

# Plan de divulgación DE LA PRODUCCIÓN CIENTÍFICA Y CULTURAL

(DIGITAL E IMPRESA)



Universidad Central del Ecuador  
2021

## INTRODUCCIÓN

La Universidad Central del Ecuador a través de su Editorial Universitaria, constituye un apoyo importante en el quehacer de la docencia e investigación en beneficio de la comunidad universitaria, por lo que es necesario que exista compromiso y responsabilidad sobre los criterios de difusión de textos y obras útiles para la labor académica y poder transmitir la producción científica y cultural.

Es naturaleza y propósito de la Universidad Central del Ecuador la difusión de la producción científica, tecnológica, de innovación, de docencia y creatividad en beneficio de la sociedad para disminuir la brecha entre producción y acceso al conocimiento científico y humanista

De acuerdo a la Política Editorial de la Universidad Central del Ecuador —en proceso de aprobación—, sobre el objeto menciona en su literal b) y c) que:

- b. difundir el pensamiento universitario enmarcado en su producción científica y humanística mediante la promoción y divulgación de productos editoriales de alto valor intrínseco, y que constituyen una inversión científica, social y cultural que acrecienta el patrimonio intelectual de la Universidad Central del Ecuador;
- c. facilitar el acceso a la producción científica y humanística generada en las unidades académicas de la Universidad Central del Ecuador mediante la gestión de los procesos editoriales de soportes impresos y digitales.

El fomento de la cultura científica está enmarcado en diferentes estrategias de comunicación social de la ciencia y de la cultura, se lo realiza mediante la Dirección de Comunicación y de cada una de las dependencias que forman parte del Vicerrectorado de Investigación, Doctorados e Innovación, a saber: Dirección de Investigación, Dirección de Doctorados e Innovación, Dirección del Sistema Integrado de Museos y Herbarios, Dirección del Sistema Integrado de Bibliotecas, Dirección de Institutos de Investigaciones y Centros de Ciencias Básicas, Área del Conocimiento, Unidad Administrativa de Gestión de Doctorados.

Cada una de las acciones de promoción y divulgación está enfocada en función del público al que se dirigen, de ello dependen la *difusión interna*, es decir, dentro de la comunidad universitaria, otras están dirigidas a *otros niveles educativos*, con especial atención a alumnos de secundaria y bachillerato, y, por último, está dirigido a la *sociedad en su conjunto* de acuerdo a sus intereses científicos y tecnológicos.

Se pretende realizar la divulgación sobre la generación del conocimiento y fortalecimiento de la cultura mediante publicaciones que cumplan con los más altos estándares de calidad académica y editorial mediante los siguientes medios: catálogos, redes, medios de comunicación y campañas de conocimiento de los productos editoriales.

## CATÁLOGO

Es un instrumento en el que se visualizan las colecciones propias de Editorial Universitaria en formato digital e impreso sobre producción académicas dentro de un conjunto de libros agrupados de acuerdo a su eje temático y a su diseño permite incluso planificar desde las necesidades y las existencias en bodega en cuanto a papel, cartulina e insumos hasta niveles de prioridad de las publicaciones de la editorial y tiempos en cuanto a edición de textos y diagramación.

Si la planificación, según las normas internas de la universidad, es anual, un catálogo responderá a ese requerimiento temporal y deberá crearse de manera anual y articulado alrededor de sus colecciones, pues, como se sabe, un catálogo tiene por contenido las publicaciones realizadas y por hacerse. De manera que la sola existencia de colecciones logra organizar y determinar guías en cuanto a tiempos, materiales, trabajo humano, ejes temáticos, concepto en el diseño y la diagramación e imagen editorial.

En Editorial Universitaria se ha determinado ejes temáticos sobre los cu-

les están relacionadas las áreas de estudio o áreas del saber y a su vez está dividido el campo académico en la universidad, considerando el histórico de diseño e impresión que se ha venido desempeñando en la editorial, de acuerdo a:

- a. Eje temático 1. Revistas científicas
- b. Eje temático 2: Ciencias Sociales
- c. Eje temático 3: Ciencias de la Vida
- d. Eje temático 4: Ciencias de la Salud
- e. Eje temático 5: Ciencias Exactas
- f. Eje temático 6: Arquitectura y Arte
- g. Eje temático 7: Letras
- h. Eje temático 8. Didáctica
- i. Eje temático 9. Rectorado
- j. Eje temático 10: Memorias
- k. Eje temático 11: Publicaciones urgentes

En este sentido, cada eje temático cuenta con:

- a. nombre de la colección
- c. descripción
- b. eje temático
- d. formato
- e. tipografía
- f. tipo de columna
- g. papel
- h. versión

En el catálogo se divulgará la producción científica y cultural impresa y digital que además de presentar un trabajo de desarrollo investigativo de un docente, también es una buena oportunidad para presentar la labor desarrollada en Editorial Universitaria.

