

UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN
Departamento de Biblioteconomía y Documentación



**LA INDUSTRIA EDITORIAL EN MEXICO: SU
EVOLUCION Y
PARTICIPACION EN EL DESARROLLO DE
COLECCIONES DE
BIBLIOTECAS**

**MEMORIA PARA OPTAR AL GRADO DE DOCTOR
PRESENTADA POR**

Beatriz Rodríguez Sierra

Bajo la dirección de los doctores
José López Yepes
María Teresa Fernández Bajón

Madrid, 2009

ISBN: 978-84-692-7628-0

UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN
DEPARTAMENTO DE BIBLIOTECONOMIA Y DOCUMENTACIÓN



LA INDUSTRIA EDITORIAL EN MEXICO: SU EVOLUCION Y
PARTICIPACION EN EL DESARROLLO DE COLECCIONES DE
BIBLIOTECAS

Trabajo de investigación que presenta Beatriz Rodríguez Sierra para la obtención del Doctorado en Biblioteconomía y Documentación bajo la dirección del Prof. Dr. José López Yepes, Catedrático de la Universidad Complutense de Madrid y la Profa. Dra. María Teresa Fernández Bajón, Profesora Titular de la Universidad Complutense de Madrid.

Madrid, Abril de 2009.

**LA INDUSTRIA EDITORIAL EN MÉXICO Y SU PARTICIPACIÓN EN EL DESARROLLO DE
COLECCIONES DE BIBLIOTECAS**

Tabla de contenido

Capítulo 1: Introducción	6
1.1 . Objeto y justificación de la investigación	8
1.2 . Metodología empleada	9
1.3 . Estado de la cuestión	11
Capítulo 2: Antecedentes y evolución de la industria editorial en México	19
2.1. El nacimiento del libro como objeto de consumo	22
2.1.1. Los registros gráficos del conocimiento en la prehistoria	22
2.1.2. Registros y soportes del conocimiento en la antigüedad	24
2.1.3. El libro en la Edad Media	31
2.1.4. Producción de libros en el Renacimiento	33
2.1.5. El libro en los siglos XIX y XX	40
2.2. La imprenta y los impresores en México	42
2.2.1. Registros gráficos del conocimiento en el periodo prehispánico	43
2.2.2. La imprenta en México en el periodo Colonial	45
2.2.3. La imprenta en México independiente	48
2.3. Editores y librerías en México	50
2.3.1. Desarrollo incipiente de la industria editorial en México a finales del siglo XIX y principios del siglo XX	50
2.3.2. Fortalecimiento de la industria editorial en México 1920 – 2006	52
2.3.2.1. La aportación española al campo editorial	52
2.3.2.2. Despuntes de la producción de revistas	54
2.3.2.3. Organismos relacionados con la industria editorial en México	57
2.3.2.4. En el periodo del Presidente Miguel de la Madrid	58
2.3.2.5. En el periodo del Presidente Carlos Salinas	59
2.3.2.6. En el periodo del Presidente Ernesto Zedillo	60
2.3.2.7. En el periodo del Presidente Vicente Fox Quezada	61
Capítulo 3: La industria editorial en México en la actualidad	64
3.1. El impacto de la sociedad de la información	67
3.1.1. La industria editorial como componente de la sociedad de	73

la información	
3.1.2. La sociedad de la información en México	76
3.2. Las industrias culturales	81
3.2.1. Las industrias culturales en México	85
3.3. Naturaleza de la industria editorial	95
3.3.1. Los sectores involucrados	97
3.3.2. El proceso de edición	99
3.3.3. Derechos de autor	105
3.3.4. Organismos editoriales sin fines de lucro	108
3.3.5. El papel del estado en el campo editorial	115
3.3.6. La Cámara Nacional de la Industria Editorial	119
3.3.7. La comercialización del libro	124
Capítulo 4: Las instituciones de fomento y desarrollo de las industrias editoriales	129
4.1. Instituciones, organismos y programas que fomentan el desarrollo de la industria editorial	130
4.1.1. Iniciativas internacionales	131
4.1.2. iniciativas nacionales	134
4.2. Papel de la UNESCO	136
4.3. Agencia Internacional del ISBN	138
4.4. Centro Internacional ISSN	140
4.5. Agenda CERLALC sobre políticas públicas del libro y la edición	142
4.6. La política en materia de industria editorial	145
4.6.1. La política nacional del libro de la UNESCO	146
4.6.2. Políticas sobre el libro y la edición en México	148
4.6.2.1. Ley de Imprenta	150
4.6.2.2. Ley de Derechos de Autor	152
4.6.2.3. Ley del Depósito Legal	154
4.6.2.4. Ley General de Bibliotecas	157
4.6.2.5. Ley de Fomento para la Lectura y el Libro	160
4.7. Organismos involucrados en actividades de promoción y fomento editorial en el medio nacional	163
4.7.1. Organismos gubernamentales	163
4.7.1.1. CONACULTA	165
4.7.1.2. CONALITEG	168
4.7.1.3. EDUCAL	170
4.7.1.4. Fondo de Cultura Económica	172
4.7.2. Organismos no gubernamentales	175
4.7.2.1. CANIEM	176
4.7.2.2. Asociación de Libreros Mexicanos, A.C.	180
4.7.2.3. Alianza de Editoriales Mexicanas Independientes	183
4.7.2.4. Cámara Nacional de la Industria de las Artes Gráficas	184
4.8. Organismos promotores de lectura	186
4.8.1. Organismos oficiales promotores de lectura	187

4.8.2. Organismos no gubernamentales promotores de lectura	188
Capítulo 5: Análisis y diagnóstico de datos ofrecidos por la encuesta sobre participación de la industria editorial en México en el desarrollo de colecciones de bibliotecas	198
5.1. Recolección de datos	199
5.2. Aplicación del cuestionario	204
5.3. Análisis de la información	205
5.4. Procesamiento de la información	207
5.4.1. En bibliotecas públicas	207
5.4.2. En bibliotecas universitarias	226
5.4.3. En bibliotecas escolares	244
5.4.4. En bibliotecas especializadas	258
5.4.5. En la biblioteca nacional	274
5.5. Diagnóstico a partir de los resultados obtenidos	279
5.5.1. En bibliotecas públicas	280
5.5.2. En bibliotecas universitarias	282
5.5.3. En bibliotecas escolares	284
5.5.4. En bibliotecas especializadas	286
5.5.5. En la biblioteca nacional	288
Capítulo 6: El marketing de las industrias editoriales	293
6.1. Objetivos y tipología de las industrias editoriales	299
6.2. La investigación de mercados	304
6.3. Instrumentos de difusión de la industria editorial en México	311
6.4. Acciones de promoción y publicidad en la industria editorial	317
Capítulo 7: Conclusiones	327
FUENTES CONSULTADAS	338
ANEXOS	354
1. Listado de instituciones culturales en México	355
2. Ley de Fomento para el Libro y la Lectura	361
3. Texto del “Cuestionario para bibliotecarios responsables de desarrollo de colecciones”	379

Capítulo 1

Introducción

Capítulo 1

Introducción

Todos los países del orbe han visto evolucionar al sector de la industria editorial y la comercialización de sus libros, esto se debe entre otros aspectos a la concentración de capital intelectual y económico, que tornan a esta empresa en un componente de vital importancia para que el conocimiento fluya y se alimente de la información que se genera en los ambientes académicos, de investigación, culturales y comunicativos.

En este proceso evolutivo de la industria editorial y de comercio del libro es posible observar actualmente un papel determinante de las instituciones, los autores y las tecnologías de la información, de tal forma que los procedimientos tradicionales de edición, mercadotecnia y acceso a la información están siendo enriquecidos por una gran variedad de fuentes y recursos que transforman a la sociedad industrial en una sociedad de la información en donde tanto los individuos como las instituciones dependen cada vez más de un uso adecuado de la información y de las tecnologías de la información para tomar las decisiones más pertinentes tanto en la vida diaria como en las actividades profesionales y de negocios.

Dado que el hombre aprende en cada día que vive, es obligado que la cultura de la información le provea del conocimiento que le permita

desarrollarse íntegramente, esto puede suceder cuando el individuo fomenta su capacidad de leer y de indagar sobre los progresos culturales que caracterizan su entorno y su presente. Es en este caso que la existencia de los registros gráficos de la información da vida a una industria que favorece la comunicación y determina los contenidos y formatos materiales, los temas, géneros literarios, y que además incide en la comercialización del libro y en la posibilidad de incrementar los hábitos de lectura de los individuos.

Ante estas necesidades de desarrollo social es posible reconocer la existencia de instituciones que favorecen que el individuo pueda acceder a los bienes culturales representados en los libros, tales instituciones llamadas bibliotecas o centros o unidades de información almacenan, organizan y difunden materiales documentales que pone a disposición de amplios sectores de la población para satisfacer necesidades de información concretas, por tanto, para el bibliotecólogo resulta imprescindible conocer la industria editorial y la comercialización de sus productos, que en la actualidad ha visto emerger un cúmulo de nuevas alternativas tecnológicas que influyen desde aspectos de generación del conocimiento, producción, almacenamiento y consumo de los recursos informativos.

El punto de partida que ha servido para la elección de este tema de investigación, proviene de la reflexión y análisis de la problemática que la industria editorial en México enfrenta ante situaciones de crisis económicas

e intelectuales y cómo repercute lo anterior en el desarrollo de colecciones en Bibliotecas mexicanas.

1.1. Objeto y justificación de la investigación

Los siguientes objetivos sirvieron para delimitar el tema abordado:

1. Analizar y exponer los antecedentes remotos más relevantes de la industria editorial para resaltar su importancia cultural.
2. Explicar la evolución de la industria editorial hasta nuestros días considerando la situación particular en México.
3. Analizar el impacto de la sociedad de la información en México y el papel de las industrias culturales, considerando preponderantemente a la industria editorial y los sectores que involucra.
4. Conocer a las instituciones de fomento y desarrollo de la industria editorial que actúan tanto en el plano internacional como nacional.
5. Conocer a través de una encuesta a bibliotecas mexicanas, la participación de la industria editorial en desarrollo de colecciones resaltando aspectos de temas, idiomas, tipo de contactos, presupuestos, problemas en la recepción de materiales y ventajas competitivas más relevantes.
6. Exponer las principales características del marketing de la industria editorial en México, y los canales de comercialización y distribución que pueden ser considerados por bibliotecas y entidades informativas en general.

Consideramos que el tema es importante por la trascendencia que implica la formación de colecciones en bibliotecas y el desarrollo de servicios de información en los ambientes académicos, empresariales y de investigación en el país.

Como resultado del análisis anterior, se concluyó que el problema a tratar puede sintéticamente plantearse de la siguiente forma:

Un análisis sobre la industria editorial en México, su evolución y estado actual, permitirá entender su participación en el desarrollo de colecciones de bibliotecas mexicanas, esto a través de una investigación de campo y documental que con la técnica de análisis o encuesta permitirá conocer la opinión de los responsables de adquisiciones en relación a los procesos, servicios y recursos que favorecen o entorpecen la construcción de colecciones y con ello proponer alternativas de solución o reforzamiento partiendo de un enfoque estructural–funcionalista.

1.2. Metodología empleada

Para la recolección de la información se utilizó tanto la investigación documental como la investigación de campo. En la investigación documental se consultó tanto la literatura producida en el campo editorial como en el campo bibliotecológico para rescatar las ideas y elementos que sustentaran la validez de los resultados obtenidos. Dado el enfoque de esta investigación hacia la industria editorial y las bibliotecas mexicanas se procuró localizar principalmente documentos con información producida en México, no obstante fue de mucha utilidad las fuentes bibliográficas

españolas que consignan con precisión datos en relación a la evolución de la industria editorial y el mercado de la información en general.

En la investigación de campo se aplicaron encuestas o cuestionarios a los responsables de desarrollo de colecciones en algunas bibliotecas para conocer sobre su experiencia en cuanto a los servicios y recursos editoriales que su institución selecciona y adquiere. También se indagó la opinión de los editores y libreros en relación a las bibliotecas como clientes y consumidores de las fuentes documentales que comercializan, considerando principalmente los resultados de ventas y el tipo de relaciones comerciales que se establecen con las bibliotecas o centros de documentación en México. Lo anterior como resultado de la encuesta aplicada por la Fundación Mexicana para la Innovación y la Transparencia de la Tecnología en la Pequeña y Mediana Empresa cuyos resultados se presentaron en el Estudio estratégico y programa sectorial para elevar la competitividad de la industria editorial mexicana, publicado en 2007.¹

La información obtenida en la investigación de campo y en la documental se analizó e interpretó para exponer las principales características del campo editorial en México y su nivel de influencia en el desarrollo de colecciones en bibliotecas mexicanas para llegar finalmente a las conclusiones asentadas en esta investigación.

¹ Estudio estratégico y programa sectorial para elevar la competitividad y el desarrollo sustentable de la industria editorial mexicana / Fundación Mexicana para la Innovación y Transferencia de la Tecnología en la Pequeña y Mediana Empresa, et al. México : FUNTEC, Secretaría de Economía, PAPYME, CANIEM, 2007. 431 p.

Se empleó el método analítico-sintético y el análisis correlacional para lograr identificar las características tanto de la industria editorial como de las bibliotecas encuestadas. Como resultado de lo anterior se formularon conclusiones que pretenden servir de recomendaciones para mejorar la relación entre industria editorial y bibliotecas o en el mejor de los casos para que las bibliotecas tengan indicadores para aprovechar positivamente los servicios y recursos que la industria editorial pone a su disposición.

1.3. Estado de la cuestión

Desde tiempos muy antiguos, el proceso de registro y transmisión de la información ocupa un lugar especial entre las preocupaciones del hombre, ya que de ella depende en gran parte el desarrollo de la cultura, la ciencia y la civilización, pero es hasta los últimos cien años cuando los avances de la tecnología han permitido alcanzar un desarrollo notable en la industria editorial en lo referente a la producción y comercialización de libros y otros tipos de documentos. Un ejemplo de este desarrollo son las diversas técnicas de impresión y reproducción para elaborar textos impresos y electrónicos, y también los diferentes canales o vías que se emplean para comercializar y difundir la información tanto a través de medios convencionales como a través del comercio electrónico presente en Internet, el cual en los últimos años ha tenido un gran auge a nivel mundial.

“El desarrollo de la industria editorial en México, trátase de libros o publicaciones periódicas, está íntimamente relacionado con la realidad

económica, política, cultural y social del país. No sólo refleja el nivel educativo y la producción de obras intelectuales, artísticas, científicas, es decir, la lectoescritura, sino además, la importancia que tiene como negocio y como empresa.

Ni qué decir de la industria editorial como tradición en la libre difusión de las ideas y en el debate inteligente y creativo, en las publicaciones como obras de arte. Dicho sector también responde a la conformación geopolítica de la nación, el centralismo y la ausencia de polos que compitan y estimulen el crecimiento en calidad y cantidad de casas editoras, imprentas, librerías, bibliotecas y puntos de exposición y venta que despierten el apetito y la necesidad de la lectura y, por consecuencia, de la escritura”.²

Resulta innegable que las bibliotecas mexicanas participan en el ciclo de la información que inicia con el autor, continúa con las casas editoras y termina con el consumidor o lector de documentos. La construcción de acervos en bibliotecas parte principalmente de la disponibilidad de libros y publicaciones periódicas en el sector económico de la industria editorial en México. La compra se constituye como la principal forma de adquisición que utilizan las bibliotecas y es por esto que, aunque es difícil asegurar que las bibliotecas son uno de los mejores clientes de la industria editorial, no puede negarse que son ambientes organizacionales estrechamente

² Leyva, José Angel. El negocio de los libros.

http://www.rosenblueth.mx/fundacion/Numero01/art07_numero01.htm Acceso: 16 de febrero de 2006

vinculados que se impactan mutuamente, tanto por las relaciones intelectuales como económicas que determinan su existencia y desarrollo.

En virtud de lo anterior es posible encontrar una bibliografía amplia sobre los temas de industria editorial y bibliotecas mexicanas, las principales fuentes que sirvieron de apoyo documental a esta investigación fueron libros o partes de ellos, artículos en revistas y fuentes electrónicas disponibles en Internet. Dadas las limitaciones espaciales y temporales de esta investigación se procuró consultar los documentos más significativos en el campo estudiado, fue posible, por tanto, distinguir a autores e instituciones relevantes, entre ellos encontramos a autores mexicanos en su mayoría, españoles y latinoamericanos, que han estudiado el sector de la industria editorial desde enfoques muy variados, que van desde las implicaciones económicas, técnicas y tecnológicas, hasta las repercusiones socioculturales que esta industria impregna a los diferentes sectores sociales. Igualmente en el caso de la literatura sobre bibliotecas y desarrollo de colecciones encontramos obras monográficas, artículos en revistas y fuentes electrónicas que dan cuenta del desarrollo que ha tenido la bibliotecología en ese tema en particular.

Resulta importante destacar que la carrera de editor no se ha profesionalizado en México, motivo por el cual la literatura no está sistematizada, es decir, no podemos encontrar obras sobre los aspectos históricos, teóricos, técnicos, administrativos, económicos y sociales de la industria editorial. Lo que encontramos en tanto, son artículos en revistas,

información electrónica y unos pocos libros que hablan sobre las experiencias de los que han incursionado en este campo en México.

Al respecto resulta interesante la información que genera tanto la Asociación de Editores (Caniem), como la Asociación de Libreros (Almac). Ambas cuentan con página Web en donde encontramos información interesante sobre la misión, objetivos, servicios, miembros y actividades de tales asociaciones.

En el caso particular de la Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana hay que destacar que a través del Centro de Promoción del Libro Mexicano, publica la revista trimestral Libros de México, que tiene como objetivo la publicación de temas relacionados con la edición de libros y publicaciones periódicas, así como de tópicos relacionados con la promoción y el hábito de la lectura, vistos todos desde diferentes perspectivas. En ella colaboran reconocidos autores que abordan tópicos como derechos de autor, documentos históricos bibliográficos, ferias internacionales, historia del libro, investigaciones sobre el sector editorial, literatura infantil, mercadotecnia editorial, nuevas tecnologías para la edición, bibliotecas y librerías, producción y distribución editorial, promoción de la lectura, publicaciones periódicas, testimonios, noticias del mundo editorial y personajes de la industria editorial, entre otros. Incluye como suplemento un boletín en donde se registran los títulos de las publicaciones recientes editadas por editoriales nacionales, escuelas e instituciones.

Otra aportación importante de la Caniem es la compilación de las estadísticas de la actividad editorial anual de los sectores de libros y revistas; publica también directorios de editores de libros, de revistas y de anunciantes; mantiene el Portal del Libro Mexicano en donde se registran los libros en oferta viva y puede ser utilizado por editores, libreros, bibliotecarios, profesionales de la edición, entidades de gobierno, escuelas y universidades y público en general.

En marzo de 2007 a iniciativa de Caniem se publicó la obra:

Estudio estratégico y programa sectorial para elevar la competitividad y el desarrollo sustentable de la industria editorial mexicana / Fundación Mexicana para la Innovación y Transferencia de la Tecnología en la Pequeña y Mediana Empresa, et al. México : FUNTEC, Secretaría de Economía, PAPYME, CANIEM, 2007. 431 p.

Ésta obra representa un estudio muy completo de las principales características de la industria editorial en México, contiene temas como la organización industrial, estudios de concentración, de mercado, especialización, oferta, demanda y análisis competitivo del sector. En opinión personal debe considerarse como la obra más completa sobre la problemática de la industria editorial reflejada en cifras, que debe ser conocida por todos los involucrados con este mercado.

Otra obra interesante es la publicada por la Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en México que se titula “El sector editorial en México”, en ella se habla sobre la oferta, la demanda y el análisis

del comercio considerando canales de distribución y análisis geográfico del comercio.

Recientemente el Fondo de Cultura Económica en coedición con Librería ha publicado una serie titulada “Libros sobre Libros” conformada por dos tipos de obras, con los objetivos siguientes: textos de formación, por ejemplo manuales o cursos, con técnicas, procedimientos y sugerencias para aplicar por parte de quienes se dedican a la actividad editorial; y textos de reflexión, por ejemplo estudios en extenso o ensayos, que recogen las ideas y vivencias de los profesionales del libro, orientan la práctica profesional y contribuyen al debate público . La colección tiene cuatro áreas de actividad: obras para editores, para libreros, para autores y sobre historia del libro. Mantiene además un sitio en <http://www.librossobrelibros.com/index.html> en donde presenta ligas de interés para que los editores, libreros y todos aquellos interesados en la actividad editorial encuentren información actual e interesante.

Otra fuente de información importante sobre la actividad editorial en México es la empresa Librería, fundada en 1997, es la casa editora del suplemento de libros Hoja por Hoja, la única publicación mexicana dedicada exclusivamente a la actualidad editorial. Aparece el primer sábado de cada mes como encarte en diversos diarios de todo el país. Su objetivo es difundir, mediante reseñas, artículos de opinión y reportajes, el estado de las cosas en la arena editorial hispanoamericana, con énfasis en los libros que se publican en México. Además, Librería organiza actividades de capacitación

profesional, como el Seminario Internacional para Editores y Libreros, que desde 2003 busca ofrecer a los profesionales del libro en América Latina elementos técnicos para el mejor desempeño de sus funciones. Asimismo imparte cursos y conferencias sobre diversos aspectos del oficio editorial. Librería realiza estudios de mercado, tanto cuantitativos como cualitativos, para la industria editorial y otras actividades culturales.

Como puede verse hay un amplio interés por la industria editorial mexicana. Su relación con el desarrollo de colecciones en bibliotecas es una de las líneas de investigación del Centro Universitario de Investigaciones Bibliotecológicas de la UNAM, que en el Área de Sistemas de la Información trabaja el proyecto “Tendencias actuales del mercado editorial: su impacto en el desarrollo de colecciones en la biblioteca universitaria” a cargo de la Dra. Ma. del Carmen Negrete Gutiérrez.

Podrían mencionarse infinidad de autores que escriben sobre el tema, ante los límites de espacio puede consultarse la bibliografía de esta investigación siendo necesario mencionar en especial a Gabriel Zaid como un ensayista que ha escrito una crítica amplia a las industrias culturales en México y sobre el tema en especial existe una antología titulada “Crítica del mundo cultural” en donde se recopilan sus ensayos titulados “Los demasiados libros”, “Como leer en bicicleta”, “De los libros al poder”, “Imprenta y vida pública”, entre otros.

Esperamos que la presente investigación represente una modesta contribución a la literatura en el campo y que pueda servir para investigaciones posteriores o como fuente para refutar consideraciones equivocadas o por el contrario, para precisar conceptos o ideas que promuevan el desarrollo e impulso de esta noble actividad que enriquece la vida cultural y económica del país, y en particular que permite satisfacer las necesidades de información de las comunidades de usuarios asistentes a las bibliotecas mexicanas.

Capítulo 2

Antecedentes y evolución de la industria editorial en México

“Los libros no son objetos inanimados, son seres vivientes que han respondido y responden al ayer y al hoy, sin importar cuando fueron escritos. Son seres vivientes que nacen, crecen y se desarrollan, pero no mueren, sino que perviven por siempre”.³

³ Reyes Heróles, Jesús. “Leer para ser libres” México : SEP.Dirección General de Publicaciones, 1984.

Capítulo 2

Antecedentes y evolución de la industria editorial en México

El presente capítulo exhibe un bosquejo de la presencia del libro a través de la historia, abarcando desde la antigüedad, considerando los registros gráficos de la información que lo antecedieron, la evolución histórica de la industria editorial en Europa a grandes rasgos y los progresos que ésta logró en México desde sus orígenes culturales hasta nuestros tiempos. El objetivo es mostrar las características e importancia que el libro como objeto cultural ha cobrado en las diferentes etapas de evolución social, partiendo de sus orígenes en el viejo continente hasta su aparición y desarrollo en México para consolidarse como una industria que aporta grandes beneficios a la economía, la ciencia y la educación nacional.

La industria editorial es un elemento cultural muy importante en el desarrollo social de cualquier grupo humano. Sus características socioeconómicas la convierten en un elemento de comunicación que ha estado presente en las diferentes etapas de desarrollo humano. En la Antigüedad fue más bien una actividad artesanal circunscrita a círculos elitistas y más tarde, a partir de la Edad Media se constituyó en una

actividad comercial de alto impacto en las esferas eruditas, profesionales y religiosas.

La historia del desarrollo humano está fielmente plasmada en el producto y objeto material que da vida a la industria editorial: el libro. Es a través de este instrumento, que es por excelencia, el primer medio de comunicación social, como las ideas, conocimientos y experiencias del hombre han podido fomentarse, enriquecerse y difundirse.

La actividad editorial fomenta, por medio del libro, la vitalidad creadora de científicos, eruditos, literatos, historiadores e incluso del hombre común interesado en su entorno y en transmitir sus ideas para contribuir al mejoramiento social, y con ello aportar elementos al desarrollo intelectual, cultural, científico y económico de los individuos, de las instituciones y de la sociedad en general.

Desde la década de los noventa en los círculos comerciales, educativos, científicos y profesionales se viene analizando el concepto de "industrias culturales", a partir de estos análisis se considera que la industria editorial es un componente importante de este campo, en consideración de los interesados se dice que *"El concepto de industrias culturales, también llamadas "industrias creativas" o industrias de contenidos, incluye la impresión, publicación, multimedia, audiovisuales, productos fonográficos y cinematográficos, así como artesanías y diseños. Para algunos países este concepto también abarca la arquitectura, las artes visuales y de performans,*

deportes, manufactura de instrumentos musicales, anuncios y turismo cultural."⁴

En función de lo anterior y de la importancia que por sí misma tiene la industria editorial, podemos subrayar la trascendencia de esta actividad económica que a través del libro en sus diferentes modalidades da soporte material a todo el acervo intelectual, histórico, jurídico, económico, científico, técnico, moral, religioso y humanista generado por el hombre. Para dar una idea muy general de cómo el libro ha estado presente en el desarrollo histórico y cultural de la humanidad, en el siguiente apartado se presentan los datos más esenciales de su historia y de su incorporación a la cultura americana, en particular su llegada a México y su repercusión en los medios educativos, de investigación y económicos.

2.1. El nacimiento del libro como objeto de consumo.

Como todos sabemos, el hombre siempre se ha preocupado y ocupado del conocimiento, aún desde las épocas más remotas podemos encontrar vestigios que intencionalmente o no, marcan su presencia en la faz de la tierra. La evolución histórica nos muestra al hombre como un ser gregario que procura, a través de la organización social, vivir en conglomerados con estructuras definidas para garantizar el bienestar común y la superación de situaciones adversas que pueden limitar o entorpecer su sobrevivencia, permanencia y trascendencia en el tiempo y espacio.

⁴ "Industrias culturales" <http://www.lacult.org/industria/indice.php> Acceso: 7 de enero de 2007

2.1.1. Los registros gráficos del conocimiento en la prehistoria

En virtud de sus necesidades sociales, el hombre desde la prehistoria, tuvo que desarrollar elementos que le permitieran mantener y a la vez incrementar sus saberes de manera continua. Dentro del crecimiento y evolución de los grupos humanos, el saber adquirido por generaciones pasadas ya no se podía mantener como al principio de los tiempos, debido al incremento de la población misma y la necesidad de integrar a los nuevos miembros al núcleo de la sociedad. La complejidad de los conocimientos que el hombre fue desarrollando marcó la evolución misma del grupo, esto hizo evidente la necesidad de crear sustitutos de la memoria, ya que los miembros que contaban con el mayor conocimiento de la realidad aprendida tenían una existencia temporal limitada, por tanto, la práctica de la transmisión oral, ya no fue suficiente.

Se puede afirmar que, de manera natural, los miembros de los diferentes grupos sociales fueron concientes de la necesidad de recurrir, para la transmisión de conocimiento, a otros medios que permitieran su preservación y comunicación más allá de los tiempos. De ahí surge la necesidad de contar con elementos externos que permitieran cumplir con esas funciones. Elementos que de alguna manera el medio ambiente proporcionó, pero que el ingenio humano dotó, a su vez, de significados culturales, es decir que la cueva por sí misma dio el elemento físico, pero fue la creatividad la que convirtió el jugo de plantas en tinturas para dar una representación gráfica a los elementos significativos de su vida íntima como miembros individuales de una colectividad.

La necesidad y la creatividad encontraron su expresión a través de signos, bien fueran estos pictogramas, jeroglíficos, ideogramas o grafías simplemente. Con ello se puede señalar que el paso de la prehistoria a la historia del conocimiento se da cuando el ser humano logra salir de sí mismo para plasmar–registrar en objetos externos su saber interior de manera codificada.

2.1.2. Registros y soportes del conocimiento en la Antigüedad

Años de evolución fueron sofisticando cada día más la expresión de signos, así como los materiales para su registro y soporte. Desde las culturas más antiguas como son las de la Cuenca del Tigris y Eúfrates hasta las áridas arenas del Antiguo Egipto. Encontramos un refinamiento en las tablillas de arcilla, así como en los pliegos de papiro localizados en diferentes monumentos funerarios de Egipto. Ello nos habla del desarrollo cultural que tuvieron los grupos humanos a medida que crecieron demográficamente y de cómo, la cultura escrita jugó un papel importante en la organización de los núcleos urbanos de entonces.

Aunque la producción del libro, como tal, estuvo circunscrita a cuestiones de organización del estado o los servicios religiosos, el libro en su inicio jugó un papel preponderante como elemento de comunicación y posteriormente como conservador del conocimiento. La evolución del libro así como de su industria tiene una estrecha relación con el contexto social y cultural de las diferentes épocas que se sucedieron en ese proceso. Para ello

se señalarán dos momentos importantes para el análisis de esa evolución; un primer momento es el que va desde la aparición de registros desde sus orígenes mediante el uso de materiales diversos –destacando entre ellos la arcilla, el papiro y el pergamino– elaborados de manera manuscrita y manual hasta mediados del siglo XV⁵; y el segundo se desarrolla durante el Renacimiento, con la imprenta de tipos móviles de Gutenberg, en donde el libro es masivamente elaborado de manera mecánica, hasta la Edad Contemporánea marcada por una sorprendente evolución tecnológica que ha permitido masificar la producción y el acceso a los conocimientos e ideas provenientes de generaciones previas. En este último periodo el desarrollo tanto del libro como de su proceso de producción, requirieron de instrumentos mecánicos más sofisticados, así como de una especialización en el trabajo editorial.

Las necesidades sociales de las diferentes épocas de la historia humana, han generado y conformado los distintos soportes culturales necesarios para la preservación y transmisión de sus registros en el tiempo. En el caso particular de este estudio, el libro desde su génesis hasta la época contemporánea de su creación y conformación cuenta con los siguientes elementos básicos: el autor o generador de una obra, bien sea esta una obra lírica o emanada de un autor colectivo como pudo ser el estado o la iglesia en su momento; la industria editorial y los diferentes espacios de distribución, que en algunos momentos de la historia antigua del libro estuvieron en posesión de un solo individuo; y por último

⁵ Villar, Jorge. Las edades del libro: una crónica de la edición mundial. Madrid : Debate, 2002. p.182

considerar, para la expansión de la industria editorial, el papel desempeñado por el público lector en función de su necesidad de informarse o recrearse.

Hacia el cuarto milenio antes de nuestra era, Mesopotamia fue uno de los centros en donde se desarrolló el libro manuscrito de la antigüedad. La clase sacerdotal fue la encargada del desarrollo de la cultura oficial y religiosa de su tiempo⁶, ya que las escribanías dependían de la estructura religiosa, en donde la clase dirigente se ilustraba y educaba, pues era ahí donde se contaba con los registros más importantes de esa sociedad y los archivos legales, contables y administrativos formaban parte de los templos.

De la misma manera que en Mesopotamia, en Egipto la clase sacerdotal, sobretudo los escribas, jugaban un papel preponderante en todos los asuntos del estado, pues al ser los encargados de la redacción de textos de carácter religioso, administrativo, jurídico o comercial, se convirtieron en educadores de las diferentes clases dirigentes egipcias⁷. El libro manuscrito, elaborado primordialmente de papiro, toma relevancia dentro de la vida social del antiguo Egipto. Pero sobretudo, se puede afirmar que el registro de los conocimientos en libros manuscritos, fueran estos de arcilla o papiro, permitió que esas sociedades tuvieran una permanencia en el tiempo que les llevó a trascender históricamente.

⁶ Fernández Serna, Gabino y Vite Bonilla, Omar. La evolución del libro : breviario histórico. México : Instituto Politécnico Nacional, 1986, c2002. p. 12.

⁷ Fernández Serna, Gabino y Vite Bonilla, Omar. Ibid. p. 9.

En el siglo XII antes de nuestra era, en la Grecia Antigua, los registros escritos no jugaban un papel tan importante como en Mesopotamia o Egipto, ya que su función dentro de la sociedad griega de ese entonces fue secundaria, ya que se preponderaba la palabra hablada sobre la escrita y su finalidad básica era la de entretener, más que desempeñar un papel en el quehacer religioso, de estado o comercial⁸.

Se puede afirmar, que durante ese periodo hasta la edad clásica, se dio el tránsito entre una recitación improvisada, a una lectura de un manuscrito realizado por un autor, casi de manera imperceptible la cultura oral cedió paso a la cultura escrita. El autor⁹ en este punto adquiere reconocimiento, por parte de un público, como creador de una obra escrita. Eso se puede considerar como un avance editorial, pero aun no se puede afirmar que los conceptos de derechos de autor y de propiedad intelectual existieran en esa época, de hecho fue práctica común que el autor durante su vida retenía su obra, pero en el caso de su fallecimiento esa obra quedaba bajo la propiedad de la ciudad griega en la que vivía¹⁰.

A finales del siglo IV antes de nuestra era, el proceso editorial sufrió un cambio, que de alguna manera marcaría el desarrollo de la industria para los siglos venideros. Se reconocen las diferencias entre autores y lectores, adquiriendo el libro una función comunicativa, a se vez, en el siglo V antes de nuestra era, el incremento en la demanda de nuevas obras escritas

⁸ Villar, Jorge. Op. Cit. p.188.

⁹ *Autor latín auctor: creador, inventor. S. XII – Que origina o crea cosa alguna. En: Corripio, Fernando Diccionario etimológico general de la lengua castellana. Barcelona: Bruguera, 1979, p. 34.*

¹⁰ Villar, Jorge. Op. Cit. p.189.

impulsa la comercialización y productividad para la creación de libros, pues el gusto del público por una obra en particular propiciaba la producción de la misma.

En principio el autor transcribía su obra, cuando la demanda aumentaba sustancialmente, se recurría a algún esclavo que dominara el arte de escribir. Pero si esa demanda era mayor, la necesidad de producción generó la existencia de escribas que en algún momento fueron contratados por un autor u otros escribas que se dedicaban a la transcripción de textos. En Atenas, durante este siglo, se desarrollaron talleres donde autores y escribas se agruparon, propiciando la transmisión escrita del conocimiento acumulado hasta entonces. En esa época el espacio idóneo para la distribución de esa producción editorial era el mercado ateniense.

Hay que precisar que las personas que se dedicaban a copiar libros recibieron diferentes denominaciones, la más difundida fue “escriba”, pero también se conocieron como amanuenses o pendolistas y los que más frecuentemente desempeñaban esta ocupación eran los monjes que realizaban su trabajo en los monasterios en una gran sala llamada *escriptorium*.

El aumento en la producción de libros trajo como consecuencia la división del trabajo de los escribas en cuatro grupos:

- Los Preparadores de pergaminos: Preparaban las hojas según el tamaño. Dándoles la tersura y suavidad para que pudieran recibir ciertas tintas.
- Los Copistas: Escribían el texto (o cuerpo) de la obra dejando los blancos necesarios para la ornamentación e iniciales.
- Los Crisógrafos_(dibujantes): ejecutaban el dibujo de las iniciales y demás adornos, particularmente en aquellos que intervenía el oro.
- Iluminadores o Miniaturistas: Terminaban la obra de los crisógrafos, de las orlas y demás ornamentos.¹¹

La difusión de los libros se logró gracias a la ampliación de su distribución, generando así otro eslabón más de la industria editorial. Ese eslabón fueron los libreros, quienes pusieron al alcance del público lector las novedades editoriales. Creció así el mercado consumidor, desarrollándose y consolidándose una primitiva red de difusión.

El desarrollo de la industria del libro manuscrito trajo consigo una evolución paulatina de las bibliotecas¹². Muchas de esas bibliotecas contaban con espacios que facilitaban la producción de libros¹³. Surge en este tiempo la imagen del editor¹⁴, es decir, aquel que no siendo el autor se

¹¹ Hirmine. "Producción editorial" <http://html.rincondelvago.com/produccion-editorial.html> Acceso: 4 enero del 2007.

¹² Millares Carlo, Agustín. Introducción a la historia del libro y de las bibliotecas. México : Fondo de Cultura Económica, 1971. p. 23

¹³ Villar, Jorge. Op. Cit. p.192.

¹⁴ *La palabra "editor" se aplica a la persona que prepara o comenta la edición de una obra: endere es un verbo latino que significa engendrar, dar la vida y en este sentido el concepto puede aplicarse a los profesionales de la publicación y a la venta de libros. En Salvat, Manuel, dir. El libro ayer, hoy y mañana. Madrid : Salvat, 1973 . p. 75.*

encargaba de producir nuevos manuscritos a través de la administración de un taller en donde se pagaba un sueldo a los escribas. Buscando satisfacer en primera instancia al mercado local, cubierto este primer paso, se logró posteriormente abrir aun más el horizonte a la cultura helénica en las diferentes colonias griegas a través del comercio externo.

En el siglo I de nuestra era, el comercio editorial griego público o privado se fortaleció durante la Roma Imperial. el autor, los escribas y copistas desempeñaron un importante rol para esa época, gracias a su labor de creación, generación y desarrollo de manuscritos. Durante el periodo del imperio existieron diferentes tipos de escribas y copistas, había desde esclavos, hasta ciudadanos libres y extranjeros¹⁵ para la labor de producción de obras manuscritas, se propició así un aumento en el tiraje de libros y una reducción en el tiempo de edición. La relación que se daba en ese entonces era más de carácter social y cultural que de carácter económico, pues muchos autores contaban con el apoyo de mecenas, que en la mayoría de los casos eran los beneficiarios directos pues se cedían las ganancias de la obra a quien aportara el financiamiento económico, así la venta de ejemplares no aportaba una ganancia real para el autor.

La lectura como acción cultural se incremento para esa época, propiciando con ello una gran transformación en el quehacer social, pero sobretodo en lo referente a las distintas corrientes religiosas que emigraron hacia el imperio romano. Hacia el siglo V de nuestra era, la lectura tocó a

¹⁵ Villar, Jorge. Op. Cit. p.193.

grandes sectores de la sociedad romana modificándola de manera gradual pero progresiva. Por una parte, la consolidación del cristianismo en la gran mayoría de las elites romanas, pero sobretodo el liderazgo ante otras corrientes religiosas en lo referente al desarrollo editorial, le permitió consolidarse como la religión oficial del imperio.

El libro se adaptó a las nuevas exigencias de la época ya que la iglesia cristiana hizo del pergamino su soporte oficial desde el siglo IV de nuestra era, "...dándose con ello el cambio del rollo de papiro al códice de pergamino durante los dos siglos siguientes"¹⁶.

2.1.3. El libro en la Edad Media

Durante la Edad Media, los monasterios jugaron un papel preponderante en el desarrollo del libro y su industria. Los talleres y las bibliotecas generaron sus propios centros editoriales. En ese momento, uno de los oficios más prestigiados era el de copista o amanuense, profesión que se estimuló en los monasterios primordialmente¹⁷. Las diferentes órdenes religiosas del medioevo, desarrollaron estructuras de trabajo que permitieron elevar la producción de material manuscrito, acortando el tiempo de elaboración, anticipando con ello el desarrollo de los futuros talleres de impresión de las épocas posteriores.

Hacia el siglo XII, con el desarrollo de las Universidades como centro de formación religiosa, el libro tuvo un crecimiento notable, ya que su demanda

¹⁶ Villar, Jorge. Op. Cit. p.195.

¹⁷ Fernández Serna, Gabino y Omar Vite Bonilla. Op. Cit. p.26.

se vio incrementada por un nuevo público lector integrado por profesores y alumnos de esos centros de estudio. A su vez, las bibliotecas desempeñaron un papel importante en las universidades, la figura del bibliotecario surge en escena, igualmente aparece la figura del librero, quien ponía a disposición del estudiantado a través de pequeñas librerías universitarias, obras o partes de obras, como apoyo a los estudios o a otras actividades académicas. Tanto alumnos como maestros recurrían regularmente a bibliotecas y librerías.

El librero desarrolló un sistema de elaboración y distribución de material escrito, al margen de los monasterios y las bibliotecas universitarias, propiciando con ello el comercio editorial en función de los estudiantes, pero a la vez desarrollando obras con mayor calidad y con temáticas libres del control religioso. Se fomentó así el humanismo laico, pero sobretodo se desarrollaron copistas y escribas no pertenecientes a las órdenes religiosas de la época.

El desarrollo económico fue impulsado por los descubrimientos geográficos, así como la alfabetización de diferentes sectores de la población que se dieron en la Baja Edad Media y principios del Renacimiento hacia el siglo XV de nuestra era. En esta época los grupos sociales tenían otra perspectiva más ilustrada, pero sobretodo una visión fuera de la sombra de la religión, una visión laica de su realidad. Esos factores, así como algunos otros, propiciaron una mayor expansión en el desarrollo del libro, pues el humanismo de esa época rompió con la férula de la iglesia en

cuanto a los temas tratados en las diferentes obras, acentuando la secularización del libro¹⁸.

2.1.4. Producción de libros en el Renacimiento

El Renacimiento promovió un consumo mayor del libro, pues la literatura rompió con el idioma oficial de la iglesia y se promovieron las lenguas romances. Eso, aunado con la consolidación de los centros productores de libros que se dieron en ese periodo, fue generando las condiciones para el uso de la imprenta. El uso de la imprenta durante el Renacimiento se debió a la demanda que tuvo el libro, evento que nunca sucedió en la China Antigua, propiciando con ello las innovaciones en lo tecnológico en función de esa demanda. Tal es el caso del papel, que aunque fue invento Chino, también las circunstancias sociales no permitieron el desarrollo de sus comunidades induciendo al estancamiento. No fue sino con el impulso de la imprenta que generó otra industria, la del papel, desplazando con ello al pergamino.

El sistema de producción de libros se renovó a causa de ese mercado en pleno desarrollo, y esto a su vez favoreció la aplicación de nuevas tecnologías. Estas existieron con anterioridad, pero solo cuando se generó la demanda suficiente se aplicaron con éxito. La aparición del papel como elemento que se conjuga con la imprenta, dio pie a la desaparición del libro

¹⁸ Villar, Jorge. Op. Cit. p.199.

manuscrito, dando paso a la industria del libro a través de procesos mecánicos, siendo esto último la característica principal de la industria editorial en las épocas venideras en todo el mundo. La imprenta de Gutenberg¹⁹ renovó así el sistema de producción editorial porque alteró la naturaleza social de la cadena de edición²⁰. La transformación económica y comercial de la industria editorial cobró vigencia e importancia en este periodo. El autor, el editor y los mecenas asumieron roles que con anterioridad no se habían dado desde el punto de vista de la ganancia y el lucro con respecto a la producción de libros.

Algunas de las primeras obras impresas a partir de la invención de Gutenberg fueron:

- Biblia de las 42 líneas o de Mazarino (1452), llamada así por haberse encontrado el primer ejemplar en la biblioteca de este Cardenal, se compone de dos volúmenes y las páginas tienen cuarenta y dos líneas –de ahí su nombre– y dos columnas, están escritas con letra gótica. Se tiraron 150 ejemplares en papel y 50 en pergamino: se conservan unos 46 o 47 y es la única obra que

¹⁹ En este punto, es necesario comentar que la imprenta no es una invención europea sino china. Su invención se sitúa durante el periodo de la dinastía de los Song 960-1279 de nuestra era, en que se usaron en China tipos móviles de madera, uso que se extendió al Turquestán en 1280. El caso es que la Europa Central de principios del Renacimiento ya conocía el invento.

²⁰ La verdadera invención de la imprenta de tipo móviles, se atribuye hoy casi sin dudas a Johannes Gutenberg, cuyo merito fue el de fundir letras sueltas y adaptar una prensa de uvas para la impresión de pliegos de papel, que es lo que constituyó la imprenta primitiva (1440); le sigue en importancia Peter Schöffer, que fue quien concibió los punzones para hacer las matrices y fundirlas en serie, y finalmente, Johan Fust, que aportó el capital para llevar a buen término la genial empresa.

Cfr. "Imprenta". Dirección: <http://centros5.pntic.mex.esp/ies.arzobispo.valdes.salas/alumnos/inventos.html>. Acceso: 8 de junio de 2006.

se considera íntegramente elaborada por Gutenberg, aunque no lleva marca de imprenta, firma, ni fecha o lugar de publicación.

- Biblia de las 36 líneas, obra que se atribuye a Gutenberg aunque no lleva nombre de realizador, es sensiblemente de inferior calidad que la de la Biblia de las 42 líneas. Al parecer, Gutenberg aún se vio envuelto en nuevos procesos por motivos económicos y terminó sus días en pobreza protegido por el arzobispo de Maguncia.
- Fust y Schoeffer, antiguos socio y copista respectivamente de Gutenberg, publican en 1457 una colección de Salmos conocida con el nombre de *Salterio de Maguncia*, primer libro con fecha de impresión, nombre de los realizadores y hasta marca de imprenta.
- Diccionario gramática latino, llamado *Catholicon*, hacia el 1460; aparece un colofón que es un relato de cómo Gutenberg inventó la imprenta
- Misal de Constanza, se cree que fue una impresión experimental de Gutenberg, se considera como un ensayo debido a la cantidad de erratas que contiene.
- La más famosa de las Biblias ilustradas en la historia del arte del libro es la Biblia de Colonia de 1478, con 125 ilustraciones de las que se desconoce el nombre del grabador que realizó sus dibujos en la madera y del artista que luego las iluminó.
- Biblia Pauperum o Biblia de los pobres; obra que tuvo como objetivo evangelizar a quienes no sabían leer a través de las

ilustraciones profusamente distribuidas a lo largo de dicha Biblia.

21

El primer país que atrajo el arte de la imprenta fue Italia, que gozaba de una rica vida literaria. En 1465 dos discípulos de Schöffer, Conrad Schwenheim y Arnold Pannartz, establecieron una imprenta en un convento de Subiaco, cerca de Roma. Dos años más tarde marcharían a Roma donde estuvieron publicando durante siete años, especialmente obras de clásicos latinos. Aquí emplearon el nuevo tipo de letra que desplazaría a la gótica, el romano, de formas redondeadas, sin aristas y por tanto más fácil de grabar y leer. En el gran centro comercial de Venecia se establecieron numerosos impresores y esta ciudad adquirió la preeminencia durante el primer período de la imprenta italiana. Erhardt Ratdolt, en 1476, se estableció en Venecia y sus libros inauguran el arte veneciano del grabado en madera.

El impresor comenzó siendo su propio librero, pero pronto aparecieron los vendedores ambulantes y comisionistas en las grandes ciudades comerciales. La imprenta también llegó en sus comienzos a Holanda, Bélgica, Inglaterra, Francia, aunque tardó en llegar, cuando lo hizo se expandió rápidamente y hacia 1500 había unas 70 imprentas en París.

El arte de imprimir llegó a España de manos alemanas. Parece ser que Juan Párix, de Heidelberg, imprimió en Segovia en 1472 el llamado Sinodal de Aguilafuente.²²

²¹ Hirmine. "Producción editorial" <http://html.rincondelvago.com/produccion-editorial.html> Acceso: 4 enero, 2007.

Los principales factores que contribuyeron a extender el comercio del libro fueron la reducción de gastos de producción y el grado de difusión alcanzado por la lectura–escritura. París fue uno de los primeros lugares donde se concentraron las funciones de buena cantidad de Tipógrafos que procuraron formar gremios que no solamente imprimían libros científicos, sino también obras literarias para coleccionistas y manuales de teología y derecho.

La calidad de los libros impresos se fue perfeccionando y ganaron ventajas sobre el manuscrito, por ejemplo, comienzan a tener portada con el nombre del autor, lugar y la fecha de su publicación y según la temática podían tener índice. Los primeros impresos estaban compuestos de un solo tipo de letra pero a finales del siglo XVI empiezan a imprimirse obras con tipos de diferentes tamaños.²³

Otros aspectos que caracterizan al libro en el siglo XVI, a diferencia de los incunables, fueron: formatos más agradables, de menor tamaño y peso, adornados con ilustraciones grabadas en madera y con tipografía variada. En Alemania, Lutero consiguió imprimir libros y folletos al servicio de la Reforma. Ante este hecho, Roma lanzó en 1553 un decreto en relación a que ningún libro antiguo o moderno podría ser impreso sin el permiso de la inquisición.

²² Ortiz, Inma. “El libro en la edad media” IN <http://www.islabahia.com/arenaycal/1999/03marzo/Inma.htm>
Acceso: 4 de enero de 2007.

²³ Hirmine. “Producción editorial” <http://html.rincondelvago.com/produccion-editorial.html> Acceso: 4 enero, 2007.

A raíz de esto, en 1559 se publica el *Index Librum Prohibitorum*, que es un índice sobre las obras que la Iglesia considera peligrosas para la fe y las costumbres, en él se advierte al fiel cristiano que es lo que no debe leer y para redondear la alienación pretendida, la Compañía de Jesús presenta, con la *Bibliotheca Selecta*, un catálogo exhaustivo de lo que el cristiano debe leer, adaptado, eso sí, a la situación social y a los conocimientos que esta culta orden religiosa poseían en la época.²⁴

Las restricciones impuestas por la Iglesia con frecuencia fueron traspasadas, los autores y los lugares de publicación registrados en las obras eran ficticios y difícilmente fue reprimida su impresión ya que internacionalmente se comercializaban las matrices de fundición de caracteres. Esto en cuanto a la impresión, y en lo relativo a la posesión de libros prohibidos hubo en la época licencias del Santo Oficio para retenerlos en custodia, por ejemplo, en los conventos que gozaban de estas licencias, estos libros se guardaban en un lugar separados del resto conocido como “infiernillo” para indicar lo indeseables y perniciosas que eran tales ediciones.²⁵

“Los poseedores y lectores de estos libros siempre se las ingeniaron para evitar al Santo Oficio y poder conservar los libros prohibidos, sobre todo en el siglo XVIII. Los eclesiásticos, los particulares, los mercaderes, los libreros, los funcionarios del gobierno y los médicos, fueron fundamentalmente quienes deseaban obtenerlos con más frecuencia. La

²⁴ Hirmine. “Producción editorial” <http://html.rincondelvago.com/produccion-editorial.html> Acceso: 4 enero de 2007.

²⁵ Garibay Alvarez, Jorge. “Libros prohibidos” <http://www.mexicodesconocido.com/espanol/historia/colonia/detalle.cfm?idcat=1&idsec=2&idsub=13&idpag=2266> Acceso: 4 de enero de 2007

categoría de los libros prohibidos era tasada según criterios sostenidos por la Iglesia, en la Constitución “Divini Gregis” emitida el 24 de marzo de 1564 por el Papa Pío IV (1559–1565). Estas normas se sostuvieron vigentes hasta 1929 y fueron la base para etiquetar los libros prohibidos señalados en los 30 índices publicados desde 1590 a 1948. Tres índices salieron en el siglo XVI, otros tres en el siglo XVII; siete en el siglo XVIII; seis en el siglo XIX, y once en el siglo XX.”²⁶

En Alemania, Italia y Francia a finales del siglo XV la edición impresa propició el surgimiento de centros de comercio del libro que permitieron el surgimiento de las primeras ferias del libro. “La Feria de Lyon fue una de las más destacadas debido a la importancia comercial que poseía. En poco tiempo se convirtió en el centro neurálgico del comercio internacional del libro²⁷”. Por otra parte, “...la Feria de Francfort,...se consolidó como un gran mercado de material impreso...²⁸”. Esos estados, Alemania, Italia y Francia, gracias a su elevada producción editorial satisficieron sus mercados internos, para posteriormente exportar a otros estados europeos parte de esa producción. Uno de los instrumentos que se desarrollaron para las ferias del libro con el objeto de mostrar las novedades editoriales, fue “...la publicación de catálogos de los libros que se encontraban a la venta... y que se convirtieron en el antecedente de los actuales catálogos comerciales”²⁹.

²⁶ Garibay Alvarez, Jorge. Op. Cit. “Libros prohibidos”
<http://www.mexicodesconocido.com/espanol/historia/colonia/detalle.cfm?idcat=1&idsec=2&idsub=13&idpag=2266>
Acceso: 4 de enero de 2007

²⁷ “Ferias del libro”. Dirección: <http://absynet.com/tema/tema22.html>. Acceso: 15 de junio de 2006. p.1.

²⁸ *Ibíd.* “Ferias del libro”. p.1.

²⁹ *Ibíd.* “Ferias del libro”. p.1.

A partir del Renacimiento, la conjunción: autor; industria editorial y los diferentes espacios de distribución; y el público lector, se consolidó como una cadena de producción-consumo, que en la Edad Moderna se fue perfeccionando y con el paso del tiempo se fue haciendo más compleja. La industria editorial, en la búsqueda de un mayor beneficio económico, se sirvió de los diferentes avances tecnológicos que fueron apareciendo durante las épocas sucesivas.

En las relaciones entre editores, productores y socios, el editor también se convirtió en un empresario que puso dinero para la impresión, pero su misión fue la de coordinar la mano de obra en el taller de copia mecánica. La aparición de la imprenta prefiguró la estructura profesional de las editoriales contemporáneas. La unión entre dinero y tecnología puso en marcha un proceso imparable de reorganización mundial al servicio del comercio donde las relaciones económicas y tecnológicas buscaron el mayor rendimiento empresarial.

2.1.5. El libro en los siglos XIX Y XX

Las casas editoriales que se han destacado por su labor entre los siglos XIX y XX en los países desarrollados, son entre otras:

- En Alemania: Editorial Tauchnitz, que publica tanto a autores británicos como americanos; Editorial Teubner que ha publicado obras de escritores griegos y romanos; Barth; Brokhaus; Goschen; Gruyter; Hinrichs; Reclam; Springer y Fisher; Eugene Diederich y Justus Perthes.

