones las cuales

⁵ Francisca Robles, *op. cit.*, p. 6

⁶ Salvador García Romero, *op. cit.*, p 135.

han analizado la estructura, su integración y su funcionamiento, así como al personal, equipo y las instalaciones con las que ha contado esta dependencia.

Los diferentes periodos han registrado cambios como los antes ya mencionados y poniendo empeño se ha progresado considerablemente.

1.4 Base legal de la política editorial en el periodo 1991-1994

Aunque es de suma importancia el periodo a tratar en este trabajo (1991-1994), las transformaciones de las publicaciones periódicas de esta Facultad no son muchas en comparación con administraciones pasadas donde cambian de nombre, de formato, de contenido, de estructura, etcétera, según la política editorial planteada en cada etapa. A través de la historia hemos llegado a la fecha que importa a este trabajo, así el dos de julio de 1992, ya en el periodo del doctor Juan Felipe Leal y Fernández (1992-1995), se instala el Consejo Editorial de esta facultad, se reunía el último jueves de cada mes y lo encabezaba el propio director Leal, como presidente; Guillermo Farfán, Secretario General, fungía como presidente suplente, la licenciada María Eugenia Trigos Ruiz, Coordinadora de Extensión Universitaria, era la Secretaria Técnica del Consejo. Los consejeros eran: el Jefe de la División de Estudios de Posgrado, un consejero por cada especialidad de las cinco licenciaturas (Ciencia Política, Relaciones Internacionales, Sociología y Administración Pública), el Jefe del Sistema de Universidad Abierta, el Jefe de la División de Estudios Profesionales e Investigación y el Director General de Fomento Editorial.

Estos consejeros fueron nombrados con la idea de garantizar la participación de nuestros tres sistemas (División de Estudios de Posgrado, División de Estudios Profesionales e Investigación y la División del Sistema de Universidad Abierta). Así, el Consejo Editorial se dio a la tarea de debatir la situación de las publicaciones de la FCPyS, por lo que se elaboró un diagnóstico de las mismas que permitiera establecer las políticas editoriales adecuadas.

Se reunieron posteriormente los directores de cada revista y en esta reunión presentaron a los consejeros, la historia de cada publicación: características, criterios generales de edición, contenido, plan de trabajo anual, perfil de los lectores y lo más importante, la distribución, por tanto, se entiende que:

“El Consejo Editorial es un órgano académico de asesoría y apoyo a la Dirección de la Facultad, con la finalidad de establecer y asegurar la vigencia de políticas editoriales congruentes, que beneficien a la Facultad y den realce y proyección a las labores de creación intelectual que en la misma se realizan, en el marco de las disciplinas del conocimiento que son de su competencia.”⁷

El Consejo Editorial trata cuestiones de análisis y evaluación de dictámenes sobre originales, aprobación de los temas y de índices de cada revista, así como el establecimiento de políticas, de normas y procedimientos para estos asuntos. Los miembros del Consejo deben comunicarse periódicamente con el Director ya sea personalmente o por medio de Extensión Universitaria que se encarga de reunir y organizar la documentación que se presenta a su consideración, resumiendo acuerdos, opiniones, etcétera. Por otra parte, el Departamento de Publicaciones se encarga, por

⁷ “El Consejo Editorial de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales” en Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales, Año XXXIX, Nueva Época, Enero-Marzo de 1994, Núm. 155, p. 178

medio de Extensión Universitaria, del proceso editorial. Es la Coordinación de Extensión Universitaria la que informa a este Consejo sobre la venta y suscripciones de las publicaciones periódicas.

Es comprensible entonces que para toda cuestión legal que amerite cubrir cualquier publicación editada en alguna de las dependencias de la UNAM se debe sujetar cada institución a los lineamientos que establece el Consejo Asesor del Patrimonio Editorial dado a conocer el 20 de marzo de 1986, siendo un acuerdo del doctor Jorge Carpizo, Rector de la Universidad Nacional Autónoma de México y con apego en el Artículo 34, Fracción x, del estatuto General de la UNAM, que contempla contar con una imagen editorial propia y definida, que la labor editorial sea patrimonio de la misma institución y “que el control de los requisitos legales sobre publicaciones debe ser de carácter centralizado”⁸.

Respecto al establecimiento de acuerdos derivados de este Consejo Asesor del Patrimonio Editorial, se considera que la centralización se mantendrá y se manejará vía la Dirección General de Publicaciones, la que cuenta con la función de “registrar internamente las publicaciones que aparezcan bajo el sello UNAM”⁹ para elaborar un catálogo general de publicaciones de la universidad. Asimismo, el organismo antes mencionado se coordina de manera estrecha con la Dirección General de Asuntos Jurídicos la cual proporciona oportunamente la documentación para cubrir los trámites necesarios que conciernen a las obligaciones legales de la actividad editorial de la Máxima Casa de Estudios.

⁸ Salvador García Romero, *op. cit.*, p 116.

⁹ *ibidem.*, p 117.

En los Artículos 31 y 32 de las Disposiciones Generales a las que se sujetan los Procesos Editoriales y de Distribución de las publicaciones de la UNAM se menciona que la Dirección General de Asuntos Jurídicos es la encargada de asignar el ISBN (*International Standard Book Number*) de cada libro editado, ante la Dirección General de Derechos de Autor; así como para las publicaciones periódicas el ISSN (*International Standard Serial Number*) frente al Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología.

Asimismo, dentro de las funciones de la oficina del Abogado General se menciona también que una obra de la UNAM debe ser registrada en la Dirección General de Derechos de Autor, encargándose también de hacer los convenios entre la Universidad y los autores e instituciones editoras. Conforme a lo establecido en los contratos correspondientes, se dictamina el pago de regalías a dichos autores, estos pagos son cubiertos en la Tesorería- Contraloría de la Universidad respetando también los contratos establecidos. El Consejo Asesor del Patrimonio Editorial establece los lineamientos a seguir para movimientos de canje, comercialización y donación de publicaciones.

Así, para finalizar este cuarto apartado y para tener la plena seguridad de que lo que se ha hecho se ha hecho bien, en el mes de mayo de 1994 se informa a la comunidad de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales “que el comité de evaluación de Revistas Científicas Mexicanas, con base en la convocatoria correspondiente emitida por el Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (Conacyt), aceptó incluir en el índice de Revistas Científicas Mexicanas a la *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*

y a la *Revista Relaciones Internacionales* editadas por nuestro plantel”¹⁰ Por tanto, la política editorial implantada por Jorge Carpizo no cabe duda que fue la pauta para mejorar la normatividad editorial universitaria, así es que con apego a la ley, en este periodo también se llegó a dar un cambio notorio con lo que a publicaciones respecta ya que los criterios a nivel general de la evaluación para incluir a una publicación en el Índice de Revistas Mexicanas de Investigación Científica y Tecnológica se lleva a cabo analizando el perfil de la revista, su impacto, su contenido, periodicidad regular y distribución amplia.

1.5 Presentación de las publicaciones periódicas de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales

Las publicaciones periódicas que edita la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales son órganos informativos que dan a conocer el acontecer político y social de la sociedad nacional e internacional. Como ya se dijo, desde los albores de cada una de las revistas de la Facultad, se han suscitado cambios y modificaciones con el propósito de enriquecer el contenido de las mismas. La revista representativa de la Facultad (*Revista Ciencias Políticas y Sociales*) hace su aparición en 1955 (julio-septiembre) manteniendo “su nombre y formato originales durante trece años.”¹¹ Las medidas de su formato eran de 23 por 17 centímetros. Para enero de 1968 se edita el número 51 con un formato más pequeño (21.5 por 17.5 centímetros), y es en esta fecha donde pasa a ser de *Revista Ciencias Políticas y Sociales* a *Revista Mexicana de Ciencias Políticas*. La administración de Víctor Flores Olea (1970-1975) permite llevar a cabo el cambio nuevamente del formato de la revista, desde el número 62 deja de aparecer como

¹⁰ *Gaceta Políticas* No. 150, abril-mayo de 1994, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, UNAM, p. 17

¹¹ Sergio Colmenero, *Historia Presencia y Conciencia* (Facultad de Ciencias Políticas y Sociales 1951-1991), Universidad Nacional Autónoma de México, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, 1991. p. 58

formato de libro y se convierte en más formato de revista. Los temas que trata son de administración pública, de comunicación y de política, fundamentalmente.

Al iniciar la administración de Julio del Río Reinaga (1975-1979) la revista de la Facultad cambia nuevamente de nombre, de *Revista de Ciencia Política* a *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, el formato vuelve a ser de libro (23 por 15.5 aproximadamente) y cada número se hace monográfico.