## REDES

Actualmente, las redes sociales forman parte de la transformación digital de los últimos años, llegando a situarse en todos los ámbitos de la vida, como es en la educación, investigación y la transferencia del conocimiento, mediante la creación de plataformas de comunicación las cuales han facilitado la difusión.

Partiendo de la gran ventaja que tienen las redes sociales es que son gratuitas, pudiendo moverse en ellas con total libertad y acceder con dispositivos inteligentes desde cualquier lugar, únicamente con la ayuda de internet. De forma sintética, las redes sociales permiten escuchar, hablar y dialogar. No es necesario que siempre se atiendan estas tres funciones, aunque es conveniente, para aprovechar al máximo sus posibilidades. La utilidad de las redes sociales va mucho más allá que la de servir de canal de comunicación e intercambio de pareceres con la sociedad.

Otro aspecto de interés para un investigador universitario es su aplicación a la docencia, como medio de comunicación con el alumnado para facilitarles material y establecer las actividades a realizar. El uso de las redes sociales para un investigador o investigadora es como una herramienta de comunicación y divulgación de la actividad científica debe ser fruto de una planificación previa en la que se definan los objetivos, los contenidos, la forma de emitirlos, el recorrido, los plazos y los medios de evaluación de resultados. Todo ello teniendo en cuenta que dicha planificación variará según se trate de un uso particular del investigador, de un grupo o proyecto de investigación o de una institución completa.

El uso de las redes sociales debe formar parte de un plan más amplio de comunicación, una estrategia global que incluya otras actividades de divulgación y el establecimiento de relaciones con los medios de comunicación y sus profesionales. Además, dada la rapidez con que circulan los mensajes en

las redes sociales y su brevedad, conviene disponer de un soporte digital de la información, una web a la que remitir a las personas que hayamos conseguido interesar, o un blog donde se explique de forma más amplia y permanente el contenido de nuestro trabajo o proyecto.

La Universidad Central del Ecuador a través de su Editorial Universitaria y con la gran cantidad de población universitaria y el destacable esfuerzo que se encuentra realizando los docentes con su orientación a la ciencia y transferencia del conocimiento, se requiere aprovechar este potencial para emprender actividades de divulgación en las diferentes redes sociales institucionales que dispone, como es el caso de las páginas de uso frecuente: Facebook, Twitter e Instagram.

Los contenidos que se deben comunicar en las redes sociales, deben ser de interés al público a quien se dirige y de acuerdo a las siguientes sugerencias:

- publicación de artículos científicos
- Agenda, publicidad de actos, conferencias y presentaciones que creas que pueden interesar a los seguidores.
- Convocatorias, publicidad de becas, ayudas, premios o cursos acompañados de sus plazos de inscripción.
- Noticias relevantes de entidad universitaria o de investigación, o los distintos medios de comunicación.
- Difusión de eventos de divulgación en los que se participe, o que recomienden, relacionados con la línea de investigación
- Opiniones sobre temas de actualidad relacionados con la línea de investigación.

El uso de las redes tiene como beneficios impulsar el desarrollo investigativo, incorporación del proyecto a las distintas redes de los sistemas nacionales de ciencia tecnología e innovación promoviendo una mayor audiencia y participación de debates.

## **MEDIOS DE COMUNICACIÓN RADIO, TV Y DEMÁS**

Determinando la necesidad de que las obras publicadas en Editorial Universitaria, sean digitales o impresas, se den a conocer y puedan despertar interés a los lectores, se debe promover su divulgación mediante medios comunes como radio, televisión, internet, prensa escrita, entre otros.

El medio más usado en toda la comunidad universitaria es la difusión mediante la Radio Universitaria «La voz de la Central», en la cual se debería tener un campo abierto o programa dedicado a la investigación con el fin de dar a conocer a la sociedad en general la producción científica y cultural que realiza Editorial Universitaria. Tiene un gran beneficio, al ser una radio mediante la página web del UCE, la cual abarca todo el planeta, su audiencia sin duda es mundial.