- En España: Espasa Calpe; Aguilar; Gredos; Taurus; Casa Hernando; Montaner y Simón; Salvat; Sopena; Labor; Bruguera; Plaza y Janés; Gustavo Gili; Seix Barral; Nova Terra; Manuel Rivadeneira; Morata y Reverte.
- En Estados Unidos: Harper Brothers; Scribner's Sons; Bowker; Putman; MacMillan; Willson; Appleton; Doubleday; University Press; Barnes & Noble, Miracle Mile, West Kendall, B&N; McGraw-Hill, Oxford University Press; Addison-Wesley; Prentice-Hall; Williams & Wilkins y Springer-Verlag.
- En Francia: Lorentz; Larousse; Calman-Levy; Presses Universitaires; Garnier; Lemerre; Plon-Nourrit; Fosquelle; Mercure de France; Perrin; Hachette; Delagrave y Larousse.
- En Inglaterra: Longmans-Green; W. Heinemann y MacMillan; John Murray; George Allen y Unwin.
- En Italia: Mondadori; Sonzogno; Le Monnier; Leo Olschki; Fratelli Treves; G. Barbera; Vallenci; Editrici; Giovanni Treccani; Fratelli Bocca; Paravia y Loescher.³⁰

El libro –como principal interés de la industria editorial– con las características que le distinguen en el mundo moderno tiene una edad de poco más de 600 años, no obstante como producto cultural tiene una edad aproximada de 5000 años. Encierra virtudes y ventajas que permiten al individuo una actividad intelectual – la lectura – que imperceptiblemente le va permitiendo crecer en lo cognitivo e ideológico y con ello participar en

³⁰ Fernández Cerda, Gabino y Omar Vite Bonilla. Op Cit. pp. 82-83

los procesos comunicativos individuales y sociales con mejores expectativas de trascendencia.³¹

Por lo que se refiere a las prácticas lectoras, hay que apuntar que son diferentes en cada país, que encuentran sus bases en las propiedades de los lectores, la circulación de libros y los espacios de lectura³². Estas mismas prácticas lectoras son las que condicionan y validan la efectividad e impacto de la industria editorial, por eso, consideramos que en este estudio, es importante analizar su evolución y desarrollo en México, dadas las aportaciones positivas que propicia para la educación, la ciencia y la cultura.

2.2. La imprenta y los impresores en México.

México es, en la actualidad un país con una historia cultural amplia, en donde se han desarrollado una gran variedad de civilizaciones que hicieron su aparición en el continente Americano desde 1,600 a. de C., y que a lo largo del tiempo han venido a constituir una sociedad con características propias.

La cultura mexicana es una mezcla de las tradiciones y conocimientos indígenas y españoles, con influencias norteamericanas, francesas y latinoamericanas, que hacen de nuestra sociedad un mosaico multicultural y multiétnico en donde han estado presentes procesos históricos, relaciones

³¹ Olaechea; Juan B. El libro en el ecosistemas de la comunicación cultural. Salamanca : Fundación German Sánchez Ruiperez, 1986. p. 31

³² Ramirez Leyva, Elsa M. El libro y la lectura en el proceso de occidentalización de México. México : UNAM.CUIB, 2001. p. 13

de poder y reinterpretaciones de elementos culturales preexistentes. En esta sociedad la educación, la ciencia, las artes y la economía se ven impregnadas por la presencia y desarrollo de industrias culturales que, como en el caso de la industria editorial vienen desarrollándose desde tiempos relativamente remotos, en los siguientes apartados trataremos de presentar los aspectos más relevantes de este desarrollo en México en lo que se refiere a la industria del libro.

2.2.1. Registros gráficos del conocimiento en el periodo prehispánico

En el periodo prehispánico el desarrollo de asentamientos humanos presentes en México estuvo representado por las culturas Olmeca, Maya, Tolteca, Azteca o Mexica ente otras, las cuales desplegaron grandes realizaciones en arquitectura, escultura, pintura, cerámica, etc., que se manifestaron en: altares, lápidas, tableros, estelas, columnas, figuras, murales y otros trabajos ornamentales que da cuenta de los conocimientos y la organización social que imperaba. En todas estas manifestaciones, es posible distinguir el fuerte sentido religioso que imperaba en la época y el interés por trascender y dar muestras de su desarrollo a las generaciones futuras. Ejemplo de ello, en el plano documental, podemos considerar la pintura mural del periodo clásico maya, la cerámica polícroma asociada al mundo funerario indígena y los códigos trabajados por los escribas mayas (tlacuilos), sobre tiras de papel vegetal estucadas y pintadas. ³³

³³ Fernández Cerda, Gabino y Omar Vite Bonilla. Op Cit. pp. 117-119

Los códices, como documentos pictográficos, son las únicas referencias que tenemos como fuentes originales de la cultura prehispánica en donde se da cuenta de las primeras relaciones entre los pueblos nativos y los conquistadores españoles y son los únicos ejemplos sobrevivientes de un sistema de lectura y escritura peculiar de las culturas de Mesoamérica.³⁴ Fueron elaborados entre los siglos XVI y XVIII, comprenden imágenes de elementos indígenas pictóricos y textos escritos en náhuatl en donde se describen datos topográficos, históricos, económicos, ecológicos y el testimonio indígena de la Conquista, sin dejar de mencionar la visión del mundo de los antiguos mexicanos a través de la expresión literaria y poética.

Los códices prehispánicos³⁵ conocidos son el Códice Dresde, el Códice Paris y el Códice Madrid o Trocortesiano, los nueve manuscritos pictográficos mixtecos, los de la región Cholula–Mixteca³⁶ que reciben los títulos de: Códice Borgia, Cospi, Fejervary–Mayer, Laud y Vaticano B 3773, los códices aztecas: Borbónico, Matrícula de tributos, Tonalámatl de Aubin y la Tira de la peregrinación de los aztecas, y los códices mayas considerados monumentos literarios Popol–Vuh y Chilam Balam de Chuyamel.³⁷

³⁴ UNESCO. MEMORIA DEL MUNDO. COMITÉ MEXICANO. “México en el registro memorial del mundo” <http://comitemexicano-mow.ucoj.mx/registro-comite.php#1> Acceso: Enero 4, 2007.

³⁵ *Los códices en el mundo indígena eran conservados en lo que sería el equivalente en Europa a una Biblioteca: las Amoxcalli, casas en donde se guardaban los códices y lienzos con gran diversidad de temas. Fueron víctimas del fuego a manos de los españoles que las consideraban peligrosas para la conquista espiritual.*

³⁶ *Se considera que Cholula fue por excelencia un centro de “tlacuilos” o escribas.*

³⁷ Fernández Cerda, Gabino y Omar Vite Bonilla. Op Cit. pp. 108, 112.

Entre los códices posthispánicos que vale la pena mencionar se encuentran el Mendocino, Tlotzin y Quinatzin, Florentino, Osuna, Cozcatzin, de Tepletlaoztoc, de Tlatelolco, Atlas de Durán, Aubin, de Cuauhtlancingo, de Huamantla y los Códices de introducción de la justicia española en Tlaxcala.³⁸

Al igual que el libro antiguo, los códices tienen características que los hacen únicos y, aunque no pueden considerarse precedentes de la actividad editorial mexicana, sí deben mencionarse como muestra del interés de plasmar en registros gráficos las ideas, experiencias y conocimientos que propiciaron en el México antiguo, la transmisión de saberes y la importancia de la trascendencia cultural.

2.2.2. La imprenta en México en el periodo Colonial

El descubrimiento de América y la colonización española en México marcaron un parteaguas histórico que propició un desarrollo cultural eminentemente occidentalizado a partir del cual se configura la sociedad mexicana actual. En efecto, en la Nueva España, hacia el periodo posterior a la conquista se daba un problema de suma importancia, tanto para el estado como para las autoridades eclesiásticas, ya que no se contaba con una imprenta que les permitiera producir sus documentos con el fin de lograr la divulgación del pensamiento y la cultura occidental cristiana. Para la solución de ese problema el primer obispo de México Don Fray Juan de

³⁸ Fernández Cerda, Gabino y Omar Vite Bonilla. Op Cit. p. 115

Zumárraga y el primer virrey de la Nueva España Don Antonio de Mendoza gestionaron ante la corona española la contratación de un impresor que pudiera resolver los problemas de impresión que se tenían entonces.

El origen de la imprenta en México data de el día 12 de junio de 1539, cuando fue firmado en el protocolo del escribano Alonso de Barrera, en Sevilla, el contrato entre Juan Cronberger y Juan Pablos, alemán el primero e italiano el segundo, para el traslado e instalación de la primera imprenta formal de tipos móviles en la Ciudad de México, en la Nueva España. Barrera autorizó el poder general que Cronberger dio a Pablos para representarlo en México, el 4 de julio de 1540³⁹.

Juan Pablos –contratado por Cronberger para su empresa en la Nueva España– contó con el monto de ciento veinte mil maravedíes para la compra de una prensa, tinta y papel básicamente, así como para costear el fleje y pagar los pasajes de su esposa, un oficial prensista llamado Gil Barbero, Jerónimo Gutiérrez y de un esclavo llamado Pedro. Juan Pablos y su gente seguramente llegaron a México en septiembre de 1539, instalando su primer taller en la Calle de las Campanas hoy calle de La Moneda. Dándose inicio a la solución del grave problema que tenían las autoridades virreinales de imprimir sus documentos a fin de lograr su conquista espiritual y la difusión de la cultura⁴⁰.

³⁹ Pompa y Pompa, Antonio. 450 años de la imprenta tipográfica en México. México: Asociación Nacional de Libreros, 1998. p. 17

⁴⁰ *Ibíd.* Pompa y Pompa, Antonio. p. 21.

Durante el siglo XVI el libro se constituyó en un elemento de encuentro entre las culturas española y americana. México fue la primera ciudad de América en recibir, instalar y trabajar la imprenta desarrollada por Gutenberg. Con la tecnología que representó este suceso se imprimieron libros de gramática, religión, medicina, leyes, música, filosofía, navegación y arte militar, escritos no solo en español sino también en lenguas indígenas.⁴¹

Durante el primer siglo de imprenta en México figuraron los siguientes impresores:

- Juan Cronberger y Juan Pablos (1539-1548),
- Juan Pablos (1548-1560),
- Antonio de Espinoza (1559-1576),
- Antonio Álvarez (1563),
- Pedro Ocharte (1563-1592),
- Pedro Balli (1574-1600),
- Antonio Pichardo (1577-1579),
- la viuda de Pedro Ocharte (1597-1605),
- Luis Ocharte Figueroa (1600-1601), y
- Enrico Martínez (1599-1611)⁴².

Durante ese periodo se generaron cerca de 180 obras, sus temáticas se avocaron a:

⁴¹ UNESCO. MEMORIA DEL MUNDO. COMITÉ MEXICANO. "México en el registro memorial del mundo" <http://comitemexicano-mow.ucof.mx/registro-comite.php#1> Acceso: Enero 4, 2007.

⁴² *Ibíd.*, Pompa y Pompa, Antonio (1998)

- Doctrina Cristiana
- Teología
- Filosofía
- Medicina
- Milicia
- Legislación
- Botánica
- Lingüística
- Cancioneros
- Cronología
- Náutica
- Crónica
- Historia natural.

2.2.3. La imprenta en México independiente

La Ciudad de México fue la primera en América que tuvo imprenta, dándose, a partir de ahí, un auge que da lugar a treinta imprentas en el territorio nacional en 1827. Puebla es la segunda ciudad donde se instaló una imprenta en México y fue en 1640⁴³ cuando Pedro de Quiñónez, apoyado por el obispo de Juan de Palafox y Mendoza la instaló.

Oaxaca fue la tercera ciudad en instalar imprenta, el impreso más antiguo hasta hoy conocido fue un sermón fúnebre pronunciado por Fray Sebastián de Santander en 1720, impreso en la imprenta de Doña Francisca

⁴³ Rocha Ramírez, Ma Abelia. Las casas editoras en México: su historia, importancia y sus condiciones actuales. San Luis Potosí L La autora, 1993. (Tesis. Licenciatura en Biblioteconomía) p.2.

Flores viuda de don Luis Ramírez de Aguilar. Los sacerdotes filipenses tuvieron imprenta en Oaxaca, desde finales del siglo XVII a principios del siglo XIX, dirigida por un tiempo por el padre don José María Idáquez.

En Veracruz no se tiene una fecha exacta, pero el impreso más antiguo encontrado data de 1794 con el nombre de Manuel López Bueno, que en 1795 obtuvo el título de impresor del Consulado, y en 1805 escribía, editaba e imprimía un periódico titulado Jornal de Veracruz.⁴⁴

Durante la guerra de Independencia (1810–1821) la producción editorial se perdió. Pero aun así existieron las imprentas volantes, que jugaron un papel importante durante esa época, bien fuera a través de la publicación de periódicos, folletos u hojas volantes. Al fin de la guerra de independencia el país tuvo la necesidad de reactivar nuevamente la industria del libro. Fue así que se volvió a la reinstalación de talleres de impresión en diferentes estados de la joven república.

Los talleres gráficos que funcionaron en la ciudad de México una vez instaurada la República produjeron libros, folletos y publicaciones periódicas. Los nombres de los editores más conocidos en esta época fueron: Ignacio Cumplido, Vicente García Torres, José Mariano Fernández de Lara, Mariano Galván Rivera, Luis Abadiano y Valdés, Alejandro Valdés, y Rafael de Rafael.⁴⁵

⁴⁴ *Ibíd.* p.2.

⁴⁵ Girón Barthe, Nicole. “El entorno cultural de los grandes empresarios culturales : impresores chicos y no tan chicos en la ciudad de México” IN Suárez de la Torre, Laura Beatriz, Coord. Empresa y cultura en tinta y papel (1800-1860) México : UNAM. IIB, Instituto Mora, 2001. pp. 52-53

A mediados del siglo XIX se fue consolidando nuevamente la labor editorial, pero las diferentes guerras civiles que surgieron en ese periodo propiciaron un estancamiento o retroceso de dicha labor. Aunque cabe mencionar que existieron algunos editores que por su trabajo sobresalieron en esa época, tal es el caso de Francisco Díaz de León, Ignacio Escalante y Juan Aguilar Vera⁴⁶.

2.3. Editores y libreros en México

La cultura escrita en México tiene una enorme variedad de usos y usuarios. Se constituye como un hecho social que contempla interacciones entre los individuos con los objetos escritos y de los individuos que se relacionan con los textos entre sí; es importante por tanto conocer a quienes participan en la presencia y evolución de la cultura escrita, por ello exponemos el papel de editores y libreros en la vida nacional y en los contextos económicos, educativos y culturales de México en los años recientes.

2.3.1. Desarrollo incipiente de la industria editorial en México a finales del siglo XIX y principios del siglo XX

A principios del siglo XX se fue desarrollando de manera muy precaria la industria editorial en México, fue el paso que permitió al libro pasar de su periodo artesano a su periodo industrial. Indudablemente los factores que

⁴⁶ *Ibíd.* Rocha Ramírez, Ma Abelia. p.20.

propiciaron ese desarrollo fueron la creciente demografía europea y americana, el aumento de la capacidad lectora de la población y el maquinismo impuesto como necesidad, dadas las circunstancias de desarrollo global.

La situación política que privó en México en los primeros diez años de ese siglo, de alguna manera detuvo ese desarrollo pero no su impulso. La industria editorial apareció de forma incipiente a comienzos del siglo XX, cuando se establecen las casas editoriales extranjeras argentinas y españolas primordialmente⁴⁷. Aunque ya en el siglo XIX existían algunas librerías, en las primeras décadas del siglo XX, se fundan otras que con el paso del tiempo se transformaron en casa editoras algunas de ellas como el caso de "...la Librería Porrúa Hermanos, la Librería Botas, la Librería El Volador y la Librería Navarro..."⁴⁸.

A continuación se presentan algunas de las librerías más importantes en México, durante el periodo de fines del siglo XIX y principios del XX:

- 1886 Librería Porrúa Hermanos fundada por José Porrúa Estrada.
- 1888 Librería Porrúa Hermanos fundadaza por Indalecio Porrúa Estrada.
- 1889 librería Robredo de Pedro Robredo Galguera.
- 1890 Librería Porrúa Hermanos fundada por Francisco Porrúa Estrada.

⁴⁷ Morales Barrios, Minelia. Constitución de un sistema de información de editores de América Latina en bibliotecología. Tesis. México : SEP, DGB, ENBA., 1996. p.7.

⁴⁸ Zahar Vergara, Juana. Historia de las librerías en la ciudad de México : una evocación. México: UNAM, 1995. p. 67

- 1909 Librería General de Francisco Gamoneda.
- 1913 Librería Herrero por Donato Elías Herrero.
- 1918 Librería Porrúa por Francisco Pérez Porrúa.
- 1919 puesto de libros El Murciélago de Felipe Teixedor Benach.
- 1920 Librería Porrúa Hermanos por Antonio Pérez Porrúa⁴⁹.

2.3.2. Fortalecimiento de la industria editorial en México 1920–1980

A partir de la década de 1920, el estado fue un fuerte impulsor de la industria editorial en México, principalmente desde la Secretaría de Educación Pública durante el periodo que estuvo bajo la tutela de José Vasconcelos.

Un ejemplo lo apreciamos con el Fondo de Cultura Económica, casa editora que es fundada en el año de 1934 por un grupo de intelectuales mexicanos, y que en la década de 1940 se había expandido hacia el mercado extranjero de habla española⁵⁰.

2.3.2.1. La aportación española al campo editorial

En los años cuarenta llegan a México los exiliados republicanos de España, al término de su Guerra Civil. Algunos de esos emigrantes se integraron a la industria editorial y distribución del libro y fundaron

⁴⁹ “La aportación de los refugiados españoles a la bibliotecología mexicana: notas para su estudio. En: <http://clio.rediris.es/clionet/articulos/exilidados.htm>. Acceso: 18 de junio de 2006. p.5.

⁵⁰ *Ibíd.* “La aportación de los refugiados españoles...” Acceso 18 de junio de 2006. p.1.

editoriales e imprentas en la ciudad de México, a saber: Editorial B. Costa-Amic, editaba libros en lengua española, catalana, inglesa y francesa; Editorial Arcos; Proa; Vasca Ekin, en castellano y vasco; Editorial Leyenda, especializada en arte, historia e historiadores de México; Editorial Séneca en libros de ciencia, medicina, escolares, arte, filosofía y clásicos españoles; Editoriales como EDIAPSA de Jiménez Siles; Grijalbo de Juan Grijalbo; Unión Tipográfica Editorial Hispano Americana (UTHEA) de González Porto; Joaquín Motriz; Era; Ediciones Rex, sobre vidas españolas e hispanoamericanas; Ediciones Atlántida en enciclopedias; Ediciones España; Minerva; Jurídicas Hispanoamericanas; Lex; Magíster; Cima; Lemuria; Moderna; Norte; Esculapio; Continental; Orión; Quetzal; Nueva España; así como las editoriales en catalán que fueron la Biblioteca Catalana; Club del Libre Catalá; y Comunitat Catalana de Mexic. Ya para 1951 se hace referencia a “más de dos mil doscientos cincuenta libros aparecidos como fruto de la intelectualidad española...⁵¹”.

Considerando el alcance y logros de las editoriales a mediados de los años cincuenta, puede decirse que “...las diecisiete editoriales a las que están estrechamente ligados los refugiados españoles se percibe una carencia de un concepto de empresa mercantil y cultural. En comparación con las prestigiadas UTHEA, Grijalva, EDIAPSA que revelan una estructuración mercantil más definida o como el Fondo de Cultura Económica que evidencia un proyecto cultural de muy amplio alcance a

⁵¹ Ibíd. “La aportación de los refugiados españoles...” Acceso 18 de junio de 2006. p. 3.

mediano y largo plazo, las varias y pequeñas editoriales se quedaron en la mera circunstancia”⁵².

Por otra parte esa presencia de los exiliados españoles se dejó sentir también en el ramo de la distribución de libros, a continuación se mencionan los libreros y el nombre de la librería que establecieron en la ciudad de México entre los años de 1939 y 1940:

- Almendro. Librería Juárez.
- Arana, José Ramón. Contaba con una Librería Ambulante que lleva su nombre.
- Artís, Avelli. Librería Cide.
- Blasco Royo, Miguel. El Gusano de Luz.
- Bonilla, Miguel. Librería Técnica.
- Castrovido, Roberto. Librería Góngora.
- Caramazana, Miguel. Librería IDEEA.
- Costa-Amic, Bartolomé. Librería y Ediciones Quetzal.
- Espresate, tomás. Librería Madero.
- Gamoneda, Francisco. La Librería General.
- Giménez Siles, Rafael. Librería Juárez y Librería Cristal.
- Grokin, Julián. Librería y Ediciones Quetzal.
- Santos, Humberto. Librería de Humberto Santos.
- Fidel Miró. Librería México Lee.

2.3.2.2. Despunte de la producción de revistas

⁵² *Ibíd.* “La aportación de los refugiados españoles...” Acceso 18 de junio de 2006. p. 4.

Entre los años 1930 y 1980 el campo editorial en México tuvo un despunte importante en la producción de revistas, aunque en general puede decirse que las revistas estrictamente científicas son pocas, en contraparte puede afirmarse que la edición de las llamadas “historietas” ocupa un lugar importante en el campo editorial, de igual forma la edición de diarios ha alcanzado en México un nivel bastante aceptable.

La República Mexicana cuenta con cerca de 311 periódicos diarios, con una circulación total de 9.251.000 ejemplares. En el Distrito Federal se publican unos 25 periódicos, algunos de ellos de distribución nacional, entre los que destacan: El Nacional, Excélsior, Novedades, La Jornada, Reforma, El Universal, Esto, La Prensa, El Financiero y Ovaciones.

En el caso de las historietas⁵³, México en la década de los ochenta era “el mayor productor y consumidor –por habitante de historietas en todo el mundo. Repartidas por todo el país, desde los kioscos ciudadanos hasta los pueblos más escondidos, circulan alrededor de 40 millones de ejemplares de historietas nuevas cada mes, incluidos títulos que rebasan el millón de ejemplares semanales.

Pero el alto tiraje de las historietas en México no lo dice todo. La penetración es mayor aún si tomamos en cuenta que cada ejemplar es leído, en promedio, por cinco personas (como mínimo), es decir que cada 30 días ese gran volumen de publicaciones tendrá aproximadamente 200

⁵³ *Historieta: es una publicación impresa en donde una serie de dibujos, que puede incluir letras o no, nos relatan algo. De acuerdo a Scout McCloud son ilustraciones yuxtapuestas y otras imágenes en secuencias deliberadas con el propósito de transmitir información u obtener una respuesta estética del lector. En España se le denomina Tebeo, en Chile monitos, en Japón manga, en Estados Unidos comics, en Italia fumetti y quadrinhos en Brasil.*

millones de lecturas debido a un importante mercado paralelo, a las "rentas" e intercambios que se dan entre lectores habituales, al reciclaje de historietas a través de peluquerías, centros de trabajo y lugares de reunión.

El papel de la historieta en la vida cotidiana, la economía y los hábitos culturales de México requiere, desde hace mucho tiempo, de mayor atención y análisis porque si bien la televisión ha ganado gran terreno entre el público, la historieta sigue siendo para muchos el único alimento cultural y de esparcimiento al que tienen acceso. Esto lo prueba el hecho de que representa el 80 por ciento de publicaciones periódicas que se editan en el país y que mantienen la capacidad de lectura de un 61 por ciento de la población que cubren los analfabetos funcionales.

En cuanto a su importancia económica, la Asociación de Editores, Distribuidores e Impresores de Publicaciones Periódicas proporciona un dato importante: "El superávit de estas revistas hace posible el equilibrio de nuestro balance editorial en México que en libros es deficitario."⁵⁴

Las casas editoras que en los años recientes tienen mayor comercialización de revistas populares en México son, entre otras: Editorial Vid, Revimundo, Grupo Editorial Vía Satélite, Premiere, Expansión, Armonía, Televisa, Multicolor, Mac, Contenido, Nees e Impresiones Aéreas.

En relación a las publicaciones periódicas académicas y científicas puede decirse que las principales editoras son las Universidades oficiales y algunas privadas, sobre todo la Universidad Nacional Autónoma de México,

⁵⁴ Malvido, Adriana. "La industria de la historieta mexicana o el floreciente negocio de las emociones"
http://es.wikipedia.org/wiki/Historieta_de_M%C3%A9xico Acceso: 15 de enero de 2007.

y las dependencias gubernamentales encargadas de aspectos de difusión cultural y educativo, como sería el caso del Instituto Nacional de Antropología e Historia, el Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología, el Consejo Nacional para las Cultura y las Artes, el Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática y la Secretaría de Educación Pública.

2.3.2.3. Organismos relacionados con la industria editorial en México

En 1959 se creó la Comisión Nacional de Libros de Texto Gratuitos (CONALITEG), ello redujo el mercado editorial, encareció a los libros que no eran de texto y afectó considerablemente a las librerías que se sostenían en buena parte por las ventas de temporada.⁵⁵

Por otra parte cabe mencionar que en el año de 1964, se funda la Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana (CANIEM), organismo que aglutina a empresas e instituciones de la industria del libro y de publicaciones periódicas así como a empresas que forman la cadena productiva o de comercialización en el área editorial.

Defender la libertad de expresión y el derecho de autor son los valores fundamentales para la CANIEM, que vela por el interés general de los editores mexicanos, defiende sus derechos, apoya procesos de gestión editorial e impulsa su desarrollo. Es una entidad que participa en las reformas a la legislación autoral y particularmente en la iniciativa de la Ley Federal del Derecho de Autor vigente a partir del 24 de marzo de 1997.

⁵⁵ Zaid, Gabriel. “Librerías y precio fijo” En: Letras libres. Agosto 2005.

Gestó crear un organismo para el control de los derechos de reproducción. En su seno, una comisión redactó los estatutos y realizó las gestiones para la constitución y acreditación del Centro Mexicano de Protección y Fomento de los Derechos de Autor (CeMPro). El 31 de julio de 1975, la cámara fundó el primer centro de capacitación del sector en Latinoamérica, el cual cada año ofrece un programa de capacitación.⁵⁶ Otras iniciativas importantes emprendidas por la CANIEM han sido la publicación de la revista “Libros de México” que presenta artículos interesantes sobre la industria editorial, librerías y bibliotecas, y la creación del Portal del Libro Mexicano, que es un proyecto bibliográfico en Internet que permite a editores, libreros, bibliotecarios y otros profesionales de la edición, así como estudiantes, docentes y personas de organismos oficiales y privados, obtener respuestas concretas y rápidas en relación a las publicaciones disponibles en el mercado editorial mexicano.⁵⁷

En 1975, es creado el Comité para el Desarrollo de la Industria Editorial y Comercio del Libro (CODIECLI) por la necesidad de diseñar una política cultural orientada a la promoción de libros, desde un enfoque cultural y comercial⁵⁸.

2.3.2.4. En el periodo del Presidente Miguel de la Madrid

⁵⁶ CANIEM. Presencia de México en la feria del libro en Londres. En: <http://www.caniem.com/libros/articulo.asp?iArt=226>. acceso: 15 Julio 2006

⁵⁷ Portal del libro mexicano: para que los libros sena fáciles de encontrar. En: www.caniem.com/libros/ Acceso: 15 de enero de 2007.

⁵⁸ Butrón Yáñez, Katya. (2005) “Lecturas incompletas: 25 años de políticas lectoras en México”. En: *Pez de plata*, n° 5. Diciembre 2005. URL: <http://www.pezdeplata.net/portal/modules.php?name=Content&pa=showpage&pid=2> Acceso: Noviembre 12 de 2006.

En los años ochenta, el Presidente Miguel de la Madrid se declara a favor de la política cultural considerando como un aspecto prioritario el desarrollo de un mercado nacional de libro, el acceso de todos los mexicanos a materiales impresos y la conformación de una sociedad lector en la que el sistema educativo diera importancia a la formación y desarrollo de hábitos lectores. Se generaron acciones concretas como: El Programa Integral de Fomento a la Industria y el Comercio del Libro, 1986–1988, cuyo propósito era sentar las bases de una política orientada a la promoción de libros así como un dar un rasgo distintivo a la industria editorial. Actividades de política cultural durante este sexenio fue la creación de “La Feria del Libro Infantil y Juvenil”. Se dio especial atención a la carencia de un sistema de bibliotecas públicas en el país. Surge así el Programa Nacional de Bibliotecas Publicas que crea la Red Nacional de Bibliotecas Públicas (RENABIP).

La Secretaría de Educación Pública en 1986, desarrolla el proyecto de promoción de lectura en las escuela primaria denominado “Rincones de Lectura”, el programa promovió la creación de materiales, espacios y situaciones que permitiera a niños y adultos tener contacto con libros y otros materiales acordes a sus intereses, el programa publicó 446 títulos. Entre los años 1991 y 1997 se produjeron más de 31 millones de libros en 949 ediciones y reediciones la cuales fueron distribuidas en las escuelas primarias públicas de todo el país.

2.3.2.5. En el periodo del Presidente Carlos Salinas

En el periodo presidencial de Carlos Salinas de Gortari se inicia un proyecto cuyo principal propósito fue la modernización de los ámbitos educativo y cultural. Para ello se crea el Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (CONACULTA), el proyecto prevé recursos públicos y privados que apoyen el financiamiento de las tareas culturales que el país necesita, mientras tanto la Red Nacional de Bibliotecas Públicas se extiende y consolida, y México entra a formar parte del Centro Regional para el Fomento del Libro.

Los periodos presidenciales de Miguel de la Madrid y Carlos Salinas de Gortari trabajaron en la incorporación de México a la aldea global, por lo que las políticas culturales y educativas mantuvieron la tendencia impuesta por los países desarrollados, siguiendo un modelo de financiamiento mixto tal como lo hacen los países europeos y tomando en cuenta las recomendaciones de organismos internacionales como la UNESCO y la OECD.

2.3.2.6. En el periodo del Presidente Ernesto Zedillo

El Gobierno del Presidente Ernesto Zedillo continuó con esa tendencia y la política para promover la lectura confirma la necesidad de incrementar la infraestructura de bibliotecas públicas y de dar a los libros un lugar preponderante, considerando a la lectura un asunto de alta importancia nacional. Esto se explica en el “Programa Nacional Año de lectura 1999–2000: Leer para ser mejores”, cuyo propósito principal era erradicar los bajos niveles de lectura en la sociedad mexicana. El programa contemplaba

la formación de promotores voluntarios, la organización de ferias del libro, círculos de lectura, entre otras actividades.

El 8 de junio del 2000 el Diario Oficial de la Federación publica la Ley de Lectura y del Libro. Además se integra el Consejo Nacional para la Lectura y los Libros, este Consejo apoya al gobierno federal en la elaboración de programas y políticas vinculados con estos temas.

2.3.2.7. En el periodo del Presidente Vicente Fox Quezada

El gobierno del Presidente Vicente Fox (2000–2006), promovió tres campañas: “Campaña por las Bibliotecas Mexicanas” y “Hacia un país de lectores”, coordinadas por el CONACULTA y el “Programa Nacional de Lectura” coordinado por la SEP. Algunos de los objetivos de estas campañas fueron: incrementar el número de bibliotecas públicas, proveer a la mayoría de estas con equipo de cómputo e instalar más de 9000 bibliotecas de aula en las escuelas de educación básica. Sin embargo, se considera que la mayoría de las campañas han sido planeadas como parte de estrategias que incrementan la popularidad de algunos políticos y no como una forma de mejorar las condiciones sociales en el país.

La situación para los editores es compleja, dado que el Estado mexicano es el mayor comprador de libros y castiga mucho a editores e industriales de las artes gráficas en cuanto a los precios. También se tienen una serie de dificultades en el sector por los problemas de distribución,

dado el limitado número de librerías en México⁵⁹. En el sector de publicaciones periódicas, CANIEM afirma: “En lo que a revistas se refiere... se ha estado trabajando en promover la importancia de éstas como medio publicitario y como elemento favorable para el fomento del hábito a la lectura”⁶⁰.

Puede decirse que la industria editorial en México tiene una presencia importante en la sociedad mexicana, si bien es difícil tener un registro con la cantidad exacta de editoriales existentes en cifras actuales. La Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana (CANIEM) mantiene un directorio anual en donde se da cuenta de 238, mientras que el Sistema de Información Empresarial Mexicano (SIEM) tiene una base de datos en donde se registran 461. En ambos casos se registra únicamente a las editoriales comerciales, sin contar al gobierno mexicano que es considerado el editor más grande del país pues el 25% de la producción anual en nuestro país corresponde a este sector, sin tomar en cuenta los libros de texto gratuito; y si se añadieran las publicaciones de las universidades públicas este porcentaje aumentaría en un 20%, lo que nos daría el 45% total de la producción anual de nuestro país por lo que sólo podríamos aproximarnos al total de editoriales comerciales de manera muy parcial, pues el total nadie lo conoce ni se tiene control de él.⁶¹

⁵⁹ CANIEM. Presencia de México en la feria del libro en Londres. En: <http://www.caniem.com/libros/articulo.asp?iArt=226>. acceso: 15 Julio 2006.

⁶⁰ CANIEM. Presencia de México en la feria del libro en Londres. En: <http://www.caniem.com/libros/articulo.asp?iArt=226>. acceso: 15 Julio 2006.

⁶¹ “Biblioteca legislativa” En: <http://www.diputados.gob.mx/biblioteca/index.htm> Acceso: 4 enero, 2007.

Algunos de los aspectos más trascendentes de la sociedad mexicana que han repercutido en el desarrollo de la industria editorial son:

1. La educación básica obligatoria, considerando a partir de esto que la educación crea más lectores.
2. El mercado masivo de lectores que prefiere libros comerciales y de bolsillo (ediciones económicas).
3. La tendencia a leer ficción popular.
4. El comercio y la industria por los efectos de la globalización hecha mano de la mercadotecnia y esto hace que las editoriales procuren hacer negocios basados en la adquisición y venta de derechos subsidiarios (grandes éxitos literarios, cadenas de libros).

En suma, la industria editorial en México ha evolucionado notablemente en los últimos años, no puede decirse que pasa por los mejores momentos de su historia, ya que la crisis económica, la falta de políticas culturales y educativas adecuadas y los escasos incentivos fiscales la convierten en una empresa riesgosa, sin embargo su papel e intervención en la difusión cultural, educativa y científica la convierten en un soporte muy importante para el desarrollo del país y en consecuencia para la formación y desarrollo de la personalidad de los individuos que conformamos la sociedad mexicana.

Capítulo 3

La industria editorial en México en la actualidad

Capítulo 3

La industria editorial en México

La industria editorial es un componente importante de los sectores económico, cultural y educativo en el mundo y en México. A partir de ella una fracción importante de la población se mantiene productiva y en posibilidades de adquirir conocimientos y habilidades en virtud del papel que juegan los libros y otros tipos de publicaciones en la educación, la cultura, la ciencia y la tecnología.

En el capítulo anterior hicimos un bosquejo de cómo se fueron desarrollando históricamente las empresas editoriales en México. Su evolución corresponde en muchos sentidos a situaciones paralelas en países con condiciones de desarrollo similares a nuestra nación; no obstante comparándolo con países con mayor desarrollo debe reconocerse que las circunstancias económicas, políticas, sociales y culturales inciden en un nivel de desarrollo que adolece serias deficiencias y limitaciones que se han venido presentando a partir de la década de los ochenta y que irremediablemente afectan a la educación, la cultura y la comunicación científica.

De acuerdo a apreciaciones de editores y libreros en México, es posible afirmar que si bien la industria editorial no presenta un fracaso empresarial sí puede decirse que como proyecto cultural ha enfrentado serias problemáticas

que tienen que ver con puntos medulares como: a) elevados costos del papel, b) carencia de estímulos fiscales, c) bajo impacto de los programas de bibliotecas públicas, escolares y lectura, d) escasez de librerías y puntos de venta de libros y revistas.⁶²

Otro de los problemas a los que tiene que enfrentarse la industria es la actividad editorial del Estado. Varios organismos públicos son editores de sus propios libros, el Estado se convierte así en el principal competidor de los editores mexicanos. Más del 60% de la producción editorial mexicana proviene del Estado, según datos de la Cámara de la Industria Editorial Mexicana. Se está intentando que esta producción se lleve a cabo cada vez más mediante coediciones entre los organismos públicos y los privados.

Un problema más al que se enfrenta la industria editorial mexicana es la piratería industrial y el fotocopiado ilegal. Según CEMPRO (Centro Mexicano de Protección y Fomento de los Derechos de Autor) en México se piratean alrededor de 10 millones de libros al año.

Las importaciones mexicanas de libros en español provienen fundamentalmente de España y de Estados Unidos. Sin embargo España no se encuentra ni siquiera entre los diez principales receptores de exportaciones mexicanas de productos editoriales. Los países latinoamericanos son los principales receptores de productos editoriales mexicanos.

⁶² González Lewis, Gustavo. "Perspectiva de la industria editorial en México" IN Libros de México. No. 15, pp: 5-7. Abril-Junio 1989.

Las propias editoriales son las principales importadoras de libros. Librerías y grandes superficies solo importan directamente muy ocasionalmente. Muchas editoriales extranjeras tienen aquí oficinas que se dedican a labores de importación y comercialización nada más.”⁶³

A pesar de estas evidentes problemáticas que serán analizadas en apartados posteriores, debe reconocerse que la industria editorial en México aporta contribuciones importantes a la sociedad del conocimiento y a las industrias culturales presentes en la vida socioeconómica del país. Su presencia y actividad repercute en los niveles educativos, científicos y culturales de tal forma que sus perspectivas de crecimiento son posibles considerando que al lado de las amenazas que afectan a su desarrollo tiene la posibilidad de aprovechar las oportunidades del entorno, la primera de ellas estaría constituida por las características demográficas del país (el 61% de la población tiene menos de 30 años) y al lado de ésta podríamos considerar los programas culturales y educativos que tanto instituciones gubernamentales como no gubernamentales vienen poniendo en marcha en los años recientes para beneficio de la población y de las instituciones.

3.1. El impacto de la sociedad de la información

⁶³ Pereda Alonso, Elena. El sector editorial en México. México : Oficina Económica y Comercial de España en México, 2004. <http://www.gremieditorscat.es/AdArch/Bilio/Ftp/sectoreditorialenmexico.pdf> Acceso: 1 de agosto de 2007

La sociedad de la información es un fenómeno que caracteriza al mundo actual. Desde la década de los sesenta aparecen los primeros elementos que la sustentan. Algunos autores han opinado que la sociedad ha evolucionado inconmensurablemente en la medida que el uso del capital y otros recursos tangibles, han introducido nuevos estilos de vida, nuevos medios de comunicación y, sobre todo, un uso intensivo de la información en la vida social, económica, cultural y política. Cada día la información se convierte en la base material para el desarrollo de muchos aspectos sociales, por eso puede decirse que ha propiciado una revolución tecnológica y ha contribuido considerablemente al fenómeno de la globalización.

Las innovaciones tecnológicas conocidas como tecnologías de información y la comunicación han producido grandes cambios; podría decirse que la economía industrial ha pasado a constituirse en una economía informacional. El concepto de sociedad de la información ha venido evolucionando desde los años sesenta; uno de los factores que más ha influido para la aparición de estos cambios tecnológicos ha sido el auge que ha logrado Internet, que se ha venido a convertir en uno de los engranajes más importantes de la sociedad de la información. Este fenómeno de acuerdo a diferentes autores puede recibir un buen número de nombres: informatización de la sociedad, sociedad de la comunicación, revolución informacional, tercer entorno, era de la postinformación, sociedad del conocimiento e incluso informacionalismo⁶⁴. Asimismo, tanto la globalización

⁶⁴ Soto Martínez, Arturo. El desarrollo de la sociedad de la información en México y su relación con el fortalecimiento de la democracia. <http://www.convergenciamexico.org.mx/socinfo.pdf>
Acceso: 24 de Agosto de 2007.

y la revolución tecnológica constituyen medios que articulan a los sectores económicos ya que dinamizan las transacciones financieras, agiliza los flujos de información y propician la creación del conocimiento que será aplicado a los diversos ámbitos del quehacer humano.

La revolución tecnológica es sin duda el factor que ha dado pie a la aparición y empleo del concepto de "sociedad de la información" ligado a una serie de inventos e innovaciones tecnológicas en el sector de las telecomunicaciones, la informática e información. Aunque existen discrepancias de opiniones en cuanto a cuando y por quien fue acuñado el término lo que resulta evidente es que en los discursos que lo incluyen siempre se habla de transparencia, universalidad, inclusión y acceso. Según Mattelart ⁶⁵ el término fue propuesto por primera vez en 1948 por Norbert Wiener, inventor de la cibernética. Se refería a la sociedad de la información como el conglomerado humano en el cual la información circularía sin trabas y se convertiría en la fuerza que impediría la entropía, es decir, la tendencia natural a la desorganización de la sociedad, que era el origen de la guerra, según su visión de ingeniero. ⁶⁶

Para entender el cómo y porque de la sociedad de la información podemos hacer un somero bosquejo de la historia de la información. El hombre como ser social necesita comunicarse puesto que la comunicación es necesaria para la estructuración y cohesión del grupo social. El crecimiento

⁶⁵ Mattelart, Armand. Geopolítica de la cultura. Bogotá : Ediciones desde abajo, 2003. p. 6

⁶⁶ Narváez M., Ancizar. La sociedad de la información o la utopía económica y cultural del neoliberalismo. <http://www.sociedaddelainformacionycibercultura.org.mx/congreso/Alaic-2004.doc> Acceso: 15 de agosto de 2007.

de los grupos sociales y la necesidad comunicativa del individuo trajo como consecuencia la diversidad de ideas y opiniones. El hombre para articular esa realidad creó y desarrolló sistemas de comunicación para lograr el conocimiento de su realidad y también para reforzar los componentes sociales que propiciaban mejores niveles de vida. Como punto de partida el hombre creó la palabra y ésta a su vez dio origen al lenguaje. Así la oralidad fue la primera forma de comunicación y durante cientos de años constituyó el medio fundamental para transmitir información.

A medida que las comunidades primitivas fueron evolucionando necesitaron una forma de comunicación más permanente; nació así la escritura que permitió que la información pudiera ser preservada y trasladada tanto en tiempo como en espacio y esta evolución supuso la creación del alfabeto para lograr que la comunicación fuera más eficaz en la medida que permitió que se plasmaran ideas y experiencias de tal forma que fueran entendidas por los miembros de un grupo social dentro de estándares de conocimientos comunes. Esto representó acceso al conocimiento para ciertos grupos sociales, generalmente las clases privilegiadas en los medios gubernamentales, religiosos y militares.

La escritura fue plasmada en materiales diversos, primero la piedra, luego en el pergamino y más tarde en el papiro. El libro manuscrito hace su aparición en la historia de la humanidad en el siglo V, su reproducción artesanal no permitía grandes escalas de producción. Es hasta el siglo XV cuando la imprenta extiende el alcance y difusión del libro, lo cual representa

una de las aportaciones culturales más importantes en la historia de la humanidad considerando su repercusión en la educación, la ciencia y la vida cotidiana en general.

Entre los siglos XVI y XVIII el libro fue consolidándose como objeto cultural. A él se agregaron otro tipo de publicaciones como fueron las revistas de divulgación y luego las científicas. En esta época, los medios de transporte como la máquina de vapor y el ferrocarril impulsaron la comunicación y las actividades comerciales, en ellas la palabra impresa resultó determinante al igual que en los medios académicos y de investigación.

En los siglos XIX y XX tienen lugar los inventos más revolucionarios: el teléfono, el telégrafo, la radio, la televisión y las computadoras. Los orígenes de Internet se remontan hacia los años sesentas, al masificarse la producción de computadoras personales en los años setentas inicia la “era de la información” que cobra fuerza para inducir hacia la interconectividad. La irrupción durante el siglo XX de las nuevas tecnologías electrónicas, mediáticas y cibernéticas, ha cambiado la forma en que se accede y se genera el conocimiento y la cultura. ⁶⁷

Todos estos cambios han inducido a que la sociedad tenga más oportunidades de acceso a la información, en lo ideal estas oportunidades deberían ser democráticas, pero las estructuras sociales y económicas, sobre

⁶⁷ Cabrera Cortés, Iriilia. El procesamiento humano de la información : en busca de una explicación. http://bvs.sld.cu/revistas/aci/vol11_6_03/aci05603.htm Acceso: 3 de septiembre de 2007.

todo en países en vías de desarrollo, hacen que se den contradicciones y contrastes, dando por resultado grupos ricos en información al lado de grupos pobres en información con oportunidades nulas o limitadas, en detrimento de un desarrollo armónico de los grupos sociales y de las capacidades del hombre. Al lado de estas condiciones no deseables también hay que resaltar que las condiciones de vida actuales en muchas latitudes son mucho mejores que en otras épocas, en estas condiciones de vida juega un papel preponderante la información, en el tiempo actual “una persona está en condiciones de recibir en un día más información de la que podía obtener durante toda su vida un caballero europeo del siglo XVII”.⁶⁸

A través de la historia, la información ha ido tomando un papel cada vez más importante, de tal forma que las posibilidades de acceder a ella y producirla son cada vez más sencillas, tanto para el hombre común como el científico, por esto se dice que la sociedad de la información puede definirse como la "sociedad caracterizada por la facilidad de producir y recibir mensajes, por las recientes necesidades sociales de información y por el desarrollo incesante de las nuevas tecnologías de la información".⁶⁹

Los cambios que la sociedad ha venido sufriendo en las recientes décadas han originado nuevos paradigmas que impactan las relaciones sociales, de acuerdo a Castells las tecnologías de la información aportan un nuevo paradigma social con las siguientes características:

⁶⁸ Adicción a Internet. <http://www.monografias.com/trabajos6/adin/adin.shtml> Acceso: 17 de agosto de 2007.

⁶⁹ López Yepes, José, edit. Diccionario enciclopédico de ciencias de la documentación. Madrid : Síntesis, 2004. v. 2, p. 466.

- Las tecnologías actúan sobre la información y ésta es su insumo.
- La información es parte integral de toda actividad humana, de ahí que todos los procesos de nuestra existencia están moldeados por el nuevo medio tecnológico.
- La interacción que propicia la red, mediante una lógica de interacciones, ocasiona una complejidad de interacciones y un desarrollo impredecible.
- Las tecnologías de la información ofrecen gran flexibilidad, y esto permite configurar y modificar las organizaciones e instituciones, rasgos decisivos en una sociedad en cambio constante.
- Las tecnologías de la información permiten una convergencia creciente (telecomunicativa, microelectrónica, optoelectrónica y computacional) de tecnologías específicas en un sistema altamente integrado”.⁷⁰

3.1.1. La industria editorial como componente de la sociedad de la información

Desde finales de los años noventa una de las industrias que más apostó por la sociedad de la información fue la industria editorial, sobre todo en lo que se refiere al comercio electrónico. Tanto editoriales como librerías se han ocupado desde estos años en desarrollar estrategias de venta que incluyen catálogos y librerías electrónicas hasta llegar a propuestas tan innovadoras como libros a la carta e incluso iniciativas tan lucrativas como Amazon; “cuyo empuje inducía a la preocupación y a la incertidumbre sobre el futuro del sector editorial, ya que corrían rumores de que la tienda electrónica se iba a

⁷⁰ Castells, Manuel. La era de la información: economía, sociedad y cultura. México : Siglo XXI, 1999. p. 23.

convertir en una súper editorial que publicaría los libros a la carta y llegaría a acuerdos directamente con los autores, el tiempo ha demostrado que no ha sido así”.⁷¹

A su vez, resulta interesante observar el impacto que han tenido las tecnologías de la información en lo que se refiere a la edición electrónica, cada día más publicaciones están disponibles en formato electrónico y también cada vez más las casas editoriales ponen esfuerzo y empeño en incorporar las ventajas computacionales a los procesos de edición, por un lado porque esto impacta favorablemente a los costos de producción, y por otro lado porque da posibilidades de expansión en la medida en que a través de Internet hay más visibilidad y consecuentemente nuevos segmentos de clientes.

La industria editorial en la sociedad de la información ha asumido una nueva dimensión, “la concentración editorial crea nuevas fórmulas de trabajo, mientras los sellos independientes buscan nuevos terrenos de expansión. El uso masivo de Internet como medio de información gratuita e inmediata está cambiando los hábitos de adquisición de conocimientos, pero también está abriendo campos de negocio. Los medios de comunicación buscan sinergias con la edición tradicional y sus nuevos mercados de derechos secundarios reformulan la relación del libro con el cine y la televisión”.⁷²

⁷¹ “Vázquez-Figueroa distribuye gratuitamente su novela por mil millones de dólares en Internet” IN Sociedad de la información. <http://sociedaddelainformacion.wordpress.com/> Acceso: Septiembre 6 de 2007.

⁷² Los futuros de la industria editorial : grandes retos del mundo del libro (Barcelona : 16-18 Noviembre, 2005) <http://www.bcn.es/cultura/docs/SimposiArtsGrafiquesCast.pdf> Acceso: 6 de Septiembre de 2007.

Otro aspecto que involucra a las editoriales, los autores y los medios electrónicos está presente en el libro digital o electrónico. Este aparece por primera vez en 1971, cuando Michael Hart, coordinador del Proyecto Gutenberg de la Universidad de Illinois inició una colección de obras clásicas no sujetas a derechos de autor, la cual hoy en día asciende a más de 20,000 libros electrónicos disponibles gratuitamente. A inicio de la década de los ochenta salió al mercado el primer libro electrónico con fines comerciales, el Random House's Electronic Dictionary, editado por Random House, pero la verdadera expansión del libro digital llegó en marzo del 2001 cuando el famoso novelista Stephen King, apoyado por la editora electrónica Simon&Schuster, lanzó en exclusiva a través de Internet su novela Riding the Bullet, que en tan sólo 48 horas vendió 500 mil copias, cada una en 2 dólares y medio; un mes después, Vladimir Putin publicó en red sus memorias.⁷³

El proceso de consolidación de la sociedad de la información ha afectado considerablemente al libro. La edición se ha convertido en una industria cultural contemporánea con implicaciones temporales y espaciales en donde se han consolidado centros mundiales de producción de libros, como son: Estados Unidos, China, Inglaterra, Japón, Alemania, Francia, España e Italia, de igual forma se ha visto expandido el uso y consulta de obras en lenguas como: chino, inglés, español, francés, portugués, ruso y japonés, de todas ellas puede reconocerse que es el inglés la lengua principal de la edición

⁷³ “Libro electrónico” IN Ciberhabitat : biblioteca. <http://ciberhabitat.gob.mx/biblioteca/le/> Acceso : 6 de septiembre de 2006.

contemporánea en el siglo XX y con ello puede suponerse una dominación o predominio cultural que afecta al mundo globalizado.⁷⁴

3.1.2. Sociedad de la información en México

La situación de la sociedad de la información en México enfrenta grandes retos. Se han superado algunos de ellos pero las características sociodemográficas y económicas de la población, junto con el desequilibrio en la cobertura de los programas gubernamentales hace que todavía estén fuera del alcance de muchos las ventajas de las telecomunicaciones, la informática e Internet. A reserva de haber superado algunos aspectos de que enseguida se exponen, se considera que a partir de estos puntos se deben sumar esfuerzos para que México de pasos firmes hacia la sociedad del conocimiento:

- a) Brecha digital.- México está considerado como la novena economía a escala mundial por el tamaño de su producto interno bruto, pero ocupamos el lugar 47 en cuanto a aptitud de aprovechamiento de las tecnologías de información. En nuestro país el número de usuarios frecuentes de Internet asciende a un 15% de la población total, de los cuales 42% se concentra en el valle de México (datos de 2005). Es evidente que la población en general tiene poco acceso a recursos electrónicos, como causas evidentes pueden mencionarse una combinación de factores como son la falta de capacitación en el uso de tecnologías, rechazo cultural a estas herramientas y carencia de

⁷⁴ Villar, Jorge. Las edades del libro : una crónica de la edición mundial. Madrid : Debate, 2002. pp. 209-213.

beneficios específicos, situaciones que tienen explicación considerando el nivel socioeconómico de la población, la edad y el estilo de vida que favorece o hace intrascendente el uso de las tecnologías de información y comunicación.

b) Rezago en desarrollos tecnológicos y contenidos.- La llamada "brecha digital" también se mide en el nivel de desarrollo tecnológico propio y de contenidos de cada nación o de cada región mundial. De los 50 indicadores que la Unión Internacional de Telecomunicaciones estableció para medir el desarrollo de estas tecnologías, México sólo cumple con 40 por ciento, mientras naciones como Chile cumplen con 76 por ciento de estos indicadores. Existe un enorme rezago en contenidos y acceso a los contenidos de la tecnología digital. El ciber-analfabetismo en este terreno es muy fuerte y no se resuelve sólo con proyectos aislados y de relumbrón como "libros de texto electrónicos" o una red de computadoras en todas las escuelas sino con la posibilidad de generar auténtico conocimiento y saber social y ciudadano.

c) Rezago jurídico.- existe un rezago en materia jurídica alarmante: nuestra Ley Federal de Radio y Televisión data de 1960 y en lugar de democratizarla se ha reforzado el carácter discrecional y concentrador; nuestra legislación en materia de telecomunicaciones está atorada

frente a poderosos intereses monopólicos ⁷⁵, y la Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental aún no tiene elevados niveles de ciudadanía, aunque tiene importantes logros aún es baja la proporción de la población que conoce sus fines, alcances y procedimientos, por lo que todavía hace falta un trabajo arduo, tanto en los procesos de sistematización de la información como en campañas que promuevan que el ciudadano sea conciente de su derecho a la información.

Con todo esto, en las opiniones más pesimistas podemos encontrar expresiones como la siguiente: “en sociedades de América latina el rezago es tan profundo y la brecha cada vez se hace mas grande, y donde además la constante es la pobreza, la marginación, falta de oportunidades, gobiernos corruptos, malos modelos económicos, falta de proyectos gobierno con visión a largo plazo y que además dejen tanta teoría y “rollos” para que sean prácticos, útiles, probados y simplificados, para que el costo, beneficio e impacto lo sientan las personas en una mejoría en su calidad de vida. Lamentablemente todo parece indicar que los actuales habitantes y generaciones venideras estarán dejando pendiente la asignatura de su transformación a ser sociedad del conocimiento de manera indefinida y así estar a la altura de los retos actuales”.⁷⁶

⁷⁵ Villamil, Jenaro. “El papel de México en la sociedad de la información”

<http://cofradia.org/modules.php?name=News&file=print&sid=7215> Acceso: 8 de Agosto de 2007.

⁷⁶ Muñoz, Roberto. América Latina ¿Qué tan lejos de la sociedad del conocimiento? IN La neta : políticas de información y comunicación en México. <http://www.laneta.apc.org/cmsi/politic.shtml?cmd%5B33%5D=i-35-15702497dae62f4511d22eb2c018377> Acceso : 8 de agosto de 2007.

Este punto de vista es, sin embargo, fácilmente rebatible si consideramos que actualmente México ha realizado importantes avances en el desarrollo e incorporación de las tecnologías de la información y la comunicación a prácticamente todos los ambientes organizacionales y económicos. En una superficial revisión a los indicadores que la Unión Internacional de Telecomunicaciones establece para medir el desarrollo de las tecnologías de la información y de la comunicación en los países⁷⁷, podríamos decir que para cada uno de sus apartados existe en la actualidad un avance sustancial. Así por ejemplo, en lo que se refiere a infraestructura de las TIC y acceso a ellas, se cuenta con líneas telefónicas fijas, abonados a telefonía celular móvil, computadoras, abonados a Internet, abonados a Internet banda ancha, aparatos de radio, y aparatos de televisión. En lo que se refiere al acceso a las TIC y su uso por parte de hogares e individuos tenemos un significativo incremento en los últimos años de hogares con líneas telefónicas fijas y móviles, computadoras, acceso a Internet para obtención de información con fines educativos, recreativos y económicos. En lo relacionado a uso de las TIC por las empresas tenemos un incremento de empresas que utilizan computadoras, Internet e Intranet, área local y extranet, este uso tiene que ver con obtención y sistematización de información, presencia en la web, recepción y elaboración de pedidos. En cuanto al sector de las TIC y comercio de bienes relacionados con ellas podría decirse que es un segmento en consolidación. Existe una proporción importante de la población que constituye fuerza de trabajo del sector

⁷⁷ Indicadores clave de las tecnologías de la información y de las comunicaciones: partnership para la medición de las TIC para el desarrollo. http://new.unctad.org/upload/docs/Core%20ICT%20Indicators_Esp.pdf
Acceso: 29 de agosto de 2007.

empresarial ocupado en las TIC, este sector debe trabajar para importar y exportar bienes relacionados para lograr tener una presencia en el mundo globalizado y para aportar más recursos al producto interno bruto en beneficio de la economía nacional.