Al respecto, Julio del Río comentó: “con este número, la Dirección de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales inicia otra etapa para la *Revista Mexicana de Ciencia Política*: una que acumula la experiencia anterior, pero que al mismo tiempo reconoce la necesidad de reestructurarla a nivel de contenido y de formato con el objeto de que responda a los nuevos retos que enfrenta el país y Latinoamérica.”¹² Varias de las características antes mencionadas se han mantenido hasta la fecha en la que se realizó esta investigación (1997). Con una periodicidad trimestral, donde notables estudiosos de las ciencias sociales analizan temas políticos, sociales y económicos tanto a nivel nacional como internacional. Su tiraje en la mayoría de los casos es de mil ejemplares, puede ser de dos mil o mil quinientos, según la importancia del contenido de ésta o según los acuerdos tomados en las juntas del Consejo Editorial, por ejemplo: en la administración a tratar, de los números 148 a 154 y 160 fueron de dos mil ejemplares y los números 156, 157, 158, 161 y 162 de mil, el número 155 fue de mil quinientos. La composición de dichas publicaciones está basada en el procedimiento común que se utiliza para dar por terminada una obra impresa manejando cuestiones de marcaje, de impresión, etcétera, sólo así se le da forma a un texto. Y ya que hemos empezado a

¹² *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, Año XXI, Nueva Época, julio-septiembre de 1975, Núm. 81, p. 5

hablar de la revista representativa de la Facultad, a continuación se hace la presentación de las demás:

En la Facultad se editan seis revistas, cinco especializadas y una multidisciplinaria, por lo regular cada una tiene secciones fijas. Se cuenta con: la Revista *Acta Sociológica*, *Estudios Políticos*, *Relaciones Internacionales* y *Estudios Latinoamericanos*, aparte de la que ya hemos descrito. La edición de las revistas especializadas está a cargo de los Consejos Editoriales de especialidad, los cuales dictaminan la estructura y contenido de cada publicación. Nuestras revistas especializadas son las siguientes: Acta Sociológica, Estudios Políticos, Relaciones Internacionales y Estudios Latinoamericanos.¹³

Acta Sociológica nace en el año de 1967 bajo la idea del profesor Ricardo Pozas Arciniega, surge como órgano informativo de las investigaciones del Centro de Estudios del Desarrollo de la FCPyS. Revisando nuestros archivos (los cuales están incompletos) encontramos que el primer número publicado en la administración de Enrique González Pedrero, surge con la finalidad de dar a conocer periódicamente los estudios de campo realizados por los estudiantes de esta Facultad; el primer número incluye estudios sobre la ciudad abordando de lleno la sociología urbana, el segundo presenta estudios de promoción. En su momento González Pedrero afirma: “La publicación de este tipo de trabajos de los estudiantes puede, en cierto modo, considerarse como el espaldarazo para su iniciación en el campo del trabajo

¹³ Existía una sexta revista especializada la cual desaparece al iniciar la administración del doctor Juan Felipe Leal, llamada *El Caribe Contemporáneo*. Nace bajo la dirección del licenciado Raúl Cardiel Reyes en marzo de 1980 siendo un esfuerzo del Área del Caribe del CELA de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales. A esta revista le antecede *El Caribe Trimestral* que durante dos años dio a conocer ininterrumpidamente acontecimientos económicos, políticos y sociales de los países caribeños. *El Caribe Contemporáneo* inicia con una periodicidad cuatrimestral pero en vista del arduo trabajo que conlleva preparar los materiales que incluía esta publicación tratando de cumplir a tiempo con la edición, al editarse el número diez comienza con periodicidad semestral, permitiendo esto que se cuente con más agilidad en la edición y la distribución de esta revista la cual concluye su aparición con el número 24.

experimental; es la culminación de las enseñanzas y la aplicación de los conocimientos alcanzados en la teoría, puestos a prueba en una investigación”¹⁴.

En estos primeros números la revista carecía de ISSN, y su periodicidad no es especificada en cada ejemplar editado. Así, son publicados seis números los cuales se mencionan a continuación:

. Serie: La Ciudad 1 (28/1/69)

. Serie: La Promoción Social 1 (25/V111)69)

. Serie: Los Indígenas Núm. 3 (4/V11/73)

. Serie: La Industria Núm. 4 (28/X/74)

. Serie: La Industria Eléctrica y el nacionalismo revolucionario Núm. 5 (19/111/76)

. Serie: Promoción Social 1 (30/X1/76).

En el año de 1977, bajo la administración del doctor Carlos Sirvent Gutiérrez, Acta Sociológica cambia de formato y surge una nueva época, se abre nuevamente este espacio de discusión tomando en cuenta la necesidad de estudiantes y profesores de la Coordinación de Sociología de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales. Al respecto, Esperanza Tuñón Coordinadora de Sociología señala: “*ACTA SOCIOLOGICA*, nueva época, persigue constituirse en un interlocutor serio, calificado y sensible, de los profesores de la Coordinación y de la Facultad; así como de los especialistas y público interesado en la problemática social, al tiempo que busca también ser un canal permanente de vinculación y de colaboración con otras instituciones académicas y de educación superior de la zona metropolitana, del interior del país y del extranjero.”¹⁵

¹⁴ *Acta Sociológica*, Serie: La Ciudad 1, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales. UNAM., 1969, p. v

¹⁵ *Acta Sociológica*, Revista Trimestral Núm. 1, Año 1, Nueva Época, agosto-octubre 1987, “Universidad y Sociedad”

Con este formato se publica sólo un número más que es el titulado “Los Caminos de la Crisis” (Año 1, Núm. 2 de octubre-diciembre de 1988). Cabe señalar que estos dos números cuentan con un tamaño diferente pero los anteriores y los que a continuación se describen conservan el tamaño de 23 por 16 centímetros aproximadamente con la diferencia de que para 1990 y 1991 cambia la presentación y la portada, así como para 1992 y 1993 y es ya en estas fechas una publicación cuatrimestral y con un tema definido.

Así, en su primera época y dependiendo del Centro de Estudios del Desarrollo, *Acta Sociológica* se conformó de colecciones compuestas con una serie de temas sin periodicidad y luego de interrumpir su edición en 1978, surge nuevamente en 1987 como revista de la Coordinación de Sociología contando con una nueva orientación, se presentan trabajos de especialistas en la materia tanto de la Facultad como de otras instituciones y así se mantiene hasta la fecha en la que termina la administración del periodo analizado. Se presentan trabajos de investigación de alto nivel ya que es una publicación especializada, contiene también comentarios y reseñas que van dirigidos a nuestros estudiantes que deben inmiscuirse en la realidad nacional; tomando en cuenta estudios sobre asuntos urbanos, sindicales, agrícolas industriales y demás. Los números editados en la administración de nuestro interés fueron del cuatro al catorce con un tiraje de mil ejemplares cada uno.

Continuamos con la descripción de la Revista *Estudios Políticos* fundada en abril de 1975, segundo mes de la administración del licenciado Julio del Rio Reynaga. Esta publicación dependía directamente del Centro de Estudios Políticos creado bajo la administración del licenciado Víctor Flores Olea. Los antecedieron una serie de

cuadernos que trataban comentarios políticos y avances de investigaciones de la actualidad. Su primera época concluye con el número doble 20-21 que corresponde al segundo semestre y primer semestre de 1979-1980 respectivamente, al ser director el doctor Raúl Cardiel Reyes.

Con el Volumen 1, Número 1, octubre-diciembre de 1982 inicia una nueva época para esta revista, cambia su formato a tamaño carta, y pretende en su contenido dar a conocer los problemas políticos contemporáneos y los principales debates teóricos principalmente nacionales por medio de temas específicos en cada revista. Se pretendía con este nuevo formato agilizar la lectura para el público que la consultaba. Se convierte en un canal de expresión más extenso donde pueden participar profesores del Posgrado de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales.

Para el primer trimestre de 1990 y al ser director de esta Facultad el doctor Ricardo Méndez Silva nace la tercera época de esta revista, el número 1 es presentado en formato media carta y su contenido constituye fundamentalmente la presentación del acontecer político nacional y mundial, deja de ser monográfica para pasar a presentar temas diversos “que incitan hoy al análisis político. Ciertos temas, tales como el Estado, la democracia, la lucha de partidos y los movimientos sociales que, desde hace años constituyen un objeto de preocupación, por parte de nuestros profesores, permitirán establecer una continuidad a lo largo de los próximos números que esperamos serán enriquecidos con colaboraciones de investigadores, externos, tanto nacionales como extranjeros. La revista aspira a ser un punto de referencia obligado para quienes se

interesan por la ciencia política, pero también un lugar de encuentro y discusión que permita la confrontación de ideas y explicaciones”¹⁶.

En 1992 inicia la administración del doctor Juan Felipe Leal y Fernández en la cual aparecen los dos últimos números de la Tercera Época que son el 11 y el 12. Inicia inmediatamente la Cuarta Época cuando el jueves cuatro de febrero de 1993 se instala el Consejo Editorial y de Redacción de esta revista donde existe la difusión de los trabajos que se realicen en las especialidades de Ciencia Política y Administración Pública y se abre un espacio más amplio para exponer análisis acerca del acontecer contemporáneo. Esta nueva época se caracteriza porque se identifica fácilmente con el color de la portada. Los números que incluye este periodo son diez. De la cuarta época se exponen estudios de filosofía política, análisis de coyuntura, políticas de gobierno, etcétera. La periodicidad es trimestral y en su tiraje predominan los mil ejemplares, al ser esto, un acuerdo del Consejo Editorial de la administración del doctor Leal. Se debía considerar aumentar el tiraje si se aumentaba el número de ventas y suscripciones.

Su tamaño continúa con las medidas de 16.5 por 21.5 y en su publicidad maneja anuncios de la *Revista Mexicana de Sociología*, así como difusión de eventos universitarios sumamente importantes.

Relaciones Internacionales inicia su edición en abril de 1973, editada por la Sección de Publicaciones a cargo de la señora Blanca Buenfil. Aparece el primer número con formato tamaño carta, con periodicidad trimestral y en la administración del licenciado Víctor Flores Olea (1970-1975), al dar inicio la actividad en el Centro de Relaciones Internacionales (CRI), creado para coordinar y organizar todo tipo de estudios e

¹⁶ “Quince Años de Estudios Políticos” en *Estudios Políticos*, Tercera Época, Núm. 1, enero-marzo de 1990, Coordinación de Ciencia Política, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, UNAM, p. 7

investigaciones referentes a las relaciones internacionales y de derecho acerca de esta área. En el CRI se editaban boletines mensuales, cuadernos de relaciones internacionales y un anuario que era trimestral.

Para septiembre de 1986, bajo la administración del doctor Carlos Sirvent Gutiérrez, la revista cambia a tamaño carta y es el que prevalece actualmente, se ha publicado ininterrumpidamente.