Además, es importante que la Dirección de Comunicación, debido a su labor que realiza, pueda establecer entrevistas y reportajes a los autores de la publicaciones impresas y digitales con sello editorial promoviendo a su vez, la importancia que tiene la editorial como servicio que proporciona a la comunidad universitaria con sus años de trayectoria.

Debido a la variedad de recursos que se emplean en este género, lo más habitual es que se grabe de forma previa para evitar errores de coordinación en directo entre el locutor y el técnico de sonido.

En otras ocasiones, la entrevista se la realiza de forma directa, pues permite unir en el tiempo al entrevistador y al entrevistado en el momento de la emisión, lo que posibilita abrir los teléfonos a las consultas de los oyentes. De esta forma, mediante la interactividad inmediata, el oyente puede expresar sus dudas al experto y pedirle explicaciones concretas sobre los aspectos que más le interesan.

Durante su emisión o grabación, los responsables del reportaje habrán de incidir en las ideas esenciales del tema científico, y administrar cuidadosa-

mente el caudal de conceptos técnicos que pueda desconocer el oyente medio.

La calidad de la entrevista de contenido científico dependerá, lógicamente, de su preparación (búsqueda de documentación, selección de los temas, formulación concreta de las preguntas y elaboración del guión), del grado de claridad y sencillez del locutor ante el micrófono, pero también de su capacidad improvisadora para modificar el guión sobre la marcha (según vayan surgiendo en la charla aspectos interesantes y no previstos) y evitar que el entrevistado se desvíe en demasía del asunto objeto de la entrevista.

La radio puede desempeñar una gran labor divulgadora de los conocimientos científicos-culturales, muchas ocasiones con el ajetreo y las obligaciones propias de la vida diaria, no dispone de tiempo para conocer unos temas o que posiblemente no son de interés especial, o simplemente desde que se abandonó el sistema educativo, el conocimiento científico está totalmente desactualizado. Siendo el oyente, el destinatario ideal quien aproveche este tipo de divulgaciones.

Otro medio importante para fomentar la divulgación de la producción científica y cultura es la *televisión*, ya que tienen una serie de características que le otorgan un gran grado de influencia al moldearnos las ideas y formar una opinión pública de una comunidad.

Queda claro que la desaparición de programas específicos de divulgación ha coincidido con la desaparición de todo tipo de espacios de debates televisivos sobre cualquier asunto serio, pues se ha encaminado únicamente al ámbito político y no en involucrar a la televisión pública programas de divulgación científica y cultural.

La realidad incide en el punto de vista que los Parques y Museos de Ciencia —que no hay en todas las ciudades— atraen la curiosidad de miles de personas, siendo la única respuesta para divulgar la ciencia en la ciudadanía.

Ante esta connotación, se ve en la necesidad que información de tipo

científica y cultural sea ubicada es espacios destinados al público, considerando al menos espectadores infantiles y juveniles que actualmente necesitan están información generando conocimiento cualificado y sin que deban pagar por ello.

Otro medio de divulgación importante es el *internet*, puesto que hoy en día hay facilidad de acceso a la información a través de este medio, convirtiéndose a su vez en un arma de doble filo, porque si bien es cierto hacer búsquedas es más sencillo y obtener muchos resultados, no lo es tanto, saber discriminar cuál es la información con el suficiente valor científico. En este sentido, hay que tener en cuenta dos aspectos: primero hay que hacerse preguntas adecuadas y segundo saber dónde acudir a buscar.

Entre los recursos electrónicos con los que cuenta la Universidad Central del Ecuador, esta su página web, dentro de su categoría de investigación, encontramos el Sistema Integrado de Bibliotecas, en la que se encuentra disponibles algunas divulgaciones de investigación y cultural, aunque no sean las publicadas en Editorial Universitaria, por cuanto se requiere que estas obras también sean visualizadas en la página de la UCE. Aprovechando siempre los instrumentos con los que cuenta nuestra institución se está incentivando a la divulgación científica y cultural digital en la plataforma del Sistema Integrado de Bibliotecas.

Por otro lado, se pretende expandir la producción científica y cultural mediante la prensa escrita medio más antiguo de difusión, la cual debe involucrar libros y revistas digitales e impresas, para continuar motivando y despertando el interés del lector y de la ciudadanía en fomentar el conocimiento en todos los ámbitos.

El personal docente e investigador, tiene como objetivo en cada punto de la divulgación tiene como objetivo la mayor concienciación y énfasis en el conocimiento y que aspire a desarrollarse en términos científicos, tecnológicos y humanísticos.