En palabras de Estela Morales ⁷⁸, cuando se llega al estadio de una sociedad de la información se quiere decir: a) que un porcentaje muy importante del ingreso y la riqueza proviene del sector de la información (industria, productos, servicios, usos); b) que a partir del uso de la información se enfatiza el desarrollo como incremento de riqueza material, crecimiento personal y aumento de la calidad de vida, y c) que los niveles de educación se han cuidado y elevado, que la gente sabe leer, pero no sólo por estar alfabetizada, sino que usa información, la entiende y reflexiona sobre lo leído.

La citada autora añade que para que haya un uso real de la información a partir de leerla y usarla adecuadamente, el gobierno y las organizaciones privadas deberán haber invertido con anterioridad en una buena infraestructura social de la información, así como en la existencia de buenas bibliotecas de todo tipo, de una próspera industria editorial y de información electrónica; también será necesario que las telecomunicaciones y la industria computacional sean accesibles en todos los sectores sociales, ya sea por inversión directa o como un servicio de las esferas gubernamentales. ⁷⁹

⁷⁸ Morales Campos, Estela. La sociedad de la información y la acción del multiculturalismo. <http://www.gobernabilidad.cl/modules.php?name=News&file=print&sid=821> Acceso: 8 de agosto de 2007.

⁷⁹ Morales Campos, Estela. Op cit. <http://www.gobernabilidad.cl/modules.php?name=News&file=print&sid=821> Acceso: 8 de agosto de 2007.

Por lo que respecta particularmente a la industria editorial como componente de la sociedad de la información podemos afirmar que su papel es fundamental, y aunque en México enfrenta serias problemáticas, no deja de ser relevante la contribución que hace a los entornos académicos, de investigación y de difusión de la cultura. Los retos fundamentales que enfrenta son: desarrollar un mercado de lectura, de manera sostenida, para lo que se requiere el concurso de muchos –gobiernos, empresarios, sistema educativo, docentes, bibliotecas, padres de familia, entre otros. Se requiere también desarrollar una oferta adecuada para ese mercado. Este último tema toca a toda la cadena productiva del libro. Una oferta adecuada supone el fomento de la actividad intelectual, así como contar con empresarios avezados y con mayor propensión al riesgo, que apuesten a la aventura de hacer leer a lectores potenciales en todos los estratos, con más libros, de mejor calidad y a precios competitivos, sin olvidar que hay que fortalecer los derechos de autor y su protección.

3.2. Las industrias culturales

Dada la importancia de la información en todos los ámbitos es posible distinguirla como componente indispensable para la comunicación científica, académica, política y económica. Para que llegue estructurada a estos medios es necesario que circule y participe como un bien de consumo que la sociedad contemporánea manipula, de tal forma que información, conocimiento y comunicación constituyen una triada que está presente en las

industrias culturales, los medios de comunicación, las telecomunicaciones y las nuevas tecnologías de la información.

Actualmente las empresas culturales son esenciales para divulgar el conocimiento pero, ¿qué debemos entender por industrias culturales? En palabras de Manuel Pimentel⁸⁰ representa un amplio sector que abarca desde las tradicionales editoriales, productoras de cine y discográficas, hasta los gestores de espectáculos, organizadores de exposiciones, gestión museística, teatro, pasando por sectores más novedosos de realidad virtual o creadores de videojuegos.

La cultura empieza su forma más incipiente de industrialización con el invento de la imprenta, pero es hasta que la educación y los desarrollos tecnológicos se consolidan cuando es posible identificar el horizonte cultural del hombre a las industrias editoriales, de radio, cine, televisión, video y fonográfica, para culminar en una etapa de desarrollo electrónico y satelital. La suma de todas estas industrias es lo que se conoce actualmente como industrias culturales y representan una actividad económica de suma importancia en la mayoría de los países.

El concepto de industria cultural engloba un vasto e intrincado universo de industrias, que apenas tiene poco más de un siglo y medio de vida, en el que se incluyen distintos y a la vez complementarios sistemas,

⁸⁰ Pimentel, Manuel. Industria cultural en la sociedad del conocimiento. IN CincoDías.com http://www.cincodias.com/articulo/opinion/Industria/cultural/sociedad/conocimiento/cdsopiE00/20051228cdscdiopi_2/Tes/ Acceso: Enero 12 de 2007.

representativos de la información, la comunicación, la educación, el entretenimiento, la cultura y el conocimiento. Su desarrollo ha sido favorecido casi indirecta y casualmente por políticas educativas y de alfabetización; programas de formación artística y técnica; servicios de difusión y promoción cultural; sistemas de promoción de autores y artistas, preservación del patrimonio histórico cultural, y otras medidas llevadas a cabo desde las esferas públicas; todas estas acciones no se orientaban originalmente a promover específicamente el desarrollo de las industrias culturales, pero representaron un poderoso aliciente, sin el cual estas industrias no hubieran podido afirmarse y tener el alcance y repercusión que actualmente tienen.⁸¹

Las industrias culturales tienen en el mundo un desarrollo impresionante, los países desarrollados lógicamente tienen un impacto importante en su avance y presencia en los países en vías en desarrollo; es evidente la concentración y la transnacionalización de la economía en general, y de las industrias culturales, en particular. Fusiones, asociaciones y todo género de alianzas entre las grandes corporaciones internacionales, han marcado a fuego, al menos por el momento, las relaciones de propiedad y de poder a escala mundial, con incidencia directa en las industrias locales, el control de los mercados, el empleo, las tecnologías de producción y comercialización, y el diseño de la programación y los contenidos producidos. Los sectores que se ven afectados en los países en vías de

⁸¹ Getino, Octavio. Las industrias culturales: entre el proteccionismo y la autosuficiencia. IN Pensar Iberoamérica: revista de cultura. <http://www.oei.es/pensariberoamerica/ric04a05.htm> Acceso: Agosto 24 del 2007.

desarrollo son: las emisoras de radio de corto alcance, los canales locales de TV de pago, las pequeñas editoriales provinciales o subregionales, las disqueras de intérpretes locales, las revistas temáticas de públicos selectivos, los directores de cine que a su vez son productores de sus propias películas, los medios abocados a la promoción de primeras obras o de autores desconocidos, erosionando la diversidad de contenidos y valores simbólicos, es decir, la razón de ser de estas industrias.⁸²

De acuerdo a García Canclini⁸³, se puede caracterizar a las industrias culturales en su sentido más amplio como *“el conjunto de actividades de producción, comercialización y comunicación en gran escala de mensajes y bienes culturales que favorecen la difusión masiva, nacional e internacional, de la información y el entretenimiento, y el acceso creciente de las mayorías”*. También reciben el nombre de industrias comunicacionales, industrias creativas o industrias del contenido. Estas denominaciones se refieren a que son medios portadores de significados que dan sentido a las conductas y cohesionan o dividen a las sociedades.

Las industrias culturales deben, en esencia, favorecer la creatividad y la diversidad cultural, y subsidiariamente, deben contribuir al desarrollo de la economía de los países que las promueven, alientan y sostienen. Sin duda han sido el cine, la prensa, la televisión y la radio las industrias que más han impactado a las sociedades desde el siglo XX, ellas han permitido que exista

⁸² Getino, Octavio. Ibid <http://www.oei.es/pensariberoamerica/ric04a05.htm> Acceso: Agosto 24 del 2007.

⁸³ García Canclini, Néstor. Las industrias culturales y el desarrollo de los países americanos. <http://www.oas.org/udse/espanol/documentos/1hub2.doc> Acceso: Agosto 25 de 2007.

mayor conexión, entendimiento y expansión de mercados entre los países del mundo. Esto trae consigo consecuencias deseables e indeseables, entre las deseables podríamos mencionar el conocimiento entre las naciones y entre las indeseables estarían los usos de patrimonio cultural por grupos sociales ajenos a su origen. ⁸⁴

La industrialización de la cultura no beneficia a todos. Son empresas privadas y el estado en algunos países los que concentran ganancias, ejemplos de esto son las pocas empresas que controlan la circulación en los mercados editoriales, fotográficos e informáticos, las cadenas cinematográficas, de televisión, discos y videos, de programas de computo e Internet. Entre los países que más comercian bienes culturales y por ende se benefician más de las industrias culturales están la Unión Europea, Estados Unidos y Japón, quienes obtienen 275 mil millones de dólares, o sea 87.3% de los beneficios generados por la prensa, los libros, la televisión, la radio y el cine. ⁸⁵

3.2.1. Industrias culturales en México

En el caso particular de México las industrias culturales han venido desarrollándose paulatinamente. De acuerdo al Informe de México sobre su sistema nacional de cultura⁸⁶, pueden considerarse cinco componentes

⁸⁴ *Un ejemplo de estos usos de patrimonio cultural está presente en la artesanía mexicana “made in China”, mantos, guayaberas, cerámica de Talavera, collares, etc., son pirateados sin control.*

⁸⁵ Getino, Octavio. “Economía y desarrollo en las industrias culturales de los países del Mercosur” Conference on Culture, Development, Economy. New York : New York University, Center for Latin American and Caribbean Studies. Ab. 11-13, 2002.

⁸⁶ Organización de los Estados Iberoamericanos. Sistema Nacional de Cultura : Informe de México. <http://www.oei.es/cultura2/mexico/indice.htm> Acceso: Septiembre 8 de 2007.

principales: Libro, Cine, Producción fonográfica, Producción Videográfica, y Producción multimedia.

1. Industria editorial.- En este componente del sistema nacional de cultura en México deben destacarse las actividades que realiza la Secretaría de Educación Pública, específicamente el Programa Nacional de Lectura que considera dentro de sus líneas estratégicas el fortalecimiento de bibliotecas y acervos bibliográficos, considerando como objetivos los siguientes:

- a. Establecimiento y consolidación de bibliotecas escolares y de aula,
- b. Actualización del personal de las bibliotecas para que promuevan la lectura de los libros que conforman sus acervos,
- c. Diversificación y fortalecimiento de los acervos bibliográficos mediante la selección, producción y distribución de materiales de diversos formatos, géneros, temas y autores dirigidos a:
 - i. Alumnos de educación básica,
 - ii. Maestros de educación básica en servicio,
 - iii. Maestros y estudiantes de educación normal;
- d. Conformación de redes para la comunicación, asesoría y desarrollo de proyectos colaborativos entre bibliotecarios y mejoramiento del espacio físico de las bibliotecas.

Como parte de las actividades gubernamentales en materia de libro también debe destacarse el papel que juega la Red Nacional de Bibliotecas Públicas, coordinada por el Consejo Nacional para la Cultura

y las Artes (CONACULTA), que actualmente cuenta con más de 7,010 bibliotecas distribuidas en todos los estados de la República Mexicana, la cual encuentra importantes soportes en la Ley General de Bibliotecas y en la Ley de Fomento para la Lectura y el Libro⁸⁷. Igualmente CONACULTA coordina el funcionamiento de más de 50 puntos de venta de libros denominados EDUCAL.

El aspecto más importante en el que el sector gobierno está involucrado en lo que respecta a libros en México tiene que ver con la edición de libros de texto gratuitos que está a cargo de la Comisión Nacional de Libros de Texto Gratuitos (CONALITEG) que produce más libros que los que producen todos los socios de la Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana (CANIEM), también editan libros la Dirección General de Publicaciones y la Dirección General de Bibliotecas de CONACULTA.

En relación a otras instituciones o empresas involucradas en la producción de libros en México, las más importantes que pueden mencionarse son: Universidad Nacional Autónoma de México, El Colegio de México, Instituto Nacional de Antropología e Historia, Instituto Nacional de Bellas Artes, Siglo XXI Editores, Editorial ERA, Editorial Grijalbo, Editorial Océano, Plaza y Janés, Editorial Trillas, Fernández Editores, Editorial Gustavo Gili de México, Alianza Editorial Mexicana y Editores Mexicanos Unidos. Respecto las librerías que se encargan de distribuir libros, las más importantes son: Librerías

⁸⁷ México. Consejo Nacional para la Cultura y las Artes. Biblioteca Vasconcelos : biblioteca pública de México. http://www.bibliotecavasconcelos.gob.mx/html/red_organizacion.html Acceso: 7 de agosto de 2007.

Gandhi, Librerías de Cristal, Librerías Porrúa, Librerías de Fondo de Cultura Económica, Librerías El Sótano y Librerías Gonvill.

2. Industria cinematográfica.- Este componente del sistema de cultura mexicano tiene participación pública y privada. En lo que respecta a la intervención e iniciativas gubernamentales son de destacar la difusión y fomento del cine que hace el Instituto Mexicano de Cinematografía (IMCINE), fundado en 1983, este instituto coordina el trabajo de los Estudios Churubusco (producción) y del Centro de Capacitación Cinematográfica (formación), estos organismos también se ocupan de apoyar a las escuelas de cine, producir y coproducir películas y promover la participación del cine mexicano en los festivales internacionales. A partir de 1999 existe el Fondo de Promoción a la Producción Cinematográfica (FOPROCINE) que apoya la producción de entre 5 a 20 películas por año en México. El IMCINE para apoyar a jóvenes artistas y contribuir al desarrollo del cine nacional produce una buena cantidad de obras de animación, ficción y documentales.

Las principales empresas productoras actuales del cine mexicano son las siguientes: Alameda Films, Alianza Films, Bandidos Films, Benjamín Escamilla Producciones, Cinematográfica Calderón, Cinematográfica Estrellas de Oro, Cinematográfica Jalisco, Cinematográfica Pozas, Cinematográfica Ra, Clasa Films Mundiales, Cumbre y Cima Films, Estudios Churubusco Azteca (empresa bajo el auspicio del CONACULTA), Galáctica Films, Indisa Films, Oro Films, Películas Rodríguez, Producciones Aguila, Producciones Amaranta,

Producciones Galubi, Producciones Gonzalo Elvira, Producciones Raúl de Anda, Producciones Rosas Priego, Producciones Tollocan, Producciones Torreón, Productora Fílmica México, Productora Fílmica Real, Rosas Films, Sociedad Cooperativa de Producción Cinematográfica Río Mixcoac, Telecine y Triana Films.

Actualmente existen en México más de 3700 salas de cine, la mayoría de ellas dotadas de modernas tecnologías. En este renglón pueden mencionarse importantes cadenas de empresas exhibidoras como Cinopolis, Cinemark, Cinemex y Multicinemas, que han hecho crecer la infraestructura de cines en todo el país de manera importante.

Como asociaciones cabe citar la de Productores y Distribuidores de Películas Mexicanas, la Cámara Nacional de la Industria Cinematográfica, la Asociación de Industriales de Cortos Cinematográficos A.C., y la Federación Regional de Sociedades Cooperativas de Producción y Servicios Cinematográficos y de Video en el Distrito Federal, la Asociación Nacional de Actores y la Asociación Nacional de Intérpretes.

Como entidades ocupadas de formación de técnicos y profesionales en cinematografía pueden mencionarse al Centro de Capacitación de Cinematografía (CONACULTA) y al Centro de Estudios Cinematográficos (CUEC) de la UNAM, a través de esta dependencia universitaria la UNAM apoya significativamente el desarrollo y evolución de la industria cinematográfica nacional.

En la iniciativa privada pueden mencionarse a Televisa y Azteca como las principales empresas televisivas que financian y promueven proyectos cinematográficos.

3. Industria fonográfica.- Las empresas dedicadas en México a la producción de discos son muy importantes en alcance y nivel de penetración en las audiencias. En el sector público destaca la labor de CONACULTA y de la UNAM en la producción de música de concierto y popular de calidad, también las Universidades promueven la difusión del patrimonio musical universal y nacional.

En la iniciativa privada las casas disqueras más importantes son: Sony Music, Warner Music, Televisa Music, Azteca Music, Disa Latin Music, Discos Antídoto, Ediciones Pentagrama, EMI México, Nopal Beat, Fonarte Latino, Fonovisa, Maia Records, Producción Espiral, Producciones Dynamis, Sound Sorcery Records, Universal Music México y Virus Records. Otras que trabajan de manera independiente podemos mencionar a: Abolipop Records, Astro Discos, Cero Records, Cremosonic, Denver Discos y Cintas, Diablito Records, Discos Corason, Discos Imposibles, Discos Invisibles, Discos Konfort, Ediciones Pentagrama, Fax musik, Filtro, Fonarte latino, Grupo Actus, IguanaMusic.com, Impacto difusión music, Independent Recordings, Isaac Junkie Records, JM Distribuidores, La Pagoda, Libra Music, Mil Records. Casa del Colectivo Nortec, Movic Record, Noise Kontrol Dist, P&P Producciones, Nuevos Ricos, Prodisc, Quindecim Recordings, Sala

de Audio, Soundsister records, Static Discos México, Urtext Digital Classics, Vistlán Records, Zafra Música.⁸⁸

Las asociaciones dedicadas al medio fonográfico son la Asociación Nacional de Discografía, Asociación Protectora de Derechos Intelectuales de Fonogramas y Videogramas, A.C. y la Asociación Mexicana de Productores y Distribuidores Independientes de Música.

4. Industria videográfica: En este renglón las iniciativas gubernamentales son las más importantes, por ejemplo CONACULTA coordina la Unidad de Producciones Audiovisuales y la SEP está a cargo de la Unidad de Televisión Educativa.

En el sector privado las empresas que se dedican a la producción de videofilms son: Alameda Films, Columbia Pictures México, Columbia Tristar Pictures México, Estudios Churubusco Azteca, S.A, Locutores TV, Movie Stara, Passion Films, Ultra Films, United International Pictures México.

Las asociaciones involucradas con la producción de videopelículas son: Asociación Mexicana de Productores Independientes, Asociación de Productores y Distribuidores de Películas Mexicanas, Sociedad de Directores, Sindicato de Trabajadores de la Producción Cinematográfica, Federación Mexicana de Sociedades Cooperativas de Cine y Medios Audiovisuales. S.C.I., Asociación de Consumidores de Cine "Alejandro Galindo", Sindicato de Trabajadores de la Industria Cinematográfica, Sociedad General de Escritores de México,

⁸⁸ México. CONACULTA. E-Cultura: cultura y arte en México. <http://www.ecultura.gob.mx/disqueras/>
Acceso: 17 de septiembre de 2007.

Asociación Nacional de Actores, Asociación Nacional de Intérpretes y la Federación Mexicana de Cineastas.

5. Industria productora de materiales multimedia.- En este sector de las industrias culturales en México debe destacarse el creciente interés tanto de la iniciativa pública como privada, por producir materiales educativos y culturales. Tanto CONACULTA como la SEP han coordinado la producción de materiales educativos y culturales en formato multimedia.

Una iniciativa particular de la SEP en materia de recursos multimedia ha sido Enciclomedia que constituye la edición digital de los Libros de Texto Gratuitos de la Secretaría de Educación Pública (SEP), en esta herramienta educativa se han sumado la experiencia y el esfuerzo que por años ha realizado la SEP, pues muchos de los recursos pedagógicos que incluye el programa son resultado de proyectos eficazmente probados como Red Escolar, Sepiensa, Biblioteca Digital, Sec 21, Enseñanza de la Física con Tecnologías (EFIT), Enseñanza de las Matemáticas con Tecnologías (EMAT) y Biblioteca del Aula.⁸⁹ Con este programa se han beneficiado más de 23,000 aulas de escuelas primarias de 5° y 6° grado.

CONACULTA a través del Centro Multimedia del Centro Nacional de las Artes es un núcleo generador de primera importancia en materia de multimedia. Con base en su apoyo técnico, artistas y productores variados han desarrollado y desarrollan proyectos que van desde tesis

⁸⁹ México. Secretaria de Educación Pública. Enciclomedia, un apoyo educativo de vanguardia para los maestros. <http://www.encyclomedia.edu.mx/> Acceso: 2 de agosto de 2007

profesionales en CD-ROM hasta investigaciones de los centros de investigación del Centro Nacional de las Artes.

Entre las iniciativas privadas para la producción y distribución de recursos multimedia en México vale la pena mencionar a: Electroacústica Mexicana, Laboratorio Cibernético en las formas artísticas, Antología Visual, Horizonte Informática Educativa S.R.L., Lodisoft Internacional, Neobook Educativo, Patagonia XXI, 7Siete Grados, Imagen y Branding, Ad.com.mx, Unico, The Power Company, Agency Blas Productions, De Valdez, Frescravi Design, Fusión creatica, Jormanet, Cimera, Nuimage, Mas4 diseño, Pentamedia, Procrea, Proinco, Trazo digital, PK2, Tal y Pascual y Kinetic Multimedia.⁹⁰

Algunos de los establecimientos e instituciones culturales más importantes y representativas en México son los siguientes⁹¹: El Colegio Nacional, Academia Mexicana de Historia, El Colegio de México, Centro de la Imagen, Filmoteca de la UNAM, Red Nacional de Bibliotecas Públicas, Cineteca Nacional, Museo del Palacio de Bellas Artes, Archivo General de la Nación, Pinacoteca Virreinal, Academia de la Danza Mexicana, etc. ⁹²

Considerando que nuestro principal tema de interés es la industria editorial podemos decir que en México la crisis de la década de los años noventa la castigó severamente, lo que dio pie a la expansión del mercado

⁹⁰ Directorio en línea: empresas, diseño y publicidad.

http://www.directorioenlinea.com.mx/Empresas/Diseno_y_Publicidad/Diseno_y_Publicidad.html Acceso 17 de septiembre de 2007.

⁹¹ Organización de los Estados Iberoamericanos. Ibid <http://www.oei.es/cultura2/mexico/indice.htm>

⁹² *Se agrega como Anexo una lista de los establecimientos e instituciones más representativos de la cultura en México que constituyen la Industria Cultural que aporta significativos elementos a la vida académica, investigativa y artística del país.*

editorial extranjero, sobre todo el español, esto debido al común denominador de la lengua. Puede decirse que el mercado editorial tiene una dimensión iberoamericana en nuestra región, ya que también se leen libros argentinos, venezolanos e incluso brasileños.

La industria editorial como parte de las empresas culturales se ha visto afectada como respuesta al mercado global y a las exigencias de distribución que condicionan precios, descuentos y plazos. En el caso particular de México puede afirmarse que la industria editorial vive una crisis constante, crisis que puede ser entendida desde el contexto latinoamericano y compartida por algunos países europeos ya que las políticas culturales han soslayado su importancia y repercusión en el desarrollo socioeconómico nacional.

También debe reconocerse que la gran cantidad de hispanoparlantes en Estados Unidos de Norteamérica da posibilidades a la industria editorial mexicana, frente a esto la industria editorial norteamericana está editando novedades en español lo que en última instancia, afecta a las empresas editoriales mexicanas y favorece la importación de derechos de autor.

En este capítulo se mencionan algunos de los problemas más evidentes que enfrenta la industria editorial mexicana. Como solución se propone que tanto el sector gubernamental como la iniciativa privada trabajen consistentemente para mejorar las políticas de distribución, mercadeo y distribución, promover leyes e incentivos fiscales y se deben establecer

convenios de colaboración para asegurar que los bienes culturales estén al alcance de las mayorías, lo cual sería posible con la creación y fortalecimiento de bibliotecas, hemerotecas, videotecas y otros centros culturales que abarquen coherentemente al conjunto de industrias culturales que favorecen la transmisión del legado histórico y actual que a su vez promueve la creatividad y alimenta la economía nacional.

3.3. Naturaleza de la industria editorial

El paso de la fabricación artesanal a fabricación industrial del libro ha tomado cinco siglos. Esta evolución ha estado caracterizada por un importante progreso técnico que ha impactado tanto a los ambientes económicos y organizacionales como a los académicos, de investigación y de difusión de la cultura.

Si consideramos la parte material que compone la industria editorial podemos reconocer que tanto los autores, como editores, impresores y librerías han venido utilizando los adelantos en los instrumentos de escritura que la época impone. El autor ha utilizado desde plumas de ave, máquina de escribir mecánica y eléctrica hasta computadoras personales.

En el caso de los impresores, éstos han visto evolucionar la primitiva imprenta de Gutenberg a una sofisticada máquina de impresión digital, y en cuanto a encuadernación los nuevos adhesivos y máquinas de cosido y

forrado controladas electrónicamente han dado una presentación diferente a los libros y revistas.⁹³

Los libreros en tanto, han modificado sus esquemas de venta, muchos de ellos han formado cadenas de librerías o han puesto a disposición de los interesados librerías electrónicas que agilizan tiempos y hacen poco relevantes las distancias.

En la evolución de la parte intelectual que involucra la industria editorial podemos considerar en primer lugar que las negociaciones entre autores y editores tienen actualmente características muy distintas a las de los inicios de la comercialización del libro, por un lado los contratos son extensos y específicos y por otro lado hay cuidado en salvaguardar los derechos de autor en apego a las disposiciones legales que para tal efecto existen en cada país.

En relación al contenido, no cabe duda que los autores deben estar actualizados en el tema que abordan y presentar a los lectores aportaciones al conocimiento que sean relevantes y pertinentes, y en el caso de la ficción debe ser evidente la estructura narrativa, la experimentación lingüística y una invención de una realidad ficcional propia.

Otros aspectos no materiales que han cambiado drásticamente en el comercio del libro son los que se relacionan con su logística y distribución.

⁹³ Ramírez, Alejandro. “La industria del libro, la innovación y la gestión del conocimiento” IN Encuadernadores, libreros, prostíbulos y bibliotecas. México : Solar editores, 2005. pp. 95-96. (Serie Quehacer editorial)

Las editoriales han tenido que desarrollar el modelo de consignación o de venta con derecho a devolución, lo cual trae complicaciones a la distribución, pero es necesario hacerlo así porque de otra manera sus ventas serían muy reducidas y sus canales muy escasos⁹⁴.

En opinión de Ramírez: “La industria del libro en sus diferentes eslabones requiere mantenerse competitiva frente a otras opciones de conservación y distribución de la información, tanto del crear y transmitir el conocimiento de las organizaciones que la componen, como de innovar no sólo en la tecnología con la que produce y vende, sino también en sus procesos y conocimientos. Estas acciones no están separadas una de otra, antes bien se debe crear una sinergia entre ellas que permita alcanzar las necesarias ventajas para sobrevivir y desarrollarse”.⁹⁵

3.3.1. Los sectores involucrados

La edición y el mundo del libro es una industria que involucra a autores, editores, impresores, libreros y bibliotecarios; cada uno de ellos aportan sus esfuerzos e iniciativas que van a contribuir en la evolución de las ideas y en el desarrollo de la vida intelectual; gracias a ellos la sociedad ilustrada puede recuperar su memoria cultural, económica y social de una época.

⁹⁴ Aliaga, Carlos. “Logística editorial ¿se debe recurrir a la tercerización?” Encuadernadores, libreros, prosthulos y bibliotecas. México : Solar editores, 2005. pp.107-108 (Serie Quehacer editorial)

⁹⁵ Ramírez, Alejandro. “La industria del libro, la innovación y la gestión del conocimiento” Op cit. p. 101

Los avances tecnológicos han hecho pasar al mundo del libro de una artesanía a una industria, industria en donde participan factores intelectuales y aportaciones económicas. Cuando una edición se concreta han participado en ella principalmente el autor, el impresor y el vendedor, pero hay muchos otros participantes tanto en la parte operativa como financiera.

Junto con los avances tecnológicos que han favorecido el desarrollo editorial hay que destacar la evolución demográfica y la capacidad lectora de ciudadanos de todos los países del mundo. La cultura actúa como un factor de entendimiento y comunicación universal que propicia el acercamiento a los libros y a otras formas de conocimiento, es por ello que el libro, visto como un instrumento de cultura puede llegar a tener el papel de arma ideológica, alimento del espíritu y sobre todo elemento indispensable en procesos educativos y de investigación.

Aún cuando mucho se ha especulado en relación al futuro del libro, resulta innegable que su presencia en el horizonte cultural del hombre ha contribuido favorablemente a la humanidad hacia su desarrollo. Gracias a él las nuevas generaciones conocen las aportaciones de las que le antecedieron y puede así tenerse una mejor calidad de vida gracias a las experiencias y conocimientos transmitidos en los libros en virtud del trabajo de autores, editores, impresores, libreros y bibliotecarios; todo ello a través de una intrincada red de acuerdos, negociaciones y ventas.

3.3.2. El proceso de edición

La edición de libros es una actividad económica que busca colocar sus productos en una comunidad dada a través de una intensa labor que inicia desde el trabajo intelectual del autor para terminar en la actividad de librerías y puntos de venta. Con el paso de los años editar libros se ha ido convirtiendo en una actividad que cada vez aumenta de tamaño y alcance, las necesidades de información de la sociedad se diversifican y ante ello las casas editoras deben esforzarse por presentar obras atractivas, que tengan un buen lenguaje y coherencia interna, es por esto que los involucrados deben ejercitar sus sentidos editoriales –el ojo, el oído, el olfato, la memoria, el sentido común y hasta el buen humor– para cumplir con su objetivo de ayudar al autor para que produzca la mejor obra a su alcance.

Como hemos anotado anteriormente, la evolución histórica de la industria editorial se inicia desde hace más de cinco siglos, pero los cambios drásticos en las formas de producción y comercialización se iniciaron en el siglo XVIII y toman mayor auge en el siglo XIX, momento en que se inventó en Francia la prensa cilíndrica y la encuadernación se volvió más práctica y económica al aparecer las ediciones rústicas de obras que de esa manera pudieron popularizarse.

En el siglo XX el comercio del libro creció considerablemente, se hizo común la edición rústica y las campañas comerciales promovieron el consumo de libros de tal forma que llegando la década de los noventa la industria editorial se consolidó como una industria internacional en auge y

las casas o firmas comerciales se especializaron para poder determinar con mayor precisión sus clientes potenciales.

Actualmente un editor es un empresario cuya misión es dirigir y coordinar las tareas correspondientes a la producción de libros, podría decirse que es un promotor cultural. La elección de una obra a publicar puede ser iniciativa personal o premonición intuitiva del editor (o de un consejo editorial), pero la actual dimensión de las tareas editoriales es asumida por “comités de lectura”, a los que corresponde dictaminar sobre la decisión final de publicar o no. Este periodo previo a la edición debe tener en cuenta principalmente dos cosas: a) la calidad del material sujeto a examen (llamado original o manuscrito), y b) la comercialidad del producto (posibilidad de venta); por tanto en los comités deben prevalecer dos niveles, uno de exigencia intelectual y otro que represente el nivel medio del gusto del público.⁹⁶

Un gran número de manuscritos llegan al editor, sin que este los solicite. Aunque algunos editores comerciales examinan los manuscritos que llegan de esa forma, la proporción de los seleccionados para la publicación es muy pequeña. El conocimiento de editores y los tipos de trabajos que publican, puede ser de ayuda a autores poco conocidos, que frecuentemente malgastan meses y aún años, sometiendo sus manuscritos a editores que no tienen el mayor interés en el material por ellos presentado.

⁹⁶ Salvat, Manuel, dir. El libro ayer, hoy y mañana. Madrid : Salvat, 1973 . p. 80-81.

Otros muchos manuscritos llegan al editor a través de los agentes literarios. Estos representan a los autores y son los encargados de introducir al mercado editorial los trabajos que pueden ser de interés a una firma particular, de hecho un buen agente puede familiarizarse con los intereses de un editor específico. Usualmente los agentes literarios reciben parte de las ganancias que el autor recibe por un trabajo vendido. Una vez que el agente ha vendido a un editor un trabajo, es el mismo agente quien negocia el contrato a nombre del autor. Para un autor es de gran utilidad conocer a los agentes literarios, pues en ocasiones son parte importante de su carrera ya que los pueden guiar a la popularidad.

Frecuentemente el editor desea publicar una obra sobre determinado tema y entonces comisiona a un autor para que escriba sobre el tema de su interés, estos reciben el nombre de “trabajos comisionados”. Ello es más aplicable a obras serias como las científicas y libros de texto. Muchos editores profesionales utilizan el servicio de editores consultores expertos en el campo, quienes dan ideas para nuevos libros y sugieren autores para ellos. Estos editores consultores colaboran con el editor principal para la publicación de series y reciben pequeñas ganancias por cada manuscrito que seleccionan y que consideran convenientes para sacar a la venta. Otras personas a las que también recurre el editor son los exploradores literarios, quienes están encargados de buscar obras de posible éxito potencial. Un buen editor es aquel que obtiene los mejores textos originales, y debe estimular, fomentar y guiar la creación de manuscritos que cubran necesidades actuales y por tanto sean vendibles.

Los manuscritos que llegan al editor sin ser solicitados pueden ser rechazados inmediatamente, ya sea por no ser de la especialidad de la casa editora, por ser muy cortos, por ser muy largos, o por no reunir condiciones deseables para el lector.

En el caso de obras científicas y técnicas, los manuscritos son sometidos a la opinión de expertos especialistas en el campo, éstos revisan y evalúan la obra y a cambio reciben una remuneración. Si un manuscrito ha sido comisionado por una casa editora o es patrocinado por el editor de una serie, las opiniones se dejan de lado ya que el trabajo responde a una necesidad y compromiso hecho anteriormente y se publica la obra sin mayor objeción.

Un manuscrito puede ser de gran interés para un editor y sin embargo puede ser rechazado, esto se debe a que el editor debe tomar en cuenta la opinión del departamento de ventas y del personal de producción; el editor debe combinar la perspicacia literaria con el sentido de los negocios. La reputación y personalidad de una casa editora pueden basarse en la especialidad a que se dedican o a la calidad de las obras que publica.

El trabajo de un editor, consiste en seleccionar manuscritos y desarrollar proyectos para los mismos. Es muy diferente para el editor seleccionar manuscritos de literatura a seleccionar obras de ciencias y humanidades. La ficción se selecciona basándose en cualidades literarias, el

editor confía en su juicio personal para seleccionar estos trabajos. Al contrario, para seleccionar no ficción, el editor debe recabar opiniones hasta establecer si la obra vale la pena y presenta alguna contribución al conocimiento humano. El editor de obras científicas y técnicas debe tener una gran variedad de contactos en círculos periodísticos y académicos.

Una vez que la casa editora ha adquirido un manuscrito, se procede a determinar la técnica y el material que se empleará en su impresión. La mayoría de las casas editoras cuentan con una organización interna en departamentos que abarca: Editorial, Producción y Diseño, y Ventas. Es responsabilidad del editor contactar al autor con el personal de estos departamentos y coordinar el proceso completo de edición. En ocasiones es necesario hacer pruebas de galera y pasar el trabajo a corrección de gramática y puntuación. Después de las correcciones necesarias, la obra se completa con la página de título, tabla de contenido, encabezamientos de los capítulos y prefacio o prólogo. Al final se agrega la bibliografía, glosario, tablas, mapas e ilustraciones; luego se prepara el índice, todo este trabajo es coordinado por el editor junto con el personal de los respectivos departamentos.⁹⁷

Posteriormente se procede a seleccionar el diseño del libro, el diseñador de un libro se encarga esencialmente de seleccionar una forma visual lo que represente lo que el autor quiso decir con palabras, para ello debe emplear las formas, espacio, color, textura y debe conocer las técnicas

⁹⁷ Gardner, Richard K. "Distributing library collections" IN _____ Library collections : their origin, selection and development. New York : McGraw-Hill, 1981. pp. 31-40

de manufactura de libros y costos de producción. El diseñador debe decidir la clase de tipografía que se empleará (márgenes necesarios), espacios entre líneas, etc.), hasta la encuadernación más adecuada.

En la producción técnica de un libro, quien carga con la mayor responsabilidad es el supervisor, quien debe estar al tanto de los adelantos tecnológicos, sus beneficios, ventajas, desventajas y costos. Los costos pueden ser de dos tipos: costos de planta y costos de manufactura, los primeros ocurren sólo una vez y no dependen del número de copias impresas, los segundos dependen del número de copias impresas y de la encuadernación. El supervisor de producción debe mantener continuidad en el trabajo evitando retrasos, pues estos son muy costosos.

La producción de un libro comprende tres procesos que son: composición, impresión y encuadernación. La composición puede ser mecánica, por fotocomposición o electrónica; en el caso de la composición mecánica –prácticamente en desuso– esta puede hacerse a través del monotipo o linotipo, la fotocomposición se hace a través de programas de cómputo que ayudan a la captura de grandes archivos en donde el operador puede analizar sin problemas la calidad tipográfica de un documento antes de que sea enviado al equipo de salida. La inevitable unión entre la computadora y el equipo de composición permite almacenar en soporte magnético cantidades importantes de texto creado desde el teclado.

“Una vez que el documento ha pasado las fases de diseño, tecleado, composición y corrección a plena satisfacción del operador, puede enviarse al equipo tipográfico. Los avances más revolucionarios se han producido en

un sector conocido vulgarmente como autoedición. Con la inversión reducida que suponen un ordenador personal, software de tratamiento de textos y de maquetación y una impresora láser, resulta relativamente fácil producir documentos bien diseñados. A todo esto hay que añadir la eficacia y diversidad de los dispositivos de reproducción de apoyo a la edición electrónica, sobre todo en lo referente al tratamiento y edición de la imagen electrónica, bien sea estática o dinámica (vídeo). En la actualidad, con escáneres de alta calidad, impresoras láser y software muy potentes, se está iniciando una profunda renovación en el mundo de la edición, que está originando cambios en los soportes de la información y una integración sin precedentes de la imagen y del sonido en los documentos. La combinación de equipos potentes y económicos con unas posibilidades ilimitadas de diseño plantea, por otro lado, nuevos retos a la composición; cualquier usuario doméstico tendrá la posibilidad, desde su propia casa, de producir documentos de gran calidad en cualquier soporte: papel, disco o incluso sin soporte material, simplemente para circular por Internet.⁹⁸

3.3.3. Derechos de autor

Tanto el autor como el editor tienen derechos y obligaciones que estarán plasmadas en el contrato que para efectos legales se firma. Un autor por lo general transfiere sus derechos de publicación a un editor exclusivo. Los derechos subsidiarios del autor incluyen reimpressiones (en rústica, para clubs, series, condensaciones, extractos para antologías, etc.) y derechos de presentación (películas, radio, televisión y teatro). El autor por lo general no

⁹⁸ “Composición” IN Biblioteca de consulta Encarta 2005.

cede todos sus derechos al editor, lo cual queda clara y legalmente estipulado en el contrato que firman ambas partes. Los derechos de traducción, televisión y películas son a menudo reservados y vendidos separadamente por el autor a su agente y puede darse el caso de que algunos contratos especifiquen limitaciones geográficas.

Las regalías que recibe el autor por la venta de su obra garantizan sus derechos de publicación, éstas se incrementan a medida que el libro se vende más y se pagan al autor trimestral o anualmente para lo cual el editor entrega un pago adelantado cuando se trata de trabajos comisionados. Cuando se encuentra lista la publicación el autor recibe cierta cantidad de copias de su propio trabajo.

Los derechos de reimpresión, son generalmente tomados y vendidos por el editor, quien después procede a dividirlo en partes iguales entre él y el autor. Los derechos de reimpresión son vendidos o explotados para producir libros con encuadernación rústica o libros para clubs.

La mayoría de los autores se reservan los derechos de presentación, ya que cuando se publica el libro y es latente su éxito el autor puede encontrar conveniente explotar estos derechos y atiende el mercado personalmente o por medio de su agente. El editor que publica su trabajo, recibe un pequeño porcentaje de las regalías generadas por los derechos de presentación.

En México como en la mayoría de países del mundo se protegen los derechos de los autores a través de la Ley de derechos de autor, su más reciente reforma data del año 2003 y en sus consideraciones generales señala que el “derecho de autor es el reconocimiento que hace el Estado a favor de todo creador de obras literarias y artísticas, en virtud del cual otorga su protección para que el autor goce de prerrogativas y privilegios exclusivos de carácter personal y patrimonial. Los primeros integran el llamado derecho moral y los segundos, el patrimonial.”⁹⁹

En relación al contrato entre el autor y el editor la Ley Federal de Derechos de autor puntualiza que éste existe “cuando el autor o titular de los derechos patrimoniales, en su caso, se obliga a entregar una obra a un editor este, a su vez, se obliga a reproducirla, distribuirla, y venderla cubriendo al titular del derecho patrimonial las prestaciones convenidas”. Igualmente se estipula que las partes podrán pactar que la distribución y venta sean realizadas por terceros y aspectos específicos como el número de ediciones o reimpressiones que comprende, la cantidad de ejemplares de que consta cada edición, si la entrega será o no exclusiva y la remuneración que deba percibir el autor o el titular de los derechos patrimoniales.¹⁰⁰

Los derechos de propiedad intelectual protegen al autor en sus derechos de publicación para prevenir cualquier posible plagio ya sea total o parcial de su obra, quien infrinja estos derechos se hace acreedor a

⁹⁹ México. Ley Federal de Derechos de Autor. <http://volcandecolima.com/copyright/ley01.html> Acceso: 17 de septiembre de 2007.

¹⁰⁰ México. Ley Federal de Derechos de Autor. *ibidem*

sanciones penales. Generalmente se hace a nombre del editor, pero también puede registrarse a nombre del autor¹⁰¹.

3.3.4. Organismos editoriales sin fines de lucro

México es un país cuyas autoridades e instituciones tienen gran interés por la cultura y sus manifestaciones. En virtud de ello, buscando hacer llegar la cultura a las mayorías, encontramos una serie de organismos que publican libros y revistas sin fines de lucro, entre ellos los que más destacan son los que forman parte de dependencias gubernamentales, organismos civiles o no gubernamentales, instituciones universitarias y de investigación. En este apartado nos referiremos a los organismos civiles y a las instituciones universitarias o de investigación que entre muchas de sus funciones cumplen con la de publicar obras, bien sea de divulgación general, o de las áreas científicas o humanísticas.

Las organizaciones civiles o no gubernamentales cumplen una importante misión en la promoción de los derechos ciudadanos, éstas pueden abocarse a asistencia, promoción social, vivienda, derechos humanos, democracia, asesoría legal, mujeres, indígenas, migrantes, refugiados, ecología, colegios de profesionistas, cámaras empresariales, cultura, frentes y organizaciones populares, instituciones de investigación y formación, de información procesada y publicaciones, y de organismos internacionales de apoyo a la promoción social. Se considera que en México existen más de

¹⁰¹ *Se incluye como Anexo el texto de la Ley Federal de Derechos de Autor para las precisiones que el lector estime convenientes.*

1325 ONG´s y cubren una disímula multitud indeferenciada de proyectos, intereses, sujetos, prácticas y metodologías de intervención social.¹⁰²

Las ONGs no podrían considerarse, ni lejanamente, una competencia para la industria editorial comercial, sin embargo publican una cantidad de obras cuyas temáticas no son abordadas por otros medios, éstas suelen ser: derechos indígenas, derechos civiles y políticos, derechos económicos, sociales y culturales, grupos vulnerables, derechos de los niños y las niñas, derechos de la mujer, derechos humanos, salud sexual, fármaco dependencia, discapacidad, ecología, desarrollo sustentable, relaciones internacionales, entre otros.

En el caso de las Editoriales Universitarias debe reconocerse que muchas de ellas ofrecen a la comunidad escolar, académica y especializada interesada, obras de gran relevancia puesto que presentan la investigación que desarrollan sus académicos e investigadores. De acuerdo a la definición de Jorge Alfonso Sierra¹⁰³ una editorial universitaria se “entiende de la actividad de orientar, buscar, obtener, evaluar y seleccionar, para su publicación y posterior difusión, obras académicas válidas, de calidad y rigor científicos, previo análisis de las necesidades del ámbito académico y cultural universitario y de la sociedad a la cual está adscrita, para que respondan a las verdaderas inquietudes de éstas”.

¹⁰² Reygadas Robles Gil, Rafael. Las organizaciones no gubernamentales (ONGs) y las organizaciones civiles de promoción del desarrollo (OCPDs) IN Vinculando.org : revista electrónica de desarrollo sustentable. http://vinculando.org/sociedadcivil/abriendo_veredas/26_ong_ocpd.html Acceso: 1 de octubre de 2007.

¹⁰³ Sierra, Jorge Alfonso. Manual de gestión y mercadeo para editoriales universitarias. Bogotá : CERLAL, 1991. p. 6

Son indudables los buenos propósitos de las editoriales universitarias, no obstante en la mayoría de los casos no han podido manejarse como una empresa, son más bien parte de una institución educativa a la que se le asigna recursos y por tanto debe rendir resultados en cuanto a producción de libros y en términos financieros no son redituables porque no tienen como fin el lucro ni la saturación de un mercado ya que sus recursos son limitados. Entre las razones más evidentes de su visión empresarial limitada podemos considerar que no tienen una vinculación adecuada entre los programas editoriales y los programas de estudio de las carreras que imparte la universidad en que se albergan, esto se traduce en falta de libros de texto propios; las universidades carecen de suficientes libros científicos y técnicos y adquieren traducciones para ponerlas a disposición de alumnos, maestros e investigadores; no hay políticas editoriales claras en cuanto a los contenidos de las obras que producen, y por último, no existen adecuados canales de comercialización y distribución y se enfocan a ofrecer sus obras a círculos de clientes potenciales muy reducidos.¹⁰⁴

Las universidades cuya producción editorial es relevante son entre otras: Universidad Nacional Autónoma de México, Universidad Autónoma de Guadalajara, Universidad de Guadalajara, Universidad Veracruzana, Universidad de Colima, El Colegio de México, Universidad Autónoma de Ciudad Juárez, Universidad de Sonora, el Instituto Tecnológico Autónomo de México, Universidad Autónoma Metropolitana, la Universidad

¹⁰⁴ Careaga Covarrubias, Virginia. “Producción editorial en las universidades mexicanas” IN Seminario Internacional Las Editoriales Universitarias hacia el Siglo XXI : América Latina y el Caribe. Buenos Aires : UNESCO, 2004. pp. 8-9

Iberoamericana, Universidad de Las Américas, Instituto Politécnico Nacional, Benemérita Universidad Autónoma de Puebla y la Universidad Pedagógica Nacional.

Sin duda alguna la institución de educación superior que tiene una producción editorial amplia y de gran impacto en el mundo académico e investigativo en México es la Universidad Nacional Autónoma de México, que publica libros y revistas de las siguientes temáticas: obras generales, literatura, sociología y política, economía, historia, derecho, filosofía, biología, lenguaje, estudios latinoamericanos, contabilidad, contaduría y administración, estudios sobre la universidad, antropología, etnología, medicina, enfermería, odontología, veterinaria, bibliotecología, educación, artes visuales, geografía, música y danza, matemáticas, ingeniería, artes, cultura del libro, ciencias sociales, ciencias puras, arquitectura, psicología, teatro, agricultura, economía forestal, caza y pesca, cine (aplicaciones de la fotografía), ciencias de la comunicación, química, bibliografías y catálogos, ciencias aplicadas, computación, astronomía, física, ciencias de la tierra, paleontología, deportes, diccionarios y recreación.

A partir de noviembre de 2006 treinta y dos instituciones de educación superior pertenecientes a la Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior (ANUIES) celebraron un acuerdo para la firma de un convenio de colaboración con el fin de crear mecanismos y condiciones propias para la edición, publicación, promoción, distribución y comercialización del libro universitario. Se consolida con este convenio la

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

La Red Nacional Alttexto ha considerado trabajar en cuatro líneas:

1. Representar a las editoriales de las instituciones de educación superior de México frente a organismos similares nacionales e internacionales.
2. Incrementar la difusión, distribución y comercialización de los libros publicados por las instituciones de educación superior.
3. Facilitar la participación de sus instituciones en ferias del libro nacionales e internacionales, e impulsar la realización de jornadas de exhibición y venta por las propias instituciones.
4. Desarrollar proyectos de profesionalización y proyectos editoriales en coedición entre sus integrantes con otras instituciones.

Esta Red Alttexto se compone de un coordinador, un secretario técnico y ocho comisiones de trabajo que atienden aquellos asuntos que son urgentes de resolver en el quehacer editorial de las instituciones y que comprenden: derechos de autor y coediciones, capacitación, promoción del libro y la lectura, bases de datos y estadísticas, información y página electrónica, catálogo, comercialización y bibliotecas. Su dirección electrónica es: www.rednacionalalttexto.org

Los catálogos de la Red Altexto tienen la finalidad de apoyar la enseñanza y fortalecer la labor docente en los niveles medio superior y superior, así como difundir los resultados de investigación e impulsar la divulgación de conocimiento, promover la cultura y acercar la vida universitaria a toda la población.

En 2007 la Red Nacional Altexto está integrada por 45 instituciones: Centro de Investigaciones y de Estudios Superiores en Antropología Social, El Colegio de la Frontera Norte, El Colegio de la Frontera Sur, El Colegio de México, El Colegio de Michoacán, El Colegio de Sonora, Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales-México, Instituto de Investigaciones Dr. José María Luis Mora, Instituto Tecnológico de Celaya, Instituto Tecnológico de Morelia, Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey, Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Occidente, Universidad Autónoma Agraria Antonio Narro, Universidad Autónoma de Aguascalientes, Universidad Autónoma de Baja California, Universidad Autónoma de Baja California Sur, Universidad Autónoma de Chapingo, Universidad Autónoma de Chihuahua, Universidad Autónoma de Ciudad Juárez, Universidad Autónoma de Coahuila, Universidad Autónoma de Nayarit, Universidad Autónoma de Nuevo León, Universidad Autónoma de Querétaro, Universidad Autónoma de Tamaulipas, Universidad Autónoma de Tlaxcala, Universidad Autónoma de Yucatán, Universidad Autónoma de Zacatecas, Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo, Universidad Autónoma del Estado de México, Universidad Autónoma del Estado de

Morelos, Universidad Autónoma Metropolitana, Universidad de Ciencias y Artes de Chiapas, Universidad de Colima, Universidad de Guadalajara, Universidad de Guanajuato, Universidad de Las Américas Puebla, Universidad de Quintana Roo, Universidad de Sonora, Universidad Juárez Autónoma de Tabasco, Universidad Juárez del Estado de Durango, Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo, Universidad Nacional Autónoma de México, Universidad Pedagógica Nacional, Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla y Universidad Veracruzana.¹⁰⁵

Por otro lado las instituciones de educación superior de calidad agrupadas en el Consorcio de Universidades Mexicanas (CUMEX) ha establecido un convenio con Google Académico para que la producción de las editoriales universitarias de este grupo pueda ser visible en Internet, presentando hasta un 20% de texto de los libros editados para dar difusión a los resultados de la investigación, la difusión de la cultura y los procesos de docencia.

Las instituciones afiliadas a CUMEX son: Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, Tecnológico de Estudios Superiores de Ecatepec, Universidad Autónoma de Aguascalientes, Universidad Autónoma de Baja California, Universidad Autónoma de Ciudad Juárez, Universidad Autónoma de Coahuila, Universidad Autónoma de Nuevo León, Universidad Autónoma de San Luis Potosí, Universidad Autónoma de Yucatán, Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo, Universidad Autónoma del Estado de México,

¹⁰⁵ ALTEXTO: Alianza del texto universitario. Folleto informativo, distribuido en la FIL, Guadalajara, Jal. Noviembre 27, 2007.

Universidad de Colima, Universidad de Guadalajara, Universidad de Occidente, Universidad de Sinaloa, Universidad de Quintana Roo y Universidad de Sonora.¹⁰⁶

3.3.5. El papel del estado en el campo editorial

En el caso del gobierno como editor y como promotor de la edición de libros puede decirse que por iniciativa y propuesta del Dr. Jaime Torres Bodet, Secretario de Educación Pública, en 1959 se firmó el decreto en donde se constituye la Comisión Nacional de Libros de Texto Gratuitos (CONALITEG), el entonces Presidente de la República Lic. Adolfo López Mateos apoyó la idea de dotar a los niños mexicanos inscritos en educación básica de los libros que les apoyaran en el aprendizaje de los conocimientos que los profesores procuraban transmitirles. Este organismo público descentralizado ejerce sus funciones teniendo como marco legal el Art. 3º de la Constitución Mexicana, el Decreto de creación de 1959 y el Decreto de descentralización que data de 1980.¹⁰⁷ Sus funciones se abocan a editar y distribuir los libros de texto gratuito y materiales didácticos similares que previamente han sido dictaminados por la Secretaría de Educación Pública.

Para dar una idea de la magnitud de producción de libros de la CONALITEG se presenta un concentrado de producción de libros y materiales de apoyo educativo durante los sexenios en que ha operado¹⁰⁸:

¹⁰⁶ Consorcio de Universidades Mexicanas : una alianza de calidad por la educación superior. <http://www.cumex.org.mx/consorcio/rectores.php> Acceso: Noviembre 28 de 2007.

¹⁰⁷ Comisión Nacional de Libros de Texto Gratuitos (México). <http://www.conaliteg.gob.mx/> Acceso: 29 de septiembre de 2007.

¹⁰⁸ Comisión Nacional de Libros de Texto Gratuitos (México) Ibidem.

Ciclo escolar	Presidencia de	Núm. de unidades en el sexenio	Total acumulado	libros y materiales por alumno en el último año de cada sexenio
1960-1965	Adolfo López Mateos	117,122,628		3.28
1965-1971	Gustavo Díaz Ordaz	258,024,471	375,147,099	5.2
1971-1977	Luis Echeverría Álvarez	412,990,000	788,137,099	5.56
1977-1983	José López Portillo	474,635,750	1,262,772,849	5.67
1983-1989	Miguel de la Madrid Hurtado	537,400,000	1,800,172,849	5.83
1989-1995	Carlos Salinas de Gortari	609,977,000	2,410,149,849	5.96
1995-2000	Ernesto Zedillo Ponce de León	848,200,000	3,258,349,849	6.55
2000-2005	Vicente Fox Quesada	1,834,142,832	5,092,492,681	12 libros, más 8.32 materiales de apoyo

de 1960 a noviembre de 2006

El CONALITEG tiene, como puede verse, una amplia producción de libros y materiales educativos, de tal forma que algunos lo consideran como la principal competencia de la industria editorial mexicana, sin embargo, no puede dejar de reconocerse que constituye una parte del sector editorial mexicano, que mantiene una fuerza de trabajo importante y que da posibilidades de acceso al conocimiento a miles de mexicanos, muchos de los cuales debido a sus condiciones de pobreza no podrían hacerlo por su poca o nula capacidad adquisitiva en lo económico.