Para 1992, inicia una nueva etapa, vuelve a contar con cuatro números anuales y su periodicidad trimestral: “cada año dos números estarán dedicados a diferentes temas, es decir, tendrán un carácter multitemático para difundir los trabajos de las diferentes áreas del CRI; un número tendrá un carácter monográfico, esto es, estará dedicado a un solo tema, con el fin de profundizar en alguna de las cuestiones más relevantes y de mayor actualidad de las Relaciones Internacionales en sus aspectos tanto teórico-metodológicos, como de carácter analítico de problemas específicos de la realidad internacional. El último número estará dedicado a la publicación de los materiales que se presentan en el Coloquio Internacional de Primavera, evento que organiza anualmente el CRI”.¹⁷

Relaciones Internacionales se distribuye nacional e internacionalmente, se especializa en cuestiones internacionales actuales y da respuesta a las diversas preguntas que plantea el sistema mexicano, queda claro que su periodicidad es trimestral y su tiraje se mantiene en dos mil del número 54 al 58 y del 60 al 68, ya que el número 59 es de mil quinientos ejemplares. Su tamaño es carta, las páginas varían según el contenido y la publicidad se encargará de dar a conocer entre otras cosas, los *Cuadernos Americanos*

¹⁷ “La revista *Relaciones Internacionales* es fundamental para la formación profesional de los internacionalistas” en *Gaceta Políticas*, Núm. 133, mayo de 1992, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, UNAM, p. 12

señalando su índice, también se presenta la revista *Voices of México*, revista trimestral de la UNAM en idioma inglés.

Las portadas de esta revista reflejan la creatividad para diseñar de quien se encargará de elaborarlas según el tema del que se trate cada ejemplar, por tanto, se entiende que la columna vertebral de la revista *Relaciones internacionales* es su línea de investigación la cual se encarga del estudio de la política exterior de México.

Estudios Latinoamericanos hace su aparición en 1986 (julio-diciembre). Considerando los hechos relevantes que sacudían en ese tiempo a Centroamérica se plantea la necesidad de que exista una revista que recoja estudios de alto nivel que ayuden a comprender todos los sucesos de más trascendencia para la región tendientes, por tanto, su misión es publicar artículos o ensayos que produzca la Facultad u otras universidades de América Latina.

Se encarga también en su sección de reseñas de dar a conocer libros escritos sobre temas de América Latina.

Cabe señalar aquí que la revista *El Caribe Contemporáneo* desaparece argumentándose que se editaba en el mismo Centro de Estudios Latinoamericanos (CELA) y dicho centro ya contaba con su publicación periódica. Además se argumentó que no contaba con suficientes suscriptores y no era costeable.

Al desaparecer *El Caribe Contemporáneo* sufre un cambio la revista *Estudios Latinoamericanos*; de tamaño carta pasa a ser tamaño media carta. Empieza la nueva

época siendo editado el primer número en febrero de 1994. Cambia su presentación y su formato, así como su dirección y la composición de su Consejo Editorial.

Esta revista es por tanto un medio para dar a conocer los estudios más recientes sobre la problemática latinoamericana, dichos estudios, son realizados en la Coordinación de Estudios Latinoamericanos (CELA) en esta Facultad, participando también otras instituciones que realizan investigaciones sobre el continente.

Su periodicidad es semestral, su tiraje es de mil ejemplares, excepto el número 4 de la nueva época que es de dos mil ejemplares. Al iniciar la administración del doctor Juan Felipe Leal, el tamaño del número once-trece sigue siendo carta, e inicia enseguida la nueva época de esta revista con otro formato o diseño que es de medio oficio, se presenta esta nueva época con el número uno para terminar con esta administración, con el número cuatro. Luce en sus portadas diversas pinturas alusivas al tema de que trate la revista.

La publicidad se maneja aquí como en las anteriores revistas y las páginas son en promedio

1.6 Breve mención del proceso de elaboración de las publicaciones Periódicas en la FCPyS

La primera etapa del proceso editorial en la FCPyS es la de recibir por medio del Departamento de Publicaciones el material u originales (entre 25 y 30 cuartillas tamaño carta mecanografiadas a doble espacio; cada una con 28 líneas de 63 golpes por una sola cara), pasa en esta etapa a que se corrijan las mismas con las indicaciones dictadas por las normas editoriales de la Facultad; se les marcan los señalamientos para que se tomen

en cuenta en el proceso de formación, como es el tipo de letra (negritas, versales versalitas, altas bajas, etcétera), el estilo y la ortografía, Al terminar el proceso anterior, la obra se envía a la imprenta para que se proceda a la formación de la revista.

La segunda etapa consiste en corregir las galeras tratando de encontrar errores cometidos por el impresor, la corrección se marca al margen de cada galera.

La tercera etapa comprende la corrección de las primeras planas que se forman habiendo concluido la corrección de galeras. En la cuarta etapa se hace la corrección de las segundas planas y así sucesivamente si fuese necesario se hace la corrección de terceras y hasta cuartas planas para evitar las erratas. Es de suma importancia, tomar en cuenta también la foliación por medio del índice para poder paginar la publicación en cuestión. Se considera, según acuerdos tomados con anterioridad entre la Facultad y la imprenta con la que se trabaja, el tipo de papel que se utilizará; se pide a la imprenta el tiraje de las publicaciones y concluye el proceso editorial.

Por tanto, El Departamento de Publicaciones es el encargado de recibir los originales de las revistas que edita la Facultad y lleva a cabo el proceso técnico de edición que comprende: diseño de la portada, corrección de estilo, cuidado de la impresión y la distribución. Actualmente, se ha puesto bastante empeño en las portadas de las revistas, así como en el diseño de sus páginas interiores, esto con el afán de que sean agradables y sea sencilla su lectura, cada una presenta imágenes y colores que atraen al público que al revisar sus secciones se informa del contenido pleno de ellas es de vital importancia entonces, que el diseñador de estas revistas ponga cuidado en conservar el tamaño de la publicación según la caja, la tipografía, material gráfico, blancos, papel y acabados.

Las revistas periódicas de la FCPyS se caracterizan también por su contenido, su presentación, su periodicidad y su tiraje, así que es importante “la corrección de estilo (que) consiste básicamente en revisar la ortografía y la sintaxis. Se evitan errores o impropiedades del lenguaje, faltas de claridad y vicios de edición, pero respetando el estilo de cada autor”.¹⁸ La corrección de estilo se realiza utilizando signos (llamadas) o marcas de corrección como son los que indican poner negritas, cursivas, altas, quitar letras, palabras o líneas; cerrar espacios, juntar letras, palabras, punto y seguido, punto y aparte, etcétera.

Por otro lado, dentro del área administrativa que abarca el Departamento de Publicaciones, se considera la realización de trámites necesarios para poder efectuar la técnica editorial. Los trámites necesarios van desde la elaboración de una carta, hasta tramitar el ISSN (*International Standard Serial Number*) o el ISBN (*International Standard Book Number*) en la Dirección General de Asuntos Jurídicos así como llevar el control de costos de edición ya que al formar parte del Consejo Editorial le corresponden este tipo de actividades, por ejemplo, para obtener el ISSN de las publicaciones periódicas, es necesario informar por parte del Departamento de Publicaciones a la Dirección General de Asuntos Jurídicos que la publicación se encuentra en la última etapa de su elaboración.

Es por esto y por todo lo anterior expuesto en este capítulo que, con toda honestidad se alcanzó la excelencia en *Relaciones Internacionales* y la *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*.

¹⁸ Francisca Robles, *Guía práctica para elaborar revistas*, p. 39

Capítulo 2: Control de existencias, distribución, comercialización y difusión de las publicaciones periódicas que edita la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales

2.1 El almacén de publicaciones de la FCPyS y la importancia de su funcionamiento

Considerando que la palabra almacén por lo regular nos lleva a pensar en un sitio donde se guardan cosas ya sea para su custodia o para su difusión mediata, en este apartado corresponde dejar claro que en el almacén de publicaciones de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales se reciben los tirajes de las publicaciones periódicas para ser resguardadas y posteriormente difundirlas, debido a que se puede con mayor facilidad ser colocadas en distintos sitios aptos para su exhibición y venta.

El funcionamiento idóneo de este lugar consiste en recibir, revisar y contar cuidadosamente cada una de las publicaciones que edita la Facultad, así como tener cuidado del acomodo del material en los anaqueles correspondientes tratando de llevar orden por numeración en el caso de las revistas periódicas, por otro lado, es de suma importancia mantener en condiciones de espacio y buena presentación a este almacén, ya que en las tareas de acomodo y elaboración de paquetes se llega a presentar excesivo desorden. El control de existencias de los materiales bibliográficos resguardados en esta bodega consiste en inventariar todos los títulos, prácticamente en el día corriente anterior; se cuenta para saber la existencia de cada una de las publicaciones, ya que es un almacén donde existe extremado movimiento por la forma en que se hacen circular las publicaciones, así como del bastante tránsito de personas ajenas a este lugar. Para llevar a cabo esta labor se tiene una carpeta en la cual se depositan las hojas de inventario teniendo al día los datos de cada publicación.

Cabe recordar que en este almacén no sólo se reciben los tirajes de las publicaciones, también se debe estar al tanto de las salidas de los materiales editados, por los conceptos que sean requeridos. Se contabiliza la salida de cada una de las revistas y se descarga en la hoja de inventario correspondiente, para saber con qué material se cuenta en el día corriente posterior.