Actualmente, la población usa los medios de comunicación sólo con el fin de entretenimiento, esto genera el riesgo de que cada individuo tome de la oferta mediática lo que le interesa, existe una necesidad de divulgación de la ciencia a los gobiernos, familias y demás grupos sociales. Se manifiesta en la población inquietud y necesidad de motivación, son sólo los medios quienes pueden producir tales estímulos y mantener a la sociedad interesada proporcionando información de manera masiva que nos lleve al desarrollo.

Se busca, además, la creación de una página web de uso de Editorial Universitaria dentro del dominio de la página de la universidad —de ser posible—, de lo contrario, contratar un dominio propio para subir información respecto a las publicaciones con el catálogo y colecciones de la producción editorial; lo que supondría poner a disposición de la comunidad exógena a la universidad la producción científica y cultural impresa y digital de la universidad.

### **CAMPAÑA DE CONOCIMIENTO DE LOS PRODUCTOS QUE ELABORA LA EDITORIAL**

Con el objetivo de dar a conocer a toda la comunidad universitaria la importancia del trabajo editorial en nuestra institución ha sido desarrollado casi siempre de manera valiosa, sí, pero voluntariosa, con mucho deseo de servir, pero sin plantearse el trabajo editorial como un proyecto que se vea reflejado en metas que se plasman en la creación de un fondo editorial con un catálogo con series y colecciones, algo que es necesario en la universidad si se trata de promover y difundir el pensamiento universitario, su producción intelectual científica y cultural.

Al estar Editorial Universitaria completamente equipada, la demanda de trabajos se resuelve de manera ágil, haciendo que los procesos sigan su curso con la entrega final del trabajo a los usuarios de manera rápida.

Desde que se creó la Universidad Central, prácticamente al mismo tiempo

se cree que surgió la imprenta, con la finalidad de que se imprimiese documentación, libros y algunas publicaciones, pero documentalmente se establece que en 1883, año en la que se publicó su primera revista *Anales*, evidentemente ya existía la editorial de la universidad.

Con el transcurrir del tiempo, según la tecnología, el mundo globalizado y por las necesidades, se fue adquiriendo maquinaria actualizada con el fin de optimizar recursos, tiempo, mejorando la calidad y la velocidad de la impresión, que en la actualidad cuenta con la siguiente maquinaria:

- equipo para el procesamiento de placas digitales CTP;
- plotter para gigantografías;
- prensa offset marca Heidelberg, modelo Speedmaster 74, bicolor (calidad de impresión);
- prensa offset GTO 52;
- prensa offset GTO 46;
- encoladora automática Heidelberg (libros, revistas);
- dobladora automática;
- cosedoras de hilo y de alambre;
- guillotinas; y,
- encoladora.

La labor editorial, más allá de preprensa y prensa, que son trabajos inherentes a la producción de libros y revistas y demás productos impresos y digitales, que son el reflejo manual y final de una estrategia editorial, se verían entorpecidos y hasta quizás detenidos si no se enmarcan en un proyecto editorial con estructuración, integración y diseño de procesos editoriales.

Con todos estos aspectos a considerar, los productos que se obtienen en la Editorial son los siguientes:

- Uno de los productos editoriales de acuerdo a su fondo editorial es: libros, revistas científicas, publicaciones académicas, material docente, li-

etros artísticos, ensayos, memorias, publicaciones periodísticas, trabajos galardonados en versión digital o impresa.



- Publicaciones de carácter institucional como informes de gestión, boletines estadísticos, folletos o cuadernillos para eventos académicos.
- Dentro de la papelería institucional tenemos: afiches, hojas membretadas, fichas, tarjetas de presentación, hojas volantes, trípticos, diápticos, diplomas, títulos, portadas de libros, invitaciones, carpetas, sobres membretados para expedientes académicos, formularios, calendarios, libretines, formularios, señaléticas, certificados; entre otros documentos necesarios por las unidades requirentes.



- Empastados de documentación de unidades administrativas y académicas.
- Diseño e impresión de *roll-up*, gigantografías, carteles informativos,

banners mediante el uso de plotter.



La labor de Editorial Universitaria, por tanto, y a manera de resumen, tiene por objetivo central que la producción intelectual de su cuerpo docente e investigativo sea conocido.

Elaborado por:
MSc. Jhonatan Salazar

Revisado por:	Aprobado por:
MSc. Edison Benavides	Dra. Katherine Zurita