En la actualidad CONALITEG cubre un amplio programa de materiales educativos, el cual abarca: libros para educación preescolar, primaria, secundaria, telesecundaria, libros para maestros, libros en lenguas indígenas, en sistema Braille y otros libros de consulta o recreación. Su producción

editorial ha llegado al extranjero ya que con apoyo del Banco Mundial en 2005, editó los libros de texto gratuito de Honduras. ¹⁰⁹

Al programa editorial de CONALITEG se suman los esfuerzos que viene desarrollando la Secretaría de Educación Pública, entre ellos se cuenta el programa de reimpresiones, el de coediciones, el programa de fomento al libro y la lectura, el incremento de bibliotecas de aula y salas de lectura en el país, la proliferación de librerías mediante franquicias Educal y la estimulación con nuevos premios a jóvenes escritores y editores. ¹¹⁰

Muchas otras entidades gubernamentales en México editan obras en diferentes formatos para dar a conocer la naturaleza y alcance de sus programas y actividades, entre ellas, las de mayor relevancia por las funciones que realizan son: Procuraduría General de la República, Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación, Secretaría de Salud, Secretaría de Comunicaciones y Transportes, Secretaria de Turismo, Secretaria de la Defensa Nacional, Secretaria de Desarrollo Social, Secretaria de Gobernación, Secretaria de Marina Armada de México, Secretaria de Medio Ambiente y Recursos Naturales, Secretaria de Energía, Secretaría de la Función Pública, Secretaría de Hacienda y Crédito Público, Secretaría de la Reforma Agraria, Secretaría de Seguridad Pública y Servicios a la Justicia, Secretaria del Trabajo y Previsión Social.

¹⁰⁹ Comisión Nacional de Libros de Texto Gratuitos (México) Ibidem.

¹¹⁰ Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (México). Hacia un país de lectores: meta del programa de fomento al libro y la lectura. <http://www.cnca.gob.mx/cnca/nuevo/2001/diarias/sep/060901/cool.html>
Acceso: 29 de septiembre de 2007.

Otras dependencias de menor jerarquía son entre otras: Apoyo y Servicio a la Comercialización Agropecuaria, Archivo General de la Nación, Banco de México, Banco del Ejército, Casa de Moneda de México, Centro de Investigación y Docencia Económicas, Centro Nacional de Metrología, Centro Nacional de Rehabilitación, Centro para la Prevención y Control del VIH/SIDA e Infecciones de Transmisión Sexual, Comisión Federal de Telecomunicaciones, Comisión Nacional Bancaria y de Valores, Comisión Nacional de Acuicultura y Pesca, Comisión Nacional de Cultura Física y Deporte, Comisión Nacional de Derechos Humanos, Comisión Nacional de las Zonas Áridas, Comisión Nacional del Agua, Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas, Comisión Nacional para la Preservación del Patrimonio Cultural, Consejo de Recursos Minerales, Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología, Consejo Nacional de Fomento Educativo, Consejo Nacional de Población, Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía, Fondo Nacional de Fomento al Turismo, Fondo Nacional para la Cultura y las Artes, H. Congreso de la Unión, H. Cámara de Diputados, H. Cámara de Senadores, Instituto Federal Electoral, Instituto Mexicano de Cinematografía, Instituto Nacional de Antropología e Historia, Instituto Nacional de Bellas Artes, Instituto Nacional de Desarrollo Social, Instituto Nacional de Ecología, Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática, Instituto Nacional de Investigaciones Nucleares, Instituto Nacional de la Pesca, Instituto Nacional de las Mujeres, Instituto Nacional de las Personas Adultas Mayores, Instituto Nacional de Migración, Instituto Nacional de Nutrición Salvador Zubirán, Instituto Nacional de Salud Pública, Instituto Nacional

Indigenista, Instituto Nacional para el Desarrollo de Capacidades del Sector Rural A. C., Instituto Nacional para la Educación de los Adultos, Lotería Nacional para la Asistencia Pública, Luz y Fuerza del Centro, Agencia Mexicana de Noticias, Nacional Financiera, Presidencia de la República, Procuraduría Federal del Consumidor, Procuraduría General de la República, Servicio de Administración Tributaria, Servicio Geológico Mexicano, Sistema de Información Empresarial Mexicano, Sistema Nacional para el Desarrollo Integral de la Familia, Suprema Corte de Justicia de la Nación, Telecomunicaciones de México, Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación, Tribunal Fiscal de la Federación.

No es esta una lista exhaustiva, solo se mencionan algunas de las dependencias gubernamentales o paraestatales que producen materiales documentales, en la mayoría de los casos para dar cuenta de sus actividades y divulgar información sobre el ámbito que les compete y en otros casos para fomentar la actividad intelectual, artística, cultural o científica en la sociedad mexicana, como sería el caso destacado de dependencias como INEGI, FONCA, CONACULTA, CONAFE, CONACYT Y SEP.

3.3.6. La Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana

La Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana (CANIEM) es un organismo que agrupa a los editores mexicanos, en sus propios términos “es una institución autónoma, de duración indefinida y con personalidad jurídica propia. Es un organismo gremial que cuenta entre sus afiliados a las más importantes empresas e instituciones editoras de libros y publicaciones

periódicas, aunque también están asociadas empresas que forman parte de la cadena productiva o de comercialización en el área editorial.¹¹¹

La CANIEM fue fundada en 1960 y desde entonces representa al sector editorial en sus negociaciones con las diferentes instancias gubernamentales y organismos privados. Organiza y participa en ferias del libro en el país y en el extranjero, recopila la información estadística pertinente y ofrece un programa intensivo de cursos profesionales de capacitación. Edita la revista *Libros de México* y el boletín electrónico *Editores*.

Desde 2003 estableció el Portal del Libro Mexicano: www.librosmexicanos.com y en 1975 la constituyó el primer centro de capacitación de la industria editorial en Latinoamérica, donde ofrece una amplia gama de cursos, seminarios y conferencias que responden a las necesidades de desarrollo profesional del sector editorial en México.

Destacan, entre otras actividades permanentes, la Beca Juan Grijalbo-Conaculta y un diplomado sobre edición coorganizado con la UNAM.¹¹² Los servicios que CANIEM ofrece a sus socios son los siguientes:

1. Consulta, asesoría y gestoría.- Para facilitar los trámites administrativos de las personas involucradas con la actividad editorial, Caniem

¹¹¹ Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana.
<http://www.caniem.com/main/quees.asp?Accion=VerRegistro&Ref=1&NombreABC=&BuscarfkPromocion=&BuscarEsNovedad=&BuscarEsRecomendacion=&Keywords=&NoPagina> Acceso : 7 de octubre de 2007.

¹¹² Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana.
<http://nearyou.gwu.edu/pubs/worldbank/Datos%20Caniem.doc> Acceso: 7 de octubre de 2007.

proporciona consultoría de carácter jurídico laboral, corporativo, penal, civil, fiscal y técnico contable.

Ante la Dirección General del Derecho de Autor, Caniem efectúa el registro de obras, de títulos, de empresas, de características gráficas originales, de personajes ficticios o de caracterización, etcétera y el registro de contratos de edición, de cesión de derechos y traducción. De igual manera, Caniem realiza ante la Comisión Calificadora de Publicaciones y Revistas Ilustradas los trámites necesarios para obtener la licitud de títulos y de contenido en publicaciones periódicas (diarios y revistas), la solicitud para obtener constancia de vigencia de licitudes y, ante el Servicio Postal Mexicano, las gestiones necesarias para el registro de publicaciones periódicas como correspondencia de segunda clase.

2) Capacitación.- Uno de los esfuerzos principales de Caniem es ayudar a fortalecer el desempeño de las empresas editoras afiliadas y brindar las herramientas necesarias para el crecimiento y desarrollo de la industria.

Por ello, a través de su Centro de Capacitación ofrece una amplia gama de cursos, seminarios y conferencias que, actualizados permanentemente, responden a las necesidades reales del sector y a todas las áreas que intervienen en la producción editorial: derechos de autor, diseño, redacción, maquila, administración, criterios editoriales, comercialización, cálculo, regímenes tributarios, calidad, etcétera. Además anualmente organiza el Seminario de Introducción al Mundo

del Libro y la Revista que, con el auspicio de la Beca Juan Grijalbo/CNCA, ofrece una visión integral de la industria editorial mexicana desde sus orígenes.

El Centro de Capacitación realiza sus seminarios en el domicilio de Caniem. Sin embargo, también lleva sus cursos a las empresas afiliadas que así lo soliciten, incluso a las que se localizan en el interior de la república.

3) Promoción.- La Cámara editorial cuenta con el Centro de Promoción del Libro Mexicano (Cepromex), organismo que contribuye a difundir y promover los títulos de las empresas editoriales a través de ferias del libro nacionales e internacionales.

Cepromex organiza anualmente la Feria Metropolitana del Libro que, con veintisiete años de celebración ininterrumpida, se ha consolidado como un espacio fundamental para los habitantes de la capital. Asimismo, Cepromex apoya a la organización de ferias de menor dimensión y colabora en la realización de las ferias internacionales del libro del Palacio de Minería, Guadalajara e Infantil y Juvenil.

Cuenta además con un programa de participación en ferias del extranjero en el que se incluyen la Infantil y Juvenil de Bolonia, Italia; la de Buenos Aires, Argentina; la de Santafé de Bogotá, Colombia; las exposiciones de librerías y bibliotecarios Estadounidenses BEA (ABA) y ALA; Liber en Barcelona/Madrid, España y Francfort, Alemania.

4) Publicaciones y biblioteca.- Caniem informa sobre sus actividades y mantiene comunicación estrecha con sus asociados a través de su boletín mensual Editores. Asimismo, se vincula constantemente con los medios masivos de difusión durante las actividades más importantes realizadas por nuestra Cámara, como la Feria Metropolitana del Libro y el Día Nacional del Libro.

La Cámara cuenta en sus instalaciones con una pequeña biblioteca especializada donde el usuario puede consultar obras con temas de edición, comercialización, historia editorial, diseño, lingüística, derechos de autor y otros temas relacionados con la industria editorial.

El área de Difusión también mantiene una constante comunicación con nuestros socios para difundir u organizar cualquier evento relacionado con las actividades del gremio editor.

Para difundir temas de interés sobre el desarrollo y la actualidad de la industria y el comercio editorial de México y el mundo, edita trimestralmente la revista Libros de México la cual se distribuye a nivel internacional a través de suscripciones y ferias de libro.

Anualmente publica también las estadísticas de la actividad editorial, que representan el dato más confiable en cuanto a la producción de libros y revistas comerciales en México.

5) Medios electrónicos.- De manera simultánea e inmediata, miles de personas de todo el mundo pueden tener acceso a la información

sobre las actividades de la Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana y sus afiliados por medio de su página en la red electrónica Internet.

La información que posee esta página incluye directorio de socios, funciones y organización de la Cámara, actividades, servicios, oportunidades de negocios, licitaciones nacionales e internacionales y otros datos que ofrecen una visión global y actualizada sobre la industria editorial mexicana, lo cual permite a los editores competir en un importante medio de difusión, ampliar sus mercados y la oferta de derechos.¹¹³

3.3.7. La comercialización del libro

El libro como producto cultural ha estado sometido a los valores que dinamizan al mercado y a los consumidores de cultura. En el caso particular de México resulta obvio que su desarrollo histórico ha venido determinando la lógica de producción, comercialización y consumo de libros.

Si bien es cierto que la época colonial matizó el panorama cultural mexicano y trajo a nuestro territorio importantes aportaciones bibliográficas, el libro como objeto de consumo empezó a circular en ámbitos diversificados hasta los primeros años del siglo XX, entre otras cosas porque el índice de analfabetismo era superior al 65% y la población

¹¹³ Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana. <http://www.caniem.com/main/servicios.asp> Acceso: 8 de octubre de 2007.

era mayoritariamente rural, la minoría letrada que disponía de recursos económicos adquiriría obras nacionales o importadas a través de Espasa Calpe.

En la década de los años veintes resultó una gran aportación el programa editorial de José Vasconcelos quien como rector de la Universidad Nacional y más tarde como Ministro de educación impulsó una intensa campaña de alfabetización y lectura en todo el país que estuvo respaldado por bibliotecas y distribuciones gratuitas. Faltó a este gran proyecto cultural impulsar la cadena de distribución y la apertura de librerías y puntos de venta en el territorio nacional para garantizar la presencia de las novedades editoriales en el interior del país y para descentralizar la actividad librera de la ciudad de México.¹¹⁴

Muchos planes gubernamentales han pretendido impulsar la lectura, podrían mencionarse esfuerzos como los de Álvaro Obregón y Plutarco Elías Calles, incluso el de Jaime Torres Bodet quien como Secretario de Educación organizó una de las primeras ferias del libro que tuvo lugar en la Escuela de Ingeniería y Minas a mediados de los años sesentas.

Los canales de venta y librerías en México no son abundantes, para cien millones de habitantes se dice que existen menos de 500 librerías, en ellas se ofertan cerca de 400 novedades que produce la industria editorial mexicana y las importaciones que principalmente de España llegan para integrarse mensualmente a la producción editorial.

¹¹⁴ Salazar, Juan José. “La industria editorial y los libros en México : cambios y permanencias” IN Libros de México, No. 87 : 26-27. Feb.-Ab. 2007.

Existe una sobre oferta de títulos en las librerías y una alta rotación de los espacios de venta en las mismas; hay además una dictadura del mercado ocasionada por una lógica de novedades impuesta por las grandes empresas editoras que deja fuera a editoriales pequeñas u medianas y ante esto los editores optan por publicar libros que garantizan una rápida rotación, como es el caso de los bestsellers o los libros de superación personal. ¹¹⁵

A la cantidad de librerías identificadas en el país hay que agregar cerca de 1000 puntos de venta adicionales que se localizan en tiendas de autoservicio, kioscos, ferias de libro o instalaciones provisionales en eventos e instituciones educativas. Somos uno de los países con menor índice de librerías por habitante. Si comparamos la cifra de librerías y puntos de venta de libros con los que existen en Francia, donde hay más de 9400 puntos de venta de libro que, en su mayoría, el 80% son exclusivamente librerías, puede afirmarse que se carece de las suficientes librerías que pudieran apoyar e incidir en los hábitos formales de los lectores. Cualquier campaña a favor de la lectura debe estar basada en la premisa económica de que es la oferta la que estimula a la demanda. ¹¹⁶

Las políticas de descuentos impuestas por las grandes librerías a los editores, el bajo consumo de los libros y la falta de apoyo oficial no alientan la apertura de más librerías. Por otro lado la bestselerización del mercado editorial, el limitado número de puntos de venta y un precio de los libros que no corresponde con la economía nacional ha provocado que los libros

¹¹⁵ Salazar, Juan José. “La industria editorial y los libros en México : cambios y permanencias” Ibid. p. 27

¹¹⁶ González Lewis, Gustavo. “ Perspectiva de la industria editorial en México” IN Libros de México, No. 15: p.7 Ab.-Jun. 1989.

se comercialicen en el comercio informal a través de dos canales: el robo y la reproducción ilícita: la piratería. Datos de Centro Promotor del Libro Mexicano (Cempro) reflejan pérdidas a la industria por más de un millón 250 mil pesos. ¹¹⁷

En lo que se refiere al consumo de libros, hasta hace poco México no contaba con estadísticas de lectura que permitieran conocer cual es el verdadero número de libros que se leen al año. La Encuesta Nacional de Lectura, presentada a finales del 2006 habla de 2.9 libros per cápita en México. El estado mexicano más que generar políticas públicas que faciliten y amplíen la cadena del libro, desde la creación, la producción, distribución y comercialización del libro, se ha limitado a adquirir a bajo precio más de la mitad de la producción editorial mexicana para programas como Bibliotecas de Aula y Escolares del Programa Nacional de Lectura. Se encuentra pendiente de discutir en la actual legislatura el proyecto de Ley del Libro y la Lectura, misma que incluye el precio único. Se espera que facilite la apertura de nuevas librerías. Sólo así México podrá ser un país de lectores. ¹¹⁸

Resulta necesario para el desarrollo del país en todos sentidos, que se aliente el crecimiento de la industria editorial, por un lado es necesario limitar la intervención del estado en cuestiones de producción de libros y por otro lado deben buscarse medidas que detengan la producción pirata de libros y hacer que se tome conciencia sobre la afectación de los derechos de autor con la fotocopia indiscriminada de libros, la atención a estos

¹¹⁷ Salazar, Juan José. “La industria editorial y los libros en México : cambios y permanencias” Op cit. p. 27

¹¹⁸ Salazar, Juan José. “La industria editorial y los libros en México : cambios y permanencias” Ibid p. 28.

problemas redundará en beneficio del desarrollo cultural del país y lógicamente en aspectos económicos ideales.

Capítulo 4

Las instituciones de fomento y desarrollo de las industrias editoriales

Capítulo 4

Las instituciones de fomento y desarrollo de la industria editorial

El desarrollo de todos los países tiene un fuerte componente en las industrias culturales, las cuales iniciaron una consistente evolución a partir de la invención de la imprenta, los avances tecnológicos y la expansión de la educación. Fueron estos factores los que propiciaron a su vez que la cultura escrita estuviera sólidamente configurada por la industria editorial y más tarde respaldada por las industrias audiovisuales que han venido articulándole para generar nuevos modos de comunicación.

La industria editorial ha logrado en el presente, una evolución sorprendente, de tal forma que puede decirse que en los últimos años se han publicado más libros que los que se publicaron en los primeros quinientos años luego de inventada la imprenta. Lógicamente esta evolución no ha sido uniforme en los diferentes países del mundo, puede decirse que la Unión Europea, Estados Unidos y Japón son los países que más ganancias obtienen de los beneficios generados por la prensa, los libros, la radio, el cine y la televisión.

4.1. Instituciones, organismos y programas que fomentan el desarrollo de la industria editorial

La estructura sociopolítica internacional y la particular de cada país ha venido creando y determinando a ciertos actores gubernamentales, industriales, comerciales y culturales que fomentan el desarrollo de la

industria editorial; estos organismos pueden tener carácter local, nacional e internacional y en todos los casos sus funciones van dirigidas a promover la consolidación de la economía editorial de tal forma que se logren las mejores ventajas, tanto para el gremio involucrado en la edición de libros, como para los consumidores finales de sus productos, que son en este caso los ciudadanos de todo tipo.

4.1.1. Iniciativas internacionales

Algunos de los organismos y/o programas que desarrollan actividades para fomentar el desarrollo de la industria editorial en el plano internacional son, entre otros:

- Unión Internacional de Editores
- UNESCO – Alianza Global. Programa Cultural. Sección Libro e Industrias Culturales
- UNESCO – Programa Portal Observatorio
- UNESCO – Programa Información para Todos (IFAP)
- UNESCO – Media Development Program
- Organización Internacional del Libro Infantil (IBBY Internacional)
- Organización Mundial de Comercio
- Organización Mundial de la Propiedad Intelectual
- The International ISBN Agency
- Centro Internacional ISSN
- Grupo Iberoamericano de Editores
- Centro Regional para el Fomento del Libro en América Latina y el Caribe

La UIE (Unión Internacional de Editores), fundada en 1896, representa a la industria editorial en el plano mundial y reagrupa 78 asociaciones nacionales, regionales o especializadas en 65 países. Es una organización no gubernamental acreditada, que mantiene relaciones de consulta con las

Naciones Unidas. Los locales de su secretaría se encuentran en Ginebra (Suiza).

Como puede observarse, uno de los organismos que más actividades desarrolla promoviendo el campo de la industria editorial es la UNESCO. A través de sus programas viene estableciendo pautas para que la industria editorial favorezca la educación, la ciencia y la cultura. Por mencionar uno de sus programas vale la pena mencionar a la Alianza Global que promueve la diversidad cultural reforzando las capacidades de las industrias culturales locales de producir y distribuir bienes y servicios e impulsando su acceso a los mercados nacional e internacional. Sus acciones se dirigen a crear partenariados público-privados entre sus miembros con el fin de brindarles la ayuda necesaria para impulsar iniciativas culturales así como el intercambio de experiencias y competencias profesionales; trabajando en favor de la protección y el respeto de la propiedad intelectual, sin la cual artistas y creadores no podrían proteger su trabajo o convertir su creatividad en un negocio viable; impulsando y acompañando procesos de diálogo y concertación entre las autoridades públicas y los interlocutores privados, favoreciendo así el establecimiento de políticas sectoriales y marcos normativos adaptados a las necesidades de las industrias culturales La Alianza Global persigue estos objetivos colaborando estrechamente con sus miembros y alienta la participación de todas las organizaciones activas en alguno de

los sectores de las industrias culturales, tales como la música, el libro, el cine, el multimedia, la artesanía o el diseño.¹¹⁹

Otra iniciativa internacional meritoria y loable es la Organización Internacional para el Libro Infantil y Juvenil (IBBY). Es un colectivo sin ánimo de lucro. Está compuesto por asociaciones y personas de todo el mundo comprometidas con la idea de propiciar el encuentro entre los libros y la infancia. Su misión es:

- Promover el entendimiento internacional a través de los libros para niños y jóvenes
- Facilitar a los niños y jóvenes de todos los países oportunidades para acceder a los libros de calidad literaria y artística
- Favorecer la publicación y distribución de libros de calidad para niños y jóvenes, especialmente en los países en desarrollo
- Proporcionar apoyo y formación a quienes trabajan con niños y jóvenes y con los libros concebidos para ellos
- Estimular la investigación y la publicación de trabajos académicos en el campo de los libros para niños y jóvenes.¹²⁰

Existen muchos organismos que directa e indirectamente promueven el desarrollo de la industria editorial, aquí solo ha querido ejemplificarse con algunos de los más importantes para mostrar el impacto que como industria cultural reconocen los sectores gubernamentales y no gubernamentales en el

¹¹⁹ UNESCO. Alianza Global para la Diversidad Cultural. http://portal.unesco.org/culture/es/ev.php-URL_ID=24468&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html Acceso: 14 de febrero de 2008.

¹²⁰ International Board on Books for Young People IBBY. ¿Qué es IBBY? <http://www.ibby.org/index.php?id=about&L=3> Acceso: 14 de Febrero de 2008.

plano internacional. Resulta evidente que las iniciativas para favorecer a la industria editorial promueven el desarrollo social y económico de los grupos poblacionales, por tanto las inversiones y esfuerzos que se empeñan en ellas retribuyen beneficios deseables y metas favorables.

4.1.2. Iniciativas nacionales

En el entorno nacional podemos ver que muchos países han desarrollado esfuerzos por contar con un organismo que represente los intereses de la industria editorial del país, algunos se han constituido como asociaciones, o bien como cámaras, centros o federaciones. Algunos de ellos son:

- Asociación Americana de Libreros (ABA)
- Asociación Americana de Distribuidores de Libros (AWBA)
- Asociación Americana de Distribuidores de Publicaciones (PWNA)
- Asociación Alemana de Libreros
- Asociación Alemana de Distribuidores de Prensa (PRESSE-GROSSO)
- Asociación de Editores Holandeses
- Asociación de Editores Suecos
- Asociación de Librerías de Québec (ALQ)
- Asociación Europea de Editores de Prensa (ENPA)
- Asociación Húngara de Editores y Libreros
- Asociación Iberoamericana de Editores Electrónicos Independientes
- Asociación Portuguesa de Editores y Libreros (APEL)
- Association Nationale des Editeurs des Livres (ANEL)
- Association of American Publishers (AAP)
- Association of American University Presses (AAUP)
- Association of Booksellers for Children (ABC)
- Association of Canadian Publishers (ACP)
- Asociación Nacional de Distribuidores de Publicaciones (España)
- Unión de Distribuidores Nacionales de Ediciones (España)
- Agrupación de Distribuidores de Libros y Ediciones (España)

- Federación de Asociaciones Nacionales de Distribuidores de Ediciones (España)
- Associazione Italiana Editori (AIE)
- Australian Publishers Association (APA)
- Canadian Publishers Council
- Centre National du Livre (CNL)
- Directory & Database Publishers Association
- Federación Europea de Libreros (EBF)
- Federation of European Publishers (FED)
- France Edition
- Independent Publishers Guild
- Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana
- Instituto Cubano del Libro
- International Publishers Association (IPA)
- Periodical Publishers Association
- Scottish Publishers Association
- Small Press. Center of Independent Publishing
- Syndicat National de L'Edition (SNE)
- The Booksellers Association of the United Kingdom & Ireland (BA)
- The Japan Book Publishers Association (JBPA)
- The Publishers Association (PA) ¹²¹

Los esfuerzos y logros de estas entidades se dirigen en varias direcciones, por ejemplo la aplicación de normas al campo editorial (editoriales, distribuidoras y librerías), generación de circulares, boletines, sitios Web, reuniones, ruedas de prensa, congresos, jornadas, acciones para fortalecer las redes comerciales y productivas, desarrollo y establecimiento de proyectos y convenios, intervención en consultas para la propuesta y derogación de leyes que afectan al campo editorial, desarrollo de investigaciones, capacitación y actualización de personal, desarrollo y actualización de bases de datos sobre producción editorial y todas aquellas

¹²¹ FANDE. <http://www.fande.es/fande.asp> Acceso: 6 de abril de 2008.

que permitan que la industria editorial defienda sus derechos e impulse su desarrollo considerando como valores fundamentales la libertad de expresión, el derecho de autor, la solidaridad gremial y la vinculación internacional.

4.2. Papel de la UNESCO

Una de las directrices más importantes a nivel mundial es dictada por la UNESCO en su Programa de Cultura, Sección Libros e Industrias Culturales que se ha encargado de promover el libro como fuente de desarrollo económico y vector esencial del fomento de la diversidad cultural. La UNESCO aporta sus conocimientos jurídicos y técnicos a las políticas nacionales. Apoya la extensión de redes internacionales de profesionales del libro, comprendidos los editores independientes. Mantiene asociaciones duraderas con instituciones especializadas para aconsejar estrategias regionales de desarrollo. Patrocina actividades de sensibilización: Día Mundial del Libro y el Derecho de Autor, Capital Mundial del Libro, y contribuye al reconocimiento de libros de calidad para niños y a la donación de libros y bibliotecas ambulantes para fomentar la lectura. Promociona el Acuerdo de Florencia sobre la libre circulación de los bienes educativos, científicos y culturales (1950) y su Protocolo de Nairobi (1976), fomenta desde 2002 la Alianza Mundial para la Diversidad Cultural. Sus programas específicos al respecto se denominan:

- Libros y Lectura
- Capital Mundial del Libro
- Index Translationum
- Literatura y traducción

- Día Mundial del Libro y el Derecho de Autor
- Alianza Global para la Diversidad Cultural
- El Acuerdo de Florencia ¹²²

De igual forma la UNESCO desarrolla acciones, proyectos e instrumentos para sensibilizar y reforzar las capacidades sobre derechos de autor y para propiciar la formación, la información y la investigación en materia de derechos de autor, en particular ha desarrollado las siguientes herramientas útiles para la consulta y sensibilización en los ámbitos involucrados:

- Nociones básicas en materia de derechos de autor y derechos conexos
- ¿Qué es el derecho de autor? vídeo interpretado por el mimo Marcel Marceau
- Las publicaciones de la UNESCO, incluyendo el e-boletín del derecho de autor en seis lenguas
- La colección de leyes nacionales sobre derecho de autor
- La lucha contra la piratería
- La Red de Cátedras de derechos de autor
- La guía sobre la gestión colectiva de los derechos de autor, útil al desarrollo de las sociedades de gestión
- Comités intergubernamentales:
 - Derecho de Autor
 - Comité Intergubernamental de la Convención de Roma¹²³

A la par de estas acciones de este organismo internacional cada país ha venido desarrollando proyectos e iniciativas que consolidan a la industria editorial como una actividad productiva que brinda valiosos aportes al

¹²² UNESCO. Cultura. http://portal.unesco.org/culture/es/ev.php-URL_ID=11681&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html Acceso: 6 de abril de 2008.

¹²³ UNESCO. Derechos de autor. http://portal.unesco.org/culture/es/ev.php-URL_ID=12313&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html Acceso: 7 de abril de 2008.

desarrollo de las naciones, es por esto necesario que tengan muy claras sus políticas en materia de industria editorial para que se comprometan voluntades y esfuerzos conjuntos para impulsar el libro y la lectura en aras de consolidar eficientemente el mercado editorial.

4.3. Agencia Internacional del ISBN

La Agencia Internacional del ISBN es un organismo con sede en Londres cuya administración se lleva a cabo en los niveles de agencia internacional, agencias de grupo y nivel editorial. Tiene como funciones:

- Promover, coordinar y supervisar el uso a nivel mundial del sistema ISBN.
- Aprobar la definición y estructura de las agencias del grupo.
- Asignar identificadores a las agencias del grupo.
- Asesorar sobre la creación y funcionamiento de agencias del grupo.
- Asesorar a las agencias del grupo respecto a la asignación de identificadores editoriales internacionales.
- Publicar de manera regular listados de los números de grupo y de los prefijos editoriales asignados.

El ISBN (International Standard Book Number) o Número Normalizado Internacional para Libros es un número de identificación legible electrónicamente que reconoce a todos los libros sin que haya lugar a que se produzcan errores. El número se define por el estándar ISO (International Standard Organization) 2108. El ISBN está en uso desde hace más de 35 años

y ha revolucionado el comercio editorial. 170 países y territorios son miembros oficiales del sistema ISBN. El ISBN acompaña a una publicación desde de su producción.

A partir del 1 de enero del 2007, las agencias nacionales del ISBN asignan, exclusivamente, ISBN de 13 dígitos, compuestos por los siguientes elementos:

- Prefijo
- Identificador de grupo de registro
- Identificador de registrador / editor
- Identificador de publicación
- Dígito de comprobación

El número de diez dígitos se divide en cuatro partes de extensión variable que deben separarse claramente con guiones o espacios: ISBN 978-0-571-08988-8 ó ISBN 978 0 571 08988 8

El número de dígitos del segundo, tercer y cuarto elemento del ISBN (grupo de registro, registrador y publicación) es variable. La longitud del elemento correspondiente al grupo de registro va en relación con el volumen de producción previsto del grupo de registro o del registrador. Cuando estos elementos son cortos, significa que se prevé que el grupo de registro o el registrador (o ambos) editará un número elevado de publicaciones.¹²⁴

El Número Internacional Normalizado del Libro, es la identificación que se da a un título o una edición de un título de determinado editor de acuerdo a

¹²⁴ Agencia Internacional de ISBN. <http://www.isbn-international.org/esp/index.html> Acceso: 12 de abril de 2008.

la costumbre internacional. Es un sistema que opera a nivel mundial para numerar los títulos de la producción editorial de cada país o región; en México el sistema es operado por el Centro Internacional de Información, donde el Instituto Nacional de Derechos de Autor (INDA) funge como agencia nacional. Su principal objeto es facilitar la localización de las obras impresas y la identificación de los autores y editores. A México le corresponden los números 968 y 970 como identificador de grupo.¹²⁵

4.4. Centro Internacional ISSN

El Centro Internacional ISSN es la agencia que se encarga de mantener y editar el registro que corresponde a cada publicación seriada, coordina además las actividades de los centros nacionales de ISSN, asigna números de control a las publicaciones seriadas internacionales y a las de aquellos países que no tienen centro nacional ISSN.

El ISSN (International Standard Serial Number) es un número de ocho dígitos que identifica a todas las publicaciones periódicas como tales, incluidas las publicaciones periódicas electrónicas. Cada ISSN asignado a una publicación seriada está registrada en una base de datos internacional que es la fuente más completa y autorizada para la identificación de las publicaciones seriadas de todo el mundo que está disponible a través de una interfaz Web denominada Portal ISSN que puede ser libremente evaluado y

¹²⁵ Carrillo Toral, Pedro. El derecho intelectual en México. México : Plaza y Valdez, 2002. p. 70

probado por un período de un mes. Actualmente se han asignado más de un millón de números ISSN en el mundo. ¹²⁶

Este sistema de control de publicaciones seriadas es administrado por una red mundial de 85 centros nacionales coordinados por un centro internacional con sede en París, con el respaldo de la Unesco y el Gobierno francés. El ISSN es usado por diversos asociados en toda la cadena de información: bibliotecas, agentes de suscripción, los investigadores, científicos, diarios y revistas (a través de su versión de código de barras); está formado por ocho dígitos divididos en dos grupos de cuatro, separados por un guión, que incluyen un dígito verificador que permite la identificación de la publicación seriada que lo posee, vigente o que dejó de publicarse sin importar su lugar de origen, idioma o contenido. El conjunto de dígitos debe ir precedido por las siglas ISSN. ¹²⁷

En México los trámites para la asignación de ISSN a editores, instituciones o autores individuales de publicaciones seriadas se realizan ante el Instituto Nacional de Derechos de Autor (INDA), que prevé para tal efecto formatos para diversos trámites, que abarcan: la solicitud de ISSN, la cédula de integración y ficha catalográfica, disponibles en la siguiente dirección electrónica:

http://www.sep.gob.mx/wb/sep1/sep1_Formatos_y_requisitos_para_tramites

¹²⁶ ISSN Internacional Centre. <http://www.issn.org/en/node> Acceso: Abril 24 de 2008.

¹²⁷ Carrillo Toral, Pedro. El derecho intelectual en México. Op cit. p. 72.

y en la siguiente dirección física: Argentina 28, Centro Histórico, C.P. 06029, México, D.F. Teléfono 3601 · 1000. ¹²⁸

4.5. Agenda de CERALC sobre políticas públicas del libro y la edición

El CERALC es un organismo iberoamericano e intergubernamental que trabaja por el desarrollo y la integración de la región a través de la construcción de sociedades lectoras. Para ello orienta sus esfuerzos hacia la protección de la creación intelectual, el fomento de la producción y circulación del libro y la promoción de la lectura y la escritura. Entre sus acciones está el cooperar y dar asistencia técnica a los países en la formulación y aplicación de políticas públicas, genera conocimiento, divulga información especializada, impulsa procesos de formación y promueve espacios de concertación.¹²⁹

En febrero y marzo de 2002 se llevó a cabo en Cartagena, una reunión convocada por Centro Regional para el Fomento del Libro en América Latina y el Caribe (CERLAL), en donde expertos del Grupo Interamericano de Editores, la Secretaría de Cooperación Iberoamericana y la Agencia Española de Cooperación Internacional discutieron y acordaron una agenda de políticas

¹²⁸ Instituto Nacional de Derechos de Autor INDAUTOR. http://www.sep.gob.mx/wb/sep1/sep1_INDAUTOR
Acceso: 12 de abril de 2008.

¹²⁹ CERALC. <http://www.cerlalc.org/secciones/acercadelcerlalc/quienesomos/mision.htm> Acceso: 14 de abril de 2008.

públicas¹³⁰ sobre el libro y la edición, los puntos propuestos fueron los siguientes:

- Recomendaciones para el fomento de la producción del comercio y del libro
 - Promover la libre circulación del libro
 - Políticas fiscales
 - Apoyar las industrias locales en el contexto de la globalización
 - Fortalecer los espacios asociativos de la industria editorial
 - Impulsar las cadenas de librerías y los canales de comercialización
 - Vincular esta industria cultural a diversos ámbitos de la decisión política
- Recomendaciones sobre la protección de derechos de autor
 - Protección efectiva del derecho de autor
 - Promover la preservación de la diversidad cultural de las naciones
 - Equilibrio entre el interés común y el interés de los titulares de derecho de autor
 - Formación y sensibilización en el tema de derechos de autor.
- Recomendaciones sobre promoción de la lectura
 - Fortalecer los sistemas nacionales de bibliotecas públicas

¹³⁰ *Políticas Públicas: estrategias y líneas de acción determinadas por el interés común, que buscan guiar, articular y promover, a través de la concertación, las acciones desarrolladas por diversos actores: el Estado, las empresas privadas y las organizaciones civiles, en determinados campos de la vida social. Tomado de: CERLAL. La agenda de políticas públicas sobre el libro y la edición. Bogotá : CERLAL; 2002. p. 1*

- Mejorar la pedagogía de la lectura y escritura
- Crear y mejorar los sistemas de formación sobre experiencias de lectura
- Hacer visible el valor de la lectura.¹³¹

Las líneas de trabajo de CERLALC se enfocan hacia el apoyo en la construcción de políticas públicas sobre el libro y la edición, investigación, información, formación y alianzas estratégicas. Es particularmente importante el papel de esta entidad en materia de políticas, ya que trabaja para lograr acuerdos entre los actores que intervienen en la producción editorial, la comercialización y la lectura.

Respecto a la creación intelectual, el CERLALC promueve acciones que van desde el estímulo a la creatividad en el sistema educativo, hasta el diseño de políticas que contemplen la seguridad social de los autores, pasando por el fortalecimiento de las instituciones que garantizan la protección de las obras.

En cuanto a las industrias culturales relacionadas con la producción de materiales de lectura, el CERLALC apoya a los países en la generación de condiciones favorables al desarrollo de la industria. Realiza esta labor a través de tratamientos fiscales preferenciales; de la generación de intercambios comerciales entre los países miembros; del apoyo a las empresas editoriales y a las librerías, y de la promoción de condiciones que posibiliten la libre y efectiva circulación de obras entre los países. Apoya y orienta a los gobiernos

¹³¹ Centro Regional para el Fomento del Libro en América Latina y el Caribe. Agenda de políticas públicas sobre el libro y la edición. Bogotá : CERLALC, 2002. p. 2-5

en el diseño e implementación de políticas públicas de lectura, en especial en el desarrollo de los sistemas de bibliotecas públicas, la formación de lectores en las instituciones educativas y en otros espacios.¹³²

4.6. La política en materia de industria editorial

El libro sigue siendo uno de los soportes con mayor impacto en el ámbito de la cultura y la educación, es por esto que todos los países deben revisar sus políticas culturales para adecuarlas a los procesos de cambio que vive el mundo moderno.

Estos cambios están determinados, principalmente, por las innovaciones tecnológicas, los procesos de concentración de mercados en el marco de la globalización, la aparición de novedosos recursos multimedia, la reorganización de los procesos productivos, los cambios en el comportamiento lector de los ciudadanos, la facilidad de la reproducción y los soportes digitales que requieren nuevas definiciones de derecho de autor, y por tanto de estrategias acordes con ese entorno cambiante que garanticen el adecuado desarrollo a partir de políticas públicas sobre el libro y la edición.¹³³

La sociedad actual tiene como principal característica el libre acceso a las creaciones culturales, científicas y técnicas. Esta es una de las razones por

¹³² CERLAL. Líneas de trabajo.

<http://www.cerlalc.org/secciones/acercadelcerlalc/quienesomos/lineasdetrabajo.htm> Acceso: 14 de abril de 2008.

¹³³ Centro Regional para el Fomento del Libro en América Latina y el Caribe. Agenda de políticas públicas sobre el libro y la edición. Bogotá : CERLAL, 2002. p.3

las cuales todos los países del mundo deben contar con directrices que le permitan una justa y libre circulación del libro. Partiendo de esta premisa las políticas del libro deben inspirarse y dirigirse a la creación de las condiciones necesarias para que el libro se desarrolle como un producto cultural, sin menoscabar su calidad y la función social que juega, y cuya publicación y existencia se fundamentan en la calidad y garantía de expresar las identidades de lo humano y pugnando siempre por el progreso y la educación.

4.6.1. La política nacional del libro de la UNESCO

En 1997, Álvaro Garzón, consultor colombiano quien participó en la creación de CERLALC y fue director de la Sección del Libro y las Industrias Culturales de la UNESCO, elaboró una guía de trabajo de campo en el reconocimiento del sector del libro como un campo en el que convergen numerosas disciplinas e intereses: autores, editores, impresores, distribuidores, librerías, titulares de derecho de autor, bibliotecarios, sistemas escolares, autoridades financieras, aduanales y fiscales. Aunque en la obra se aclara que las opiniones expresadas no son necesariamente las de la Organización, sino del autor, se establecen de acuerdo a su experiencia y perspectiva, cuáles son los principales elementos y factores que los países deben tomar en cuenta para diseñar adecuadas políticas en materia de libro, edición y lectura, la obra se complementa con la propuesta de una ley tipo que recibe el nombre de “Ley de Guayaquil”, que sirve de inspiración a los

legisladores latinoamericanos al momento de poner al día las leyes de fomento del libro.¹³⁴

En esta obra, Garzón apunta que el gran objetivo de una política nacional del libro es lograr que todos los niveles de la sociedad puedan acceder más fácilmente a los libros. Para alcanzar esta meta es necesario trabajar en una compleja estructura cultural, industrial y comercial que media entre el autor y el lector. Los objetivos parciales de esta política deberán enfocarse a:

- el estímulo de la creación literaria
- el establecimiento de un marco legal apropiado para la protección del derecho de autor
- la creación de incentivos fiscales, crediticios y administrativos para la industria editorial
- la agilización de la distribución nacional del libro y de su libre circulación internacional
- la creación de redes nacionales de bibliotecas
- la introducción de nuevos métodos de enseñanza de la lectura
- la formación de recursos humanos en los distintos oficios del libro.

Considera que la puesta en marcha de la política nacional del libro implica poder articular todos estos elementos, velar por su armónico desarrollo y asegurar su convergencia hacia metas previamente establecidas. La mejor manera de cristalizar esa política eficazmente consistirá en reunir todas las

¹³⁴ GARZÓN, Álvaro. La política nacional del libro : guía para el trabajo de campo. París : UNESCO, 1997. 92 p.

medidas preconizadas en un solo cuerpo legal, que suele ser designado con el nombre de “ley del libro”.¹³⁵

La definición de políticas del libro en cada país debe partir de un diagnóstico y análisis de la situación que presenta el sector en el país; su formulación debe ser responsabilidad de los más altos niveles de decisión cultural y económica del Estado en consulta con los responsables de la actividad editorial, estableciendo acuerdos entre los sectores públicos y privados, fijando metas y emprendiendo acciones jurídicas y administrativas que garanticen un adecuado desarrollo y teniendo siempre como objetivo a la sociedad informada, alfabetizada y enriquecida en sus valores espirituales y culturales.

4.6.2. Políticas sobre el libro y la edición en México

En el caso particular de México, las principales iniciativas de políticas públicas que se han referido al libro y a su circulación datan del periodo colonial y se extienden hasta nuestros días, pues el interés en la lectura y el libro forma parte de procesos sociales que tienen que ver con la educación, la cultura y la economía. Entidades gubernamentales y no gubernamentales se han preocupado por promover el libro, pugnar por políticas fiscales tanto para aspectos de impuestos como a la cadena de comercialización, apoyar a las industrias y cadenas de librerías en cuestiones de modernización empresarial, proteger los derechos de autor y fortalecer los espacios

¹³⁵ GARZÓN, Álvaro. La política nacional del libro : guía para el trabajo de campo. Ibid. pp. 23-24.

asociativos de la industria editorial, seguramente el interés principal ha provenido de la Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana y de instancias como el Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, la Comisión Nacional de Libros de Texto Gratuitos y la Secretaría de Educación Pública.

El Estado Mexicano ha procurado definir en sus planes y programas de desarrollo una política cultural con mecanismos de apoyo y esquemas de financiamiento para la promoción nacional e internacional de los bienes culturales. La estrategia de la política cultural se basa en la protección y difusión del patrimonio cultural, el estímulo a la actividad artística, la difusión del arte y la cultura. La política fiscal coadyuva por su parte al cumplimiento de los objetivos de la política cultural.¹³⁶

En el tratamiento de este tema tienen competencia las siguientes dependencias, instituciones y organismos: Secretaría de Hacienda y Crédito Público, Secretaría de Relaciones Exteriores, Secretaría de Gobernación, Secretaría de Defensa Nacional, Secretaría de Educación Pública, Secretaría de Salud, Secretaría del Trabajo y Previsión Social, Secretaría de Comunicaciones y Transportes, Instituto Mexicano del Seguro Social, Instituto de Seguridad y Servicios Sociales de los Trabajadores del Estado, Banco Nacional de Comercio Exterior, Sociedad Nacional de Crédito (SNC), Nacional Financiera, Universidad Nacional Autónoma de México, Instituto Nacional de Bellas Artes, Instituto Nacional de Antropología e Historia, Instituto Mexicano de Cinematografía, Fondo Nacional para la Cultura y las Artes, Fondo Nacional para el Fomento

¹³⁶ Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación, la Ciencia y la Cultura. Sistema Nacional de Cultura : informe de México. <http://www.oei.es/cultura2/mexico/indice.htm> Acceso: 31 de marzo de 2008.

de las Artesanías, Asociación Nacional de Universidades e Institutos de Educación Superior, Educual, Cámara Nacional de la Industria Cinematográfica, Cámara Nacional de la Industria de Transformación y Cuatro Estaciones A.C.

Las bases legales y normativas que afectan e inciden particularmente en la industria editorial en México podemos encontrarlas en los siguientes instrumentos:

- Ley de imprenta
- Ley de derechos de autor
- Ley de depósito legal
- Ley de fomento del libro y la lectura
- Ley General de Bibliotecas

4.6.2.1. Ley de imprenta

La Ley de Imprenta¹³⁷ fue promulgada en México el 12 de abril de 1917, siendo Presidente Constitucional Venustiano Carranza, en ella se establece lo que implica un ataque a la vida privada, tratando de establecer frontera entre diversas figuras como la libertad de imprenta, el honor y la vida privada. Su origen radica en el interés de reglamentar de manera provisional los artículos 61 y 72 de la Constitución (que más tarde pasaron a ser Artículos 63 y 74 respectivamente).

A pesar de que en esta Ley se menciona “toda distribución, venta o exposición al público, de cualquier manera que se haga, de escritos, folletos,

¹³⁷ MEXICO. LEYES, etc. “Ley de imprenta” IN Legislación penal mexicana. 7ª ed. México : Andrade, 1972. pp. 146-148.

impresos, grabados, libros, imágenes, anuncios, tarjetas u otros papeles o figuras, pinturas, dibujos o litografiados...” se refiere siempre a la oposición a que se viole la dignidad humana o el aprecio de las personas a través de publicaciones de cualquier tipo.

Es esta una ley que a pesar de abordar el tema del derecho a la información pone condiciones que prevén que las publicaciones no atenten contra la dignidad o aprecio de una persona, bien sea que se le exhiba al odio, desprecio o ridículo o a través del sufrimiento de daños en su reputación o intereses. Se enfatiza sobre la prohibición de aludir a información contraria a la verdad, parcial o manipulada que genere la falsa apreciación de la realidad en donde aparece el reflejo del derecho a la información.

Se determinan las sanciones aplicables a quienes se sirvan atacar la vida privada. Esta ley es un ordenamiento que hoy en día denota como características la obsolescencia, el anacronismo, la ineficiencia y el corto alcance en cuanto al cumplimiento de su finalidad. Su intención de velar por la intimidad, el honor y la vida privada se ve desfasada con las condiciones actuales del mundo moderno, ya que el desarrollo de la sociedad de la información requiere propuestas diferentes que consideren la evolución de los medios y de las instituciones, incluso podríamos sugerir que se creen nuevas resoluciones normativas desde un título diferente ya que el actual da una idea diferente sobre su contenido.

4.6.2.2. Ley de derechos de autor

La Ley Federal del derecho de autor vigente en México fue publicada en el Diario Oficial de la Federación el 24 de diciembre de 1996, tiene como antecedentes la Real Ordenanza de Carlos III en 1764 que se considera la primera disposición legislativa que incluyó en sus preceptos los derechos intelectuales de las obras literarias, en 1870 el Código Civil para el Distrito Federal y Territorio De Baja California en uno de sus capítulos reglamentó la propiedad literaria; en 1947 se expidió en nuestro país la primera ley autónoma que había de regir los derechos de autor la cual ha ido sufriendo evoluciones legislativas para presentar reformas y adiciones en 1956, 1963, 1981, 1991, 1993 y 1997, fecha en que entró en vigor la actual Ley Federal del Derecho de Autor.¹³⁸

Esta Ley define al derecho de autor como “el reconocimiento que hace el estado en favor de todo creador de obras literarias y artísticas previstas en el artículo 13 de esta ley, en virtud del cual otorga su protección para que el autor goce de prerrogativas y privilegios exclusivos de carácter personal y patrimonial. los primeros integran el llamado derecho moral y los segundos, el patrimonial”. Tiene por objeto la salvaguarda y promoción del acervo cultural de la nación; protección de los derechos de los autores, de los artistas interpretes o ejecutantes, así como de los editores, de los productores y de los organismos de radiodifusión, en relación con sus obras literarias o artísticas en todas sus manifestaciones, sus interpretaciones o

¹³⁸ Carrillo Toral, Pedro. El derecho intelectual en México. México : Plaza y Valdez, 2002. pp. 26-27.

ejecuciones, sus ediciones, sus fonogramas o videogramas, sus emisiones, así como de los otros derechos de propiedad intelectual y patrimonial.»¹³⁹

El artículo 13 de la Ley Federal del Derecho de Autor reconoce la protección de las siguientes obras: I. Literaria; II. Musical, con o sin letra; III. Dramática; IV. Danza; V. Pictórica o de dibujo; VI. Escultórica y de carácter plástico; VII. Caricatura e historieta; VIII. Arquitectónica; IX. Cinematográfica y demás obras audiovisuales; X. Programas de radio y televisión; XI. Programas de computo; XII. Fotográfica; XIII. Obras de arte aplicado que incluyen el diseño gráfico o textil, y XIV. De compilación, integrada por las colecciones de obras, tales como las enciclopedias, las antologías, y de obras u otros elementos como las bases de datos, siempre que dichas colecciones, por su selección o la disposición de su contenido o materias, constituyan una creación intelectual. Otras obras que son previstas en el artículo 14 son: las concordancias, interpretaciones, estudios comparativos, anotaciones, comentarios y demás trabajos similares que entrañen, por parte de su autor, la creación de una obra original; el contenido informativo de las noticias, pero si su forma de expresión, y la información de uso común tal como los refranes, dichos, leyendas, hechos, calendarios y las escalas métricas. ¹⁴⁰

Las partes de esta Ley que mencionan a los editores como sujetos del derecho de autor son: el Capítulo II en donde se mencionan las características y condiciones del contrato de edición de obra literaria y el Capítulo III en

¹³⁹ México. Ley Federal del Derecho de Autor. http://www.sice.oas.org/int_prop/nat_leg/mexico/lcra.asp
Acceso: 23 de febrero de 2008.

¹⁴⁰ México. Ley Federal del Derecho de Autor. Ibidem.

donde se les define como la persona física o moral que selecciona o concibe una edición y realiza por sí o a través de terceros su elaboración. Para tales efectos se considera libro a toda publicación unitaria, no periódica, de carácter literario, artístico, científico, técnico, educativo, informativo o recreativo, impresa en cualquier soporte, cuya edición se haga en su totalidad de una sola vez o en un volúmenes o a intervalos en varios volúmenes o fascículos. Los editores de libros tienen derecho a autorizar o prohibir: a) la reproducción directa o indirecta, total o parcial de sus libros, así como la explotación de los mismos; b) La importación de copias de sus libros hechas sin su autorización; y c) La primera distribución pública del original y de cada ejemplar de sus libros mediante venta u de otra manera. ¹⁴¹

La protección que la Ley Federal del Derecho de Autor otorga a los editores de libros es de 50 años contados a partir de la primera edición del libro que se trate. Los aspectos procedimentales de los derechos de autor deben ser gestionados ante el Instituto Nacional de Derechos de Autor (INDA) que es un órgano desconcentrado de la Secretaría de Educación Pública y que es la autoridad administrativa en materia de derechos de autor en México.

4.6.2.3. Ley de Depósito Legal

La Ley de Depósito Legal vigente en México fue decretada el 8 de julio de 1991, tiene como antecedentes más remotos las ordenanzas coloniales de 1711 a las que siguieron las Órdenes de Cádiz de fecha 28 de agosto de

¹⁴¹ Carrillo Toral, Pedro. El derecho intelectual en México. Op cit. p. 48

1812; más tarde ya instituido el gobierno republicano se decreta en 1846 el establecimiento de la Biblioteca Nacional considerando la obligación de que de todas las obras y periódicos que se publiquen en el Distrito Federal y Territorios se pasará un ejemplar a dicha biblioteca. En decretos posteriores de 1857 y 1869 al mencionarse la Biblioteca Nacional se hace alusión a la obligatoriedad de autores y editores de entregar dos ejemplares de lo publicado a las colecciones de dicha biblioteca. Ya con mas precisión en 1936 y 1957 se emiten decretos para que los editores de libros hagan llegar a la Biblioteca Nacional y a la Biblioteca del H. Congreso de la Unión dos ejemplares de cualquier obra publicada, lo anterior en ordenamientos breves y poco explícitos. Es en 1965 y posteriormente en 1991 cuando se decretan leyes más extensas para que el depósito legal se cumpla considerando tipos de materiales, plazos de entrega, los procedimientos y las sanciones.¹⁴²

La Ley de Depósito Legal establece la obligación en todo el país del depósito, registro y preservación del patrimonio editorial de la nación, así como promover su acceso y difusión a través de la prestación de servicios bibliotecarios y de información especializada.

La Ley pretende consolidar el control bibliográfico nacional, a través de la elaboración y publicación de la bibliografía nacional y de las estadísticas de las ediciones nacionales, para lo cual obliga a los editores, entidad pública o privada que produce dentro del país, de toda índole, reproducidas por cualquier medio o mecanismo para su distribución, préstamo o venta, a

¹⁴² MEXICO. Cámara de Diputados. Secretaría de Servicios Parlamentarios. El depósito legal en México. <http://www.cddhcu.gob.mx/bibliot/apotec/decretos.htm> Acceso: 14 de Abril de 2008.

entregar ejemplares de sus publicaciones a las Bibliotecas Depositarias que son La Biblioteca Nacional y la Biblioteca del H. Congreso de la Unión.¹⁴³

Las publicaciones sujetas al depósito legal, son los libros, tanto de su primera edición como de las siguientes ediciones en sus diferentes presentaciones, siempre que éstas contengan modificaciones respecto de la primera. También las publicaciones periódicas y seriadas, mapas y/o planos cartográficos, partituras impresas, publicaciones de los tres niveles de gobierno y sus equivalentes en el Distrito Federal, y los estados de la República, microformatos, material iconográfico publicado, disquetes, cintas Dat, DVDs, discos compactos o cintas magnéticas y/o dispositivos magnéticos que contengan información cultural, científica o técnica, publicaciones electrónicas, digitales o bases de datos nacionales, y folletos y otros materiales impresos de contenido cultural, científico y técnico.¹⁴⁴

La gran problemática del depósito legal en México radica en el escaso cumplimiento a la ley que lo regula. Editores, instituciones que publican y autores individuales poco interés ponen en cumplir con su obligación y ha faltado control oficial para poder imponer las sanciones correspondientes. Al respecto Tanya Huntington expresa lo siguiente: “Según una reunión sobre el caso latinoamericano que se sostuvo en México en 1998 bajo los auspicios del Centro Universitario de Investigaciones Bibliotecológicas (CUIB) de la UNAM, el caso mexicano de desacato al depósito legal se repite en muchos países de la región. Según un artículo de Claudia B.

¹⁴³ Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana. Mundo Caniem : La ley de depósito legal. <http://www.caniem.com/main/mundocaniem.asp?Accion=VerRegistro&Ref=21> Acceso: 6 de abril de 2008.