Las hojas de inventario son de suma importancia para llevar el control de existencias, ya que cuentan con los distintos apartados y/o conceptos por los cuales salen y se reciben las publicaciones en el almacén. Dichas hojas son de tamaño oficio, y se presentan de forma horizontal con los siguientes apartados divididos por columnas en las cuales se anota el dato pertinente:

Columna 1. IMPRENTA

Columna 2. PUBLICACIÓN

Columna 3. FECHA

Columna 4. DGFE (Dirección General de Fomento Editorial) que incluye los rubros divididos de ENTREGA y VENTA

Columna 5. LIBRERÍA FCPyS que incluye los rubros divididos de ENTREGA y VENTA

Columna 6. LIBRERÍAS/CONSIG. que incluye los rubros de ENTREGA y VENTA

Columna 7. FERIAS que incluyen los rubros de ENTREGA y VENTA

Columna 8. VENTA DIRECTA

Columna 9. DEVOLUCIÓN

Columna 10. SUSCRIPCIÓN

Columna 11. BIBLIOTECA FCPyS

Columna 12. DONACIONES

Columna 13. DISTRIBUCIÓN

Columna 14. EXISTENCIA

Columna 15. TIRAJE

Es importante señalar que para el periodo que interesa a esta investigación (1991-1994) se recibieron alrededor de cien mil ejemplares de publicaciones periódicas.¹⁹, y se entiende como a continuación se indica:

PUBLICACIÓN	PERIODICIDAD	TIRAJE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	TOTAL
RMCPyS	TRIMESTRAL (4 POR AÑO)	2,000	8,000	8,000	8,000	8,000	32,000
R.I	TRIMESTRAL (4 POR AÑO)	2,000	8,000	8,000	8,000	8,000	32,000
EST. POL	TRIMESTRAL (4 POR AÑO)	1,000	4,000	4,000	4,000	4,000	16,000
ACTA SOC.	CUATRIMESTRAL (3 POR AÑO)	1,000	3,000	3,000	3,000	3,000	12,000
EST. LAT.	SEMESTRAL (2 POR AÑO)	1,000	2,000	2,000	2,000	2,000	8,000
5 REVISTAS	17 TIRAJES POR AÑO	7,000	25,000	25,000	25,000	25,000	100.000

FUENTE: Cuadro realizado por la autora de esta tesina

2.2 Relevancia de la distribución y los mecanismos que se utilizan para que se lleve a cabo.

Distribución es la acción de repartir algo entre varias instancias, es dividir ese algo entre varios por medio de un canal el cual es utilizado específicamente para realizar dicho trabajo. Al dar inicio la distribución de algo, en este caso de un producto intelectual llámese libro, revista, y/o periódico da inicio una etapa llamada de comercialización, lo que quiere decir negociar o, en todo caso lucrar, vender intercambiar, u acordar la obtención de un bien o servicio.

¹⁹ Sin considerar los números extraordinarios que incluían al rededor de quinientos ejemplares más, ya que estas cantidades se compensan con los tirajes donde por acuerdo del Consejo Editorial sólo se tiraron mil

Actualmente, el libro se ha convertido en un producto de primera necesidad porque es la base de la cultura. No sólo importa escribir, sino saber qué fin tienen los escritos, es por ello que después del proceso de edición de una publicación se continúa con la labor de la distribución, para que se pueda adquirir en lugares aptos donde fueron colocados dichos productos. Sobre este asunto y dentro de las Disposiciones Generales a las que se sujetan los Procesos Editoriales y de Distribución de la UNAM se señala como de vital importancia que al libro universitario se le debe dar enorme importancia ya que es indispensable para la docencia e investigación difundiendo la cultura tanto en nuestro país como en el extranjero, se menciona también que debe distribuirse a precio accesible y conservarse como patrimonio por medio del Consejo Asesor del Patrimonio Editorial. Es así que al paso del tiempo tanto la universidad como específicamente esta Facultad de Ciencias Políticas, han venido conformando una estructura administrativa que ha permitido poner en práctica normas o métodos de distribución que se han tratado siempre de optimizar para dar un mayor servicio a los estudiosos de esta institución. Los mecanismos que se utilizan para llevar a cabo la distribución de las publicaciones que edita esta facultad se dan inmediatamente que se recibe un tiraje de cada publicación y se empieza por separar cincuenta ejemplares para la librería de la facultad, ; el veinticinco por ciento de cada tiraje para la Dirección General de Fomento Editorial, ya que con su ayuda nuestras publicaciones se acomodan para su venta en ferias o librerías de otras instituciones o librerías dentro de la UNAM. También se preparan paquetes de cinco o diez ejemplares según el caso de interés para las librerías Parnaso, Gandhi, Sótano, Palacio de Minería , sólo por mencionar algunas instancias.

Otro aspecto de los mecanismos para que empiece a circular una publicación que edita esta Facultad es el de preparar, según los convenios de edición la distribución para la colaboración de los autores como pago por derecho de regalías.

Se preparan paquetes para cubrir necesidades de coloquios, conferencias o eventos que preparen las coordinaciones las cuales solicitan material bibliográfico para obsequiar a ponentes, alumnos o funcionarios que vienen de otras instituciones o de esta misma Facultad.

Queda claro entonces que con el fin de promover o proyectar la imagen de la Facultad a través de sus publicaciones, se hace un arduo trabajo que pocos conocen y por tanto no valoran. Se procura de todos estos mecanismos y más que nada por medio de sus publicaciones la diversidad temática que se lleva a cabo en la Facultad para que llegue a la comunidad en particular y a nivel nacional e internacional

2.3 COMERCIALIZACIÓN DE LAS PUBLICACIONES EN LA FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES

Retomando el punto anterior y dándonos cuenta que todos se encuentran sumamente relacionados, se explica en este apartado cómo al llegar las publicaciones al almacén, además de empezarse a distribuir, debe empezar de inmediato también el proceso de comercialización, el cual se entiende en términos precisos como la venta de las publicaciones.

Es de vital importancia atender de inmediato la venta para recuperar los costos de edición, ya que la labor editorial realizada por la facultad y más aún por la misma universidad, se encuentran afectadas por restricciones financieras lo que desencadena la deficiencia en la distribución y difusión de los materiales editados.

La comercialización como tarea, debe realizarse considerando el precio de las revistas, ya que unas se distribuyen por concepto de donación y otras se venden entre el sesenta y

setenta por ciento de cada revista se reparte gratuitamente a funcionarios dentro y fuera de la institución a bibliotecas, a profesores, a conferenciantes, a alumnos (en ocasiones) etc..

Hemos de hablar aquí también lo que incluye el envío por correo o mensajería, lo cual también es costoso y no muy seguro, ya que el mensajero puede maltratar el material y por correo se puede extraviar.

Si bien es cierto que estamos en tiempos de crisis económica y que por lo tanto la inflación encarece los costos de producción en la industria editorial, también es cierto que se debe costear la adquisición de una publicación porque la remuneración es un necesidad para utilización de los insumos en la industria editorial, aunque no se nos debe olvidar y que quede claro, que “la producción editorial universitaria debe ser contribución al conocimiento y a la cultura. Sin preocuparse si se ajusta o no a las condiciones reales del mercado. Siendo un patrimonio con verdadero valor de uso que no debe ser sancionado por criterios que subrayan su valor de cambio”²⁰

Ésto es totalmente cierto, pero el presupuesto universitario en este tiempo de crisis es lo bastante exiguo como para poder abaratar costos de producción. Requiere de presupuesto también para poder poner sus obras al alcance de sus destinatarios, ya que se necesita de gastos de transportación de personal, etc. Con una estrategia que abarque cuestiones administrativas y contenga lineamientos que regulen la distribución, se alcanzará un mejoramiento en la realización de esta tarea tan importante que lleva a cabo nuestra Facultad. Es cierto, que estamos en tiempos de crisis económica y también es correcto señalar que con creatividad se puede crear la posibilidad y la necesidad de adquirir una publicación.

²⁰ García Romero Salvador Hugo , op cit , p16

Capítulo 3

Una Estrategia de Distribución

Pasos a seguir: Limitaciones y alcances

Para el problema de la distribución hay que ocuparse no preocuparse del asunto. Además, considero que contamos con lectores potenciales ya que el contenido de nuestras revistas es de coyuntura; es lamentable, por tanto que el cincuenta por ciento de estas publicaciones periódicas sea destinado al concepto de donación.

Una de las primeras dificultades que ha enfrentado la distribución en esta Facultad es el hecho de que los jefes de las distintas áreas desconocen las técnicas propias de la distribución

Mientras no se cuente con una buena difusión para distribuir mejor las publicaciones, estas permanecerán guardadas en los anaqueles del almacén. No se puede pensar en instalaciones costosas pues nuestro presupuesto no lo permitiría, pero para acometer la empresa no se requiere necesariamente dinero, sino interés hacia ella y además conocer el área.

A toda publicación debe preceder una abundante publicidad para que sea conocida y no caiga en el olvido. Ya que la crisis del libro no sólo es económica también lo es en el hábito de la lectura, en el interés de los autores para plantear temas interesantes y en la saturación de otros medios para adquirir el conocimiento, como son los videos de televisión. La imagen ha venido a opacar un tanto cuanto lo escrito. El autor debe ser pieza clave para promover y entusiasmar al lector, pero lo que afecta es que hemos aprendido a leer con el tiempo encima, “ya no es posible el oficio fecundo de los antiguos. Nuestras lecturas están llenas de prisas y sobresaltos”.²¹

No se niega que el aspecto económico es muy importante para la realización de una publicación porque sólo cuando hay dinero se concluye una publicación y al ser

²¹Castagnino H. Raúl, Biografía del libro, Edit. Nova, Buenos Aires, 1961

terminada ésta se debe contar con infinidad de alternativas para optimizar cada día la distribución de dicha publicación, ésto es de vital importancia para el desarrollo de cualquier casa editorial en este caso, la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales

Cabe señalar entonces que la seguridad de los libros depende de la defensa que se les brinde. En la librería no se les defiende de la luz intensa del sol, por tanto, las publicaciones se dañan.

Dentro de otras indicaciones para defender los materiales bibliográficos se considera a las condiciones de seguridad general que deben reunir los lugares destinados al almacenamiento de cantidades considerables de papel. Es inminente la presencia, en lugares estratégicos de un extintor para apagar un posible fuego, En nuestro almacén no contamos con ello.

Con toda publicación se debe tener cuidado, considerando sobre todo que para la tarea de distribución se deben trasladar de un lugar a otro. Es preciso que en esta maniobra se procure y existan las condiciones para que los libros no se maltraten ya que estos merecen tanto respeto y atenciones como un ser humano. Los libros no están exentos de enfermedades provocadas por gérmenes microscópicos, parásitos o por circunstancias ambientales.

Se debe estimular el buen trato a las publicaciones. Que haya instancias adecuadas para trasladarlos, en espacios propicios, que tengan buen clima y ventilación y fumigación. No se trata aquí de la higiene del libro sino de las personas que tratan con ellos en su trabajo. Los libros también “sienten y respiran.”

La producción de materiales editados en esta Facultad tienen la finalidad de apoyar a la enseñanza. Por tanto para la distribución y difusión de nuestras publicaciones no se requiere tanto como de análisis de mercados. Sólo se pide cumplan la función de apoyar a la docencia y a los alumnos. La calidad de las publicaciones también cuenta en ese

sentido. Cabe señalar que la calidad de las publicaciones impresas se ha sustentado por una parte en el apoyo técnico editorial que se les brinda, a través de Extensión Universitaria y específicamente con su Departamento de Publicaciones.