¹⁴⁴ Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana. Mundo Caniem : La ley de depósito legal. Ibid.

Bazán publicado en www.ifla.org, el porcentaje de cumplimiento con esta ley en la región según la IFLA es, respectivamente: Venezuela (77.1), Cuba (62.5), Colombia (58.3), Brasil (55.4). El ganador es Perú, en donde el cumplimiento con las leyes de depósito nacional alcanza un espectacular 83 por ciento. México, en cambio, está casi empatado con España con un vergonzoso 46.6 por ciento, nos siguen Argentina (36.3) y Panamá (31.3), países que ni siquiera cuentan con una bibliografía nacional”.¹⁴⁵

Existe una cantidad respetable de editoriales que cumplen periódicamente con el Depósito Legal, en el caso de las que no lo hacen la Biblioteca del H. Congreso de la Unión les envía un recordatorio para que lo hagan. Ante este, es necesario que autores y editores tomen conciencia de la importancia del cumplimiento de ésta Ley, ya que a través de ella el ciudadano y las instituciones pueden contar con el registro actualizado de la bibliografía nacional para la realización de investigaciones que promuevan el desarrollo del país en ámbitos científicos, técnicos y educativos.

4.6.2.4. Ley General de Bibliotecas

La Ley General de Bibliotecas fue publicada en el Diario Oficial de la Federación el 21 de enero de 1988. Tiene por objeto:

¹⁴⁵ Hingtinton, Tanya. Deposite legalmente. <http://www.hojaporhoja.com.mx/articulo3.php?reportaje=1&identificador=6613&numero=128> Acceso : 22 de abril de 2008.

- I. La distribución y coordinación entre los Gobiernos Federal, Estatales y Municipales de la función educativa y cultural que se lleva a cabo mediante el establecimiento, sostenimiento y organización de bibliotecas públicas;
- II. El señalamiento de las normas básicas para la configuración de la Red Nacional de Bibliotecas Públicas;
- III. El establecimiento de las bases y directrices para la integración y el desarrollo de un Sistema Nacional de Bibliotecas; y
- IV. La determinación de lineamientos para llevar a cabo la concertación con los sectores social y privado en esta materia.¹⁴⁶

En esta Ley se establecen las obligaciones de los diferentes niveles gubernamentales para planear, desarrollar y supervisar las bibliotecas públicas; considerando cuestiones de desarrollo de colecciones, procesamiento técnico del material, capacitación del personal, asesoría técnica, difusión de servicios y llevar a cabo o patrocinar investigaciones encaminadas a fomentar el uso de los servicios bibliotecarios y el hábito de lectura. Se establecen además, las obligaciones de los gobiernos estatales y se estipula la creación del Consejo de la Red Nacional de Bibliotecas Públicas con carácter de órgano consultivo.

En lo que esta Ley involucra a la industria editorial es nombrando parte integrante del Consejo, al Presidente de la Cámara Nacional de la Industria Editorial y al titular de la Unidad vinculada con la labor editorial de la

¹⁴⁶ MEXICO. Ley General de Bibliotecas. <http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/134.pdf>
Acceso: 16 de abril de 2008.

Secretaría de Educación Pública, entre otros integrantes. Aunque la labor de este Consejo no ha resultado ni conocida ni destacada, hay que subrayar que las consideraciones de los integrantes en algún momento pueden resultar importantes para impulsar la comercialización y puesta en manos de los ciudadanos mexicanos la producción editorial mexicana con resultados positivos para todos los sectores involucrados.

En una última parte de esta Ley se declara de interés social la integración de un Sistema Nacional de Bibliotecas, compuesto por bibliotecas de todos tipos, lo cual queda lejos del ámbito de competencia del gobierno federal, ya que la Secretaría de Educación Pública carece de capacidad técnica, administrativa y legal para integrar algo de esta magnitud. La mejor alternativa en este sentido puede ir dirigida hacia programas cooperativos o consorcios entre bibliotecas que presenten objetivos y servicios compatibles.

Es esta una Ley que merece ser analizada, enjuiciada y criticada. Como base legal de la Red Nacional de Biblioteca Públicas cumple su cometido, pero como instrumento regulador de las actividades y servicios bibliotecarios en México le queda grande el nombre. Sería muy conveniente que las entidades involucradas propusieran una nueva ley y en lo que respecta a la industria editorial sería ideal que se sentaran bases para promover el consumo de lo que produce en el plano nacional partiendo de la base que el libro mexicano contiene la información y las propuestas literarias acordes con las exigencias educativas y culturales del país.

4.6.2.5. Ley de Fomento para la Lectura y el Libro

Esta Ley fue aprobada por el Pleno del Senado la Ley de Fomento para la Lectura y el Libro el 29 de abril de 2008, anteriormente había sido aprobada como iniciativa de Ley en el Senado el 16 de marzo de 2006 y, por mayoría absoluta el 26 de abril del mismo año por la Cámara de Diputados, posteriormente fue turnada al Ejecutivo Federal, en donde fue observada y devuelta a la cámara de origen el primero de septiembre de 2006, bajo los argumentos de que el precio único desplazaría a los agentes vendedores al menudeo y obstaculizaría la libre competencia.

Como su nombre lo indica, esta Ley tiene por objeto fomentar y promover la lectura; la producción, distribución, difusión y calidad del libro mexicano y facilitar su acceso a toda la población; distribuir entre los diferentes niveles gubernamentales las actividades relacionadas con la función educativa y cultural de fomento a la lectura y el libro; y coordinar y concentrar a los sectores social y privado en esta materia.¹⁴⁷

Resulta muy provechoso que esta Ley contemple la intervención del Sistema Educativo Nacional mediante el programa nacional de fomento a la lectura y el libro y la creación del Consejo Nacional de Fomento de la Lectura y el Libro el cual está integrado por autoridades gubernamentales, vocales invitados, representantes de las Cámaras de Senadores y Diputados, el representante de la Cámara Nacional de la Industria Editorial, dos representantes de las asociaciones más representativas de fomento a la

¹⁴⁷ MEXICO. Ley de Fomento para la Lectura y el Libro.

<http://www.leydellibro.org.mx/http://www.leydellibro.org.mx/> Acceso: 30 de abril de 2008.

lectura, dos representantes de las asociaciones de carácter nacional más representativas dedicadas a la difusión y promoción del libro, de los escritores, del ámbito académico, del Director General de Bibliotecas, entre otros.

Las funciones del Consejo Nacional de Fomento de la Lectura y el Libro son amplias y variadas, las que especialmente tienen que ver con la industria editorial consideran lo siguiente: V. Servir de instancia de consulta, conciliación y concertación entre los distintos actores de la cadena del libro y la lectura en asuntos concernientes a las materias de esta ley; VI. Promover el desarrollo de sistemas integrales de información sobre el libro, su distribución, la lectura y los derechos de autor, así como crear una base de datos que contemple: catálogos y directorios colectivos de autores, obras, editoriales, industria gráfica, bibliotecas y librerías mexicanas, disponible para la consulta en red desde cualquier país; VII. Integrar las comisiones y grupos de trabajo que sean necesarios para el cumplimiento de sus objetivos; XIV. Proponer incentivos para la creación, edición, producción, difusión, venta y exportación de libros en las diferentes lenguas del país, y apoyar la traducción a ellas de textos de literatura nacional y universal a las diferentes lenguas del país. ¹⁴⁸

La Ley de Fomento para la Lectura y el Libro es resultado del trabajo conjunto de un grupo plural de personas con reconocidas trayectorias en el ámbito del libro y la lectura en nuestro país, y ha generado un acuerdo

¹⁴⁸ MEXICO. Ley de Fomento para la lectura y el libro. Op cit.

ampliamente mayoritario entre editores, libreros, partidos políticos, artistas, escritores e intelectuales de diferentes posturas políticas.

La ley responde a una visión integral de la cadena del libro y la lectura, y pretende establecer las bases fundamentales para la definición de políticas de estado en este campo. No pretende resolver todos los problemas, sino establecer las condiciones jurídicas necesarias para el desarrollo de un país lector y de su correlato intrínseco: un sano mercado de lectores. Por ello, la ley es una totalidad orgánica: suprimir alguna de sus partes sería mermar gravemente su potencial.¹⁴⁹

En particular, el precio único es una medida concreta que tiene efectos positivos en todo el sistema del libro y la lectura. Justo por eso, podría ayudar a concretar una aspiración transexenal: formar un país de lectores. El dictamen combate la observación presidencial de que el precio único configura una práctica monopólica relativa, entre otras razones porque no la ejercen “agentes que tienen un poder sustancial en el mercado relevante que les permite fijar precios unilateralmente; fijar un precio único para cada edición impresa en México o importada será extensivo a todos los editores e importadores, no un acto reservado a los agentes con la capacidad descrita en la ley federal de competencia económica, por tanto, resulta una medida positiva que favorecerá ventas y por tanto, el acercamiento del libro al lector común”.¹⁵⁰

¹⁴⁹ Sobre la Ley de Fomento para la Lectura y el Libro: porqué es necesaria una nueva ley. <http://www.leydelibro.org.mx/index.shtml> Acceso : 30 de abril del 2008.

¹⁵⁰ Granados Chapa, Miguel Ángel. “Libros con precio único” IN La Reforma. 7 de abril de 2008.

4.7. Organismos involucrados en actividades de promoción y fomento editorial en el medio nacional

En México existen numerosas instituciones y organismos involucrados en actividades de promover y fomentar a la industria editorial, algunas lo hacen expresamente con propósitos económicos y otras más con propósitos educativos y culturales. En ambos casos las iniciativas corresponden a organismos gubernamentales y no gubernamentales que desarrollan programas de cobertura amplia que pretenden llegar a todas las esferas poblacionales, de ellos se mencionan a continuación los más importantes y representativos.

4.7.1. Organismos gubernamentales

Cómo se ha mencionado en el capítulo anterior (apartado 3.3.5. El papel del estado en el campo editorial) las dependencias gubernamentales que mayor ingerencia tienen en la actividad editorial son el Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, la Comisión Nacional de Libros de Texto Gratuitos, la Secretaría de Educación Pública y EDUCAL. Cada uno de estos organismos tiene una responsabilidad y un campo de acción limitado por sus objetivos y por las políticas internas que le rigen, lo que resulta innegable es que su ámbito de competencia repercute en el sector educativo tanto público como privado ya que acercan al niño, estudiante y ciudadano común a los beneficios de la lectura y les permite contar con los materiales de estudio requeridos en los diferentes niveles educativos.

La producción editorial en México no presenta una relación proporcional con la lectura. El Programa Nacional de Cultura 2007-2012 a

cargo del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes presenta las siguientes consideraciones en su apartado 6. Esparcimiento cultural y fomento de la lectura:

“Al respecto del libro y la lectura, el Centro Regional para el Fomento del Libro en América Latina y el Caribe sostiene que la producción editorial de la América Latina hispano-parlante se puede agrupar en tres segmentos: el primero, conformado por Argentina, México y Colombia, donde existen industrias editoriales y gráficas desarrolladas y alta exportación; el segundo, integrado por Chile, Venezuela, Perú, Ecuador, Costa Rica y Cuba, y el resto de los países, con industrias editoriales con desarrollo menor.

México se encuentra entre los principales países con mayor producción editorial en América Latina pero sólo existen 600 librerías y 900 puntos de comercialización. La falta del hábito de lectura agrava la situación. Los mexicanos leen un promedio de 2.9 libros al año y uno de cada cuatro no tiene libros en su casa ni ha visitado una librería. Apenas un poco más del 15% de la población señala que lee porque le gusta mucho, el 30% declara haber leído tres o más libros en el año, el 30.9% entre uno y dos libros en el año y el 33.5% respondió no haber leído ninguno. El 51% de la población que dice leer o haber leído no recuerda cuál fue el último libro que leyó. La lecturas más frecuentes son libros escolares, el 30.8%. Nuevamente, la lectura de libros de literatura es más frecuente entre la población con estudios universitarios y niveles socioeconómicos más altos. Sólo el 1% de los lectores frecuentes de publicaciones de distinta índole no tiene educación formal,

mientras que sólo 4.8% de la población que tiene educación universitaria lee de manera ocasional.”¹⁵¹

4.7.1.1. CONACULTA

El Consejo Nacional para la Cultura y las Artes es un organismo desconcentrado de la Secretaría de Educación Pública con las atribuciones de promoción y difusión de la cultura y las artes que anteriormente desempeñaba la Subsecretaría de Cultura de la misma Secretaría. Su ámbito de competencia se dirige a alentar las expresiones culturales de las distintas regiones y grupos sociales del país, así como promover la más amplia difusión de los bienes artísticos y culturales entre los diversos sectores de la población mexicana, además de preservar y enriquecer el patrimonio histórico y cultural de la Nación.

Sus ejes de política cultural son:

1. Patrimonio y diversidad cultural
2. Infraestructura cultural
3. Promoción cultural nacional e internacional
4. Estímulos públicos a la creación y mecenazgo
5. Formación e investigación antropológica, histórica, cultural y artística
6. Esparcimiento cultural y lectura
7. Cultura y turismo
8. Industrias culturales¹⁵²

¹⁵¹ Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (México). Programa nacional de cultura 2007-2012. México : CONACULTA, 2007. p. 133

¹⁵² Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (México). Ejes de la política cultural. http://www.conaculta.gob.mx/consejo_lineas.html Acceso: 16 de febrero de 2008.

Como puede observarse, la naturaleza y alcance de sus funciones es muy amplio, por tanto cuenta con una estructura que abarca veinticinco unidades administrativas y diez entidades públicas, además participa como mandante en los esquemas tripartitas para el uso del Auditorio Nacional y el Antiguo Colegio de San Idelfonso.

Su participación e ingerencia en el ámbito editorial tiene se deriva de su política 6. Esparcimiento Cultural y lectura. Para dar claridad a sus metas y actividades elabora una planeación sexenal titulada Programa Nacional de Cultura, en él se establecen objetivos y estrategias para cada eje de la política cultural, para dar muestra del interés del gobierno en promover la lectura y el libro –y en consecuencia a la industria editorial– hemos extraído los objetivos y estrategias que consideran a la producción editorial y su inclusión en espacios de lectura:

“OBJETIVO 3

Situar a la lectura y al libro como elementos fundamentales para el desarrollo integral de la población, para su educación, su acercamiento a las expresiones de la cultura y el desarrollo de una conciencia crítica, diseñando programas y estrategias para la formación de lectores, y de vinculación de la educación formal con el fomento a la lectura.

ESTRATEGIA 3.1

Realizar un censo que determine con certidumbre el número de Salas de Lectura en operación y su correspondiente localización.

ESTRATEGIA 3.2

Desarrollar un plan editorial específico para satisfacer las necesidades de los usuarios de las Salas de Lectura, renovando y mejorando los acervos existentes.

ESTRATEGIA 3.10

Apoyar el fomento de la lectura y del libro en radio y televisión, mediante programas, cápsulas y promocionales.

ESTRATEGIA 4.3

Fortalecer la bibliografía básica de las bibliotecas públicas, promoviendo la adquisición de títulos y temas con mayor demanda, de acuerdo con las necesidades de información de los usuarios, así como por las diferentes modalidades académicas del sistema educativo nacional y las novedades bibliográficas ofrecidas por el mercado editorial.

ESTRATEGIA 4.4

Dotar a las bibliotecas existentes de colecciones bibliográficas de reciente edición y novedades editoriales que respondan a las necesidades informativas actuales, incluyendo el acceso a recursos digitales de información, para enriquecer los contenidos temáticos de sus acervos.”¹⁵³

En un reciente evento, el titular de CONACULTA, Mtro. Sergio Vela expresó lo siguiente: “Para contribuir al desarrollo del libro como industria

¹⁵³ Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (México) Ibidem. pp. 138-140.

cultural, los criterios rectores son la cuidadosa revisión del cumplimiento de las funciones del Estado editor y su armonización con las que llena la industria editorial. Se replanteará la estrategia editorial del ámbito cultural para mejorar la determinación de tirajes de nuevos títulos y reimpressiones, estrechar la asociación con otras casas editoras para compartir con ellas una parte sustancial de las ediciones, redefinir los esquemas y fines de la edición propia y diseñar nuevas colecciones de distribución masiva a precios reducidos, con base en información real y confiable de las necesidades y preferencias de los distintos sectores del público. Se promoverá también el incremento del número de espacios para exhibición y venta de libros y el mejoramiento de los procesos de distribución y comercialización de los canales del ámbito cultural, en beneficio de la circulación no sólo de la producción editorial pública, sino también de la privada y, sobre todo, del acceso de la población a ella”.¹⁵⁴

4.7.1.2. CONALITEG

La Comisión Nacional de Libros de Texto Gratuitos es el organismo que se encarga de la edición e impresión de los libros de texto gratuitos y de los materiales didácticos similares que se utilizan en el sistema educativo nacional en los niveles de primaria y secundaria. En su organización interna cuenta con una Junta Directiva y un Director General, el cual es designado y removido por el titular del Ejecutivo y entre sus funciones está la de formular

¹⁵⁴ Vela, Sergio. Inauguración de la XXVII Feria Internacional del Libro Infantil y Juvenil, Centro Nacional de las Artes, 9 de noviembre de 2007.
<http://www.conaculta.gob.mx/saladeprensa/index.php?indice=1&fecha=2007-11-09> Acceso: 28 de febrero de 2008.

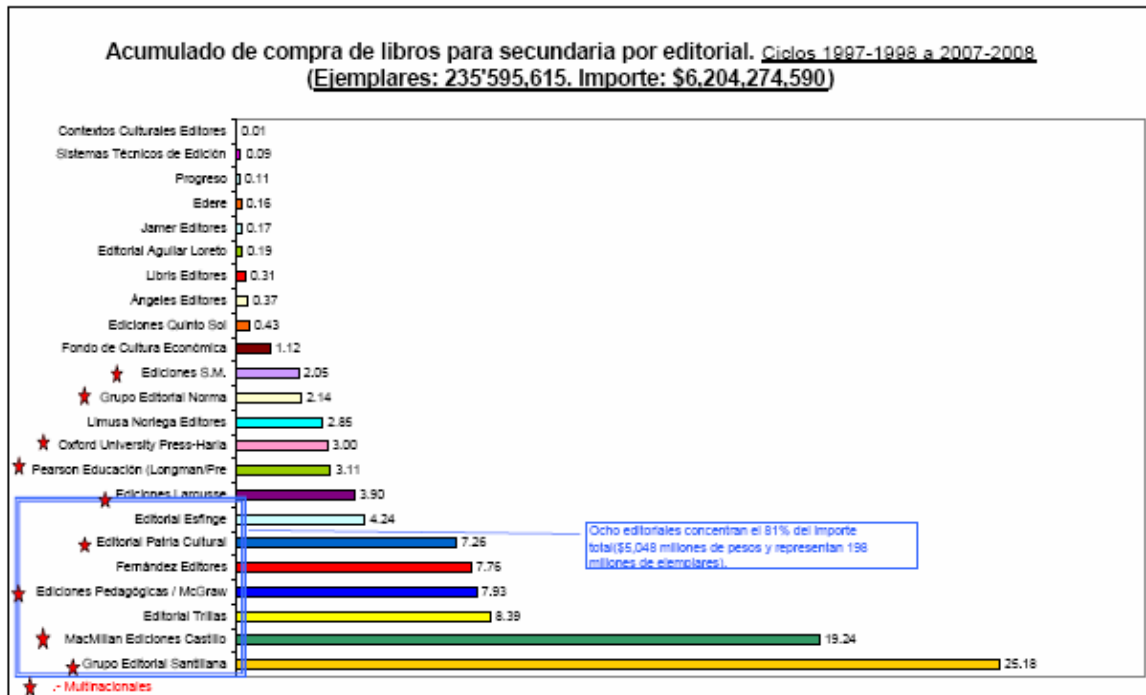
los programas institucionales y establecer los métodos para un buen aprovechamiento de los bienes. Cuenta además con un órgano interno de control, una coordinación editorial, de administración, de distribución y de producción, así como seis direcciones de distribución, producción, técnico, recursos humanos, recursos financieros y recursos materiales.

El Portal de Obligaciones de Transparencia del Instituto Federal de Acceso a la Información Pública (IFAI) registra como responsabilidades de Conaliteg las siguientes: “organismo público descentralizado del sector educativo responsable de controlar la gestión, producción, coedición y distribución, con calidad, bajo costo, suficiencia y oportunidad, de los libros de texto gratuitos y materiales educativos para alumnos, maestros y padres de familia del sistema de educación básica en todo el país, con personal profesional y capacitado, utilizando equipo y tecnología adecuados, a fin de contribuir a garantizar el derecho a la educación de calidad y gratuita.”¹⁵⁵

Atiende varios programas: Bibliotecas escolares, Bibliotecas de aula y Recicla para leer. Actualmente se encuentran en operación 3,601,000 Bibliotecas de Aula (827,203 distribuidas en el ciclo escolar 2006–2007); cada una cuenta con un acervo de 1,935 títulos. Este año, la producción prevista rebasa los 22 millones de ejemplares. La producción del organismo es vasta y especializada, con oferta de libros para educación preescolar, primaria,

¹⁵⁵ Instituto Federal de Acceso a la Información Pública (Mexico). Portal de obligaciones de transparencia: Comisión Nacional de Libros de Texto Gratuitos. <http://portaltransparencia.gob.mx> Acceso: 21 de abril de 2008.

secundaria, telesecundaria, indígena (en 42 lenguas diferentes), Braille y Macrotipo. Desde su fundación a la fecha, la producción histórica de la Comisión supera los 5 mil millones de libros.



Acumulados de compra por editorial 1997 a 2007 (28/08/2007)

Fuente: http://www.conaliteg.gob.mx/docs/p_acumulado.pdf

4.7.1.3. EDUCAL

EDUCAL fue establecida el 29 de enero de 1982 como una sociedad anónima de capital variable, con el objeto social de diseñar material didáctico que apoyara al Sistema Educativo Nacional.

En 1987 se le asignan los recursos y funciones de "El Correo del Libro" y se dedica a la distribución y comercialización del fondo editorial de la Secretaría de Educación Pública". En 1998 por mandato de la presidencia del CONACULTA, a Educál se le asigna la función de comercializar y distribuir por medio de su infraestructura, los diferentes productos que generan las instituciones culturales del país. En la actualidad EDUCAL distribuye los fondos editoriales del CONACULTA, del Subsistema de Preparatoria Abierta de la Secretaría de Educación Pública y de una centena de Instituciones Culturales Estatales, Universidades, Centros de Investigación como son: Dirección General de Culturas Populares, Dirección General de Publicaciones, Instituto Nacional de Antropología e Historia, Centro de la Imagen, Instituto Nacional de Bellas Artes y Dirección de Desarrollo Infantil. Gracias a la labor de EDUCAL estas publicaciones llegan a canales adecuados de comercialización, ya que al ser en su mayoría altamente especializadas, su distribución no resulta interesante para las empresas privadas.

Hay que resaltar que EDUCAL es el responsable de garantizar el abasto en todo el país de los libros de programa de Preparatoria Abierta que tiene una matrícula de casi 2 millones de estudiantes. EDUCAL realiza la distribución y comercialización en México y en el extranjero por los siguientes medios: A través de una Red Nacional de Librerías propias, actualmente constituida por más de 90 puntos de venta en 31 entidades federativas; por medio de un equipo de ventas, que atiende librerías

privadas, tiendas departamentales y de autoservicio, instituciones gubernamentales, atiende las exportaciones y las ventas por Internet.¹⁵⁶

4.7.1.4. Fondo de Cultura Económica

El Fondo de Cultura Económica es una institución editorial del Estado mexicano que edita, produce, comercializa y promueve obras de la cultura nacional, iberoamericana y universal, a través de redes de distribución propias y ajenas, dentro y fuera de México. Sus acciones se orientan a la creación, transmisión y discusión de valores e ideas, así como a la formación de lectores, estudiantes y profesionales.

El Fondo de Cultura Económica es conocido como FCE, fue fundado en 1934 por Daniel Cosío Villegas; su trabajo ha sido relevante en el campo editorial, su catálogo editorial abarca más de 7000 títulos de los cuales 5 000 están vigentes; ha lanzado proyectos de cobertura internacional como el de Periolibros, en colaboración con la UNESCO. Dicho proyecto consistió en la publicación, en forma de periódico, de obras de autores iberoamericanos de reconocida importancia, como César Vallejo, Octavio Paz, Carlos Fuentes, Juan Carlos Onetti, Clarice Lispector y Gabriel García Márquez, entre otros. Los textos se incluyeron a manera de suplemento en los 20 periódicos que participaron en el convenio.

¹⁵⁶ ¿Qué es EDUCAL? <http://www.librosyarte.com.mx/qs.php3> Acceso: 30 de abril de 2008.

Ha publicado dos colecciones de libros para niños y jóvenes: A la Orilla del Viento, y Travesías, además de la serie Hijos de la Primavera. Vida y palabras de los indios de América. También inició la colección de Códices Mexicanos y, recientemente, se lanzaron la colección Fondo 2000 y los audiolibros en la colección Entre Voces.

Por otro lado, custodiando una parte del acervo cultural de México y de Iberoamérica, el Fondo de Cultura Económica, en colaboración con la UNESCO, se ha dedicado a resguardar el material bibliográfico, la obra gráfica y los manuscritos de escritores como Octavio Paz, Rosario Castellanos, Juan Rulfo y Carlos Pellicer, entre otros, en la colección Archivos.

Otro proyecto, en colaboración con el Instituto Latinoamericano de Comunicación Educativa, consistió en poner al alcance de alumnos y maestros del Sistema Red Escolar de la Secretaría de Educación Pública algunos títulos de las colecciones La Ciencia para Todos, Fondo 2000, Breves Historias de la República Mexicana y Diccionarios.

A lo largo de su vida, el FCE, además de cumplir con sus labores estrictamente editoriales, se ha interesado en otras actividades que lo han convertido en una empresa cultural de mayor variedad. Parte de esta expansión son sus publicaciones periódicas: La Gaceta, que se originó como boletín bibliográfico en 1954, es ya una revista mensual y fue galardonada

con el Premio Nacional de Periodismo en 1987 y el Premio Caniem 98, como reconocimiento a su labor de difusión cultural.

Consciente de que su presencia es cada vez más importante en el campo editorial nacional e internacional, el FCE se ha fijado metas de modernización guiándose por dos principios fundamentales: mantener el prestigio de la editorial como salvaguarda de la cultura iberoamericana, y estar abierto a cualquier corriente de promoción de la cultura. La creación de un avanzado sistema de información para atender las necesidades del manejo de información de todas las áreas de la editorial muestra cómo la tecnología puede ponerse al servicio de la cultura; ha introducido sistemas de vanguardia en el área de edición para acelerar sus procesos y ha establecido nueve filiales con el fin de ampliar el alcance de sus libros en el mundo.¹⁵⁷

El FCE cuenta con 32 librerías propias, 21 en México y 11 en el resto del mundo de habla hispana, donde vende y distribuye los libros de su propio catálogo y también de otras editoriales. Sus representaciones se encuentran en: Bolivia, Canadá, Ecuador, Honduras, Puerto Rico y República Dominicana; además cuenta con distribuidores en Costa Rica, Nicaragua, Panamá y Uruguay. Organiza dos certámenes: 1. El Concurso de álbum ilustrado A la Orilla del Viento, que busca fomentar el desarrollo de la creación literaria y plástica de niños y jóvenes mediante la premiación a una obra ilustrada inédita cuyas imágenes narren una historia. 2. El concurso nacional e

¹⁵⁷ Fondo de Cultura Económica (México). Fondo de Cultura Económica : historia del FCE. http://www.fondodeculturaeconomica.com/ED_InstitucionalHistoriaFCE.asp Acceso: 25 de abril de 2008.

iberoamericano Leamos La Ciencia para Todos, que busca fomentar el hábito de la lectura y la habilidad en la escritura, la investigación, la disciplina y la creatividad mediante la elaboración, por parte de los concursantes, de uno de tres tipos de trabajo alrededor de los libros de la colección La Ciencia para Todos del FCE, en dos categorías: Lecto–escritura y Prototipos. ¹⁵⁸

4.7.2. Organismos no gubernamentales

En las últimas dos décadas la situación industrial y económica del sector industrial en México se ha visto considerablemente afectada, la venta de libros ha disminuido junto con el número de librerías para su comercialización. Lógicamente la afectación repercute en cuestiones de producción de papel, talleres de impresión y encuadernación, distribuidores y librerías del medio privado, porque en el sector público los subsidios permiten rescatar la situación a través de subsidios a entidades como Fondo de Cultura Económica y Conaliteg. De igual forma en algunos casos las editoriales comerciales han logrado establecer convenios de coedición con el gobierno lo que les permite reducir gastos de inversión y por tanto mejorar ventas por precios bajos.

Según datos de la Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana, para el año 2005 el 9.1 de los libros publicados fueron producidos en coedición: “En 2005, 274 editores publicaron un total 18,310 títulos, entre

¹⁵⁸ Fondo de Cultura Económica (México). Fondo de Cultura Económica : casa editorial mexicana. http://es.wikipedia.org/wiki/Fondo_de_Cultura_Econ%C3%B3mica Acceso: 29 de abril de 2008.

novedades, reediciones y reimpressiones, con una producción de 137,467,709 millones de ejemplares. De este total 90.9% fueron títulos de edición propia y 9.1% títulos en coedición, mientras que en ejemplares, 70.2% correspondieron a ediciones propias y 29.8% a coediciones”.¹⁵⁹

4.7.2.1. CANIEM

La Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana representa al gremio editorial mexicano casi en su totalidad, existen casas editoras que se mantienen independientes o en su caso, integrando otra asociación, como es el caso de la Alianza de Editoriales Mexicanas Independientes.

La CANIEM como organismo gremial fue fundado en 1964 y desde entonces ha desarrollado una actividad muy efectiva representando los intereses de las casas editoras afiliadas, agrupa a 317 empresas editoras, de las cuales 200 son de libros y el resto de publicaciones periódicas, sus principales actividades se mencionan en el apartado 3.3.6., y sus logros en relación a fomentar la actividad editorial y el desarrollo del comercio del libro se han dirigido hacia las siguientes acciones:

- “Ha intercedido de manera determinante ante las autoridades gubernamentales en relación con los regímenes fiscales que fueron aplicados a la industria editorial en especial en lo relativo al impuesto sobre la renta (ISR) a editores de libros e impuesto al valor

¹⁵⁹ Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana. Actividad editorial : libros 2005. <http://www.librosmexicanos.com/main/noticias.asp?Accion=VerRegistro&Ref=67> Acceso: 26 de abril de 2008.

agregado (IVA) a toda la industria editorial. Así en un tiempo, obtuvo la reducción del 50% del ISR para los editores de libros (reducción que alcanzó el 100% hasta 1989, sujeto a la reinversión de utilidades). Para las empresas editoras de publicaciones periódicas, consiguió la expedición anual de Bases Especiales de Tributación en ISR desde 1976 hasta 1989. A partir de 1990 y hasta 1993, la Cámara obtuvo de la Secretaría de Hacienda que aplicara el 'régimen simplificado' en ISR a toda la industria editorial. A partir de 1980, fecha en que entró en vigor la 'Ley del IVA', y hasta el año 2002, los editores de libros, periódicos y revistas tuvieron el régimen de exentos en la ley, y la Cámara obtuvo de la Secretaría de Hacienda la expedición anual de un criterio de aplicación de la ley que los asimilaba a los contribuyentes de la tasa cero.

- A partir del ejercicio fiscal 2003, la enajenación de libros y periódicos realizada por sus propios editores tiene el régimen de tasa cero en IVA y a partir del año 2004 se aplica a la enajenación de revistas realizada por sus propios editores el mismo tratamiento.
- Ha sido importante la participación de la CANIEM las reformas a la legislación autoral y lo fue particularmente en la iniciativa de Ley Federal del Derecho de Autor vigente a partir del 24 de marzo de 1997.
- La Cámara está reconocida por la Secretaría de Gobernación como la representante de los editores de publicaciones periódicas dentro de la Comisión Calificadora.

- Ha constituido el primer centro de capacitación de la industria editorial en la región latinoamericana (31 de julio de 1975) que continúa funcionando y cada año prepara un intenso programa de cursos.
- En 1972, organizó la Primera Feria Metropolitana del Libro (la más antigua de América Latina) que viene realizándose ininterrumpidamente, primero en el Pasaje Pino-Suárez y en los últimos años en el World Trade Center.
- Se creó en la Cámara el Centro de Promoción del Libro Mexicano (Cepromex) en 1985 que en su existencia ha logrado que las exportaciones de la industria editorial mexicana tengan un importante ascenso.
- En marzo de 1984 organizó el 22° Congreso de la Unión Internacional de Editores, relevante encuentro de editores de todo el mundo que se realiza cada cuatro años, y que por primera ocasión se llevó a cabo en un país de América Latina.
- La Cámara organizó en noviembre de 1997 el Segundo Congreso Interamericano de Editores con la asistencia de lo más granado de la industria editorial del continente.
- Una comisión del Consejo Directivo redactó un anteproyecto de Ley General del Libro que ha obtenido la aquiescencia de la opinión pública, del sector intelectual y de los representantes de los distintos partidos políticos en el Congreso de la Unión

(recientemente aprobada por las comisiones unidas de Educación, Hacienda, Cultura y Comercio en la Cámara de Diputados).

- La intervención de la CANIEM ha sido decisiva para que la participación de los editores en programas gubernamentales de adquisición de textos se realice sobre bases de equidad y transparencia.
- La CANIEM es fundadora y participa en los trabajos de la Fundación Mexicana de Fomento a la Lectura A.C.
- En la Cámara se gestó la idea de crear un organismo para el control de los derechos de reproducción, asimismo, en su seno una comisión redactó los estatutos y realizó las gestiones para su constitución y acreditación ante las autoridades gubernamentales, lo que dio vida al Centro Mexicano de Protección y Fomento a los Derechos de Autor SGC (Cempro).
- El Sistema de Transporte Colectivo (Metro), el Grupo 2000 Editores A.C. y la Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana por iniciativa de esta última, crearon en el pasaje Zócalo-Pino Suárez del Metro en el centro de la Ciudad de México, 'Un paseo por los libros', que consta de 40 módulos permanentes con libros de las editoriales más prestigiadas del país, auditorio y cafetería para la promoción y venta de publicaciones.

- Asimismo, la CANIEM fue de las primeras organizaciones gremiales en Iberoamérica que contó con una página web en Internet para informar y promover sus actividades.”¹⁶⁰

4.7.2.2. Asociación de Libreros Mexicanos, A.C.

La Asociación de Libreros Mexicanos (ALMAC) es una agrupación que promueve acciones en beneficio de sus afiliados como son cuestiones de capacitación, estadísticas, ferias del libro, etc.; fue fundada en 1991 y sus objetivos son:

I.- Promover el libro como instrumento esencial de la cultura, realizando actividades orientadas hacia tal fin.

II.- Estimular la formación de “Uniones Regionales de Libreros” a través de las correspondientes CANACO para simplificar la comunicación intergremial.

III.- Concientizar al librero de la función social que representa la actividad comercial que desempeña, así como de los valores éticos que deben normar la conducta de una profesión de tanta trascendencia para el desarrollo de México.

IV.- Instrumentar un programa de mejoramiento profesional de nuestro gremio a través de conferencias, seminarios, cursos y cualquier otra forma de elevar la capacidad operacional de los libreros en el campo técnico humano.

¹⁶⁰ Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana. Nuestros logros en el sector. <http://www.caniem.com/main/logros.asp?Accion=VerRegistro&Ref=2&NombreABC=&BuscarfkPromocion=&BuscarEsNovedad=&BuscarEsRecomendacion=&Keywords=&NoPagina=> Acceso: 30 de abril de 2008.

V.- Establecer y sostener canales de la comunicación fluidos y cordiales con las empresas editoriales, autoridades de todos los niveles: municipales, estatales y federales para abordar todos los problemas que afectan los intereses y la mejor función del librero.

VI.- Intervenir en el arbitraje de soluciones a problemas que se susciten entre los miembros de la asociación para conjuntar intereses comunes y armonizar la relación gremial.

VII.- Mantener una comunicación directa con el librero o, en su caso, con la unión regional, acerca de todos los asuntos de interés para el mejor desarrollo de su trabajo a través de circulares, boletines o cualquier otra forma.

VIII.- Promover ante las autoridades competentes la derogación, modificaciones o expedición de leyes, reglamentos o disposiciones que afecten la actividad librera.

IX.- La adquisición de todos aquellos bienes muebles e inmuebles que sean necesarios para el desempeño de la asociación, así como la celebración de toda clase de contratos que permitan, faciliten o cumplimenten dicho objetivo.

X.- La realización de cualquier clase de actividad orientada a la superación de nuestro gremio y en mejor servicio a la sociedad.”¹⁶¹

¹⁶¹ Asociación de Libreros Mexicanos, A.C. Objetivos de la Asociación de Libreros Mexicanos, A.C. <http://www.almac.org.mx/objetivos.htm> Acceso: 1º de mayo de 2008.

La ALMAC tiene como valores esenciales promover al libro como instrumento esencial de cultura, para ello realiza actividades como instrumentar programas de mejoramiento profesional que incluyen conferencias, seminarios y cursos, igualmente, procura establecer los mecanismos necesarios para estrechar relaciones entre todos los participantes de la cadena productiva del libro que nace con el autor y concluye con el lector.

Otorga anualmente dos premios: El Premio Nacional ALMAC al Mérito Librero y el Premio Mexicano de Libreros Las Pérgolas; el primero destinado propiamente a los libreros destacados en su actuación como librero y en la comercialización de libros y en el desarrollo de las librerías de México, en funciones de dirección, planeación, administración, organización y servicio al cliente; el segundo premio está destinado a autores o escritores relacionados con las letras, por su trayectoria, su obra, o niveles de venta en el canal de distribución de librerías.¹⁶²

Para compartir sus ideas, experiencias e intereses, organiza un evento anual denominado COLIME, que cambia de sede en cada ocasión y cuyo última realización tuvo lugar en Abril de 2008 en San Luis Potosí, SL.P. (<http://www.congresodelibrerosmexicanos.com.mx/programa.html>). Entre los servicios que ofrece está el Directorio Nacional de Librerías, que compila en colaboración con CANIEM, CONACULTA y CERLALC. Su página da también acceso al portal de “Un paseo por los libros” que es una feria permanente en

¹⁶² Asociación de Libreros Mexicanos, A.C. Las pérgolas, convocatoria ALMAC. <http://www.almac.org.mx/objetivos.htm> Acceso: 1º de mayo de 2008.

donde gran cantidad de editoriales comercializan libros y revistas, con la gran ventaja de ubicación rápida a través de la liga <http://www.unpaseoporloslibros.com/>. "Un Paseo Por Los Libros", es la librería más grande del mundo y el centro de distribución del libro más importante en el centro de la Ciudad de México, D.F. la cual es visitada por miles de personas diariamente. El 27 de febrero de 1977 es inaugurada en el Pasaje Pino Suárez–Zócalo del Sistema de Transporte Colectivo Metro, es un espacio de un kilómetro en donde se encuentran 42 librerías de las editoriales más importantes en español que hay en México, América Latina y España, todo ello patrocinado por la Asociación Civil Grupo 2000 Editores.¹⁶³

4.7.2.3. Alianza de Editoriales Mexicanas Independientes

Este organismo gremial se fundó en noviembre de 2004, agrupa a catorce casas editoras: Ácrono, Aldus, Arlequín, Colibrí, Cofunda, Ficticia Itaca, Juan Pablos, Literaria, Mantis, Milagro, Trilce, Tucán y Umbral. El objetivo de estos sellos editores fue presentar un frente común a problemas comunes: precios elevados y en proceso de ascenso de los insumos y procesos mecánicos de impresión, agravado por los bajos tirajes que impiden manejar una economía a escala, leyes hacendarias inflexibles y constantes cambios que tienden a desaparecer cualquier tipo de aliciente fiscal, dificultades administrativas, poca aceptación y exhibición en las librerías del país, situación subrayada por un decreciente número de lectores.

¹⁶³ Grupo 2000 Editores. Un paseo por los libros : Pasaje Zócalo-Pino Suárez del Metro. <http://www.unpaseoporloslibros.com/index.php> Acceso : 1º de mayo de 2008.

Ante esta problemática estas editoriales independientes han sumado esfuerzos para desarrollar un programa de acción conjunto que incluya nuevas expresiones literarias y mayor interés y dinamismo en la literatura y que ofrezca a sus afiliados diferentes perspectivas de contratación de autores, producción, distribución y venta de libros. Su pretensión es hacerse visibles a los lectores a través de su página <http://www.aemi.com.mx/> y participando en Ferias de Libro de manera colectiva, como lo han hecho en la Feria Internacional del Libro de Guadalajara y montando su propia Feria en la Plaza Ángel Salas del Centro Cultural del Bosque, en México, D.F. ¹⁶⁴

4.7.2.4. Cámara Nacional de la Industria de las Artes Gráficas

Esta Cámara (CANAGRAF) es una institución empresarial autónoma que pretende unir, representar, coordinar, respaldar, asesorar, apoyar y defender en sus actividades a las empresas dedicadas a la explotación industrial relacionada con las artes gráficas. Los servicios que presta a sus agremiados se enfocan a dar asesoramiento en gestiones administrativas, de información, orientación y consulta, lo anterior en aspectos referidos a impuestos, aranceles de importación y exportación, patentes y marcas, cursos de capacitación, normas industriales, localización industrial, legislación del trabajo, seguro social, ecología, seguros jurídicos, así como coordinación y problemas relacionados con otros del mismo ramo de las artes gráficas. Del mismo modo este organismo considera como una de sus finalidades ser órgano de consulta y colaboración del Estado para la elaboración de políticas,

¹⁶⁴ Alianza de Editoriales Mexicanas Independientes. <http://www.aemi.com.mx/> Acceso: 24 de abril de 2008.

programas e instrumentos que faciliten la expansión económica de esta industria.¹⁶⁵

La CANAGRAF promueve en diversos ámbitos como son las Cámaras de Senadores y Diputados, así como la Confederación de Cámaras Industriales de los Estados Unidos Mexicanos (CONCAMIN), Secretaría de Hacienda, Secretaría de Economía, Secretaría de Educación Pública, etc., todos aquellos temas importantes para fomentar el desarrollo de la industria gráfica en el país.

Ha expuesto y solicitado ante las diversas Cámaras y más altas autoridades que se elimine el IVA en la importación de maquinaria y equipo, toda vez que en México no se produce tecnología de artes gráficas misma que se importa de otros países como Alemania, Japón, Estados Unidos, entre otros y ha promovido el tema de facturación electrónica. También ha solicitado que se incluya en la reforma fiscal la depreciación acelerada de maquinaria y equipo gráfico, lo que permitirá lograr la reconversión tecnológica de las MIPYMES gráficas y con ello promover la productividad, competitividad y rentabilidad de nuestras empresas.

Tema importante para el Consejo Directivo de la institución es el referente a la Ley del Libro en donde se han acercado a varios presidentes de las Comisiones de las Cámaras de Senadores y Diputados y han presentado un proyecto alternativo de la Ley del Libro en donde especifican que a este

¹⁶⁵ Cámara Nacional de la Industria de las Artes Gráficas. <http://www.canagraf.com.mx/canagraf.html>
Acceso: 24 de abril de 2008.

importante elemento trasmisor de educación y cultura también debe de considerársele como un bien industrial además de un bien cultural. Para ello, se han analizado diversas leyes en la materia de países como España, Argentina, Colombia, Chile, etc., y han identificado los incentivos fiscales que ya son una realidad en otros países y que han permitido una oferta suficiente de libros a precios competitivos que sin lugar a dudas genera un impacto positivo en el fomento a la lectura. Además continúan trabajando en temas como la formación de capital humano y la promoción del comercio internacional a través de su impulsora de la oferta exportable.¹⁶⁶

4.8. Organismos promotores de lectura

La lectura es una actividad intelectual reconocida por sus bondades y beneficios en la formación del individuo, por tanto, los procesos educativos y las instituciones y organismos de desarrollo social tanto gubernamentales como no gubernamentales han propuesto programas de promoción y fomento a la lectura considerando que con ella el individuo puede lograr grados de conocimiento más elevados y una repercusión en los planes personales que permite que el individuo logre una mejor comprensión de su entorno, un vocabulario más amplio, una ortografía correcta y la participación de ideas que pueden ayudar a mejorar su calidad de vida.

¹⁶⁶ Cámara Nacional de la Industria de las Artes Gráficas (México). La Canagraf Nacional continúa promoviendo y fomentando el desarrollo de la Industria Gráfica. IN Boletín Comunigraf. No. 58. Junio 2007. <http://www.comunigraf.net/boletin/boletinjun07.htm#canagraf2><http://www.comunigraf.net/boletin/boletinjun07.htm#canagraf2> Acceso: 2 de mayo de 2008.

Dada la importancia que se reconoce a la lectura en México ha sido preocupación de varias entidades gubernamentales y no gubernamentales, desde los años veintes cuando José Vasconcelos asumió la titularidad del Ministerio de Instrucción y Cultura iniciaron las primeras acciones tendientes a propiciar que las personas se acerquen al libro como bien cultural que aporta beneficios a los planos educativos y personales de quien la práctica.

4.8.1. Organismos oficiales promotores de lectura

Los programas gubernamentales que mayores alcances han tenido en los tiempos recientes para promover el hábito de lectura son entre otros:

- Programa Nacional de Lectura (PNL), se aplica en los niveles de educación básica y normal y tiene como objetivos:
 - Garantizar las condiciones de uso y producción cotidiana de materiales escritos en el marco de los proyectos de enseñanza y aprendizaje para hacer posible la formación de lectores y escritores autónomos.
 - Conocer y valorar la diversidad étnica, lingüística y cultural de México mediante todos los componentes del Programa Nacional de Lectura.
 - Desarrollar los mecanismos que permitan la identificación, producción y circulación de los acervos bibliográficos necesarios para satisfacer las necesidades culturales e individuales de todos los miembros de las comunidades educativas.
 - Consolidar espacios para apoyar la formación y la interacción de los diversos mediadores del libro y la lectura (maestros, padres, bibliotecarios, promotores culturales), tanto a nivel estatal, como nacional e internacional.¹⁶⁷

¹⁶⁷ México. Secretaría de Educación Pública. Programa Nacional de Lectura. <http://lectura.dgme.sep.gob.mx/documentos/pnl/html/pnl.html> Acceso: 3 de mayo de 2008.

Este programa ha contemplado la dotación y puesta en marcha de bibliotecas escolares y bibliotecas de aula, fortalecer la enseñanza de la lectura, formación y actualización de recursos humanos y generación y difusión de información. Cuenta con coordinadores y responsables estatales del PNL que coordinan las actividades y la dotación de colecciones que son: Libros del Rincón, Bibliotecas de Actualización del Maestro y Normalista y Libros de Texto Gratuitos.

- Programa de Fomento a la Lectura en el DF de la Secretaría de Cultura, a fin de fomentar el gusto por la lectura entre los habitantes de la Ciudad de México, esta Secretaría puso en marcha este año seis programas de lectura: Para leer de boleto, Libro-Clubes, Tianguis de Libros, Letras en Rebeldía, Sana Sana Leyendo una plana y Letras en guardia.¹⁶⁸

4.8.2. Organismos no gubernamentales promotores de lectura

Los organismos no gubernamentales que promueven la lectura en México son entre otros:

- Fundación Mexicana para el Fomento de la Lectura, A.C.– Es una asociación civil que tiene como objetivo realizar actividades tendientes a crear y promover las bellas artes, en especial promover el hábito de la lectura entre los ciudadanos mexicanos. Para ello realiza actividades como campañas para impulsar la lectura de obras literarias, exposiciones, festivales, ferias y eventos similares que tengan como fin el expandir el interés por la lectura; su objeto social es intituir

¹⁶⁸ “Reforzaran programa de fomento a la lectura en el DF” IN El Universal. Domingo 16 de diciembre de 2007. <http://www.eluniversal.com.mx/notas/468237.html> Acceso: 3 de mayo de 2008.

bibliotecas o salas de lectura de acceso gratuito para el público en general y prestar apoyo a las existentes para incrementar el acopio de instrumentos de lectura y coordinarse, auxiliar y cooperar con instituciones o asociaciones del mismo giro, particulares u oficiales.¹⁶⁹

- Asociación Mexicana de Promotores de Lectura, A.C. (AMPLAC).– Es una asociación civil que tiene como objetivos:
 - Promover el desarrollo de acciones de fomento de la lectura en diversos sectores de la población.
 - Crear una red que agrupe a los promotores que trabajen en los distintos espacios educativos y culturales del país.
 - Propiciar la capacitación y profesionalización de los promotores de lectura, así como impulsar el reconocimiento de su trabajo.
 - Elaborar materiales que apoyen el trabajo de los promotores de lectura.

La asociación está interesada en profesionales en distintas áreas pedagogos, sociólogos, escritores, bibliotecarios, narradores, psicólogos y programas culturales quienes aplican sus experiencias y conocimientos para ofrecer los siguientes servicios:

- Cursos de sensibilización y capacitación para maestros, padres de familia y promotores de lectura
- Talleres de animación para niños jóvenes y adultos

¹⁶⁹ Fundación Mexicana para el Fomento de la Lectura, A.C. <http://fumexfolec.org/> Acceso: 1º de mayo de 2008.

- Asesoría en materia de investigación y capacitación sobre el fomento a la lectura
 - Orientación bibliográfica en torno a la lectura y literatura infantil.¹⁷⁰
 - Publica el boletín Legere
 - Otorga premios a los promotores de lectura destacados
 - Promueve la edición de libros para la formación de lectores.
-
- Asociación Mexicana para el Fomento del Libro Infantil y Juvenil, A. C., IBBY México – Es una Filial de IBBY Internacional, es un organismo que tiene como misión “contribuir a que los niños y jóvenes de México disfruten, profundicen y se apropien de la lectura; que los libros formen parte de su vida cotidiana y les ayuden a entrar en contacto con el mundo y consigo mismos”.¹⁷¹ IBBY México se formó en el año de 1979, por un grupo multidisciplinario de personas interesadas en promover la producción de libros infantiles y juveniles de calidad y así ayudar a formar lectores autónomos, gozosos, que se apropiaran de la lectura y la integraran a su vida. Sus programas abarcan: Formación de Mediadores, Bunkos, Publicaciones, Nosotros entre libros y Biblioteca. Mantiene contacto con una gran diversidad de instituciones gubernamentales como no gubernamentales con las cuales colabora

¹⁷⁰ Asociación Mexicana de Promotores de Lectura, A.C. <http://www.geocities.com/amplac/> Acceso: 21 de abril de 2008.

¹⁷¹ IBBY México. <http://ibbymexico.org.mx/index.php/inicio> Acceso: 23 de abril de 2008.

promoviendo la lectura y capacitando a su personal como promotores de lectura.

- Fundación Amigos de la Letra Impresa, A.C.– Fundación creada en 2006, conocida como ALI, tiene el propósito de coadyuvar a la promoción y difusión de la lectura y la escritura de las lenguas que se hablan y escriben en México. Fomentar la lectura es una de sus prioridades, así como el estudio y la investigación de la situación actual de su enseñanza y práctica y de los medios que facilitan o condicionan su desenvolvimiento; a ello dedica las actividades y recursos de este proyecto, en un marco de respeto a la diversidad cultural, buscando fortalecer las identidades sociales que permiten reconocer la singularidad de su pertenencia al todo nacional. Sus principales proyectos son:
 - Identificación de las ciudades más amables con la letra impresa en México.– El objetivo es localizar e identificar las ciudades que ocupan los primeros lugares en alfabetización, con base en una metodología específica que contempla la conformación de una serie de indicadores definidos, entre otros: existencia de librerías, nivel educativo, acceso a Internet, bibliotecas, periódicos, revistas, entre otros. Con la información recabada se pretende elaborar un reporte, mismo que será publicado anualmente.
 - Identificación, premiación y difusión de las mejores prácticas en la enseñanza de la lectura y escritura.– Se

pretende que mediante la publicación de una convocatoria anual se identifiquen a los mejores profesores y escuelas donde se han obtenido óptimos resultados en lo que se refiere a las funciones básicas de comunicación: leer y escribir, como elementos complementarios e inseparables, con el propósito de saber cuáles han sido las estrategias aplicadas para lograr esos resultados y otorgar un reconocimiento a los actores involucrados con el fin de estimular y difundir en todo el país las prácticas innovadoras y eficaces.

- Fomento de la lectura con el objetivo de crear nuevos lectores.– El fomento de la lectura constituye uno de los propósitos centrales de la Fundación, el cual busca la participación activa de padres y maestros, privilegiando el gusto por la lectura, que es el sustento inicial en la formación del lector.
- Modernización del soporte tecnológico de la enseñanza del idioma.– La idea es fortalecer los recursos didácticos pedagógicos de las escuelas públicas mediante la utilización de la informática, concretamente en el aprendizaje del idioma. Conscientes de los altos costos del soporte tecnológico y de otros factores que contribuyen en ampliar la brecha entre el sistema educativo y la realidad, el

proyecto se enfoca precisamente a reducir ese margen tecnológico. Ante la falta de recursos de las escuelas para tener acceso a esta valiosa herramienta se propone dotar a un número progresivo de estos centros educativos de un equipo económico, sencillo y personal, que actualmente se encuentra en experimentación para su viabilidad y utilización.

- Acción editorial.- A fin de impulsar la promoción, difusión y consumo de libros en los centros de trabajo y diversas comunidades, la Fundación realizará una labor editorial que se enfocará principalmente a la creación del Instituto Mexicano del Libro, en donde se realizarán estudios sobre el libro, la lectura y las bibliotecas.
- Librería Virtual.- Crearemos una página en Internet dedicada a facilitar el acceso a obras y textos electrónicos, con lo que buscaremos la disponibilidad de materiales para el fomento a la lectura.
- Universidad Tecnológica de las Artes Gráficas.- Se tiene especial interés en promover la formación profesional de las personas interesadas en este ramo, mediante la instalación de la Universidad Tecnológica de las Artes Gráficas –primera en su género–, como uno de los proyectos culminantes de la consolidación de la Fundación. En esta institución, los estudiantes se

prepararán con las técnicas más novedosas del mundo del diseño y la impresión y podrán efectuar sus prácticas profesionales en las diversas industrias del sector, las cuales a su vez dispondrán de recursos humanos altamente capacitados. ¹⁷²

- Festival de la Palabra, A.C.– Es una Asociación Civil sin fines de lucro que busca construir un puente entre el gobierno y la sociedad para fomentar el libro y la lectura en todos los sectores de México.¹⁷³ Organiza cada año un evento que abarca diferentes actividades: encuentro literario, artístico y cultural; se realiza en siete distintas sedes del Centro Histórico de la ciudad de México: el Palacio de la Autonomía de la Fundación UNAM (sede principal), la Plaza Loreto, la Plaza Santo Domingo, la Plaza 23 de Mayo, el Centro Cultural de la Fundación México Contemporáneo, la biblioteca Lerdo de Tejada y la explanada frente al Templo Mayor. Durante el desarrollo del festival se llevan a cabo presentaciones de libros, ciclos de literatura, recitales poéticos, charlas, conversatorios, homenajes, mesas y conferencias sobre temas de periodismo e industria editorial. En la parte artística ofrece conciertos, teatro y programas infantiles con la participación de cuentacuentos, montajes escénicos y música. ¹⁷⁴

¹⁷² Fundación Amigos de la Letra Impresa, A.C. (México) <http://www.amigosdelaletraimpresa.org/index.htm>
Acceso: 26 de abril de 2008.