Es urgente contar con la colaboración para atender la custodia de nuestras publicaciones ya que se testifica de cómo se pierden, lamentablemente una cantidad importante de publicaciones. Por desgracia no se cuenta con recursos económicos para habilitar instalaciones que la distribución y el almacenamiento de publicaciones requiere.

Resulta grave no contar con el número suficiente de personas debidamente preparadas para realizar dicha función de distribución. En esta tesina no se pretende plantear un manual sino una serie de ideas que ayuden a optimizar la actividad distributiva

La presentación física de las revistas es de vital importancia ya que una portada que exprese su contenido por medio de imágenes y título en la portada atrae al lector para conocerla, tomarla en sus manos y revisarla, podría asegurar que de entrada de eso depende la aceptación o el rechazo que pueda tener la revista. El tamaño también es una constante que debe seguirse con medida; nuestras publicaciones, cuatro de ellas son media carta (21 por 14 centímetros) a excepción de una, la de Relaciones Internacionales que cuenta con un tamaño carta (21 por 25 centímetros).

LIMITACIONES

La distribución del espacio físico carece de funcionalidad por tanto es de vital importancia considerar que en la presentación del “proyecto de adecuaciones, ampliaciones y nuevas construcciones de la FCPyS”²² no se considera ni mínimamente el almacén de publicaciones, sólo la biblioteca, Extensión Universitaria con sus tres Departamentos y la azotea de 450 metros cuadrados sin utilizar (presentado el 13 de mayo de 1994 por el Doctor Juan Felipe Leal, Director de la FCPyS).

²² Gaceta Políticas, Num.153, Septiembre 1994, FCPyS, UNAM, p.1

Es muy importante tomar en cuenta que el almacén necesita un espacio físico funcional y amplio ya que considerando la ubicación que tiene a la fecha no es funcional ni amplio y cuenta con muchas necesidades.

Sería estupendo distribuir nuestras publicaciones sin intermediarios, pero como no nos damos abasto y tenemos que depender de ellos y obligarnos a inflar simbólicamente nuestros precios para que con los descuentos que se otorgan por lo menos mantengan el costo de producción sin contar más ampliamente con gastos para la distribución la que origina, aunada al punto anterior desembolsos que en definitiva repercuten desfavorablemente.-

Por otro lado, he considerado que el almacenamiento inmoviliza el capital provocando que se liquiden mercancías forzosamente y a bajo precio o sin contar, en la mayoría de las veces con este provocando la donación. Debemos evitar el comercio sedentario.

Si se elabora un calendario de trabajo para la distribución de las revistas editadas por esta facultad a veces da como resultado una serie de atrasos en los tiempos de edición, por lo que los materiales no estarían listos en su momento o podrían estar listos antes.

Los altos costos del papel son un factor importante para considerar relevante tratar de circular con mayor eficiencia las publicaciones con un objeto comercial.

ALCANCES

Debe considerarse también una reforma académico administrativa. Por tanto, se debe retomar el punto VI del cuarto informe del Doctor Juan Felipe Leal donde a la letra dice: “VI, Restructuración académico. Administrativa.

A,- Manuales de operación y procedimiento.

La existencia de manuales de organización en las instituciones es una necesidad básica pues constituye una guía para la elaboración de los programas anuales de trabajo y para encauzar la realización de las actividades cotidianas. Describen las funciones que deben

atenderse para llevar a cabo los fines de la organización de acuerdo con políticas específicas.

Por ello se encargó a la Secretaría de Planeación y Evaluación la elaboración de un manual de organización que reflejara la complejidad y la dinámica de nuestra facultad. Este proceso se encontraba en una etapa avanzada y abarcó cada una de las secretarías, divisiones, coordinaciones, departamentos, aéreas y secciones que integraban la estructura orgánica de facultad. La información recopilada se procesó bajo los siguientes criterios: relaciones jerárquicas, objetivas, políticas y funciones.

Una vez concluido el Manual de Organización estuvo sujeto a una revisión periódica que reflejara los cambios en la institución. La consulta constante y las modificaciones que de acuerdo con las necesidades se fueran realizando al manual, lo convertiría en un instrumento valioso para lograr una mayor condición y en última instancia, adecuar de manera permanente la administración académica de la facultad”.²³

La publicidad es necesaria para dar a conocer un producto, por tanto mediante ésta se debe informar a los lectores de las novedades editoriales de la facultad recordando para los que lo olviden, la existencia de nuestras cinco revistas periódicas e informando de la existencia de ellas a quienes no las conocen: debiendo ser tentativamente de la siguiente manera: presentaciones, ferias, conferencias, catálogos, folletos, boletines, etc.,

No son necesarios altos costos para la publicidad existen medios a muy bajo costo aunque es característico en la institución que se cuente con presupuesto ni para papel Bond.

Todas las revistas periódicas deben ser concebidas como material obligatorio para la enseñanza-aprendizaje siendo las Coordinaciones de carrera quienes se encarguen de la revisión de sus contenidos.

²³ Gaceta Políticas. Núm. 161. Diciembre de 1995. P. 12

Es indispensable tomar en consideración la reforma a los planes de estudio, que se precise ahí que es de obligatoriedad la consulta de nuestras publicaciones periódicas, ya que el contexto político social así lo requiere, es más así lo exige.

“La vinculación con el entorno social de manera crítica, -preocupación permanente de nuestra facultad-, debe encararse superando los reduccionismos ideológicos, enriqueciéndose de aquellos conocimientos que puedan fundamentar la capacidad de comprender el entorno y los procesos sociales de nuestro país²⁴

Los universitarios deben tener la calidad profesional que se requiere para incorporarse al mercado de trabajo. Es indispensable por eso también la elaboración de un proyecto para crear la revista de comunicación o en su defecto que la Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales sea el canal primordial de los comunicólogos, carrera que caracteriza a esta facultad por el elevado número de alumnos inscritos. Y así cumplir con la función más importante: que se vendan a precios meramente simbólicos y eso sólo para recuperar el costo del papel necesario para su producción.

Las revistas tienen que aparecer con regularidad y puntualidad, procurar que ya no haya retrasos en la edición.

DEBEN EXISTIR CALENDARIOS DE PRODUCCIÓN EDITORIAL PARA APEGARSE A UNA ESTRICTA PUNTUALIDAD.

Se debe tener un conocimiento casi exacto de los gustos, deseos del público, es decir, de los consumidores y, en definitiva, establecer una producción editorial enfocada a la economía, definiendo al mercado como oferta y demanda. Tal parece que en nuestro mercado distribuimos arbitrariamente nuestras mercancías.

El proyecto de construcción presentado por el Doctor Juan Felipe Leal director de esta facultad en dicho periodo, consideró la construcción de rampas para la circulación de discapacitados y comenta a su vez que el proyecto original de obras consideraba la

²⁴ Gaceta Políticas Núm. 150. Abril – Mayo. 1994. UNAM. p.32

necesidad de construir elevadores en los edificios de docencia y de la secretaría de Servicios Escolares y que no se consideró la necesidad de contar con salidas alternas.

En la ampliación del edificio “c” no se tomó en cuenta que aunque sea un edificio destinado a dar servicios de biblioteca y hemeroteca, pudiera haber un montacargas con la capacidad suficiente como para trasladar las publicaciones

De más importancia aún, es que no se toma en cuenta la ubicación del almacén de publicaciones (como reporta en su cuarto informe, del Dr. Leal), sobre todo considerando que la ubicación del almacén estaba en un tercer piso y con los movimientos que se llevan a cabo ahí, ya que es donde se reciben y almacenan cantidades considerables de publicaciones, así como se lleva a cabo la distribución desde las puertas de la planta baja de dicho edificio.

Tomando en consideración esto, era preciso cambiarlo de edificio, poner rampas o caminos accesibles para que los vehículos o en su defecto los diablitos llegaran al tercer piso y poder subir las publicaciones al almacén; asimismo la construcción de un elevador o la adquisición de un montacargas o que el almacén estuviera ubicado en una planta baja con su respectiva red telefónica para no aislarse del Departamento de Extensión Universitaria.

Ya lo decía Gastón García Cantú (historiador) en 1998 en el libro “En torno al Libro Universitario. Un Diálogo con sus Autores”: que siendo miembro de la Comisión Editorial, se llegó a un acuerdo para aprobar la publicación de los libros, obra de los investigadores... era obligatorio editarlos y al respecto no hubo problema. Pero la distribución se dificultó (a ésta le llama “la parte oscura de las ediciones”) porque no existía gente apta para tal tarea y al no pretender regalar las publicaciones,- aunque la Universidad no persiga lucrar con sus ediciones-, se organizaron por vez primera las ferias del libro, acordando con Rafael Moreno, Director de Publicaciones en ese

entonces, que se estableciera un Kiosco para la venta de libros, y su sorpresa fue tremenda al darse cuenta que los jóvenes estudiantes en su mayoría, no conocían las ediciones de la UNAM.

Han pasado los años y las cosas no han cambiado, los mismos alumnos de esta facultad, en su mayoría, desconocen su fondo editorial y los que lo conocen, saben muy poco. Es necesario hacer circular nuestro material.

Espero que las futuras instalaciones proyectadas así como en las adaptaciones se tengan presentes las normas preventivas necesarias. No se piden paredes laminadas y termómetros para estar checando la temperatura del medio ambiente para los libros, sólo lo más indispensable.

Se debe considerar la fumigación frecuente para evitar la propagación de los insectos devoradores del papel, como son arañas, ratones, cucarachas, etcétera

Para concluir este capítulo planteo a continuación lo que es la estrategia para la mejor distribución de las publicaciones de esta facultad:

La primera fase se dará al inicio de cada año escolar. Previo a la fecha que corresponde al recibimiento de los alumnos de primer ingreso, esta etapa no requiere de los grandes recursos para llevarse a cabo ya que sencillamente se propone elaborar folletos informativos acerca de nuestras publicaciones y además de dónde se pueden adquirir a qué precio y también mencionar sus contenidos, esto implica en esta etapa hacer carteles (no se requieren los grandes carteles a colores ni con papel cuché) sino carteles rudimentarios donde se indique la ubicación de la librería con flechas indicado su posición o un croquis de la facultad para que la puedan ubicar fácilmente.