¹⁷³ Festival de la Palabra, Centro Histórico. <http://www.festivaldelapalabra.com/> Acceso: 27 de abril de 2008.

¹⁷⁴ Consejo Nacional para la Cultura y las Artes. Sistema de Información Cultural Ferias del Libro : Festival de la Palabra, Centro Histórico.
http://sic.conaculta.gob.mx/ficha.php?table=feria_libro&table_id=49&estado_id=9&municipio_id=15&l=
Acceso: 27 de abril de 2008.

Como puede observarse, existen en México una cantidad importante de organismos e instituciones que promueven la industria editorial, algunos lo hacen directamente y otros indirectamente, como es el caso de las asociaciones que promueven la lectura. No obstante, los esfuerzos no han sido suficientes.

El desarrollo de la industria editorial en México está directamente relacionado con el desarrollo económico, político, cultural y social. Podemos afirmar que su desarrollo como industria o negocio es directamente proporcional al nivel educativo y a la producción de obras científicas, educativas y culturales; existe un gran centralismo que dificulta la competencia y el crecimiento en cantidad y calidad de editoriales, librerías, puntos de venta y programas de fomento a la lectura. A pesar de que los organismos y asociaciones que promueven el desarrollo de la industria editorial parecen ser bastas, su alcance no llega a las mayorías, de tal forma que la industria editorial se ve afectada por escasez de lectores, disminución de librerías, reducción de tirajes por altos costos de producción, ausencia de estímulos fiscales y problemas de distribución.

En palabras de José Ángel Leyva se apunta “Una reciente charla con Federico Krafft, director de la revista Libros de México (órgano de la CANIEM) y director general del Centro de Promoción del Libro Mexicano (Cepromex), también de dicha Cámara, nos aclara el panorama que viven los editores en el país y por qué, teniendo una masa poblacional como la nuestra, la industria

editorial mexicana se encuentra estacionada y muchas veces abatida, no obstante realizar esfuerzos por competir y destacarse en la escena mundial, tal como lo demuestran la calidad y los alcances de las ferias internacionales del libro, como la de Minería y la de Guadalajara. Por supuesto, en todo ello se encuentra como causal determinante la desastrosa economía del país, devaluaciones, inflaciones, los pocos estímulos fiscales, el bajo poder adquisitivo, la centralización, etcétera.”¹⁷⁵

La Encuesta Nacional de Lectura¹⁷⁶ refleja que el mexicano lee en promedio 2.9 libros por año, incluyendo libros de texto. Con esta cifra es fácil inferir que la industria editorial mexicana requiere mayores apoyos y acciones que favorezcan su desarrollo y éxito económico; a la problemática de los niveles bajos de lectura hay que agregar la importación de libros extranjeros y la baja cantidad de libros que son exportados, situación que debería ser contrarrestada con las acciones de promoción y fomento editorial.

El Estado mexicano debe propiciar el desarrollo de la industria editorial por las repercusiones que esto tiene en la educación y en el avance de la ciencia y la tecnología; hasta ahora la intervención del Estado ha sido poco efectiva para promover la lectura. Sería ideal que las políticas fiscales y culturales tuvieran mayores impactos para promover una educación de mayor calidad basada en la información que puede obtenerse de los libros, también resultaría ideal que se impulsaran más programas de coedición entre

¹⁷⁵ Leyva, José Ángel. “El negocio de los libros” IN Política y pensamiento. http://www.rosenblueth.mx/fundacion/Numero01/art07_numero01.htm Acceso: 28 de abril de 2008.

¹⁷⁶ Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (México) Encuesta Nacional de Lectura. México : CONACULTA, 2006. 39 p.

instituciones públicas y privadas, y finalmente, sería deseable que se diera un desarrollo nacional integral de la industria editorial pues es evidente el centralismo que hace que las ciudades de provincia no tengan las mismas oportunidades de acceso a librerías, ferias de libro y festivales culturales.

Capítulo 5

Análisis y diagnóstico de datos ofrecidos por la encuesta sobre participación de la industria editorial en México en el desarrollo de colecciones de bibliotecas

Capítulo 5

Análisis y diagnóstico de datos ofrecidos por la encuesta sobre participación de la industria editorial en México en el desarrollo de colecciones de bibliotecas

Esta investigación desde su planteamiento consideró dos vertientes, por un lado conocer el contexto general de la industria editorial y por otro, conocer el grado de su participación en el desarrollo de colecciones en bibliotecas. Los capítulos anteriores sirvieron para contextualizar a la industria editorial y en este capítulo se exponen los resultados de la encuesta aplicada a bibliotecas pretendiendo indagar aspectos específicos que dan pie al establecimiento de consideraciones y conclusiones que pretenden de alguna manera calificar el papel de la industria editorial en México en la construcción de colecciones bibliotecarias y el consecuente servicio bibliotecario que esto implica.

5.1. Recolección de datos

Los datos obtenidos en esta parte de la investigación fueron recabados a través de la aplicación de un cuestionario de veinte reactivos que se hizo llegar a bibliotecas públicas, universitarias, escolares, especializadas y a la Biblioteca Nacional (se incluye como anexo).

Las preguntas fueron planteadas con la intención de indagar específicamente sobre los siguientes aspectos:

1. Que tipo de materiales constituyen las colecciones de la biblioteca en cuestión, considerando como posibilidades a los libros impresos, libros electrónicos, publicaciones periódicas impresas, publicaciones periódicas electrónicas, películas, bases de datos, microformatos, diapositivas, mapas, partituras, realia, grabaciones u otros. Lo anterior para establecer si además de recurrir a la industria editorial como proveedora de fuentes de información, se recurre a otras empresas u organismos que surten diferentes formatos de materiales informativos.
2. Cuáles son las áreas del conocimiento de interés para la biblioteca en cuestión, las opciones de respuesta pudieron señalarse en relación a literatura infantil o juvenil, literatura general, lenguas, religión, arte, cultura, deporte, ciencias puras, tecnología, ciencias sociales, educación básica, geografía, historia, obras de consulta. Lo anterior con la finalidad de indagar si el desarrollo de colecciones considera un enfoque especializado y por tanto se recurre a casas editoras o proveedores de servicios de información especializados en algún campo del conocimiento en especial.
3. Cuáles son los idiomas presentes en la colección, partiendo de la base de que el principal es el español, con esta pregunta se pretendió indagar si la biblioteca en cuestión en virtud de las necesidades de sus usuarios adquiere obras en otros idiomas y por tanto recurre a la importación de libros o a utilizar los servicios de proveedores que manejan obras en idiomas diferentes al español.

4. Cómo se desarrolla la colección de la biblioteca en cuestión considerando los porcentajes de volúmenes adquiridos por compra, donación y recursos compartidos.
5. Qué tipos de contactos se utilizan para las adquisiciones bibliográficas, considerando como opciones: editores, librerías tradicionales (locales, nacionales o internacionales), librerías electrónicas u otros.
6. Que montos presupuestales se manejan en la biblioteca para la adquisición de colecciones, aclarando si se asignan presupuestos anuales o semestrales.
7. Cuales son las casas editoras que publican obras de interés para la biblioteca en cuestión, lo anterior para distinguir cuales son las editoriales que publican obras más pertinentes para bibliotecas.
8. Cuales son las casas editoras, organismos o instituciones que publican revistas de interés para la biblioteca, lo anterior para considerar que tipos de revistas por un lado, y que tipo de instituciones por otro, son las que publican contenidos hemerográficos pertinentes a las bibliotecas.
9. Indagar si la biblioteca cuenta con un padrón de editores, proveedores o librerías con los cuales sistematice sus solicitudes de adquisición.
10. Cuales son los problemas más frecuentes al recibir los materiales bibliográficos adquiridos a través de compra, considerando como opciones posibles: retraso en la entrega de materiales,

materiales faltantes, materiales defectuosos, facturación errónea, materiales equivocados u otra.

11. Indagar cuales son las ventajas competitivas que permiten al bibliotecario tomar la decisión de elegir a un editor o proveedor en el mercado editorial nacional, proponiendo como posibilidades: rapidez en la entrega de documentos, descuentos atractivos, exactitud en los envíos, publicidad efectiva, pedidos abiertos o libros a vistas y prestigio de la casa editora.
12. Cuales son las casas editoras mexicanas que ofrecen mejores descuentos a la biblioteca en cuestión.
13. Cuales son los medios por los que el bibliotecario se entera de la oferta editorial, considerando como probabilidades: catálogos, correo directo, obsequio de libros o regalos promocionales, publicidad en prensa, publicidad en radio, publicidad en televisión, presentación de libros, ferias de libros, mercadeo telefónico, Internet, eventos especiales u otros.
14. Cual es el tiempo de espera que normalmente agotan los editores o libreros para hacer llegar los materiales documentales a la biblioteca, estableciendo diferenciaciones entre editores, libreros u otros proveedores tanto en los planos local, como nacional y extranjero.
15. Cuales son las casas editoras que publican obras a precios fuera del alcance de la biblioteca encuestada.

16. Verificar si el bibliotecario asiste a ferias del libro y cuáles de ellas podrían considerarse como más importantes en el ámbito nacional.
17. Indagar si la biblioteca en cuestión maneja órdenes permanentes con algún proveedor o editor específico, lo anterior para reflejar la confiabilidad de alguno(s) de ellos.
18. Indagar si la biblioteca maneja adjudicación directa para colocar pedidos con editoriales, librerías o distribuidores, interpretando con esto la confianza generada por ellos.
19. El manejo de licitaciones como sistema para otorgar contratos de compra de material bibliográfico a editores, libreros o proveedores.
20. El manejo de fianza por pago anticipado como forma de negociación para garantizar la provisión de materiales documentales a la biblioteca en cuestión.

La recolección de datos tomo un tiempo considerable, las primeras encuestas se aplicaron a partir de julio de 2006 y las últimas en enero de 2008. Debe hacerse la observación de que los bibliotecarios no son muy cooperativos al momento de recibir una encuesta, solamente el 50% de las encuestas enviadas fueron contestadas. La falta de respuesta fue más frecuente en bibliotecas públicas y escolares, en donde todavía es cuestionable la profesionalización de la actividad del bibliotecario responsable de adquisiciones, en cambio en bibliotecas universitarias y especializadas la respuesta fue ágil y clara.

5.2. Aplicación del cuestionario

La encuesta se aplicó a un total de 120 bibliotecas, de las cuales 35 fueron escolares, 40 universitarias, 40 especializadas, 4 públicas y una nacional. Es relevante señalar que aunque parece descompensado el número de bibliotecas públicas encuestadas esto se justifica en razón de que existe la Red Nacional de Bibliotecas Públicas que de manera centralizada realiza la selección y adquisición de material bibliográfico, por lo que hay pocas bibliotecas públicas que manejen recursos extraordinarios para el desarrollo de colecciones.

En la mayoría de los casos la recepción del cuestionario por parte de los bibliotecarios fue de manera electrónica, se les envió por correo electrónico e igualmente la devolvieron, en otros pocos casos se aplicó de manera directa cuando lo permitieron las condiciones de distancia geográfica o la colaboración de colegas que de manera personal hicieron llegar el cuestionario a las bibliotecas ubicadas en la localidad en que trabajan.

El cuestionario se hizo llegar acompañado de una carta en donde se explicaba el propósito de la investigación, en los casos en que se aplicó personalmente, la explicación fue verbal y la contestación de los reactivos tomaba escasos minutos en virtud de que se procuró dar opciones de respuesta a la mayoría de las preguntas. Como se mencionó anteriormente las encuestas se aplicaron entre julio del 2006 y enero del 2008, las últimas

que se aplicaron fueron las que estuvieron dirigidas a bibliotecas escolares ya que fue en donde se encontró más resistencia a la respuesta y tuvieron que aplicarse personalmente.

5.3. Análisis de la información

Para analizar la información obtenida de la encuesta aplicada a las bibliotecas consideradas se procedió a vaciar la información en una base de datos elaborada a partir de Excel en donde se consideraron cinco apartados: bibliotecas públicas, bibliotecas universitarias, bibliotecas escolares, bibliotecas especializadas y biblioteca nacional.

Puede considerarse que para esta parte de la investigación el diseño del cuestionario fue el punto medular para concentrar la información que más adelante se comentará. Las preguntas fueron cerradas, con diferentes posibilidades de respuesta según el tipo de información a recabar, en unos casos las opciones fueron la afirmación y la negación y en otros casos las respuestas eran categorizadas y de elección múltiple.

Para el diseño de preguntas se tomó en consideración la información relevante en relación al desarrollo de colecciones en una biblioteca o centro de información enfocada principalmente a tipo de colecciones, áreas de interés, contactos utilizados, cuestiones presupuestarias, casas editoras que publican obras de su interés, problemas más frecuentes en la recepción de

pedidos, ventajas competitivas, tipos de medios de promoción de las editoriales, etc.

Como se indicó anteriormente la aplicación del cuestionario tomó un tiempo considerable, con intervalos de interrupción por el desarrollo paralelo de la investigación documental, en la mayoría de los casos la respuesta fue rápida, aproximadamente una semana o dos, hubo un gran porcentaje de cuestionarios que no fueron contestados, se enviaron más de doscientos cincuenta y se recabaron ciento veinte, con lo que puede afirmarse que la respuesta ascendió al 48% de los cuestionarios enviados. En cada cuestionario se incluyó como nota la afirmación de que la información recabada sería manejada globalmente sin particularizar ningún caso, esto para que los bibliotecarios contestatarios no tuvieran la desconfianza de que su biblioteca sería puesta en evidencia en los casos de desventaja ante el resto de bibliotecas encuestadas.

El análisis de la información fue gradual en relación a la fecha de recepción de las respuestas y se concluyó en enero del 2008, los resultados obtenidos se exponen en el siguiente apartado considerando tanto los resultados cuantitativos como la observación cualitativa que puede inferirse y en el último capítulo de esta investigación pueden observarse las conclusiones que nos permiten evaluar el papel de la industria editorial en México en el desarrollo de colecciones en bibliotecas mexicanas.

5.4. Procesamiento de la información

Al finalizar el proceso de aplicación del cuestionario se procedió a concentrar y analizar la información recabada, se vaciaron las respuestas en una base de datos para una observación más focalizada y el rescate de la información más relevante. Es importante señalar que para presentar la información procesada es necesario manejarla en apartados por tipo de biblioteca, ya que su grado de desarrollo y las características específicas que guardan en nuestro país determinan las tendencias y los mecanismos concretos que se utilizan para la construcción de colecciones en cada uno de los tipos a considerar, esto es: bibliotecas públicas, bibliotecas universitarias, bibliotecas escolares, bibliotecas especializadas y biblioteca nacional; en este mismo orden se presenta el procesamiento de la información.

5.4.1. En bibliotecas públicas

La Red Nacional de Bibliotecas Públicas (RNBP) fue establecida en 1983 y es hoy el sistema bibliotecario más extenso de México, en número de establecimientos, de localidades atendidas y de usuarios.¹⁷⁷

El Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (Conaculta), a través de su Dirección General de Bibliotecas, es el organismo del gobierno federal responsable de dirigir y coordinar la Red. Además del gobierno federal, en ella colaboran estrechamente los gobiernos de todos los estados y de la

¹⁷⁷ CONACULTA (México). Red Nacional de Bibliotecas Públicas. <http://www.bibliotecavasconcelos.gob.mx/html/docs/organizacion.pdf> Consultado: 2 de febrero de 2008.

mayoría de los municipios del país. Las bases legales de esta colaboración son definidas por la Ley General de Bibliotecas aprobada en 1988.

La RNBPN está integrada por 7,010 bibliotecas públicas de diferentes tipos y dimensiones:

- 1 Biblioteca pública central (Biblioteca Vasconcelos)
- 31 Bibliotecas públicas centrales estatales
- 218 Bibliotecas públicas regionales
- 6,354 Bibliotecas públicas municipales
- 16 Bibliotecas públicas centrales delegacionales (Distrito Federal)
- 390 Bibliotecas públicas delegacionales (Distrito Federal)

Estas bibliotecas se localizan en 2,236 de los 2,451 municipios del país. Las bibliotecas públicas mexicanas, de acuerdo con el Reglamento General de los Servicios Bibliotecarios vigente para toda la Red, organizan sus servicios alrededor de cuatro colecciones o secciones básicas:

- Colección general
- Colección de consulta
- Colección infantil
- Colección de publicaciones periódicas

Los servicios básicos son:

- Préstamo interno con estantería abierta
- Préstamo a domicilio
- Servicios de consulta
- Orientación a usuarios

- Talleres y actividades de lectura
- Visitas guiadas

De acuerdo con sus dimensiones y nivel de desarrollo, parte de las bibliotecas ofrece, adicionalmente:

- Internet y servicios de cómputo
- Talleres de cómputo
- Colección Braille
- Videoteca
- Hemeroteca
- Ludoteca

Actualmente en México, la Dirección General de Bibliotecas de CONACULTA tiene en sus manos la responsabilidad de desarrollar y fomentar la Red Nacional de Bibliotecas Públicas, esto garantiza que las bibliotecas públicas en México, recibirán un impulso decidido de parte del gobierno federal y de los gobiernos de los estados, quienes trabajan en coordinación para mantener una biblioteca central en cada Estado, que a su vez coordina las bibliotecas públicas de cada municipio.

“El principal medio de acceso a los materiales de lectura para la población sigue siendo la biblioteca pública. La Red Nacional de Bibliotecas Públicas, creada en 1983 con un total de 351 recintos, hoy cuenta con 7,210 establecimientos que cubren el 92.71% de los 2,455 municipios de todo el país, siendo así uno de los sistemas culturales y educativos más amplios de México.

El acervo de la Red está integrado por 35.5 millones de volúmenes y ha registrado un crecimiento anual promedio de 800,000 libros. En los inicios de la Red, se contaba con una biblioteca pública por cada 240,000 habitantes. En la actualidad se llega a una biblioteca pública por cada 14,320 mexicanos, para un total 0.34 libros por habitante.

El perfil sociodemográfico de los usuarios revela que hay una proporción similar entre hombres y mujeres lectores y que, en su mayoría, no rebasan los 24 años de edad. Casi la mitad proviene de familias con un ingreso mensual de entre 2,500 y 5,000 pesos. Aún así, nueve de cada diez personas en las comunidades saben dónde está ubicada su biblioteca aunque no la hayan visitado.

El sistema bibliotecario nacional se rige por una colaboración tripartita de los ámbitos de gobierno federal, estatal y municipal, lo que permite trabajar con un esquema descentralizado. El 91% de los recintos bibliotecarios de la Red corresponde a bibliotecas públicas municipales y el restante 9% lo conforman, además de la Biblioteca de México y la Biblioteca Vasconcelos, 31 bibliotecas centrales estatales, 200 bibliotecas regionales y más de 400 bibliotecas delegacionales, incluidas las denominadas centrales delegacionales, ubicadas en las 16 delegaciones políticas del Distrito Federal.

A través de la Dirección General de Bibliotecas, más de 2,000 bibliotecarios reciben, anualmente, capacitación en áreas técnicas, de fomento a la lectura y tecnologías de información, entre otras. El desarrollo tecnológico, en especial, es una de las necesidades fundamentales de la Red Nacional de Bibliotecas Públicas. En 2003, sólo el 2% de las bibliotecas públicas contaban con computadoras de uso público. Actualmente, 2,728 disponen de recursos electrónicos de información lo cual constituye el 38% del total.”¹⁷⁸

En 1984, prácticamente a raíz del inicio de operaciones de la Renabip, se llevó a cabo el Seminario sobre Políticas y Procedimientos de Selección en Bibliotecas Mexicanas, realizado bajo auspicios del Centro Universitario o de Investigaciones Bibliotecológicas de la UNAM, en este evento una de las ponencias ilustró ampliamente sobre procedimientos de selección que pone en practica la DGB para formar las colecciones de la Red Nacional de Bibliotecas Públicas. A continuación lo que allí se dijo.

"Para el desarrollo y mantenimiento de los acervos, la DGB ha programado las siguientes actividades en forma centralizada:

a) Determinar el perfil de interés de la población que conforma cada municipio. Determinar las variables estadísticas que de finen a cada municipio.

b) Determinar las variables estadística que define a cada municipio.

¹⁷⁸ Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (México). Programa Nacional de Cultura 2007-2012. Op cit. pp. 133-134.

- c) Determinar los municipios cuya población tenga las mismas variables estadísticas.
- d) Convertir los datos anteriores (a–c) en necesidades concretas de información.
- e) Seleccionar los títulos disponibles en el mercado mexicano, de libros que satisfagan las necesidades de información de las comunidades de los municipios.
- f) A partir de los servicios proporcionados por las bibliotecas, detectar las áreas en las que la información requerida por los usuarios sea parcial o no exista, a fin de localizarla y hacerla llegar a la biblioteca que la requiera.

En la etapa inicial, varias de las actividades enumeradas se han desarrollado en forma paralela, aunque lo ideal sería que algunas de ellas se desarrollaran en forma secuenciada.

Las tareas que ha llevado a cabo el sistema centralizado de selección, han sido las siguientes:

1. Determinar la distribución de la colección según el tipo de material.
2. Determinar la distribución de la colección según grupos de edades, nivel de escolaridad y actividades productivas predominantes en el municipio.

Un problema que se ha enfrentado es el incremento en los costos de libros editados en el extranjero, que aunado a la escasez de divisas, ha propiciado que su oferta en el mercado nacional, haya disminuido sustancialmente, ocasionando que el universo de títulos útiles a las bibliotecas sea cada día mas restringido.

En cuanto a las colecciones, RENABIP desarrolla dos actividades funcionales:

1. Integración de acervos básicos para las bibliotecas de nueva creación.
2. Desarrollo y actualización de los acervos de las bibliotecas en funcionamiento, a fin de adecuarlos en forma permanente a las necesidades reales y potenciales de su comunidad.

En función de lo anteriormente expuesto, se ha decidido evaluar en forma individual los materiales disponibles en el mercado mexicano del libro, a fin de determinar que áreas cubren, sus alcances y limitaciones, tipo de usuario al que van dirigidas y en consecuencia, poder integrar los acervos básicos para Las bibliotecas de la Red, considerando el tamaño de cada uno de ellos y las características dominantes en la población a atender.

Partiendo de la evaluación de servicios y acervos y de los estudios de necesidades de información de la comunidad, se espera detectar las

necesidades de información no cubiertas y adelantarse a las no manifestadas.

En cuanto a los estudios de las comunidades, una primera etapa trata de determinar:

1. Número de habitantes por municipio.
2. Niveles de edad de los habitantes de cada municipio, por grupos quinquenales.
3. Niveles de alfabetismo y escolaridad de la población.
4. Población económicamente activa, señalado los tipos de actividad.
5. Numero de Escuelas en cada municipio, agrupadas por el nivel educativo.
6. Actividades predominantes en cada municipio.

En cuanto a las colecciones, se esta estudiando una distribución del acervo de las bibliotecas que cuantifican en forma porcentual:

1. La colección de consulta (10%)
2. La colección infantil (15%)
3. El acervo general (75%), que incluye:
 - a) Material formativo
 - b) Material informativo
 - c) Material recreativo

El acervo general se distribuye en función de la clasificación de Dewey; de acuerdo al análisis de uso se ha encontrado que el 300, el 500, el 600, el 800 y el 900 son las áreas de mayor demanda en nivel semejante entre ellas, mientras que el 700, el 100, el 400 y el 200 representan las de menor demanda en orden decreciente entre ellas. Cada clase de material se distribuye a su vez en:

1. Material formativo de apoyo al proceso enseñanza aprendizaje, que incluye material de apoyo a: educación elemental, media básica, media superior y superior.
2. Material informativo orientado prioritariamente hacia –actividades productivas.

En este caso, se pretende determinar los niveles educativos de los usuarios que requieren este tipo de material, a fin de garantizar que el lenguaje y nivel de –tratamiento del mismo, sean accesibles para la comunidad.

3. Material recreativo.

Las políticas de selección definidas hasta el momento para el desarrollo de colecciones en bibliotecas públicas, determinan que el material a seleccionar deberá apoyar a:

1. El desarrollo cultural y educativo de los mexicanos, con especial, énfasis en lo relativo al fortalecimiento de la identidad nacional,

2. El proceso de enseñanza aprendizaje en sus diferentes niveles y modalidades; esto, sin pretender sustituir a los sistemas de bibliotecas ya existentes.
3. Las actividades productivas que se desarrollan en los diferentes municipios y en el seno de la familia.
4. El fomento al hábito de la lectura en la comunidad.

Para la consecución de las políticas señaladas, se ha decidido dar prioridad a la producción editorial mexicana y dentro de ella a la que produce la Secretaría de Educación Pública.

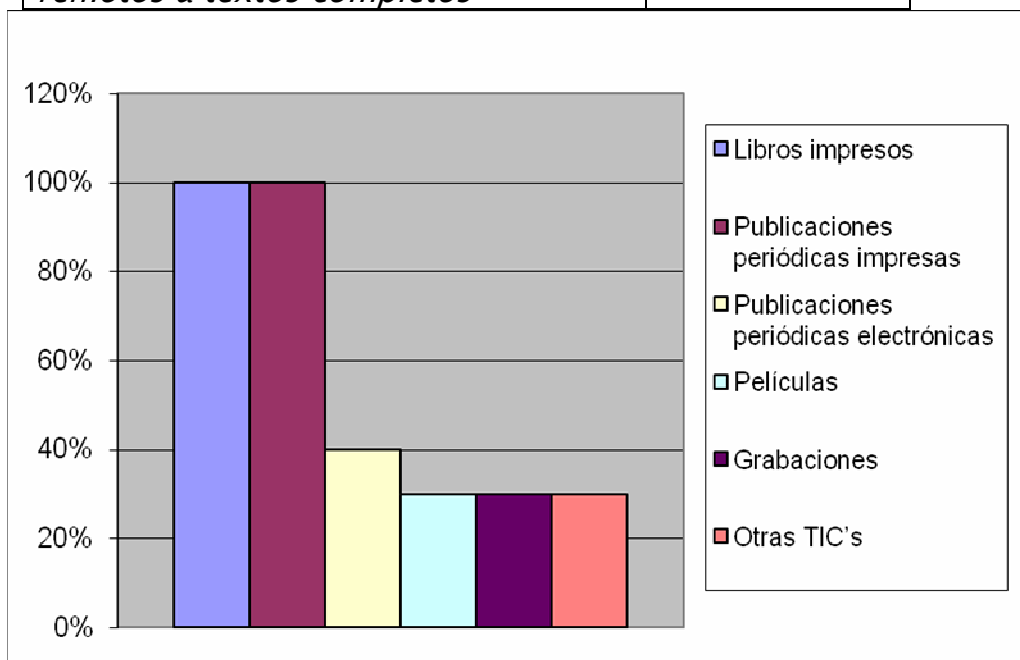
Es importante resaltar que la asesoría profesional es muy necesaria para que el proceso de selección y desarrollo de colecciones, se ajuste a los requerimientos de información de cada comunidad. En teoría, parece ser que los procedimientos empleados por la DGB son adecuados para lograr colecciones balanceadas en cada una de las bibliotecas que conforman la Red Nacional de Bibliotecas Públicas y que solo hace falta fundamentalmente el apoyo decidido de los gobiernos de los estados del país para contar con verdaderas bibliotecas públicas que coadyuven a la educación, superación y recreación del individuo.”¹⁷⁹

¹⁷⁹ Añorve Aguirre, Alejandro. “La selección en la biblioteca pública” IN Seminario sobre políticas y procedimientos de selección en bibliotecas mexicanas. Ma. del Carmen Negrete Gutiérrez, Comp. México : UNAM. CUIB, 1984. pp. 22-27.

ANALISIS DE INFORMACION DEL CUESTIONARIO APLICADO A BIBLIOTECAS PÚBLICAS

1. Tipo de fuentes conforman los fondos de información y referencia de las bibliotecas públicas encuestadas:

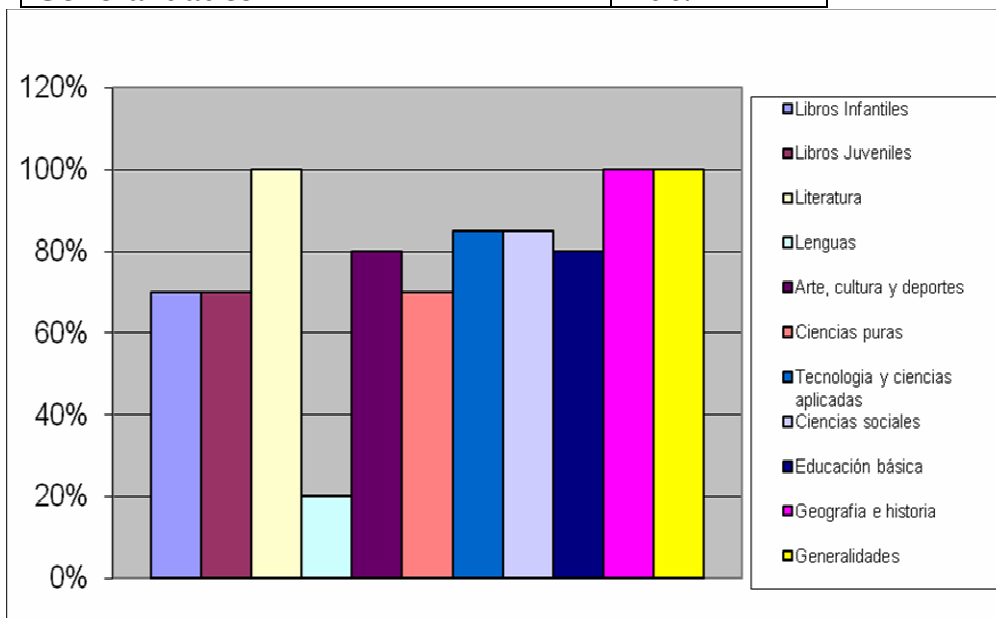
<i>Libros impresos</i>	<i>100%</i>
<i>Publicaciones periódicas impresas</i>	<i>100%</i>
<i>Publicaciones periódicas electrónicas</i>	<i>40%</i>
<i>Películas</i>	<i>30%</i>
<i>Grabaciones</i>	<i>30%</i>
<i>Otras TIC's: documentos digitales, DVD Conferencias, Protocolo H323 para Videoconferencias, Accesos remotos a textos completos</i>	<i>30%</i>



2. Las áreas del conocimiento a que se enfoca el desarrollo de colecciones de las bibliotecas encuestadas se refiere a:

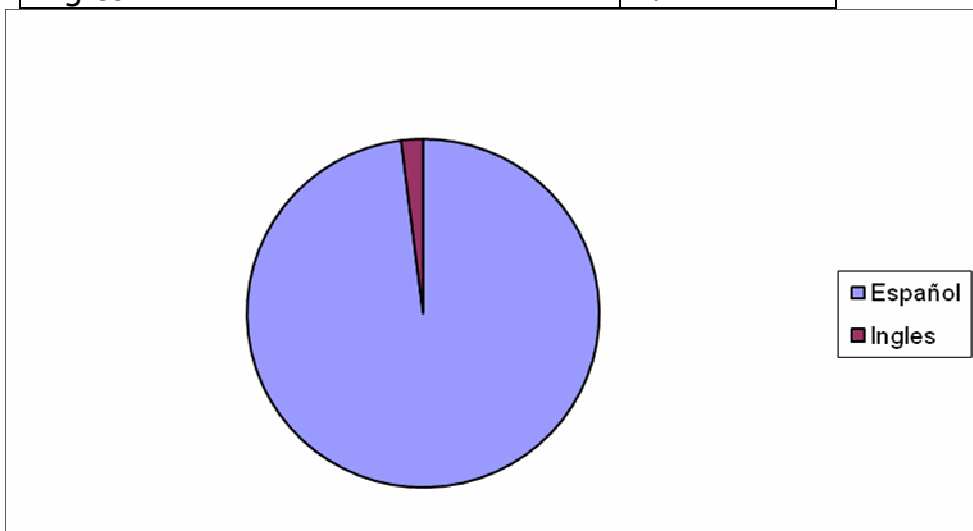
Libros infantiles	70%
Libros juveniles	70%
Literatura	100%
Lenguas	20%
Arte, cultura y deportes	80%
Ciencias puras	70%

Tecnología y Ciencias aplicadas	85%
Ciencias sociales	85%
Educación básica	80%
Geografía e Historia	100%
Generalidades	100%



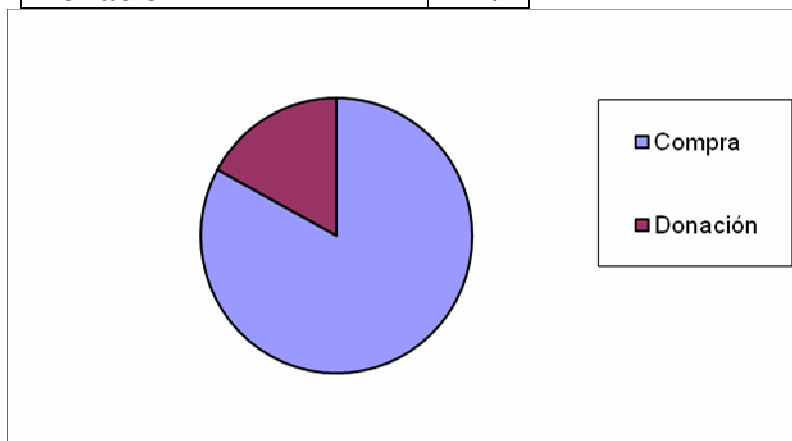
3. Los idiomas presentes en las colecciones son:

Español	98%
Inglés	2%



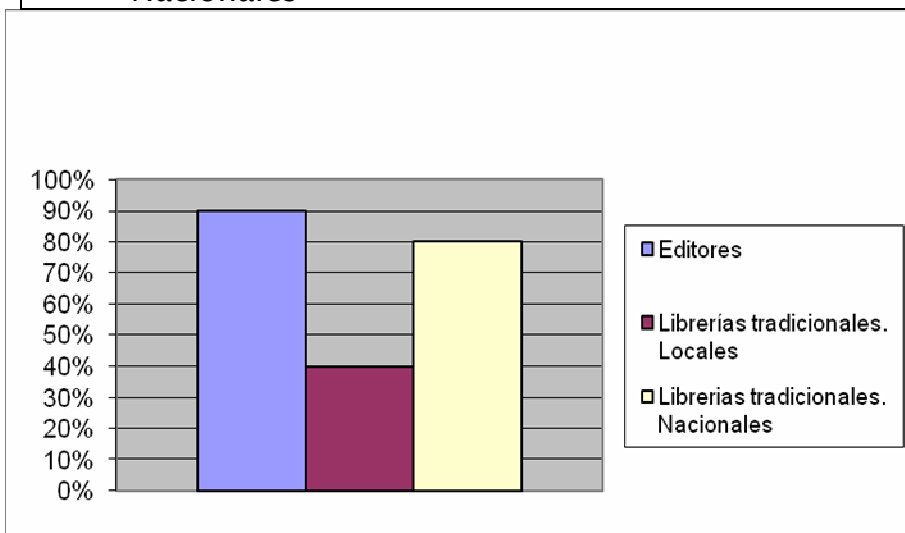
4. La adquisición de fuentes y recursos documentales se realiza a través de compra, donación y recursos compartidos en los siguientes porcentajes:

Compra	83%
Donación	17%



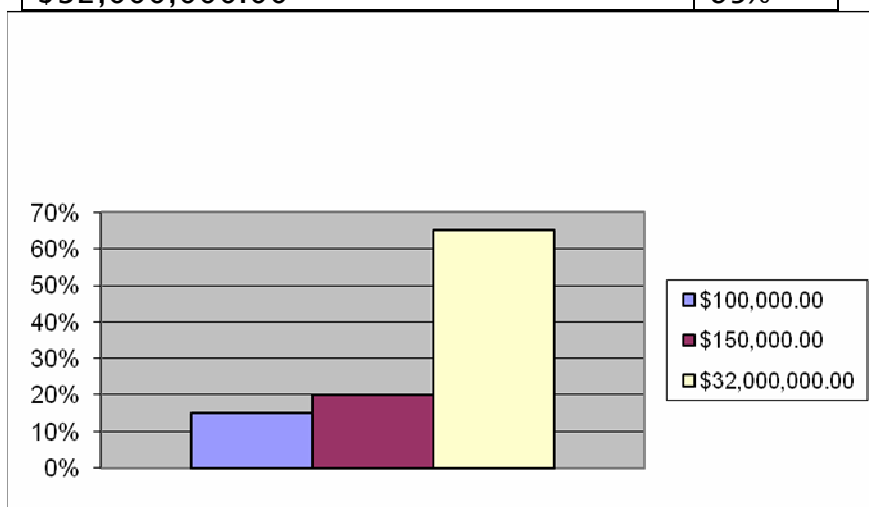
5. Los contactos a que se recurre para la adquisición por compra son los siguientes:

Editores	90%
Librerías tradicionales	
- Locales	40%
- Nacionales	80%



6. El presupuesto institucional que se utiliza para la desarrollo de colecciones asciende a las siguientes cantidades anuales:

\$100,000.00	15%
\$150,000.00	20%
\$32,000,000.00	65%



7. Las casas editoras que publican libros de interés para las bibliotecas públicas encuestadas son:

Santillana, MacMillan, Castillo, Trillas, Ed. Pedagógicas, MacGraw-Hill, Fernández Ed., Patria Cultural, Esfinge, Larousse, Pearson, Logman, Oxford, Limusa, Norma, Ed. S.M., Quinto Sol, Angeles Editores, Libris Ed., Aguilar, Jamer, Edere, Progreso, Sistemas Técnicos de Edición, Contextos Culturales Ed., Nueva Imagen, Era, FCE, Sexto Piso, Planeta, Random, Siglo XXI.

8. Algunos editores, organismos o instituciones que publican revistas de interés para las bibliotecas públicas son:

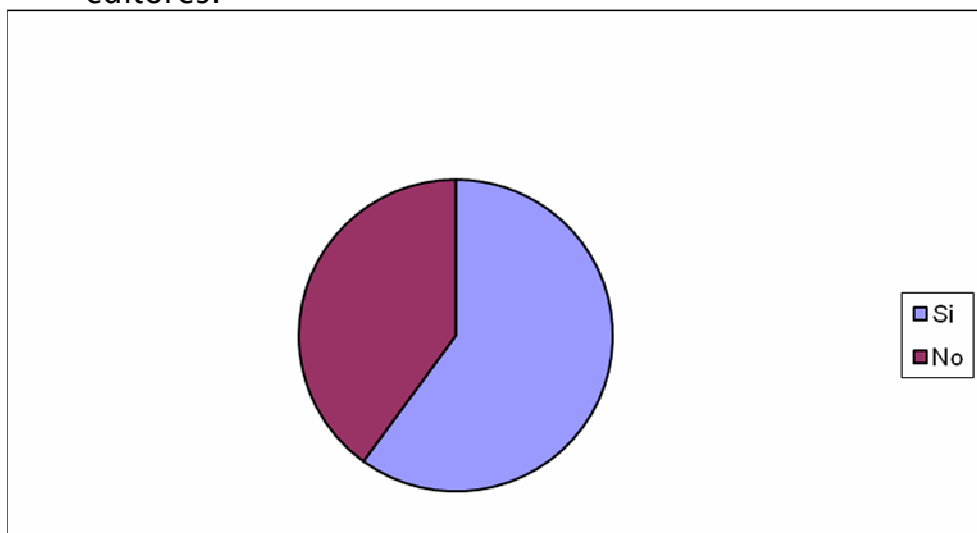
- Ed. Vuelta (Letras libres), Nexos, CONACYT, Instituto de Ecología, CONACULTA (El bibliotecario), Universidad de Las Américas (UDLA-Puebla) (Revista Revuelta)

9. Porcentaje de bibliotecas que cuentan con “padrón de editores, proveedores y/o librerías”

Si	60%
----	-----

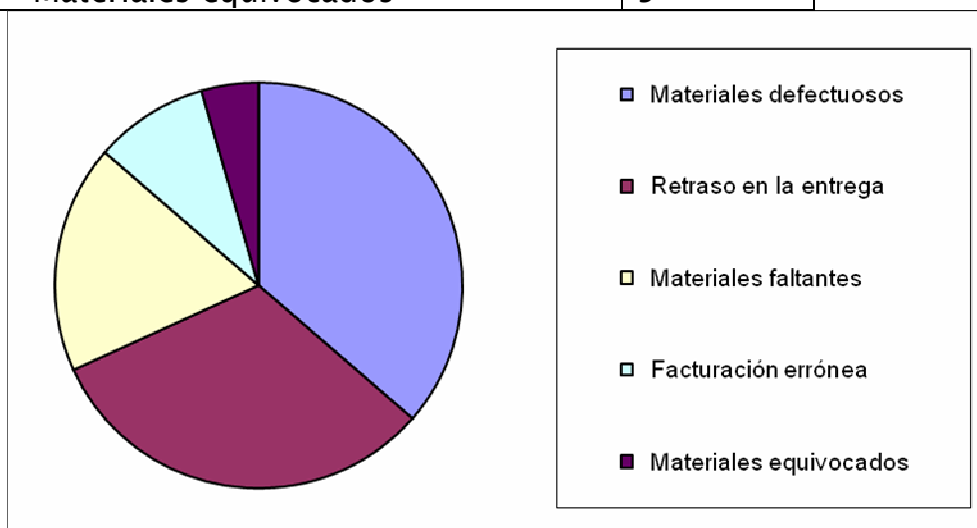
No	40%
----	-----

En este caso hay que resaltar que las adquisiciones en la Renabip se realizan de manera centralizada, de manera que solamente la DGB de CONACULTA maneja ese padrón de editores.



10. Problemas comunes al recibir los materiales bibliográficos adquiridos a través de compra en las bibliotecas encuestadas:

Materiales defectuosos	1
Retraso en la entrega	2
Materiales faltantes	3
Facturación errónea	4
Materiales equivocados	5



11. Ventajas competitivas más importantes para la biblioteca al seleccionar un editor o proveedor en el mercado editorial nacional:

Rapidez en la entrega de materiales	1
Prestigio de la casa editora	2

Descuentos atractivos	3
Exactitud en los envíos	4
Publicidad efectiva	5
Pedidos abiertos o libros a vistas	6

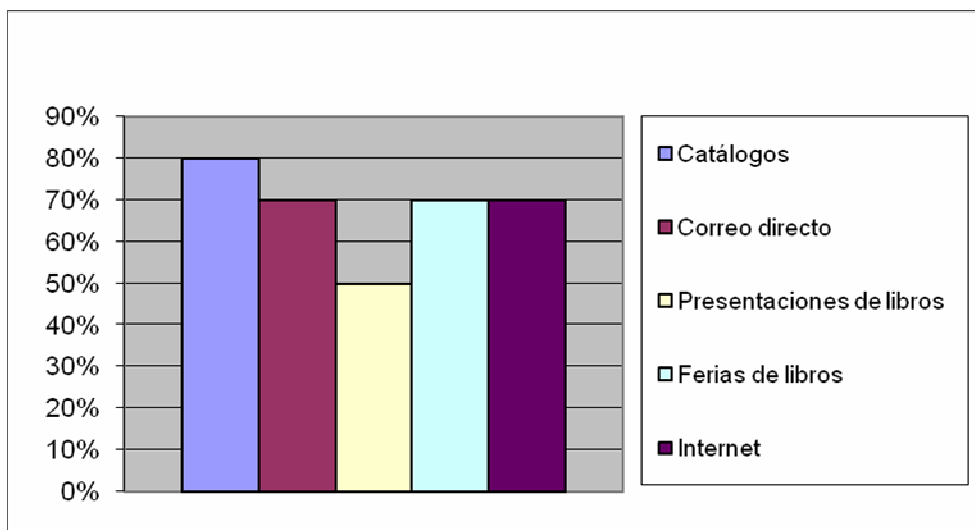


12. Editoriales, proveedores o librerías (mexicanas) que ofrecen descuentos convenientes:

Trillas, Librerías de Cristal, Librería Gonvill, FCE, Era, Porrúa, Santillana, Siglo XXI.

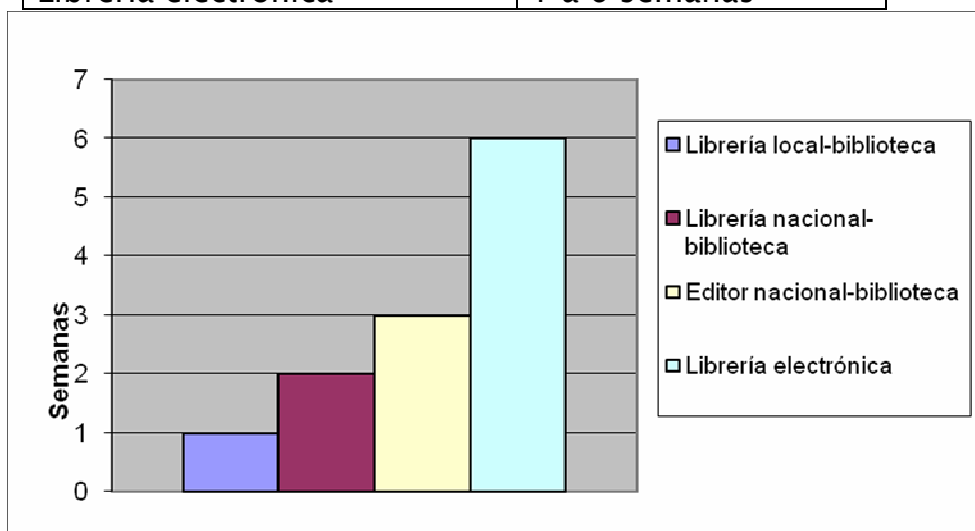
13. Medios utilizados por las industria editorial para dar a conocer los materiales documentales puestos en el mercado :

Catálogos	80%
Correo directo	70%
Presentaciones de libros	50%
Ferias de libros	70%
Internet	70%



14. Tiempo de espera promedio que transcurre para la recepción de materiales documentales en la biblioteca:

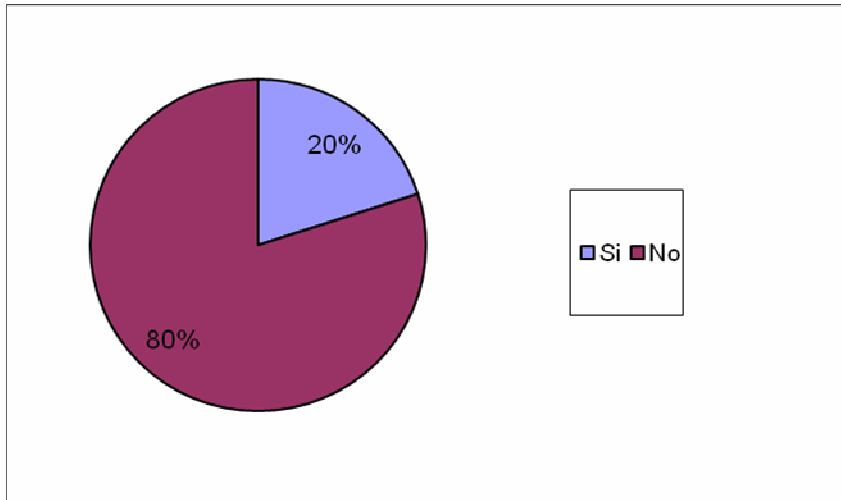
Editor nacional-biblioteca	1 a 3 semanas
Librería local-biblioteca	1 semana
Librería nacional-biblioteca	1 a 2 semanas
Librería electrónica	1 a 6 semanas



15. Existencia de casas editoras en México cuyos materiales documentales sean tan costosos que quedan fuera del alcance del presupuesto de la biblioteca:

Si	20%
No	80%

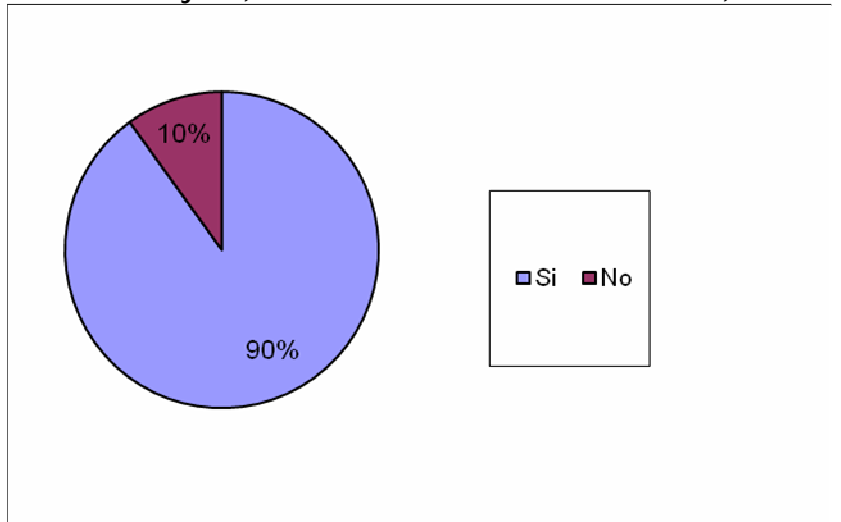
Casas editoras cuyos materiales quedan fuera de presupuesto: Ibcon y algunas que editan o comercializan bases de datos.



16. Asistencia a Ferias del Libro:

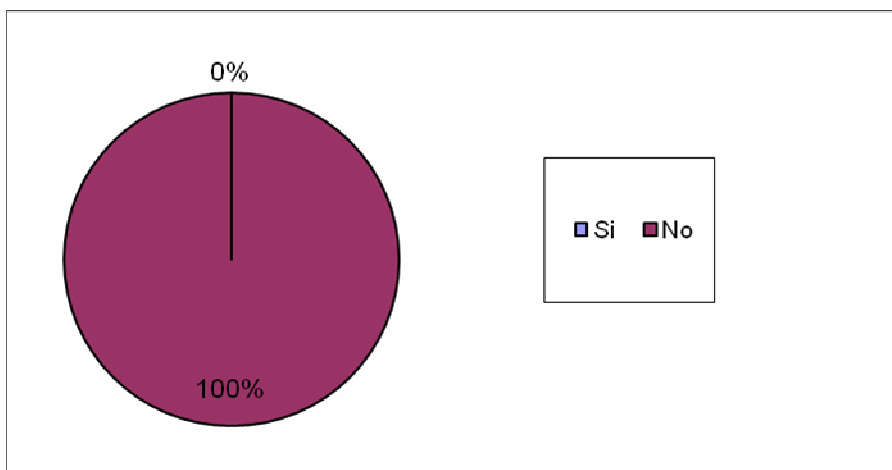
Si	90%
No	10%

FIL Guadalajara, Feria Internacional de Lectura, Ferias Locales.



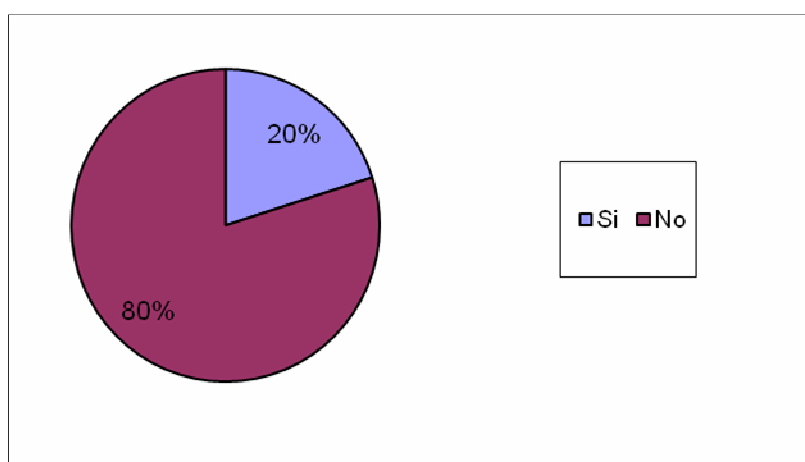
17. Manejo de "Ordenes permanentes" (Standing orders)?

Si	0%
No	100%



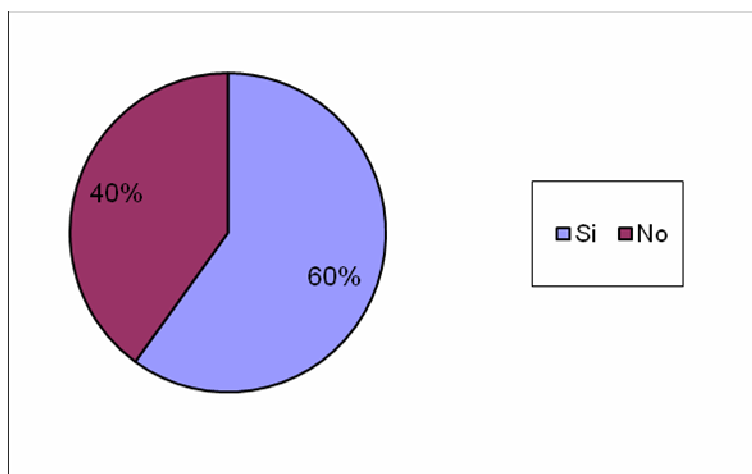
18. Manejo de adjudicación directa para colocar pedidos con editoriales, distribuidores o librerías en las bibliotecas:

Si	20%
No	80%



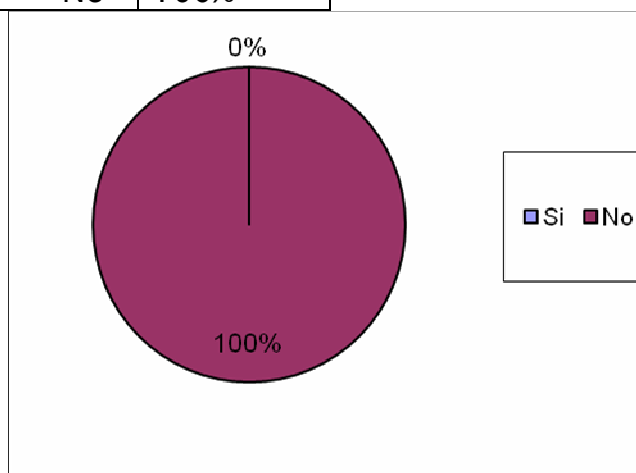
19. Manejo de "Licitaciones" para colocar pedidos con editoriales, distribuidores o librerías:

Si	60%
No	40%



20. Manejo de “fianza por pago anticipado” en los tratos de las bibliotecas con proveedores de materiales documentales:

Si	0%
No	100%



5.4.2. En bibliotecas universitarias

Las bibliotecas universitarias o académicas son centros o unidades de información que forman parte de instituciones de educación superior, en ellos se desarrollan los recursos y servicios que la entidad académica requiere para apoyar sus funciones sustantivas que son: la docencia, la investigación y la difusión de la cultura.

En México las bibliotecas universitarias son uno de los tipos de unidades de información que ha logrado mayor desarrollo y consolidación en virtud de que en ellas se concentran grandes esfuerzos para que la calidad educativa tome vigencia a partir de esquemas organizacionales efectivos y se logre pertinencia en la formación de profesionales tanto en universidades públicas como privadas. Existen una amplia oferta educativa a nivel superior en México, esto abarca más de 300 instituciones que bajo diferentes modelos ofrecen estudios a nivel superior, lógicamente en estas instituciones existen sistemas bibliotecarios de muy variadas dimensiones y alcances, encontramos por ejemplo Universidades que atienden a poblaciones de 300 estudiantes y en contraparte estaría la UNAM que atiende a una población de más de 300,000 estudiantes, en uno y otro casos sus bibliotecas desarrollan colecciones y servicios informativos que pretenden responder a las necesidades y características de la docencia, investigación y difusión cultural de la institución de la que forman parte.

Las instituciones mexicanas de educación superior constituyen parte importante del sistema de desarrollo del país y tienen como objetivo general formar profesionales, investigadores, profesores universitarios y técnicos útiles a la sociedad; realizar investigaciones que hagan avanzar la cultura y la ciencia; y proponer soluciones viables que ayuden a resolver los problemas que presentan los programas educativos nacionales; así como extender la cultura y difundir la ciencia con mayor amplitud.

La universidad para cumplir con sus funciones esenciales, como son la docencia, la investigación, la difusión y la extensión, ha requerido de una amplia e importante infraestructura de apoyo, dentro de la cual se encuentran las bibliotecas universitarias y especializadas, mismas que juegan un papel relevante como fuente de información y como medio de comunicación del conocimiento generado por el hombre a lo largo del tiempo.

Puede afirmarse que el objetivo principal de este tipo de bibliotecas es apoyar las funciones de la propia universidad, mediante el suministro de servicios bibliotecarios adecuados que permitan proveer y hacer accesible el material documental, cuyo contenido satisfaga eficientemente las necesidades de información de su comunidad. Estas necesidades de información forman parte del aprendizaje. Apoyan la docencia a nivel superior; a los programas de investigación en las áreas de interés que desarrolla la propia universidad; así como a la extensión de la cultura y a la ciencia dentro y fuera del ámbito universitario.

Las universidades mexicanas obedecen a modelos estructurales distintos y a diferentes realidades, lo que se refleja en las carreras que imparten, en el enfoque de la investigación que se desarrolla, en la demanda de literatura más especializada, en los diferentes sistemas de enseñanza, etcétera. Esto hace que los objetivos en las bibliotecas varíen entre sí,

dependiendo de su misión, de su estructura, de la naturaleza de su comunidad y de sus necesidades específicas.

De manera general puede decirse que la comunidad universitaria está representada principalmente por los profesores, investigadores, alumnos y autoridades académicas que laboran para la institución. Dicha comunidad reúne diversas características, realiza diferentes actividades y varía en sus formas de trabajo, lo que conlleva a una total heterogeneidad en sus necesidades y demandas de información.

De ahí que, determinar las necesidades específicas de información de su comunidad solamente con el conocimiento de las áreas o temas en que se desarrolla investigación o en los contenidos programáticos de los diversos programas educativos que se llevan a cabo, restringe el conocimiento real de las necesidades y demandas de información. Hay que considerar que cada uno de los integrantes de la comunidad reúne ciertas características y habilidades que los hace diferentes, además, cada uno de los sujetos tiene sus propias necesidades e intereses, los cuales difieren por sus niveles de especialización, del trabajo que realizan, por sus métodos de enseñanza, etc. Por ejemplo, en el caso de la comunidad a la que atiende la biblioteca especializada, no son las mismas necesidades de información para un investigador de ciencias puras que para uno de ciencias sociales; asimismo existe diferencia entre las necesidades de información de los investigadores, sus ayudantes o sus alumnos de posgrado en un área o campo específico; otra diferencia se relaciona con las modalidades de

trabajo o el manejo y uso que hacen de la información en sus bibliotecas, por mencionar sólo algunas diferencias.

En la actualidad, las bibliotecas universitarias y especializadas se enfrentan a un cúmulo de información que se genera en una diversidad de formatos, cuyos costos rebasan cualquier presupuesto asignado para la adquisición de materiales; además hoy en día existen diversas tecnologías que permiten una mayor diseminación y transferencia de la información, además dichas tecnologías evolucionan rápidamente.

La comunidad universitaria, por las características que reúne y por sus modalidades de trabajo, no es ajena a los cambios y desarrollos que se dan en su entorno, ya que está más familiarizada con las posibilidades que ofrecen las nuevas tecnologías, con las diversas formas en que se presenta la información y con los diferentes servicios que permiten la accesibilidad al conocimiento, hecho que no solamente ha incrementado las demandas de información sino que además las ha vuelto más especializadas.

Por lo anterior, satisfacer las necesidades y demandas de información de la comunidad, en el sentido estricto del término, requiere que la biblioteca desarrolle sus colecciones documentales cuidando que sean suficientes tanto en calidad como en cantidad, que estén equilibradas en sus contenidos en las diferentes áreas de interés y entre los diferentes tipos de materiales.

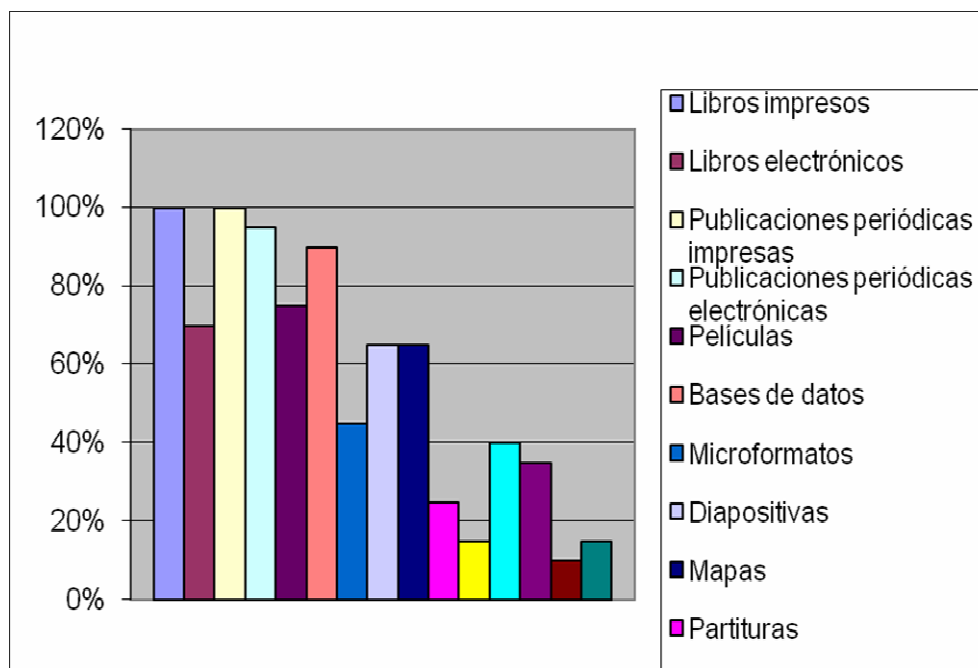
El desarrollo de colecciones es el proceso que permite identificar las fortalezas y debilidades de la colección de materiales de una biblioteca, en términos de las necesidades de información de la comunidad y del uso que hacen de los materiales que se localizan dentro y fuera de la biblioteca, permitiendo corregir las debilidades detectadas, balancear sus áreas de interés y responder a los servicios que ofrecen. Este proceso abarcará: la selección y adquisición de materiales, el desarrollo de políticas, la evaluación de colecciones, la depuración de acervos y el establecimiento de rutinas y actividades que permitan satisfacer adecuadamente las necesidades de información de la comunidad considerando los materiales, los usuarios y los recursos que la institución asigna a este proceso.

ANALISIS DE LA INFORMACION RESULTANTE –BIBLIOTECAS UNIVERSITARIAS

1. Tipo de fuentes conforman los fondos de información y referencia de las bibliotecas encuestadas:

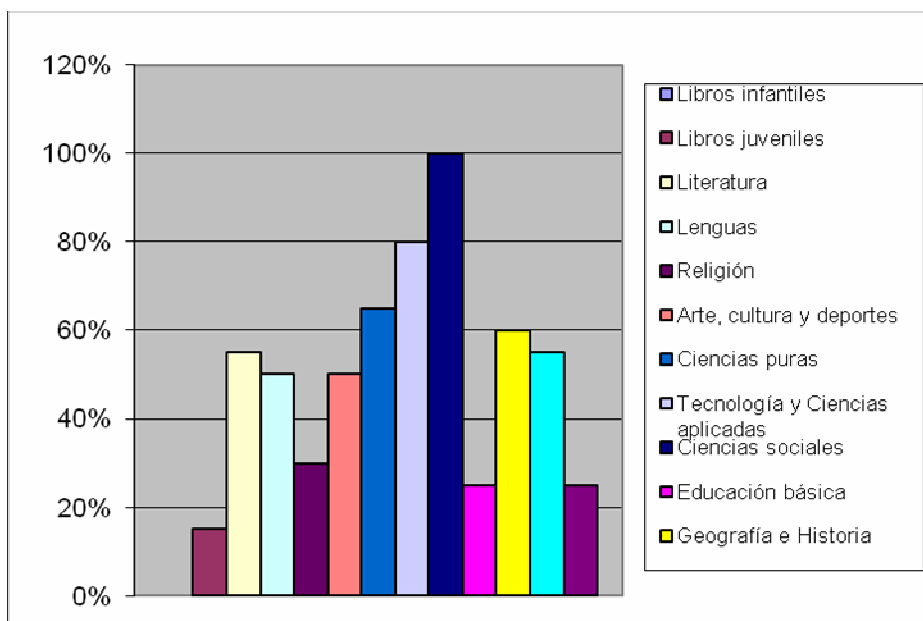
<i>Libros impresos</i>	<i>100%</i>
<i>Libros electrónicos</i>	<i>70%</i>
<i>Publicaciones periódicas impresas</i>	<i>100%</i>
<i>Publicaciones periódicas electrónicas</i>	<i>95%</i>
<i>Películas</i>	<i>75%</i>
<i>Bases de datos</i>	<i>90%</i>
<i>Microformatos</i>	<i>45%</i>
<i>Diapositivas</i>	<i>65%</i>
<i>Mapas</i>	<i>65%</i>
<i>Partituras</i>	<i>25%</i>
<i>Realia</i>	<i>15%</i>
<i>Grabaciones</i>	<i>40%</i>
<i>Otras TIC's</i>	<i>35%</i>

<i>Otras fuentes</i>	<i>10%</i>
<i>Fondos históricos</i>	<i>15%</i>



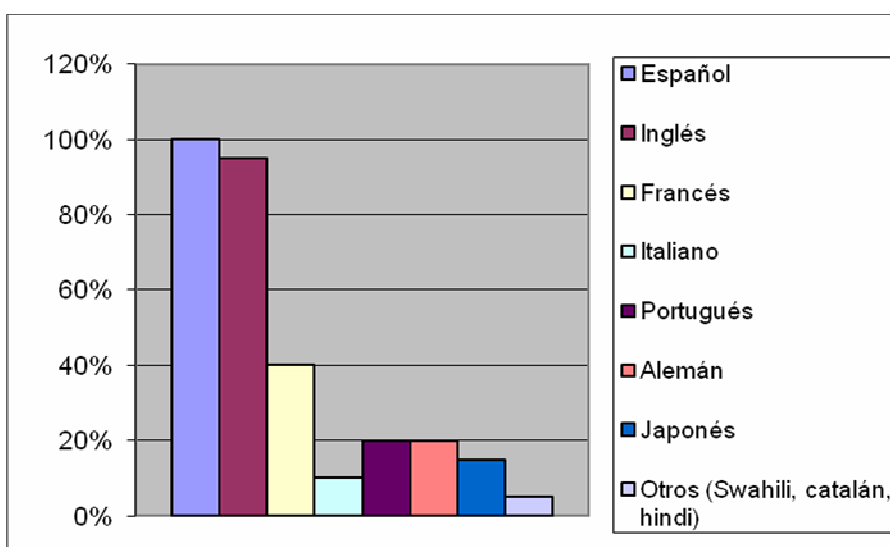
2. Las áreas del conocimiento a que se enfoca el desarrollo de colecciones de las bibliotecas encuestadas se refiere a:

Libros infantiles	0%
Libros juveniles	15%
Literatura	55%
Lenguas	50%
Religión	30%
Arte, cultura y deportes	50%
Ciencias puras	65%
Tecnología y Ciencias aplicadas	80%
Ciencias sociales	100%
Educación básica	25%
Geografía e Historia	60%
Generalidades	55%
Otras	25%



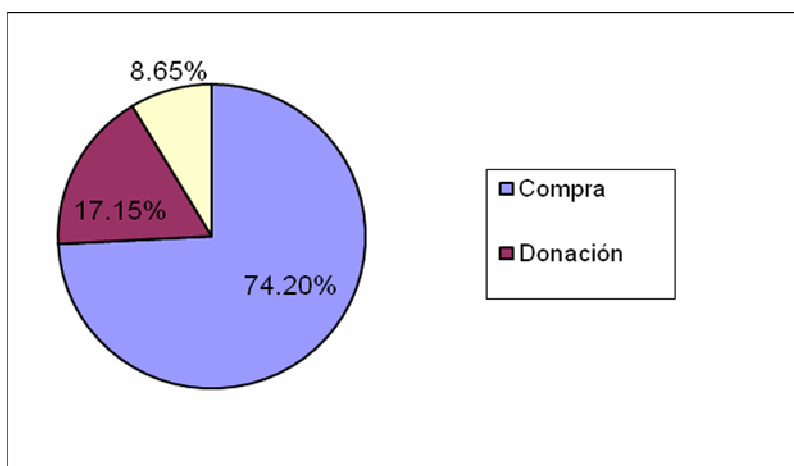
3. Los idiomas presentes en las colecciones son:

Español	100%
Inglés	95%
Francés	40%
Italiano	10%
Portugués	20%
Alemán	20%
Japonés	15%
Otros (Swahili, catalán, hindi)	5%



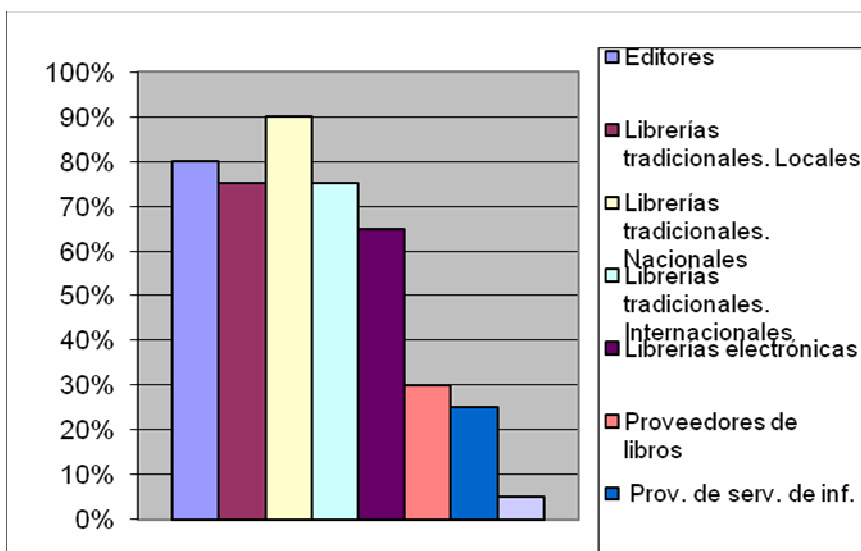
4. La adquisición de fuentes y recursos documentales se realiza a través de compra, donación y recursos compartidos en los siguientes porcentajes:

Compra	75.20%
Donación	17.15%
Recursos comp.	8.65%



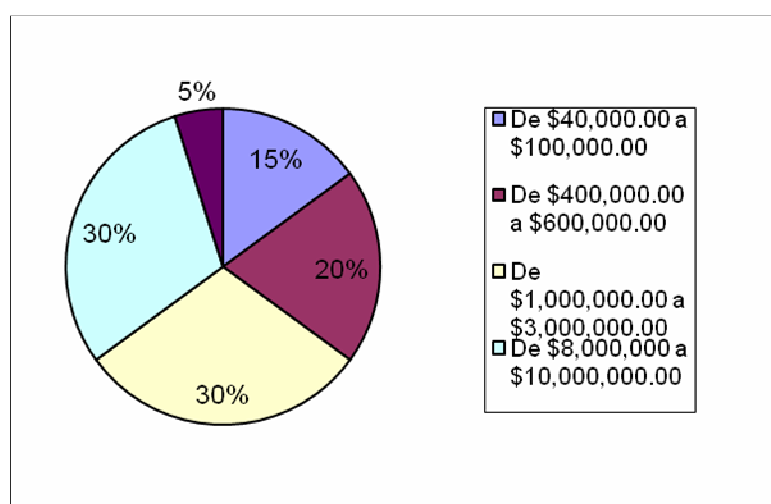
5. Los contactos a que se recurre para la adquisición por compra son los siguientes:

Editores	80%
Librerías tradicionales	
- Locales	75%
- Nacionales	90%
- Internacionales	75%
Librerías electrónicas	65%
Otros:	
- Proveedores de libros	30%
- Prov. de serv. de inf.	25%
- Prov. de diapositivas	5%



6. El presupuesto institucional que se utiliza para la desarrollo de colecciones asciende a las siguientes cantidades anuales:

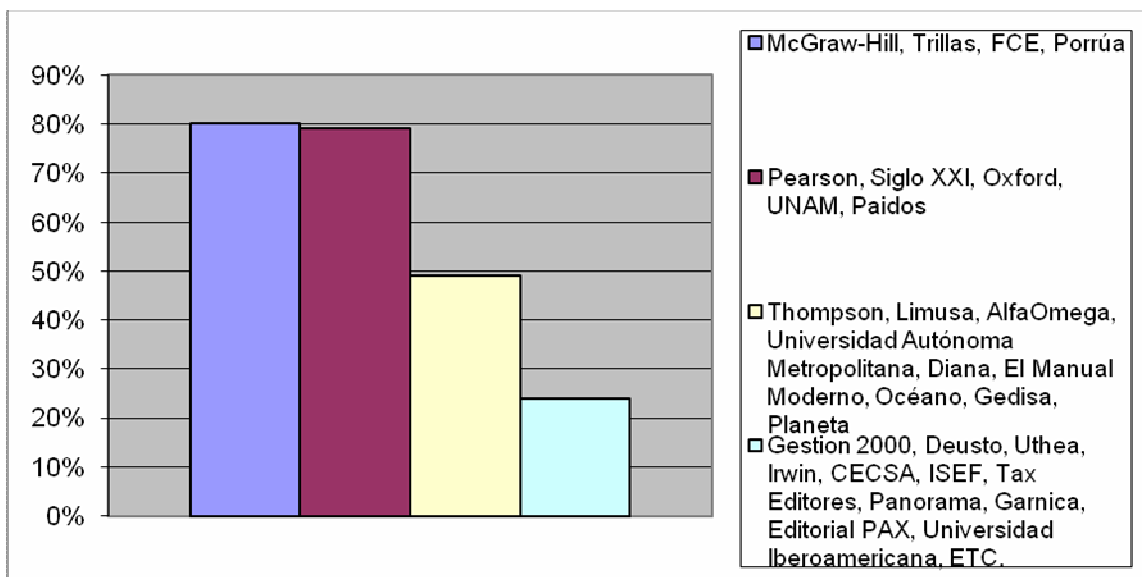
De \$40,000.00 a \$100,000.00	15%
De \$400,000.00 a \$600,000.00	20%
De \$1,000,000.00 a \$3,000,000.00	30%
De \$8,000,000 a \$10,000,000.00	30%
\$25,000,000.00	5%



7. Las casas editoras que publican libros de interés para las bibliotecas encuestadas son:

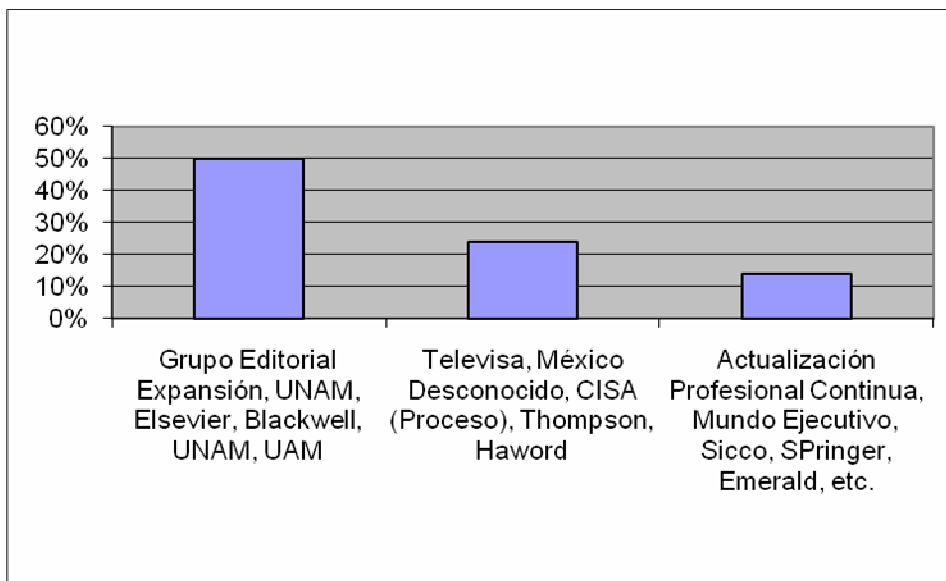
- Mencionadas en el 80% a 100% de los casos: McGraw-Hill, Trillas, FCE, Porrúa.

- Mencionadas entre el 50% y 79% de los casos: Pearson, Siglo XXI, Oxford, UNAM, Paidós.
- Mencionadas entre el 25% y 49% de los casos: Thompson, Limusa, AlfaOmega, Universidad Autónoma Metropolitana, Diana, El Manual Moderno, Océano, Gedisa, Planeta.
- Mencionadas del 5% al 24% de los casos: Gestion 2000, Deusto, Uthea, Irwin, CECSA, ISEF, Tax Editores, Panorama, Garnica, Editorial PAX, Universidad Iberoamericana, COLMEX, Inst. Mora, Ed. Médica Panamericana, INEGI, IPN, Prentice Hall, Mundi Prensa, Dofical, FLACSO, CIDE, COLMICH, COLSON, COLEF, COLSUR, INAH, UdeG, Universidades varias, Nueva Imagen, Plaza y Valdez, Patria Cultural, Doyma-Masson, Hartcourt, Mendez Editores, Gasca, CIESAS, IFE, Artes de México, Juventud, Norma, Reverté, Gpo. Noriega, G. Pili, Anaya.



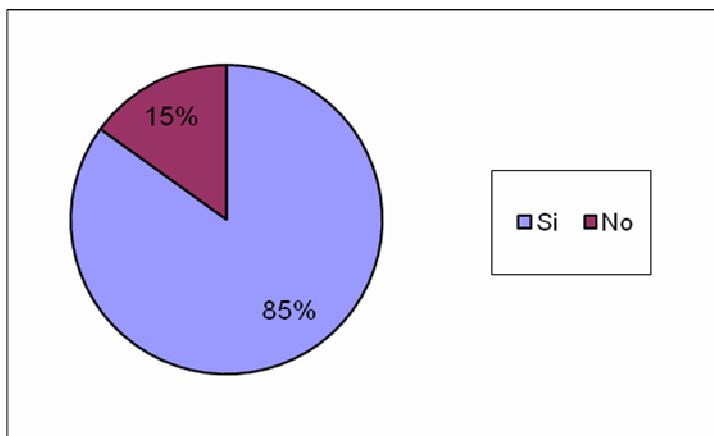
8. Algunos editores, organismos o instituciones que publican revistas de interés para las bibliotecas encuestadas son:
- i. Mencionados entre el 25% y 50% de los casos: Grupo Editorial Expansión, UNAM, Elsevier, Blackwell, UNAM, UAM.
 - ii. Mencionados entre el 15% y 24% de los casos: Televisa, México Desconocido, CISA (Proceso), Thompson, Haword, Nature, Scientific American, SAGE, Centros de Investigación Universitarios.

- iii. Mencionados entre el 10 y el 14% de los casos: Actualización Profesional Continua, Mundo Ejecutivo, Sicco, SPringer, Emerald, Bussiness Monitor, Cambridge, Oxford, Nacional Geographic, Tax, FLACSO, CIDE, CIESAS, INEGI, Universidad de Guadalajara, DMAA, JOMS, American Academy of Pediatrics Dentistry, Boleau Communications, Editorial Educación, Siempre, CEPAL, Universidad Complutense de Madrid, IEEE, Excerpta Medica.



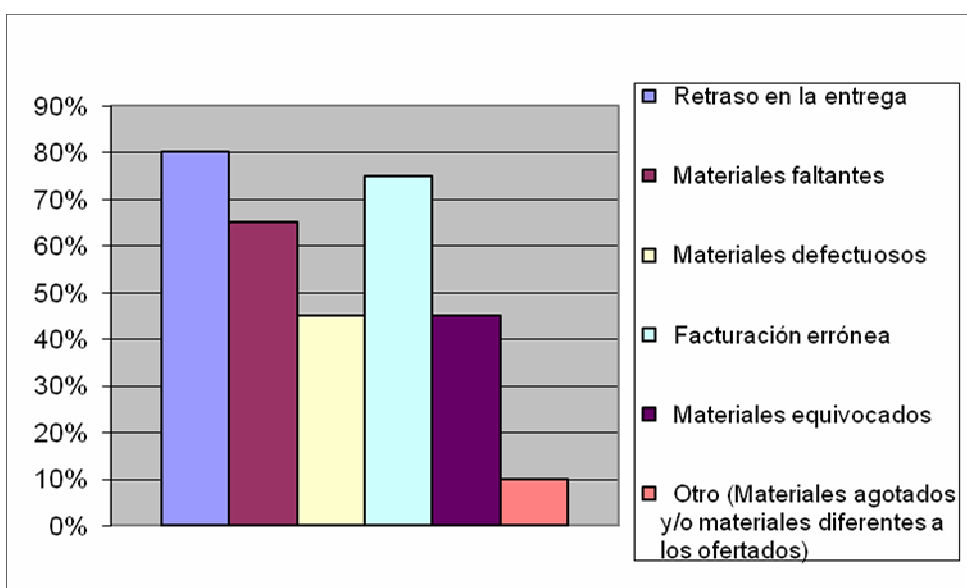
9. Porcentaje de bibliotecas que cuentan con “padrón de editores, proveedores y/o librerías”

Si	85%
No	15%



10. Problemas comunes al recibir los materiales bibliográficos adquiridos a través de compra en las bibliotecas encuestadas:

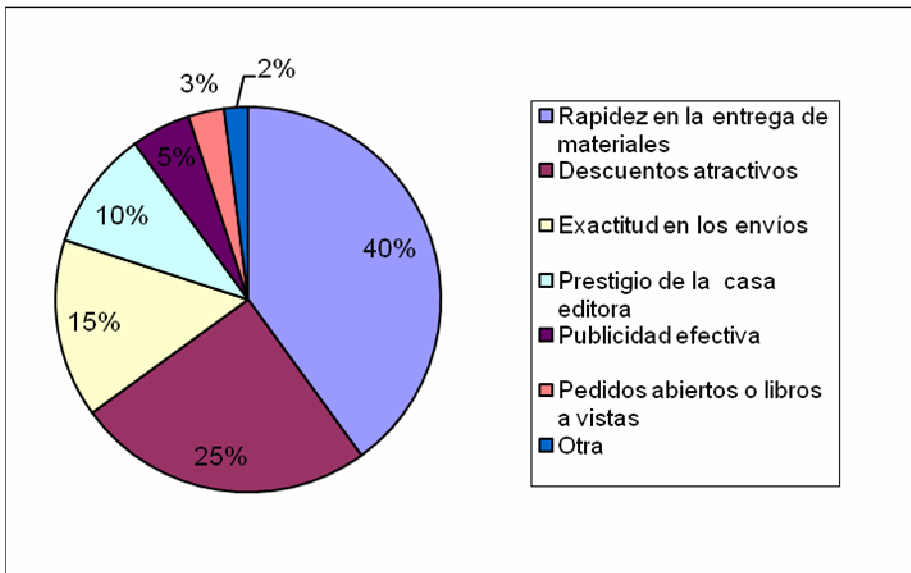
Retraso en la entrega	80%
Materiales faltantes	65%
Materiales defectuosos	45%
Facturación errónea	75%
Materiales equivocados	45%
Otro (Materiales agotados y/o materiales diferentes a los ofertados)	10%



11. Ventajas competitivas más importantes para la biblioteca al seleccionar un editor o proveedor en el mercado editorial nacional:

Rapidez en la entrega de materiales	1
Descuentos atractivos	2
Exactitud en los envíos	3
Prestigio de la casa editora	4
Publicidad efectiva	5
Pedidos abiertos o libros a vistas	6
Otra : Crédito, Calidad en el servicio Transferencias Bancarias, Plataformas confiables para envío de solicitudes, Reclamaciones, Procesos de envío y entrega de mercancía, Facilidad de comunicación, Equipamiento a	7

Bibliotecas, Apoyo en Eventos Académicos, Amplio surtido de materiales, Precio, Confianza	
---	--



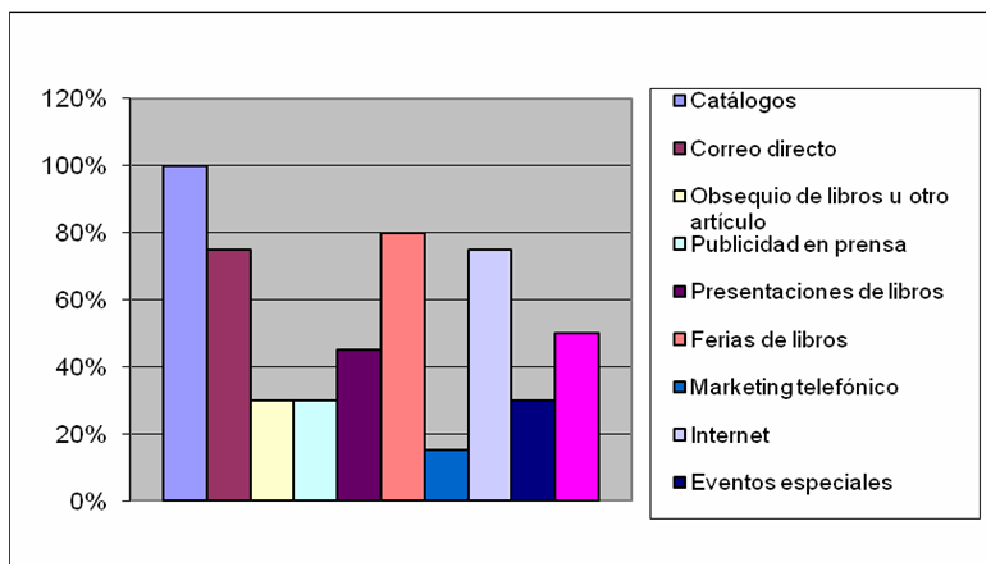
12. Editoriales, proveedores o librerías (mexicanas) que ofrecen descuentos convenientes:

McGrawHill, Thompson, FCE, Siglo XXI, Trillas, Porrúa, Gandhi, El Sótano, Cristal, Gpo. Difusión Científica.

13. Medios utilizados por las industria editorial para dar a conocer los materiales documentales puestos en el mercado :

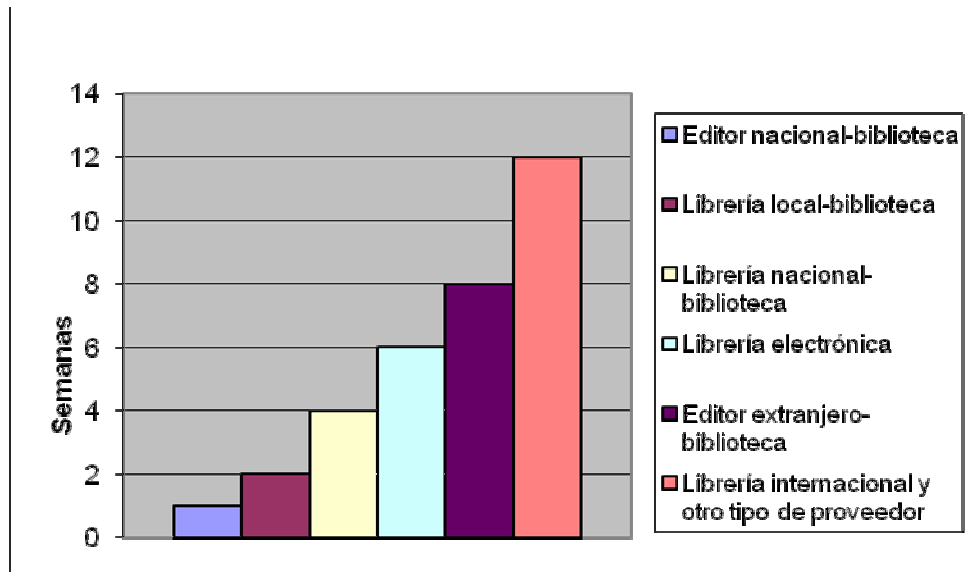
Catálogos	100%
Correo directo	75%
Obsequio de libros u otro artículo	30%
Publicidad en prensa	30%
Publicidad en radio	0%
Publicidad en TV	0%
Presentaciones de libros	45%
Ferias de libros	80%
Marketing telefónico	15%
Internet	75%
Eventos especiales	30%

Otros :	
Entrevistas directas	25%
Books in print	15%
Librerías en la institución	10%



14. Tiempo de espera promedio que transcurre para la recepción de materiales documentales en la biblioteca:

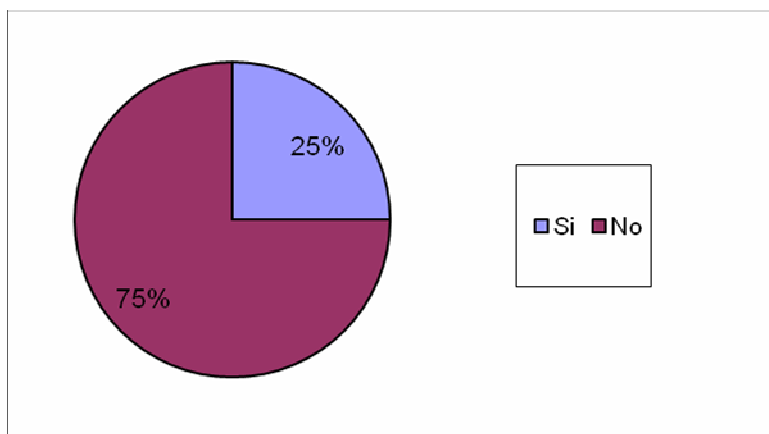
Editor nacional-biblioteca	1 semana a 2 meses
Editor extranjero-biblioteca	1 a 2 meses
Librería local-biblioteca	1 a 15 días
Librería nacional-biblioteca	1 semana a 1 mes
Librería internacional	1 a 3 meses
Librería electrónica	2 a 6 semanas
Otro tipo de proveedor	3 semanas a 3 meses



15. Existencia de casas editoras en México cuyos materiales documentales sean tan costosos que quedan fuera del alcance del presupuesto de la biblioteca:

Si	25%
No	75%

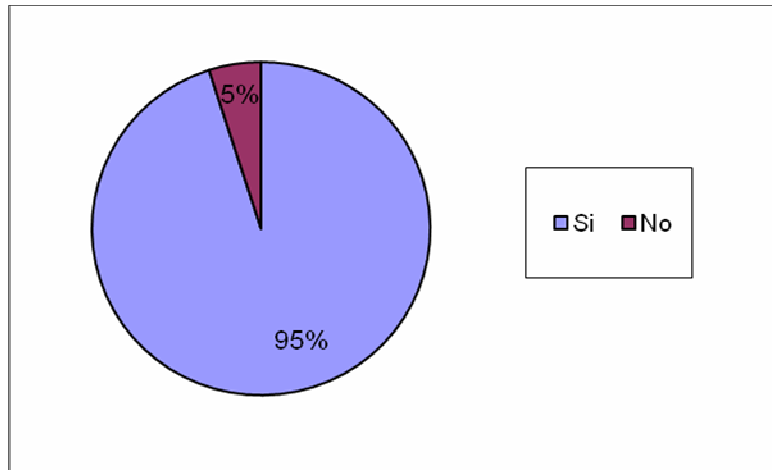
Casas editoras cuyos materiales quedan fuera de presupuesto:
 Espasa, Aguilar, Sopena, Casas Editoras Españolas, Extranjeras,
 Thompson Gale, Oxford, Medica Panamericana, Mcgraw-Hill,
 Doyma-Masson, Hartcourt, Peliculas Mel.



16. Asistencia a Ferias del Libro:

Si	95%
No	5%

Feria del Palacio de Minería, FIL Monterrey, FIL Guadalajara, Locales SLP, UAPUEBLA, FENIE (Edo. Mex.), INAH, FIL U. VERACRUZ, UNAM, FIL León.

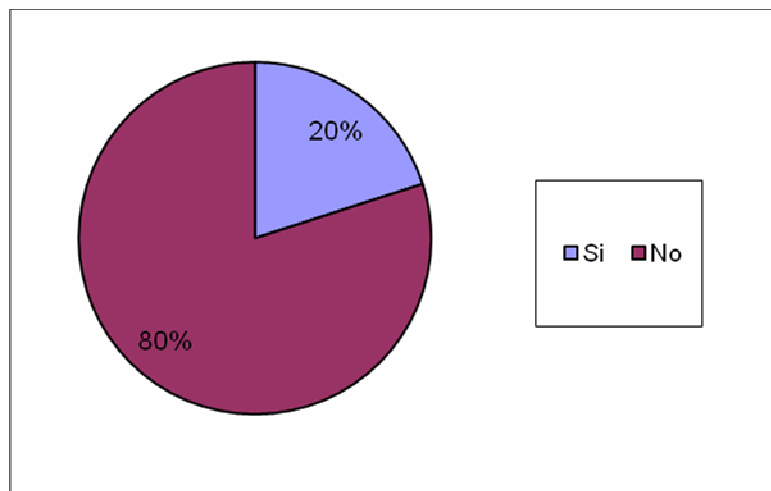


17. Manejo de “Ordenes permanentes” (Standing orders)?

Si	20%
No	80%

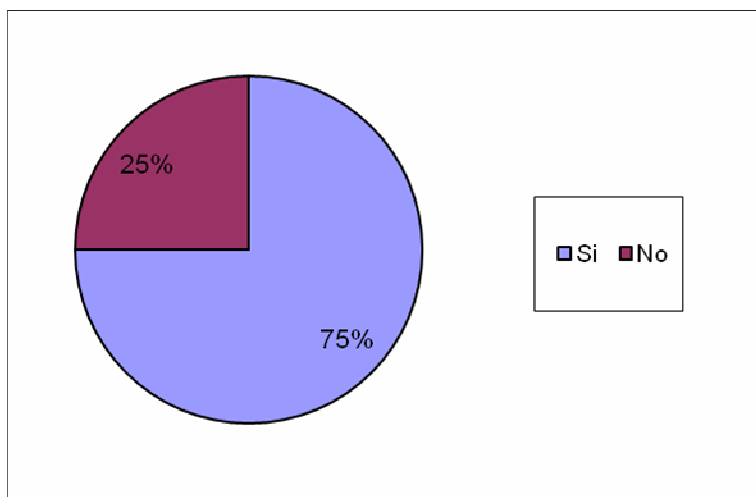
Proveedores que ofrecen el servicio:

Sandi, Libros & Books, Swets Information Services, Blackwells, Edit. Arane.



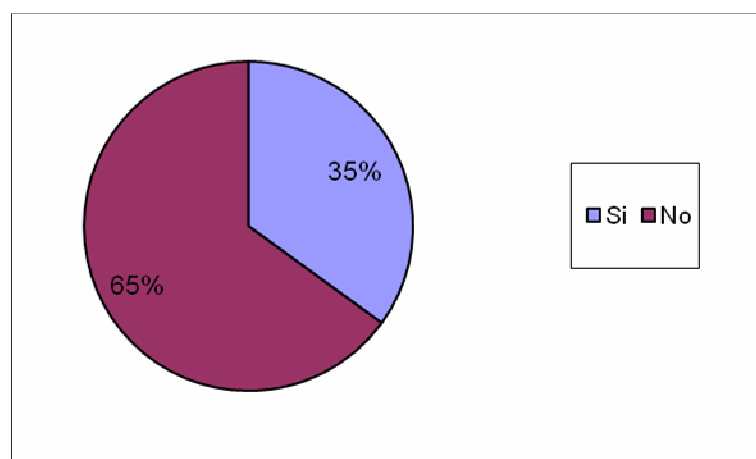
18. Manejo de adjudicación directa para colocar pedidos con editoriales, distribuidores o librerías en las bibliotecas:

Si	75%
No	25%



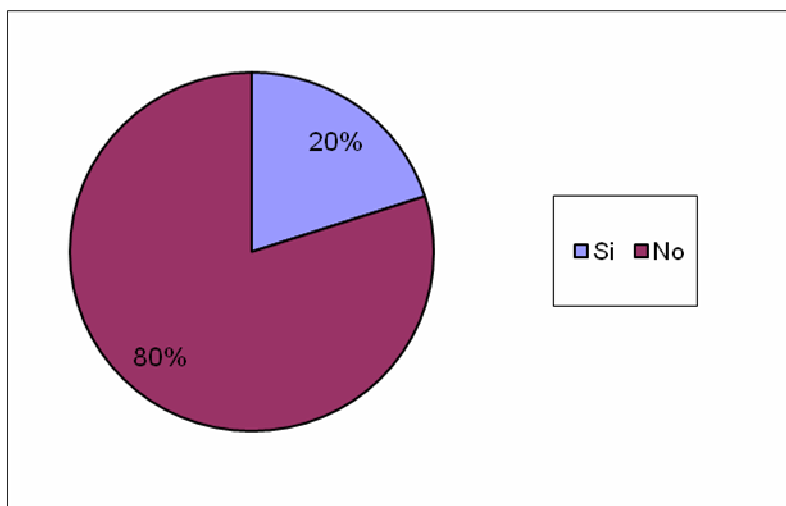
19. Manejo de "Licitaciones" para colocar pedidos con editoriales, distribuidores o librerías:

Si	35%
No	65%



20. Manejo de "fianza por pago anticipado" en los tratos de las bibliotecas con proveedores de materiales documentales:

Si	20%
No	80%



5.4.3. En Bibliotecas Escolares

La Biblioteca escolar se concibe como un dinámico centro de recursos y un activo servicio de información que cumple un papel esencial en relación con el aprendizaje de los alumnos, con las tareas docentes y con el entorno social y cultural del centro educativo en que se ubica. Se dirige a la educación básica y secundaria, esto es, atiende a una población escolar de niños entre los 6 y los 15 años de edad, además a los profesores, autoridades educativas y eventualmente a los padres de familia de los menores que asisten a la institución.

La biblioteca escolar tiene responsabilidades tanto hacia el alumnado como hacia el personal docente. Las responsabilidades que tienen para con el alumno son: proporcionar el material bibliográfico requerido para cada curso y proveer material para su superación personal. Las responsabilidades que tiene la biblioteca escolar hacia el personal docente son: proveer materiales instructivos para su uso en la enseñanza de cursos específicos y

facilitar a los maestros los materiales bibliográficos más apropiados para su superación profesional.

La biblioteca escolar, atiende a una población cuyos intereses informativos están centrados en los programas académicos de la Institución de la que forma parte, bien puede ser una Escuela de educación básica o bien una Escuela secundaria en cualquiera de sus modalidades: general, agropecuaria, técnica o comercial; las edades de los usuarios, están comprendidas entre los 6 y los 12 años en las bibliotecas de escuelas primarias y entre los 12 y los 16 años en las bibliotecas de escuelas secundarias. En este tipo de bibliotecas, las políticas de selección deben desarrollarse con la participación del personal directivo de la Escuela, los administradores, el personal docente, estudiantes y representantes de la comunidad.

El desarrollo de la colección, tomará en cuenta tanto a la comunidad escolar como a la asignación de presupuesto para apoyar el programa de adquisición. En general los principios y procedimientos del desarrollo de la colección de una biblioteca escolar son los mismos que para otras bibliotecas. Si la biblioteca escolar no ha establecido una políticas en el proceso de selección, debe establecerla previendo la participación de aquellos que tienen el conocimiento y destreza para contribuir a hacer claro y preciso el procedimiento, finalmente la responsabilidad de la selección, recae en el bibliotecario al frente de la biblioteca escolar. Es común que este tipo de biblioteca, solo cuente con un bibliotecario que atiende tanto a los

procesos como los servicios, ya que sus dimensiones no son muy amplias, es de justicia mencionar que actualmente en México no existen ni las suficientes ni las adecuadas bibliotecas escolares, ya que no existe una legislación apropiada que se ocupe de su establecimiento y desarrollo, pero es factible que en un futuro no muy lejano, la Secretaria de Educación Pública, tome en sus manos esta responsabilidad y con esto el sistema educativo nacional vea fortalecida su calidad docente.

En la biblioteca escolar, al igual que en la biblioteca universitaria, es muy importante que el personal docente participe en la selección, pues la experiencia ha demostrado que los maestros que intervienen en la selección de material bibliográfico para la biblioteca, son quienes la usan mas frecuentemente e incitan a los alumnos a que también lo hagan.

En lo referente a las bibliotecas infantiles, puede decirse que las existentes en el país, son las que pertenecen a la Red Nacional de Bibliotecas Públicas y que son en realidad una sección de algunas de ellas y los procedimientos de selección que se emplean son los mismos que para las bibliotecas públicas de las que forman parte.¹⁸⁰

No obstante es necesario resaltar que la selección en este tipo de bibliotecas debe responder a las necesidades de recreación y ocupación optima del tiempo libre de los niños que forman la comunidad a la que sirve

¹⁸⁰ México. Secretaria de Educación Pública. Reglamento para salas infantiles. México : SEP, 1983. 1 h.

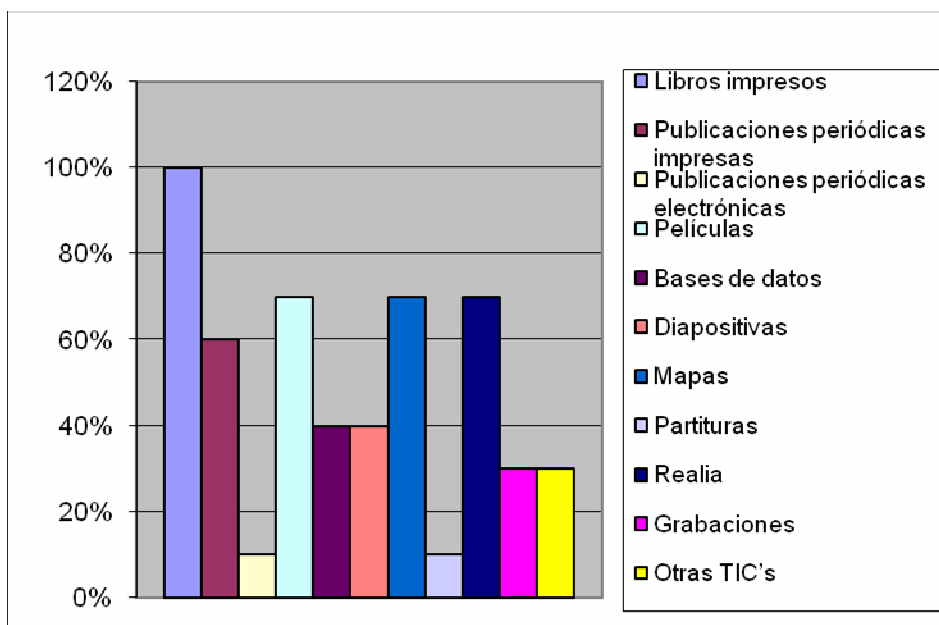
la biblioteca, a diferencia de la biblioteca escolar, cuyo principal objetivo es apoyar los programas de estudio de la institución que la auspicia.

La selección en la biblioteca infantil, debe tener presentes las características e intereses del niño desde el punto de vista psicológico, social y físico y procurarles el material bibliográfico que coadyuve al desarrollo de su –personalidad y su mejor desenvolvimiento en la vida comunitaria.