Se trata de que en esta primera etapa los alumnos se familiaricen con las publicaciones de la facultad y que además sepan dónde encontrarlas y, lo más importante, hacerles

saber que es necesario que las consulten y estén conscientes de que cuentan con una gran calidad, tanto en contenido como en presentación.

La segunda fase, se dará en el momento preciso en que se reciba a los alumnos de primer ingreso, ellos serán el público cautivo de esta estrategia de distribución de lo que edita la facultad.

Se les entregarán como siempre paquetes de revistas, ya se las últimas y alguna que otra de ediciones atrás. Estas publicaciones irán acompañadas de los folletos o trípticos antes elaborados. En segunda fase es donde se hace la distribución de todo lo preparado anteriormente y se refuerza con la saturación de dicha información preparada.

Los alumnos de primer ingreso son un público muy maleable, es por ello que la segunda fase de mi estrategia se debe aplicar a ese público.

La tercera fase de esta estrategia consiste fácilmente con la elaboración o preparación de dos ferias anuales (según el año escolar). Una al inicio del semestre de los de primer ingreso y la otra al semestre siguiente. En esta etapa se debe poner demasiada atención ya que amerita un arduo trabajo y si es de una sola persona, poner especial cuidado, es mejor ya que esta etapa incluye solicitar la colaboración del área de servicios generales, y, por experiencia, existe morosidad de parte del apoyo solicitado entonces están en juego los tiempos idóneos, por tanto se tiene que prever con anticipación..

Estas ferias consistirán en poner a bajo costo las publicaciones más recientes, que son la que cuentan con un precio un poco más elevado que el que de las demás publicaciones y también se pretenderá dar a conocer algunas otras ediciones de esta misma facultad o coediciones con la misma. Es de suma importancia anunciar la feria unas semana antes, mínimo, con carteles sencillos y instalándose en lugares estratégicos como son la entrada de la biblioteca que es donde se ponen hace algunos años para el cuidado y resguardo de

las mismas publicaciones por el clima y las pérdidas ya que en las ferias las publicaciones no se recogen, sólo se tapan con mantas para su resguardo.

Por experiencia, al plantear la elaboración de ferias se deben prever los tiempos; ya que en una feria no se vende cuando no es quincena de pago laboral y además no se vende en una semana lo que se puede vender en dos semanas.

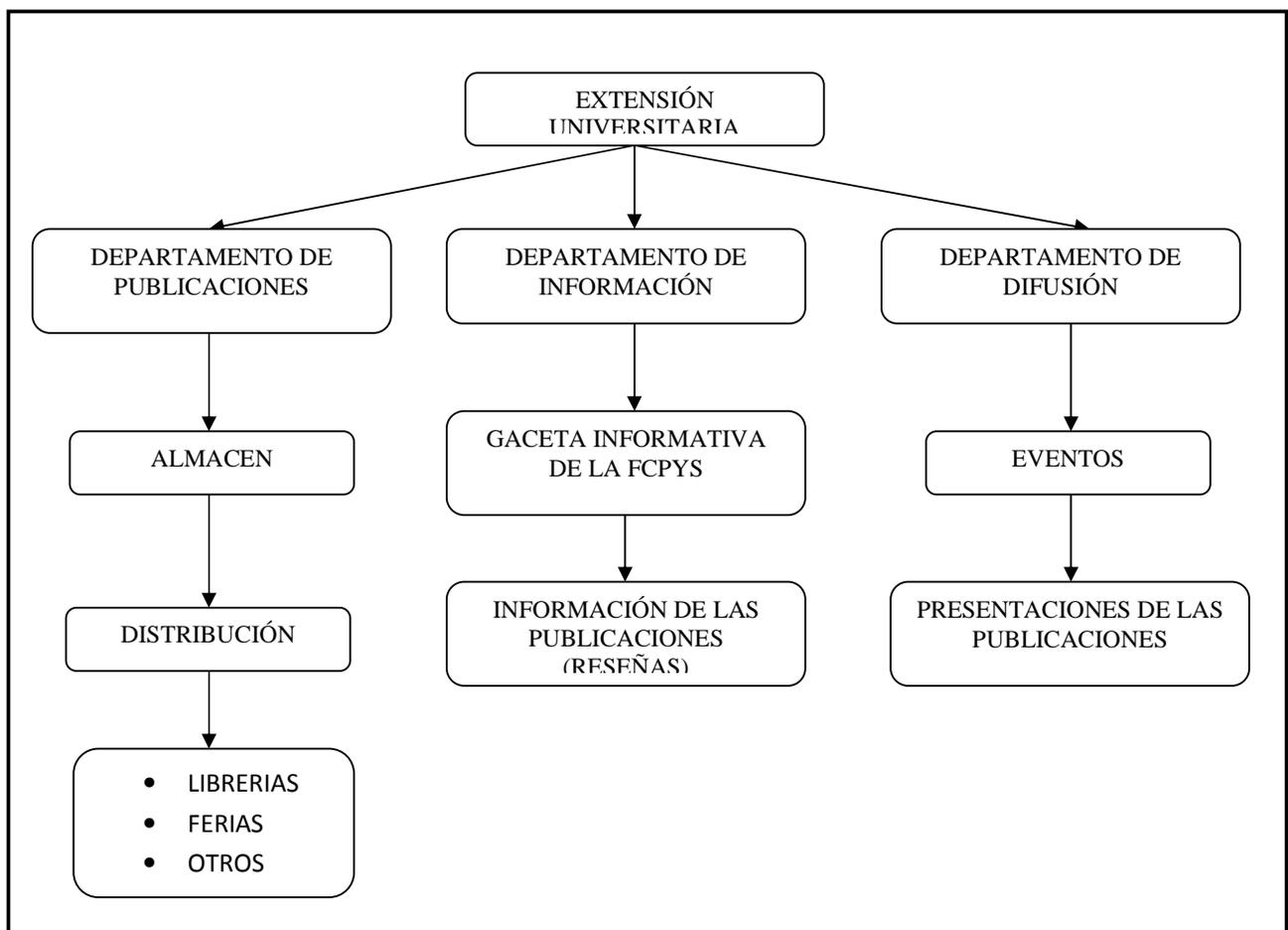
La cuarta etapa consistirá en hacer la distribución adecuada y oportuna de dónde se amerita distribuir después de recibirse un tiraje o los tirajes de las publicaciones de la facultad.

Sin embargo, se trata de que en esta etapa se procure contar con lo necesario para que las publicaciones se den a conocer a su debido tiempo y en los lugares necesarios ya que, por ejemplo, si fomento editorial solicita publicaciones para la Feria Internacional del Libro en el Palacio de Minería o para la Feria de Guadalajara se debe contar con la disposición necesaria del personal de dicha actividad para hacer llegar estas publicaciones a tiempo, y además, no es descabellado pensar contar con un vehículo propiamente para que se atienda la distribución de lo que se edita.

La quinta fase, -pensando a futuro- podría ser organizar ferias o participar en ferias de las distintas escuelas superiores con las que cuentan los estados de nuestra gran República Mexicana. Por último, no se descarta la idea de que se acuerde en las reuniones de cada Consejo Editorial la obligatoriedad de hacerle llegar una petición formal para que seriamente tomen en cuenta la utilización de lo que edita la facultad en sus programas de estudio ya que si en estos, la utilización de nuestras revistas no es obligatoria. Los titulares de las materias debieran inculcar a los alumnos la forzosa consulta de lo que edita su centro de estudios.,.

Para concluir este tercero y último capítulo planteo de forma esquemática la estrategia que propongo para agilizar o dar mejor cause a la distribución de los materiales que edita esta facultad:

ORGANIGRAMA DE EXTENSIÓN UNIVERSITARIA



FUENTE: Cuadro realizado por la autora de esta Tesina, Irma Aguilar Avila

Para que se entienda:

Extensión universitaria es la instancia que incluye a tres departamentos que tienen el fin de brindar apoyo en todo sentido al estudiantado y el profesorado de esta facultad.

El primer departamento es de suma importancia, es el de Publicaciones que se encarga de cuestiones técnicas y administrativas. En el sentido técnico, comprende llevar las distintas etapas por las que atraviesa el proceso editorial como corrección, marcaje, etcétera. En el aspecto administrativo cumple con lo necesario para poder llevar a cabo el proceso antes mencionado

El Departamento de Información se encarga, simple y sencillamente de las cuestiones técnicas que amerita el órgano informativo de nuestra facultad que es la Gaceta políticas en la cual se reúnen las notas de los eventos más importantes de la semana, del mes o de la periodicidad que se le dé a dicho órgano informativo. Dichas notas son rescatadas por los reporteros de con los que cuenta este departamento.

El Departamento de Difusión se encarga de la organización de eventos académicos como conferencias, simposios, cursos básicos y de apoyo a las carreras, etcétera

Así mismo y para que quede más claro, el Departamento de Publicaciones tiene a su cargo el almacén, el cual se encarga de la distribución, comercialización y difusión de las publicaciones que edita la facultad las cuales ya hemos mencionado antes. Esta distribución se lleva a cabo en librerías dentro y fuera de la UNAM. Así como en ferias o grupos y profesores que lo solicitan.

El Departamento de Información también se encarga de difundir y dar a conocer nuestras publicaciones por medio de reseñas que se publican en el órgano informativo oficial de esta facultad que es la Gaceta Políticas.

A su vez el Departamento de Difusión se encarga someramente de la presentación de las revistas de esta facultad, ya sea en los auditorios, en ferias o en algunas otras instituciones educativas.

Propongo que se cree un DEPARTAMENTO DE DISTRIBUCIÓN de las publicaciones. La difusión la hará el Departamento correspondiente (de difusión).

En el Departamento de Distribución se llevarían a cabo las siguientes actividades.

- 1.- Hacer los trámites necesarios para distribuir las publicaciones
- 2.- Encargarse del almacén que alberga a estas
- 3.- Llevar el control de ventas y suscripción. Así como llevar el control de ventas en la librería de la facultad y las librerías de fuera y atender todos los compromisos con la Dirección General de Fomento Editorial es instancia se entiende como la distribuidora grande de todo lo que edita la UNAM. Por tanto, este Departamento también se encargara del control de donación, consignación y de todo tipo de entradas y salidas del almacén

Este Departamento debe contar con un titular, una secretaria y con el apoyo de personal de servicio, social el cual se encargaría de revisar ventas en librerías de fuera, salir de la institución para hacer entrega del material, contando con el apoyo de la Secretaría Administrativa para que se proporcione servicio de personal y ayuden a realizar estas tareas.

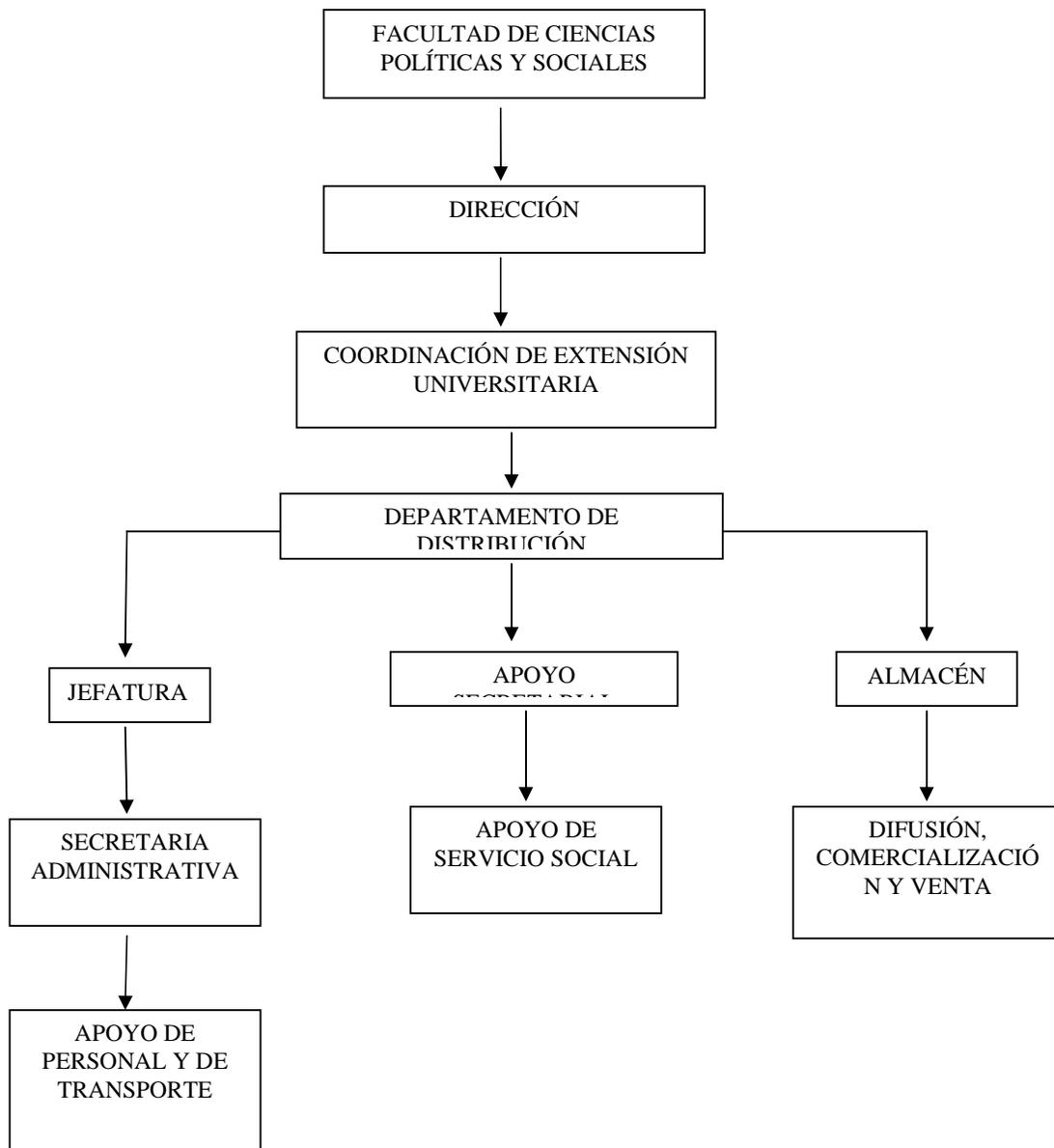
Se requiere de una o dos computadoras para llevar base de datos, listados de publicaciones, etcétera

El almacén debe contar con nuevas instalaciones, y personal capacitado.

El nuevo Departamento dependerá directamente de la Coordinación de Extensión Universitaria. En este sentido, se agilizarán los trabajos de distribución porque siendo

una instancia autorizada su titular podrá hacer los movimientos necesarios sin tener que esperar a que tal o cual jefe de el visto bueno hasta en la labor más rutinaria de la

EJEMPLO DE FORMA ESQUEMÁTICA



: FUENTE: Cuadro realizado por la autora de esta Tesina, Irma Aguilar Avila

distribución de las Publicaciones de la mejor manera ya se comentaba que las publicaciones deben ser atractivas, interesantes y que el profesorado también es responsable de darlas a conocer

De llevarse a cabo esta propuesta se optimizaría la distribución y venta de nuestras publicaciones propiciando un mejor reconocimiento institucional dentro y fuera del país

3.1 SITUACIÓN ACTUAL DEL ALMACÉN. (AÑO 2010)

Afortunadamente, el almacén ya está en una planta baja, que es la entrada posterior del edificio “G” y ya cuenta con accesos para trasladar las publicaciones más fácilmente y sin que se maltraten. El espacio es más amplio para el acomodo de éstas, por tanto el personal de Servicios Generales ya no debe poner tantas trabas para brindar el servicio de llevar las publicaciones a la Dirección General de Fomento Editorial, a la librería de la misma facultad y a las librerías dentro y fuera de la UNAM.

Teniendo en cuenta ya esta estructura de fondo podemos hablar entonces de cómo dar a conocer nuestras publicaciones.

En el área administrativa también las cosas han mejorado ya que se cuenta, finalmente con una base de datos. Lo que facilita llevar mejor el control de las entradas y salidas de los materiales que existen en el almacén. De contar con un inventario en hojas tamaño oficio se ha pasado al inventario electrónico.

En la actualidad, ya se cuenta también con un extintor de fuego, por el caso de algún incendio y ya no se considera el almacenaje de tirajes completos de ediciones viejas, todo lo almacenado son ediciones nuevas.

En la actualidad, y con el cambio de las distintas administraciones, existen mejoras no sólo en el almacén que resguarda las publicaciones sino también en las distintas aéreas

dedicadas al tema tratado en esta tesina , como son el Departamento de Publicaciones el cual sigue contando con personal altamente capacitado para el cuidado de las ediciones de esta facultad.

Finalmente, es bastante lamentable comentar y confirmar que en la actualidad la distribución no ha mejorado, se ha estancado. Caso que en lo particular, es preocupante. También, poniéndonos al día, encontramos que en la actualidad se edita otra revista titulada “Revista Mexicana de Opinión Pública”, cuya temática es de cuestiones electorales, elecciones, campañas y conteo de votos, ésta se edita semestralmente, aunque para ser distribuida no cuenta con gran futuro, por ser menos conocida y sólo se menciona para también ser almacenada y quedar en la incógnita por generaciones que van sin conocer lo que publica su Facultad

CONCLUSIONES

En primera instancia, como conclusión general deseo validar mi hipótesis principal y darle la mayor importancia, ya que fue el motivo por el cual realicé este trabajo, por tanto, es preciso dejar claro que a través de una buena distribución se pueden dar a conocer de mejor manera todo tipo de publicación y en este caso específico, -por ser mi objeto de estudio-, las publicaciones de esta Facultad.

Con dificultad se podría entender que la edición de una publicación se conozca sin haber existido la intervención de un distribuidor ya sea empresa o persona que se dedique a tal labor.

Es cierto que el egresado de comunicación de esta facultad no esta preparado para el ámbito editorial pero por su formación acerca de los medios de comunicación puede comprender y valorar las c

Por otro lado, aunque la Facultad haya alcanzado un desarrollo notable, existen algunos problemas, principalmente en su organización administrativa, en el inadecuado espacio de trabajo de las distintas aéreas las cuales realizan tareas claves para seguir con el avance prolífero de publicaciones. Otro de sus grandes problemas es en el ámbito económico por el bajo presupuesto que se le designa a la Facultad.

El costo de la producción de publicaciones en ocasiones excede los recursos monetarios de la institución, a ésto se le atribuye principalmente el atraso de las revistas que edita la Facultad.

Los bajos recursos con los que cuenta la facultad o el poco presupuesto destinado al ámbito editorial no es el principal problema para que se desarrolle más esta actividad. El

principal problema es no contar con un recurso creativo para ponerlo en marcha y sea rentable la tarea que realiza el Departamento de Publicaciones, a través de su Departamento de Difusión. Tomando en cuenta además que los recursos humanos para atender la labor de edición son pocos y con sueldos desfavorables.

Además, las instalaciones donde se realizan las actividades antes señaladas no son lo suficientemente adecuadas, tampoco el espacio de almacenamiento de las obras ya terminadas, por tanto, se ocasiona el deterioro y pérdida de publicaciones afectando la economía de la Facultad.

Por otro lado, al carecer invariablemente de recursos económicos se puede difundir por medio de vitrinas donde tengan su acomodo las publicaciones más recientes las hay, pero no en lugares estratégicos.

Se deben promover ventas en distintas partes de los estados de la república considerando otras universidades, esto quiere decir que son de suma importancia y pieza clave la organización de ferias de publicaciones pero organizadas por la Facultad sin dejar, de participar en otras ferias donde sean invitadas las ediciones de nuestra institución.

Nuestras publicaciones se tienen que promover con la publicidad posible y de todo tipo desde vía catalogo, carteles y anuncios en todos los sentidos para que surja la compra pero estimulen a la venta se produzca la compra, y el mejor estímulo es contar con poder adquisitivo, por tanto es importante tener cuidado con los tiempos que se hace la rotación de la mercancía, de ahí, deben ser días de quincena.

Pueden darse a conocer las publicaciones en publicidad insertada en revistas y periódicos de alta circulación universitaria, de grandes tirajes así como de reconocimiento por los públicos a los cuales queremos capturar.

Se pueden hacer vínculos o convenios además de con la prensa escrita, en las salas de cine cultural para que por ejemplo, antes de que empiece una película se puedan anunciar las publicaciones de la Facultad así como de toda la UNAM.

En Radio Universidad también se puede pedir que se anuncien las publicaciones y en T.V UNAM, etcétera. Es obvio que debemos atender y cuidar a nuestro público y de nosotros depende mantenerlo cautivo, también a través de lo llamativo y lo bien presentado de nuestras portadas.

Finalmente, en lo personal, es muy desafortunado llegar a la conclusión general de que esta aportación escrita o esta proposición de mejoramiento a nuestra distribución sea sólo un reporte de trabajo en el ámbito editorial, el cual me fascina, porque amo las publicaciones. En los últimos años, la actividad editorial en la Universidad Nacional Autónoma de México, ha incrementado esta actividad por el aumento de la investigación la docencia

Es importante considerar los cambios por los que ha pasado nuestra Facultad, conforme transcurren los distintos periodos de cuatro años de la administración, tanto en su estructura administrativa como en la laboral, como en los planes y programas de estudio, en sus instalaciones y demás. Por tanto, haciendo -con nostalgia- un breve recuerdo de una de las frases de la Lic. Alma Iglesias González, Jefa de Intercambio

Académico, en entrevista que le realicé en octubre de 2010 en el periodo del Doctor Fernando Castañeda Sabido “todo ha mejorado, menos la distribución”.

Finalmente, considero que es claro e importante que todas y cada una de las revistas editadas por la Facultad cumplen con un cometido de investigación y apoyo a la docencia, sin embargo, en números reales habrá que considerar a la comunidad estudiantil de la Facultad pues ella es la principal destinataria de las revistas. En términos actuales encontramos que en la carrera de ciencias de la comunicación se inscribe anualmente una población de 2351 alumnos, la de Sociología 811, Ciencia Política y Administración Pública 739 y Relaciones Internacionales 1104²⁵, como se observa ciencias de la comunicación es la carrera con más alta población y ésta se considera cautiva y mucho mayor y no tiene una publicación periódica como las otras carreras que sí tienen sus propias revistas.

Es de vital relevancia implementar campañas de difusión y promoción para dar a conocer ampliamente todas las publicaciones que edita la FCPyS, pues de ello depende estar a la vanguardia en materia editorial.

²⁵ Fuente. Lic. Pedro Mundo González, Srio. De Servicios Escolares de la FCPyS, UNAM, diciembre 2010.

BIBLIOGRAFÍA

-ALMELA MELIA, JUAN, *Higiene y terapéutica del libro*, México, Fondo de Cultura Económica, 1976, 219 pp.

-ARÉCHIGA JANET, ALEJANDRO, *En torno al libro universitario*, México, Dirección General de Fomento Editorial, 1988, UNAM 146 PP.

-ARGUEDAS SOL, Et, Al, "La edición de la revista Estudios Políticos: una experiencia de vinculación entre la labor académica y el trabajo técnico" en *Estudios Políticos*, Tercera Época, No7, México, Coordinación de Ciencia Política, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, UNAM, julio-septiembre 1991, 206 pp

-ARGUELLES LONA, LUIS JUAN CARLOS, *El comunicólogo y su desarrollo profesional*, Tesis de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, Facultad de Ciencias Política y Sociales, UNAM, 1991, 141 pp

ARROYO CASANOVA, LIDIA, *Medios de comunicación a bajo costo*, Tesis Licenciatura en Ciencias de la comunicación Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, UNAM, 1990, 134 pp.

-BELMAN ALEJANDRO, FAVIOLA, *Los documentos escritos e impresos: El libro las publicaciones periódicas y la archivalía* en Cuadernos de Teoría y Metodología, Núm. 1, Formación Básica Común, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, UNAM, 1989, 59 pp.

-COLMENERO, SERGIO, *Historia presencia y conciencia 1951-1991*, Editorial Amanuence, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales UNAM, 1991, 323 pp.

-CASTAGNINO, RAÚL H, *Biografía del libro*, Buenos Aires Argentina, Compendios Nova, Iniciación Cultural, Núm. 42, 1961.

-CARRANCÁ Y TRUJILLO, RAÚL, "Rumbos seguros a la Escuela Nacional de Ciencias Políticas y Sociales" en *Revista de Ciencias Políticas y Sociales*, UNAM, julio-septiembre, 1955, 183 pp.

-CHÁVEZ CHÁVEZ, ESTEBAN, *Manual de planificación a bajo costo*, México Instituto Latinoamericano de la Comunicación Educativa, (ILCE), s.f.

- CHÁVEZ CHÁVEZ, ESTEBAN, *Manual para la elaboración de carteles*, México, Instituto Latinoamericano de la Comunicación Educativa, (ILCE), s.f.

-CHÁVEZ CHÁVEZ, ESTEBAN *Manual para elaborar rotafolios*, México, Instituto Latinoamericano de la Comunicación Educativa (ILCE), 1982.

-CHÁVEZ CHÁVEZ, ESTEBAN, *Manual para elaborar franelografos*, México, Instituto Latinoamericano de la Comunicación Educativa, (ILCE), 1982

-CHÁVEZ CHÁVEZ, ESTEBAN, *Manual para elaborar el periódico mural*, México, Instituto Latinoamericano de la Comunicación Educativa (ILCE), 1982

-CHRUDEN HERBET Y ARTHUR SHERMAN, *Administración de personal*, Traducido por Alfonso Vesseuc, Continental, 1985.México

-CHOLVIS, FRANCISCO, *Tratado de organización costos y balances*, Vol. 1, Buenos Aires, Editorial Ateneo, 1969, 363 pp.

-ECO, UMBERTO, *Cómo se hace una tesis, técnicas y procedimientos de investigación, estudio y estructura*, México, Editorial Gedisa, 1991, 267 pp.

-FERNÁNDEZ CARBALLIDO, ELINA SONIA, *El fin de la cadena... la distribución de periódicos en México*, Tesis de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, UNAM, 1991, 138 pp.

-FUENTES FIERRO, AQUILES, "Papel y medios impresos" desarrollo económico social y derecho a la información, Tesis de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, UNAM, 1983, 168 pp.

-GARCÍA ROMERO, SALVADOR HUGO, *El proceso editorial en la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales. propuesta para su optimización*. Tesis de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, Fac.de Ciencias Políticas y Sociales, UNAM, 1990, 149 PP.

GONZÁLEZ CARBALLO, TERESITA, Et, Al, *Mantas*, Colección Autonomía, UAM, Xochimilco, 1984.

-GONZÁLEZ PEDRERO, ENRIQUE, *La transformación de la escuela en facultad* en *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, Año xxx, Nueva Época, México, enero-junio de 1984, 138 pp

-HAAS, C,R, *Teoría técnica y práctica de la publicidad*, México, Rialp Ediciones, S.A, 1966,634 pp.

-KLEIMAN, ARIEL, "Una tipología de tesis profesional" en *Revista Mexicana de de Ciencias Políticas y Sociales*, Núm. 156, México, División Estudios de Posgrado, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales UNAM, abril-junio de 1993, 240 pp

-LEAL Y FERNÁNDEZ, JUAN FELIPE, "Primer informe anual del Director de la FCPyS" en *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, Núm. 152, México, División de Estudios de Posgrado, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, UNAM abril-junio de 1993, 121 pp

- LEAL Y FERNÁNDEZ, JUAN FELIPE, "Segundo informe anual del Director de Ciencias Políticas y Sociales" en *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*,

Núm. 157, México, División de Estudios de Posgrado, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, UNAM, julio-sep. de 1994, 297 pp.

-LEAL Y FERNÁNDEZ, JUAN FELIPE, " Proyecto de adecuaciones, ampliaciones y construcciones de la FCPyS" en *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, Núm. 159, México, División de Estudios de Posgrado, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, UNAM, enero-marzo de 1995, 193 pp.

-LEAL Y FERNÁNDEZ, JUAN FELIPE, "11 informe del Director de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales" en *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, Núm. 161, México, División de Estudios de Posgrado, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, UNAM, julio-septiembre de 1995, 297 pp.

-MARTÍN, EUNICIANO, *Cómo se hace un libro proceso de realización gráfica*, México, Ediciones Don Bosco.

-MARTÍNEZ SILVA, MARIO, " Notas sobre el diseño de oficinas" en *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, Núm 59 Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, UNAM, México, enero-marzo de 1990, 161 pp.

-REYES, BULMARO, *Metalibro: manual del libro en la imprenta*, México, UNAM, 1988.

-ROBLES, FRANCISCA, *Guía práctica para elaborar revistas*, Tesis de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, Facultad. de Ciencias Políticas y Sociales, UNAM, 1987, 105 pp.

-UVALLE BERRONES, RICARDO, Et, Al, *Reflexiones en torno al devenir de los planes de estudio de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales*, México, Marc Ediciones, 1991, 80 pp.

-SOUTO, ARTURO, (compilador), *La actividad editorial universitaria*, Colección Biblioteca del Editor, Dirección General de Fomento Editorial, 1982.

-WEBSTER, JR., FEDERICK E, *Curso de mercadotecnia*, México, Prensa Técnica S.A. 148 pp.

-ZAVALA RUIZ, ROBERTO, *El libro y sus orillas*, México, UNAM, 1989

DOCUMENTOS

- *Informe anual de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, de los años: 1990, 1991, 1992, 1993, 1994 y 1995*

- *Normas Generales de la Comisión Editorial. FCPyS*

- *Documentos de trabajo. FCPyS*