ANALISIS DE INFORMACION DEL CUESTIONARIO APLICADO A BIBLIOTECAS ESCOLARES

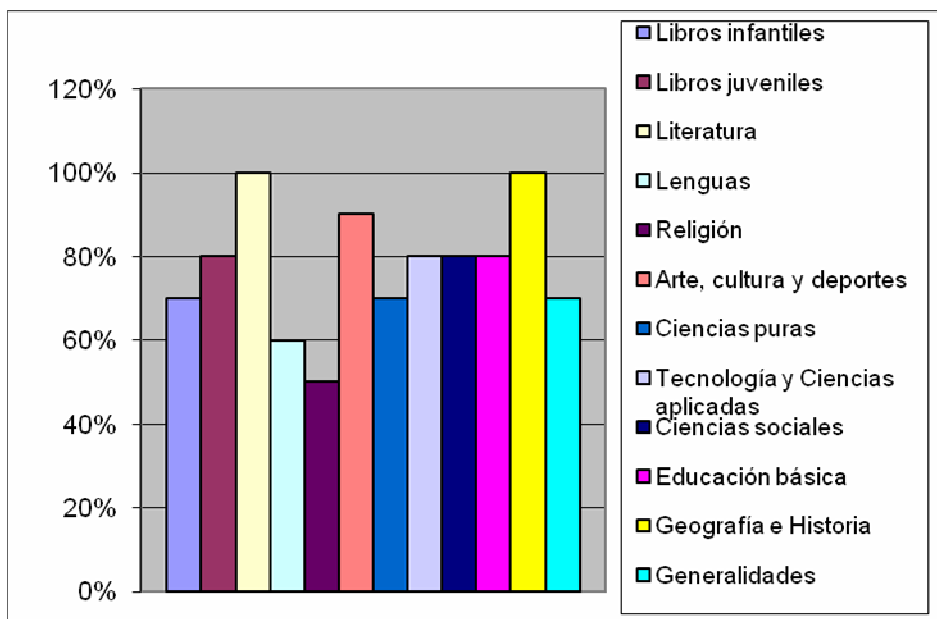
1. Tipo de fuentes conforman los fondos de información y referencia de las bibliotecas encuestadas:

<i>Libros impresos</i>	<i>100%</i>
<i>Libros electrónicos</i>	<i>0%</i>
<i>Publicaciones periódicas impresas</i>	<i>60%</i>
<i>Publicaciones periódicas electrónicas</i>	<i>10%</i>
<i>Películas</i>	<i>70%</i>
<i>Bases de datos</i>	<i>40%</i>
<i>Microformatos</i>	<i>0%</i>
<i>Diapositivas</i>	<i>40%</i>
<i>Mapas</i>	<i>70%</i>
<i>Partituras</i>	<i>10%</i>
<i>Realia</i>	<i>70%</i>
<i>Grabaciones</i>	<i>30%</i>
<i>Otras TIC's</i>	<i>30%</i>



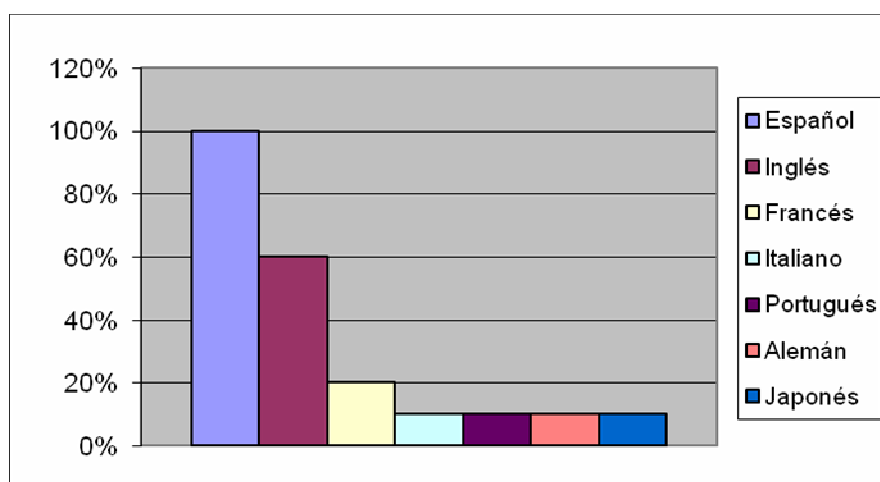
2. Las áreas del conocimiento a que se enfoca el desarrollo de colecciones de las bibliotecas encuestadas se refiere a:

Libros infantiles	70%
Libros juveniles	80%
Literatura	100%
Lenguas	60%
Religión	50%
Arte, cultura y deportes	90%
Ciencias puras	70%
Tecnología y Ciencias aplicadas	80%
Ciencias sociales	80%
Educación básica	80%
Geografía e Historia	100%
Generalidades	70%



3. Los idiomas presentes en las colecciones son:

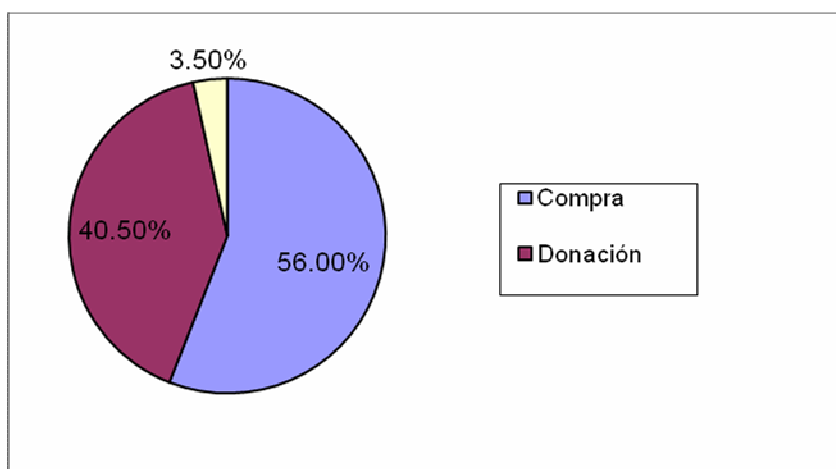
Español	100%
Inglés	60%
Francés	20%
Italiano	10%
Portugués	10%
Alemán	10%
Japonés	10%



4. La adquisición de fuentes y recursos documentales se realiza a través de compra, donación y recursos compartidos en los siguientes porcentajes:

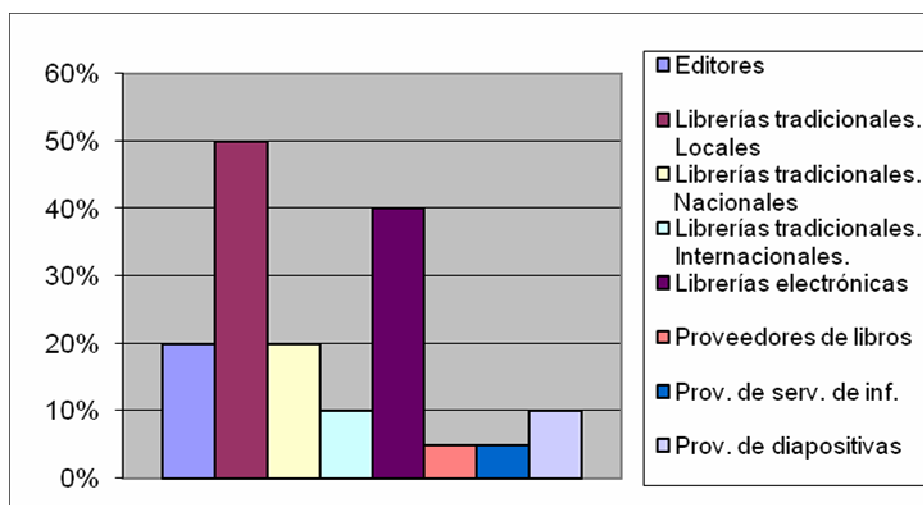
Compra	56.0%
--------	-------

Donación	40.5%
Recursos comp.	3.5%



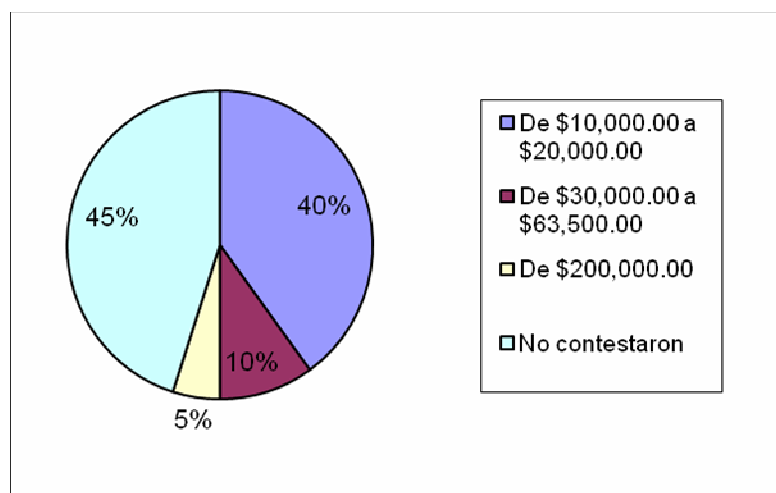
5. Los contactos a que se recurre para la adquisición por compra son los siguientes:

Editores	20%
Librerías tradicionales	
- Locales	50%
- Nacionales	20%
- Internacionales	10%
Librerías electrónicas	40%
Otros:	
- Proveedores de libros	5%
- Prov. de serv. de inf.	5%
- Prov. de diapositivas	10%



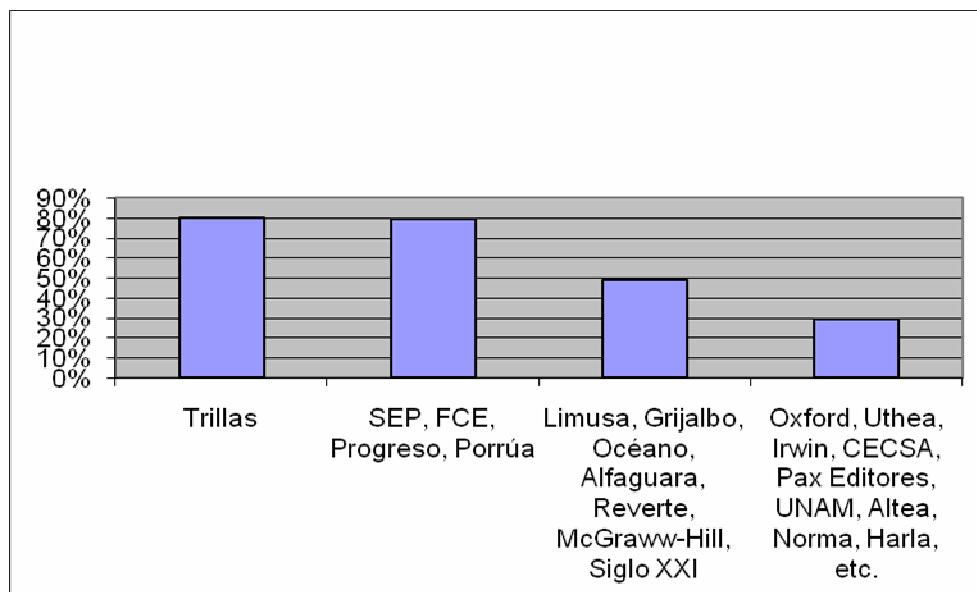
6. El presupuesto institucional que se utiliza para la desarrollo de colecciones asciende a las siguientes cantidades anuales:

De \$10,000.00 a \$20,000.00	40%
De \$30,000.00 a \$63,500.00	10%
\$200,000.00	5%
No contestaron	45%



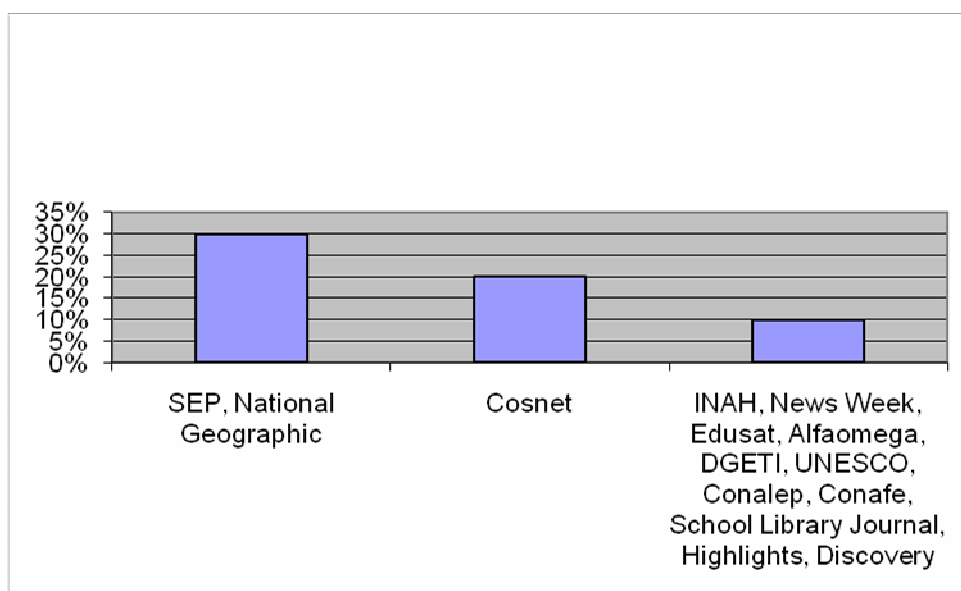
7. Las casas editoras que publican libros de interés para las bibliotecas escolares encuestadas son:

- Mencionada en el 80% de los casos: Trillas.
- Mencionadas entre el 50% y 79% de los casos: SEP, FCE, Progreso, Porrúa.
- Mencionadas entre el 25% y 49% de los casos: Limusa, Grijalbo, Océano, Alfaguara, Reverte, McGraww-Hill, Siglo XXI.
- Mencionadas del 5% al 24% de los casos: Oxford, Uthea, Irwin, CECSA, Pax Editores, UNAM, Altea, Norma, Harla, Larousse, Esfinge, Paidos, Diana, El Manual Moderno, Gedisa, Barsa-Planeta, Edit. Cultural, Ciencia Educativa, CONACULTA, Santillana, Pearson.



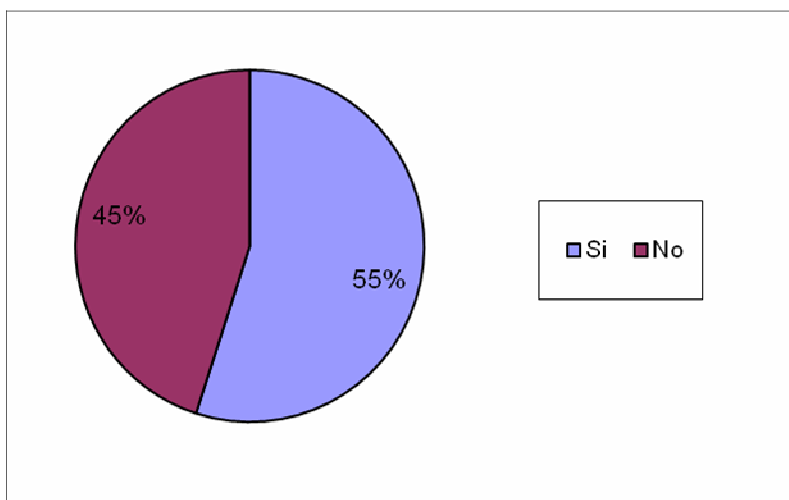
8. Algunos editores, organismos o instituciones que publican revistas de interés para las bibliotecas encuestadas son:

- Mencionados entre el 30% de los casos: SEP, National Geographic.
- Mencionados entre el 20% de los casos: Cosnet.
- Mencionados entre el 10% de los casos: INAH, News Week, Edusat, Alfaomega, DGETI, UNESCO, Conalep, Conafe, School Library Journal, Highlights, Discovery.



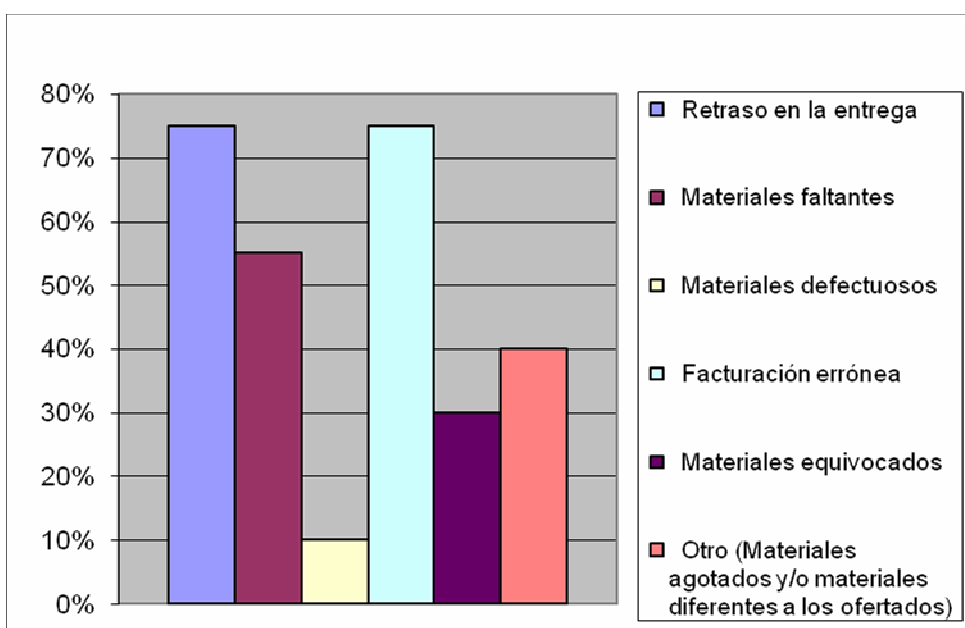
9. Porcentaje de bibliotecas que cuentan con “padrón de editores, proveedores y/o librerías”

Si	55%
No	45%



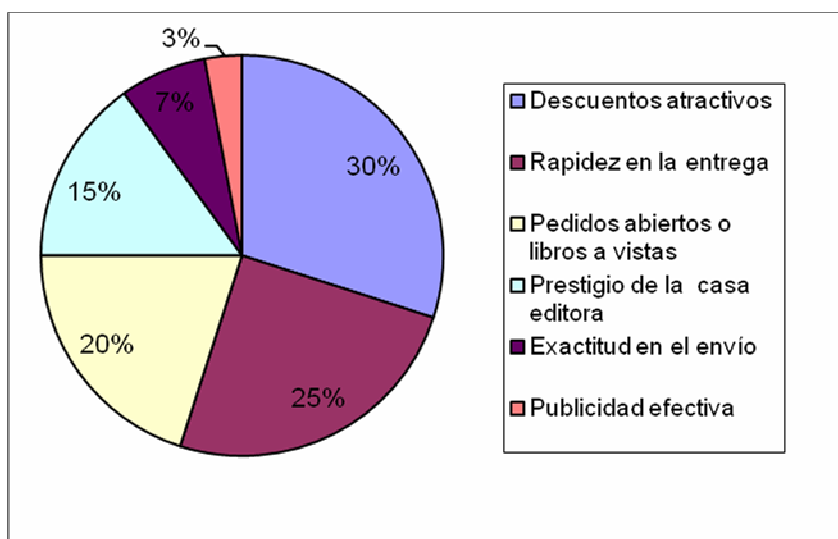
10. Problemas comunes al recibir los materiales bibliográficos adquiridos a través de compra en las bibliotecas encuestadas:

Retraso en la entrega	75%
Materiales faltantes	55%
Materiales defectuosos	10%
Facturación errónea	75%
Materiales equivocados	30%
Otro (Materiales agotados y/o materiales diferentes a los ofertados)	40%



11. Ventajas competitivas más importantes para la biblioteca al seleccionar un editor o proveedor en el mercado editorial nacional:

Descuentos atractivos	1
Rapidez en la entrega	2
Pedidos abiertos o libros a vistas	3
Prestigio de la casa editora	4
Exactitud en el envío	5
Publicidad efectiva	6



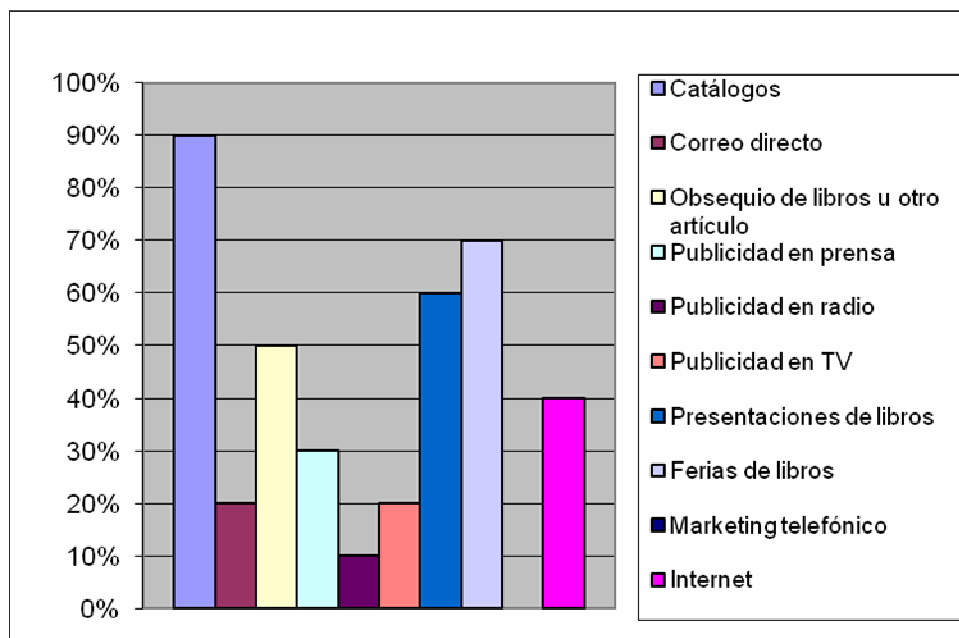
12. Editoriales, proveedores o librerías (mexicanas) que ofrecen descuentos convenientes:

FCE, Trillas, Posadas, Barsa-Planeta, Time Life, Alfaguara, Progreso, Castillo, Gonvill, Librería Española, Educal, Librería Parroquial, La Ventana (Mty)

13. Medios utilizados por las industria editorial para dar a conocer los materiales documentales puestos en el mercado :

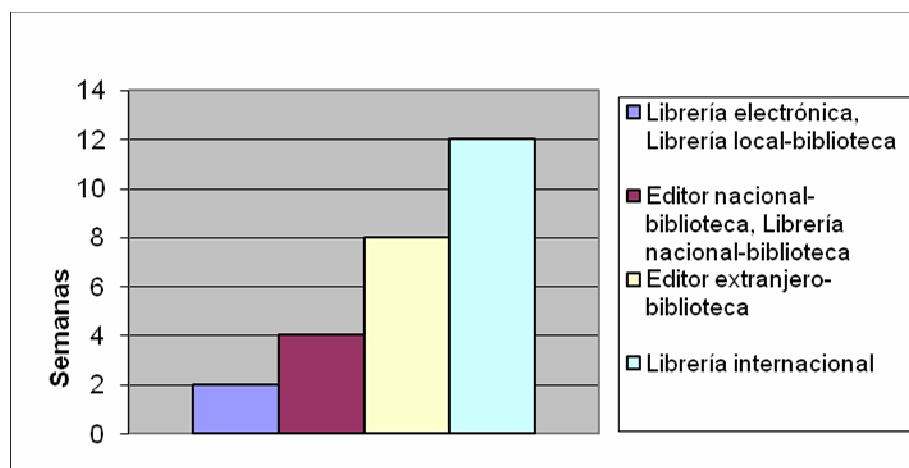
Catálogos	90%
Correo directo	20%
Obsequio de libros u otro artículo	50%
Publicidad en prensa	30%
Publicidad en radio	10%
Publicidad en TV	20%
Presentaciones de libros	60%

Ferias de libros	70%
Marketing telefónico	0%
Internet	40%



14. Tiempo de espera promedio que transcurre para la recepción de materiales documentales en la biblioteca:

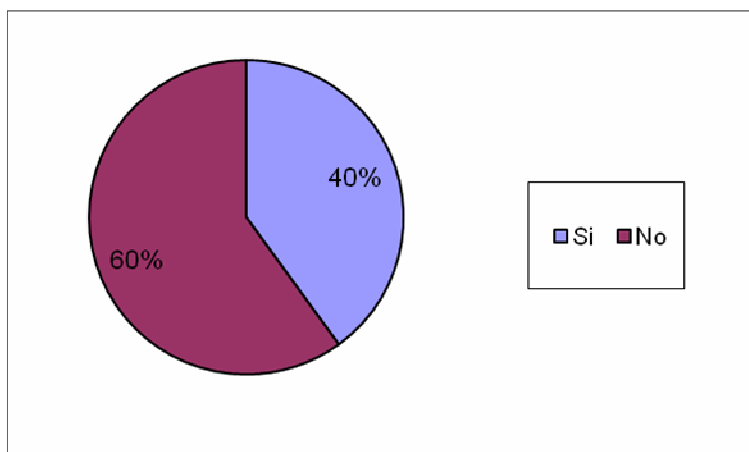
Editor nacional-biblioteca	1 a 4 semanas
Editor extranjero-biblioteca	2 meses
Librería local-biblioteca	1 a 15 días
Librería nacional-biblioteca	1 semana a 1 mes
Librería internacional	1 a 3 meses
Librería electrónica	1 a 2 semanas



15. Existencia de casas editoras en México cuyos materiales documentales sean tan costosos que quedan fuera del alcance del presupuesto de la biblioteca:

Si	40%
No	50%

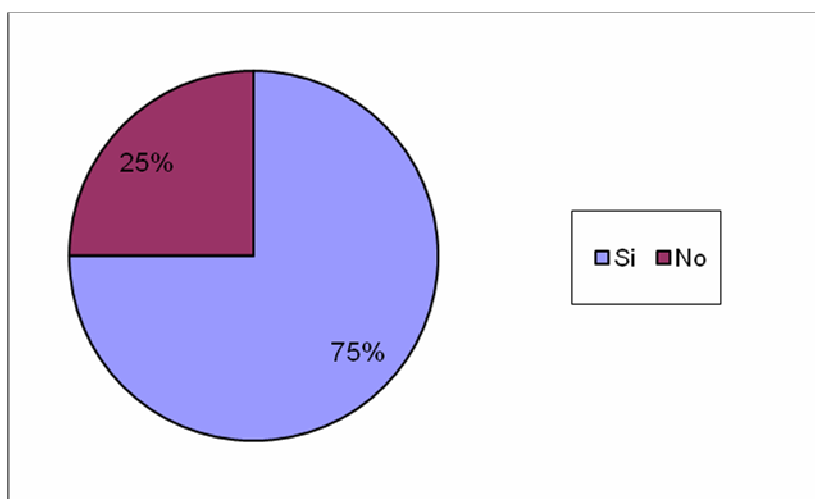
Casas editoras cuyos materiales quedan fuera de presupuesto: Prentice-Hall y algunas que editan enciclopedias.



16. Asistencia a Ferias del Libro:

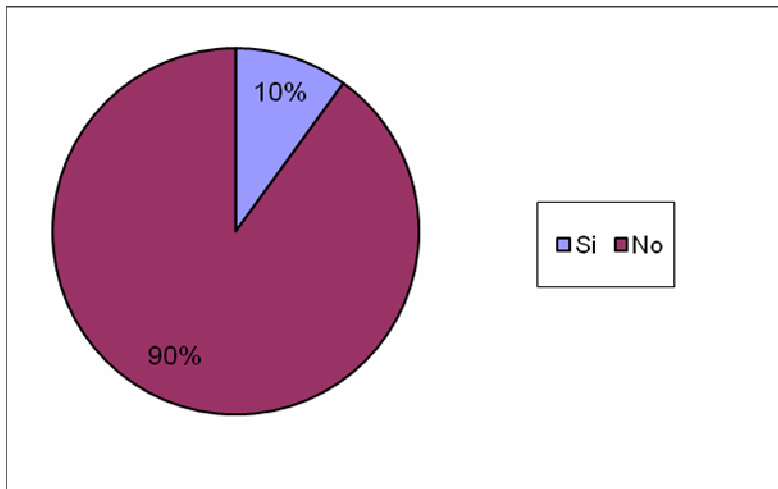
Si	75%
No	25%

FIL Monterrey, FIL Guadalajara, Locales, Propia.



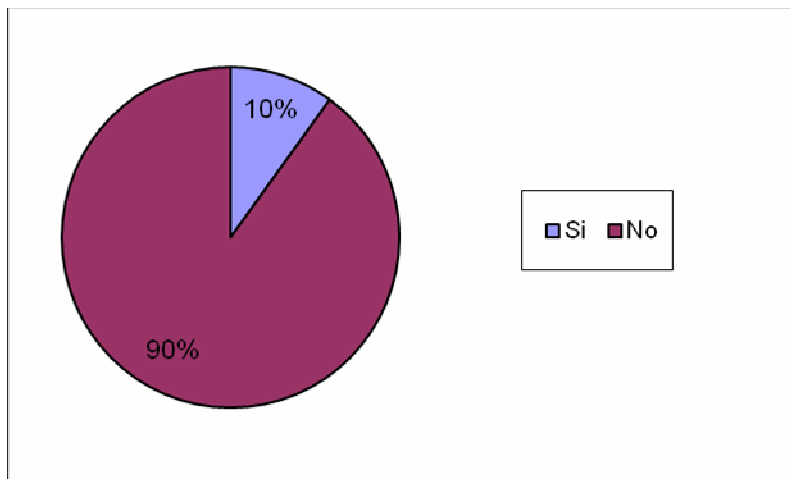
17. Manejo de "Ordenes permanentes" (Standing orders)

Si	10%
No	90%



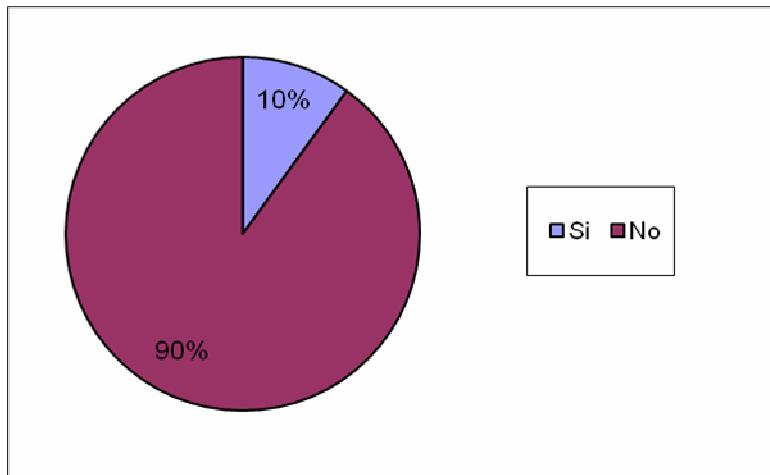
18. Manejo de adjudicación directa para colocar pedidos con editoriales, distribuidores o librerías en las bibliotecas:

Si	10%
No	90%



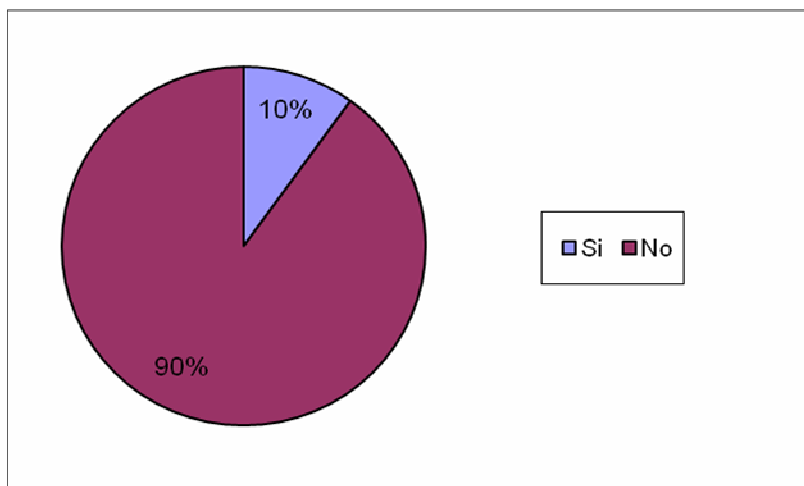
19. Manejo de "Licitaciones" para colocar pedidos con editoriales, distribuidores o librerías:

Si	10%
No	90%



20. Manejo de “fianza por pago anticipado” en los tratos de las bibliotecas con proveedores de materiales documentales:

Si	10%
No	90%



5.4.4. En Bibliotecas Especializadas

Este tipo de bibliotecas, tiene objetivos más restringidos y su clientela es más homogénea, el área de conocimiento que abarca es más estrecha pero la variedad de formas y tipos de material son más amplios; el presupuesto, es usualmente adecuado y los términos de compra son apoyados por la institución o compañía de la cual depende. La selección en

esta biblioteca, es con frecuencia difícil, ya que no existen suficientes fuentes bibliográficas que fácilmente el proceso de selección por lo específico de la materia a que se dedican.

Las Bibliotecas Especializadas en México representan un sector muy importante del campo de la información, se ubican en instituciones gubernamentales, educativas, empresariales y en sociedades profesionales y eruditas. Podemos encontrarlas tanto en el sector público como privado, con orientaciones que pueden ir desde el apoyo a actividades de investigación, tecnológicas o de servicios, aunque generalmente no son unidades de información de gran tamaño si son dependencias bien dotadas y suficientemente apoyadas para su desarrollo, los elementos comunes que las distinguen son: colecciones ricas, tanto en variedad como en calidad; personal profesional altamente calificado, bibliotecarios o especialistas en información; sus colecciones están formadas por documentos de diferente naturaleza y por lo que se conoce como "literatura gris", de muy alto valor y difusión restringida, ya que por lo general no se obtiene por canales comerciales; también cuentan con publicaciones periódicas; ponencias presentadas en congresos; además, ofrecen la facilidad de acceso a bases de datos en línea, tanto propias como nacionales o del extranjero y desde luego presupuesto razonable.¹⁸¹

¹⁸¹ Carrión Rodríguez, Guadalupe. "Las bibliotecas especializadas en México" IN La bibliotecología en el México actual y sus tendencias. México : UNAM.DGB, 1992. p. 63.

Las bibliotecas especializadas se han desarrollado en México de manera considerable en los últimos años, esto se debe a que tanto las instituciones académicas como de investigación han consolidado esfuerzos generados tanto en el entorno institucional como en externo, como sería el caso de los apoyos que otorga la Subsecretaría de Educación Superior e Investigación Científica de la Secretaría de Educación Pública y el Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT). Otra parte importante de las bibliotecas especializadas son las que se encuentran en industrias o empresas de bienes o servicios.

En México hay pocas industrias que cuentan con sus propias unidades de información (Negromex, Celanese, Cydsa, Vitrotec, Laboratorios Hoechst, PEMEX, etc.), no hay mecanismos de cooperación y por tanto no hay lineamientos que enmarquen claramente su fortalecimiento y desarrollo. El CONACYT es el responsable en México de establecer un Sistema de Información Científica y Tecnológica pero poco ha incidido en este último sector. Un esfuerzo para dotar a la Industria de la información que requiere es el Sistema de Información Tecnológica (SITI), cuyo objetivo es apoyar el desarrollo tecnológico en áreas como alimentos, cuero, metal-mecánica, recursos bióticos, etc. Pero este sistema ha tenido poco impacto debido a la escasez de recursos que se le han destinado.

El nivel de desarrollo de los servicios de información para la industria es muy desigual, en muchos casos las instituciones que cuentan con

servicios de información no cuentan con las colecciones suficientes por lo que tienen que contratar servicios de documentación.

Algunos ejemplos de servicios de información especializada para la industria en México son los siguientes:

- Centro de Investigaciones de Química Aplicada (CIQA)
- Instituto Nacional de Investigación sobre Recursos Bióticos (INIREB)
- Instituto Mexicano de Comercio Exterior (IMCE)
- Instituto Potosino de Investigación Científica y Tecnológica (IPICYT)
- Centro de Investigación y Asistencia Tecnológica del estado de Querétaro (CIATEQ)
- Centro de Investigación y Asistencia Tecnológica del estado de Jalisco (CIATEJ)
- Centro de Innovación Tecnológica (UNAM)
- Sistema de Información Empresarial Mexicano (Secretaría de Economía)
- Instituto de Investigaciones Eléctricas
- Instituto de Investigaciones Nucleares
- Instituto Mexicano del Petróleo
- INEGI (DIO, Disco de Información Oportuna)
- SIE-BANXICO

En lo que se refiere al desarrollo de colecciones en este tipo de bibliotecas, es factible que exista un comité formado por especialistas que sugieran el material bibliográfico más adecuado a los objetivos de la organización. Habrá urgencia para la adquisición inmediata de materiales

importantes, pues la actualidad de la información, es de vital importancia para que los investigadores de la organización puedan desarrollar su trabajo.

Al igual que en otros tipos de bibliotecas, se establecen políticas escritas especificando la profundidad y extensión de materia o materias cubiertas por la biblioteca, tipo de material que estará presente en la colección, cambios en los acuerdos y otras consideraciones especiales.

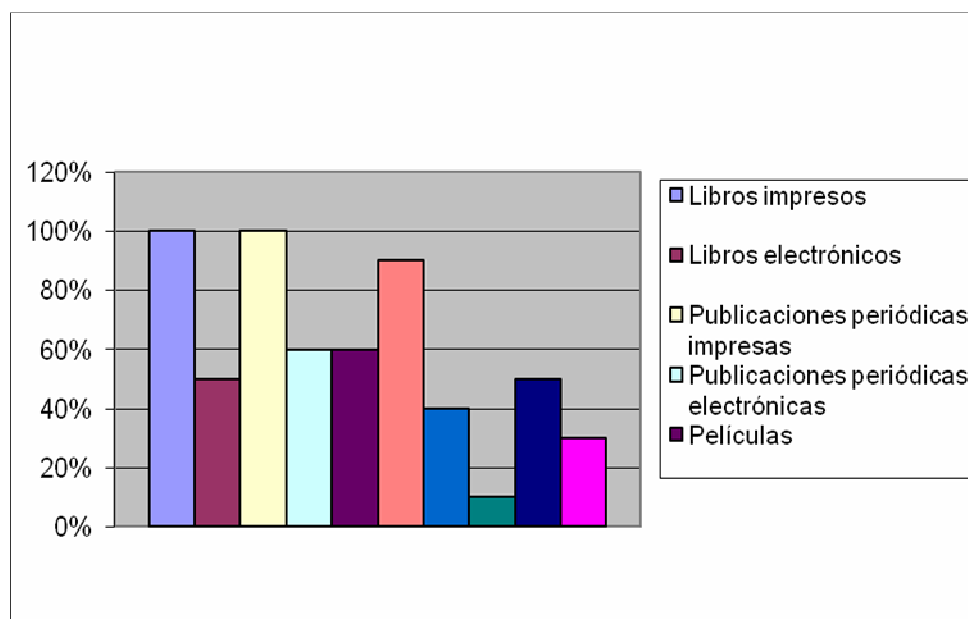
La selección de libros en este tipo de bibliotecas, frecuentemente es mínima, ya que la porción principal del acervo este constituida por publicaciones periódicas por la actualidad de la información que contienen. No obstante, el bibliotecario debe procurar estar en contacto con los especialistas en la materia, para conocer sus intereses particulares y enterarse de cuales son las mejores y más adecuadas obras que cubren la materia en que se especializa la biblioteca.

ANALISIS DE INFORMACION DEL CUESTIONARIO APLICADO A BIBLIOTECAS ESPECIALIZADAS

1. Tipo de fuentes conforman los fondos de información y referencia de las bibliotecas especializadas encuestadas:

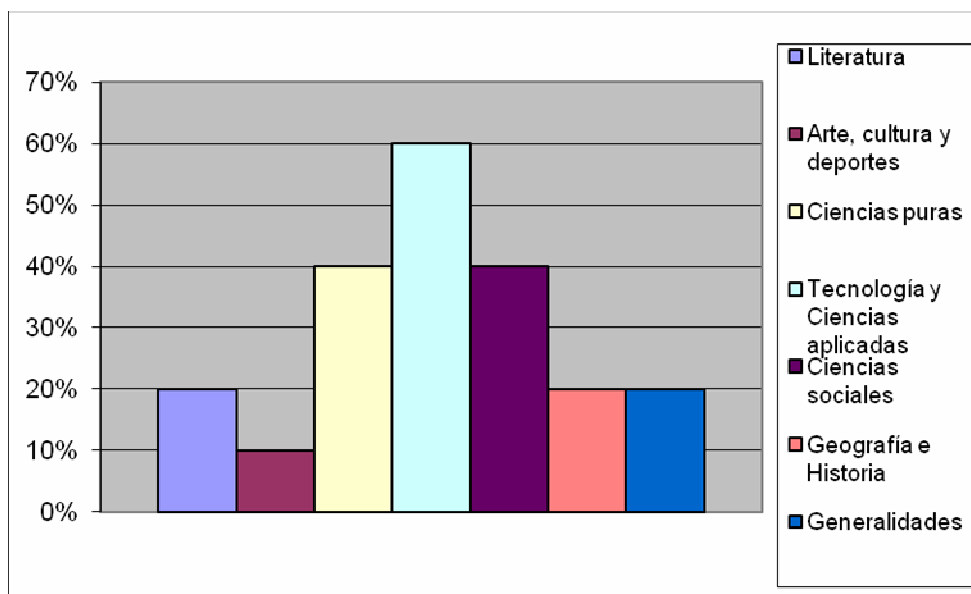
<i>Libros impresos</i>	<i>100%</i>
<i>Libros electrónicos</i>	<i>50%</i>
<i>Publicaciones periódicas impresas</i>	<i>100%</i>
<i>Publicaciones periódicas electrónicas</i>	<i>60%</i>
<i>Películas</i>	<i>60%</i>
<i>Bases de datos</i>	<i>90%</i>

<i>Microformatos</i>	<i>40%</i>
<i>Diapositivas</i>	<i>10%</i>
<i>Mapas</i>	<i>50%</i>
<i>Otras TIC's: documentos digitales, DVD Conferencias, Protocolo H323 para Videoconferencias, Accesos remotos a textos completos</i>	<i>30%</i>



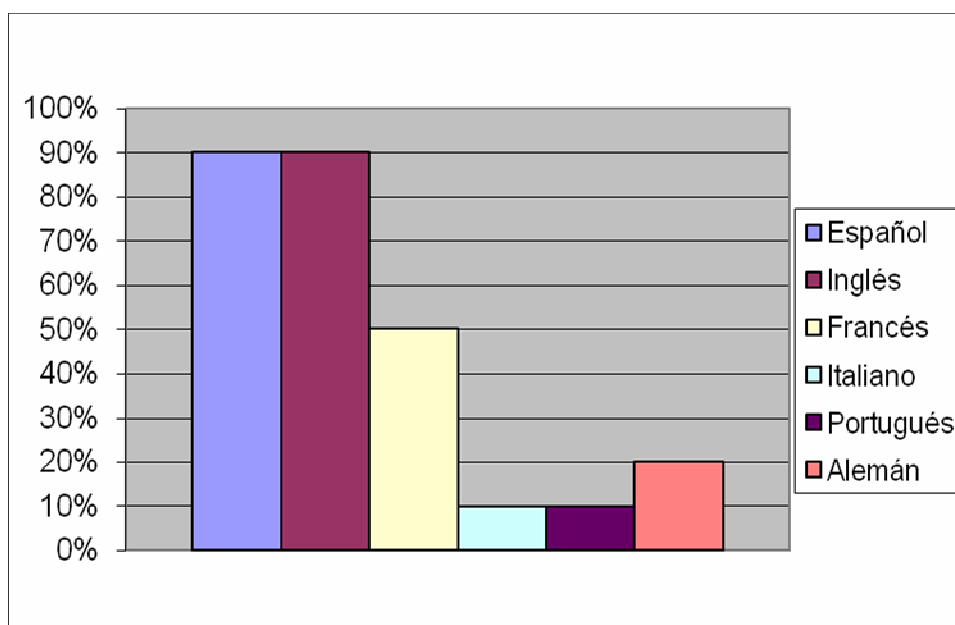
2. Las áreas del conocimiento a que se enfoca el desarrollo de colecciones de las bibliotecas encuestadas se refiere a:

Literatura	20%
Arte, cultura y deportes	10%
Ciencias puras	40%
Tecnología y Ciencias aplicadas	60%
Ciencias sociales	40%
Geografía e Historia	20%
Generalidades	20%



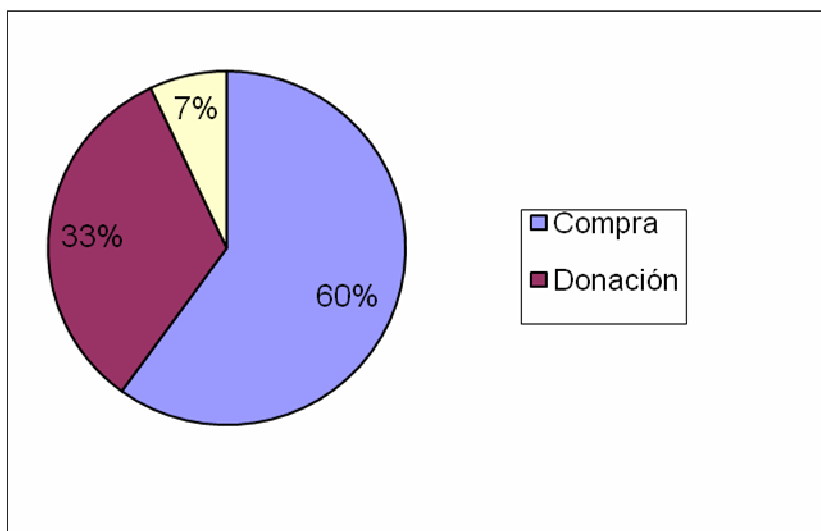
3. Los idiomas presentes en las colecciones son:

Español	90%
Inglés	90%
Francés	50%
Italiano	10%
Portugués	10%
Alemán	20%



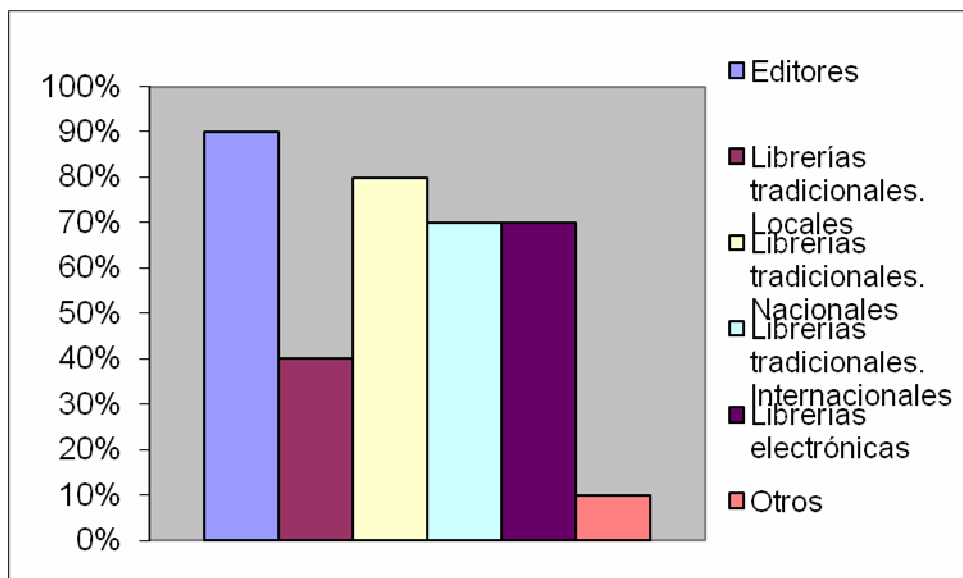
4. La adquisición de fuentes y recursos documentales se realiza a través de compra, donación y recursos compartidos en los siguientes porcentajes:

Compra	60%
Donación	33%
Recursos comp.	7%



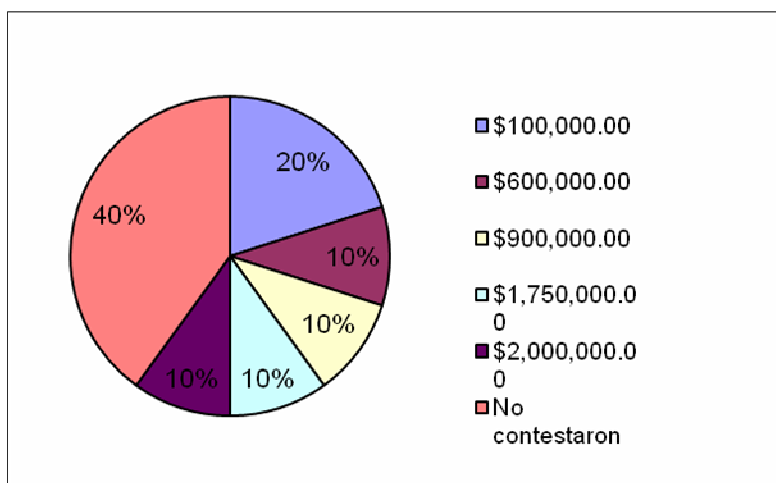
5. Los contactos a que se recurre para la adquisición por compra son los siguientes:

Editores	90%
Librerías tradicionales	
- Locales	40%
- Nacionales	80%
- Internacionales	70%
Librerías electrónicas	70%
Otros:	
- Membresías en Asociaciones	5%
- Ferias de Libros	5%



6. El presupuesto institucional que se utiliza para la desarrollo de colecciones asciende a las siguientes cantidades anuales:

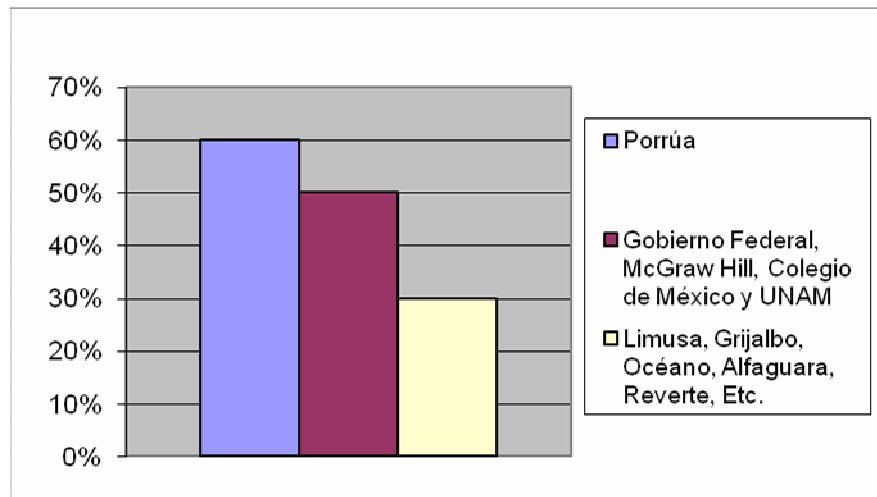
\$100,000.00	20%
\$600,000.00	10%
\$900,000.00	10%
\$1,750,000.00	10%
\$2,000,000.00	10%
No contestaron	40%



7. Las casas editoras que publican libros de interés para las bibliotecas especializadas encuestadas son:

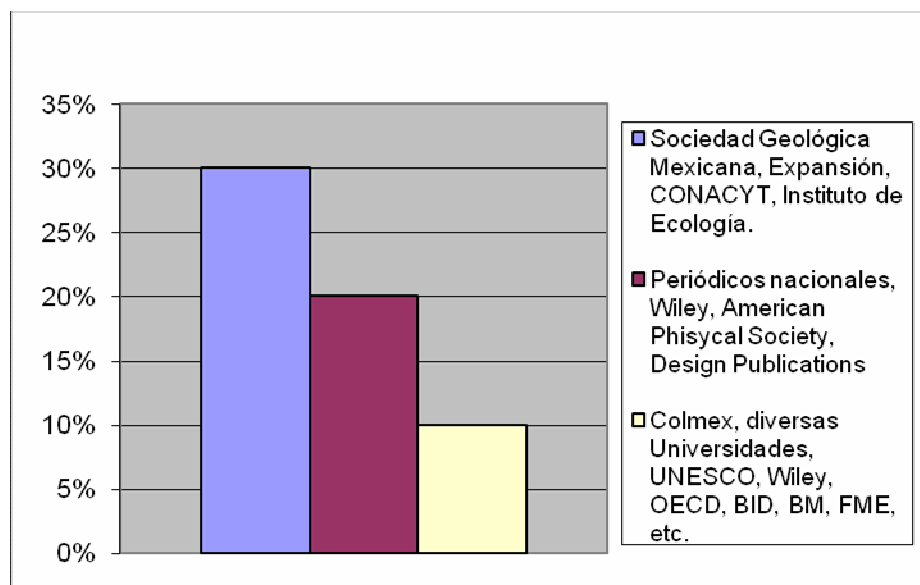
- Mencionadas en el 60% de los casos: Porrúa.
- Mencionadas entre el 40% y 50% de los casos: Gobierno Federal, McGraw-Hill, El Colegio de México, UNAM.

- Mencionadas entre el 10% y 30% de los casos: Limusa, Grijalbo, Océano, Alfaguara, Reverte, McGraww–Hill, Siglo XXI, Trillas, Oxford, Alfaomega, Trota, Andrade, Espasa–Calpe, Diversas Editoras Universitarias, Cide, Noriega, Planeta, Urano, Themis, Norma, Walley & Sons, Prentice Hall, ANUIES, Academia Mexicana de Derecho, Barra De Abogados, Financiero, OPS, OIT, Bibliografía Jurídica Mexicana.



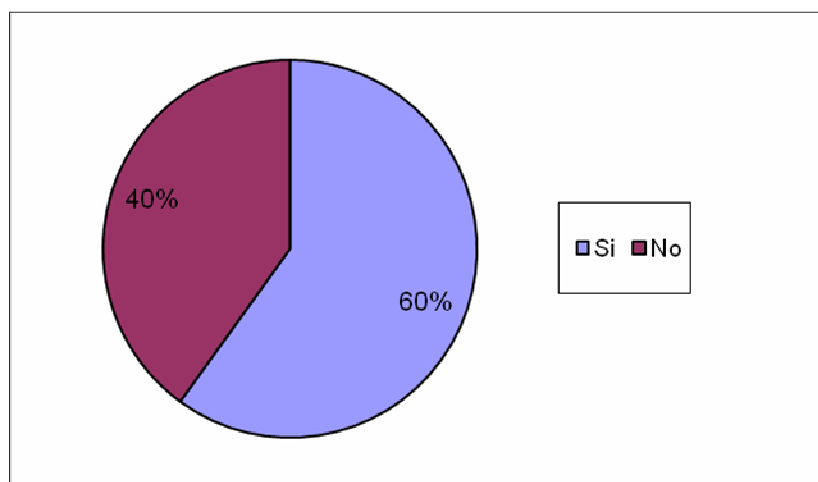
8. Algunos editores, organismos o instituciones que publican revistas de interés para las bibliotecas encuestadas son:

- Mencionados entre el 30% de los casos: Sociedad Geológica Mexicana, Expansión, CONACYT, Instituto de Ecología.
- Mencionados en el 20% de los casos: Periódicos nacionales, Wiley, American Phisycal Society, Design Publications.
- Mencionados en el 10% de los casos: Colmex, diversas Universidades, UNESCO, Wiley, OECD, BID, BM, FME, The Economist, Academia de Ciencias, El Despertador, Sistemas de Información Contable y Administrativa, IMCYC, IOP, DOFISCAL EDITORES, ASA, CNDH, Instituto de Ecología, CUIB, CIBNOR, Instituto de la Tecnología del Agua.



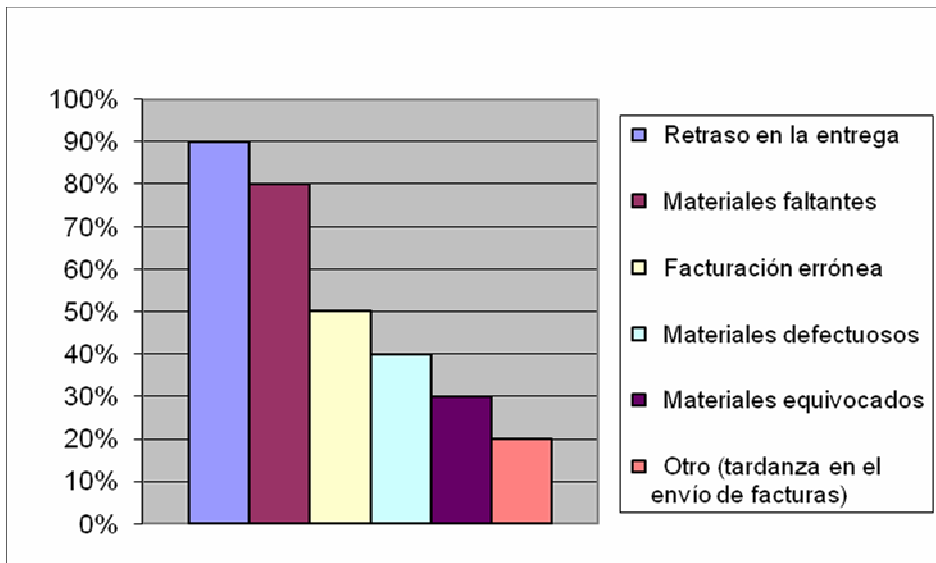
9. Porcentaje de bibliotecas que cuentan con “padrón de editores, proveedores y/o librerías”

Si	60%
No	40%



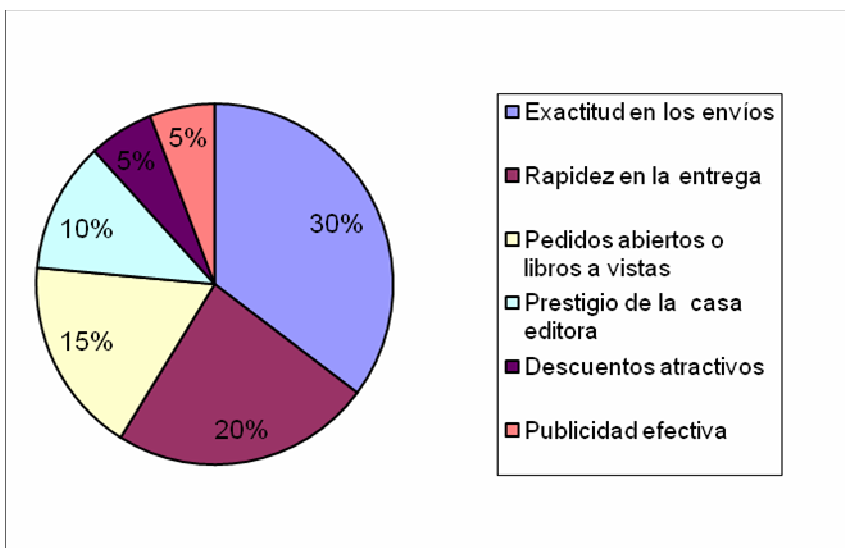
10. Problemas comunes al recibir los materiales bibliográficos adquiridos a través de compra en las bibliotecas encuestadas:

Retraso en la entrega	90%
Materiales faltantes	80%
Facturación errónea	50%
Materiales defectuosos	40%
Materiales equivocados	30%
Otro (tardanza en el envío de facturas)	20%



11. Ventajas competitivas más importantes para la biblioteca al seleccionar un editor o proveedor en el mercado editorial nacional:

Exactitud en los envíos	1
Rapidez en la entrega	2
Pedidos abiertos o libros a vistas	3
Prestigio de la casa editora	4
Descuentos atractivos	5
Publicidad efectiva	6

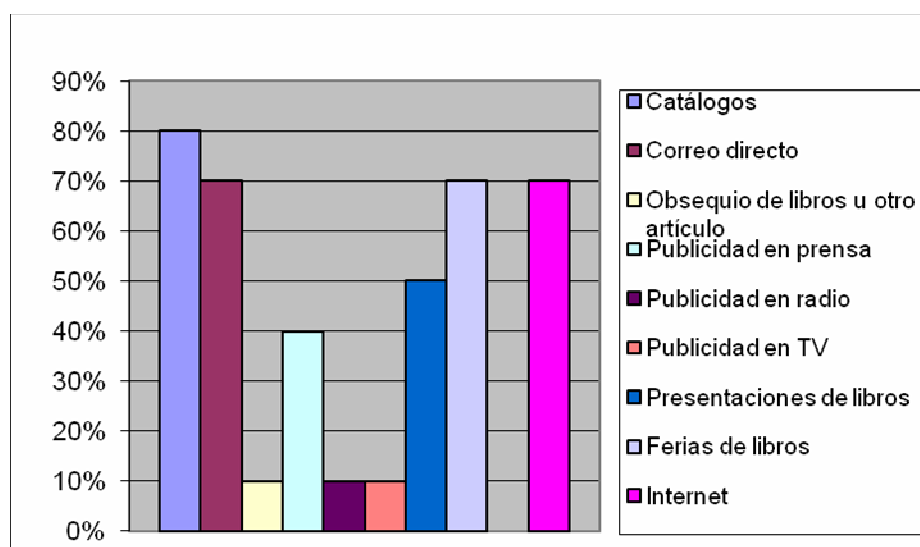


12. Editoriales, proveedores o librerías (mexicanas) que ofrecen descuentos convenientes:

Librerías de Cristal, Sandi, Librería Internacional, Librería Nuevos Horizontes, CIDE, Bibliografía Jurídica Mexicana

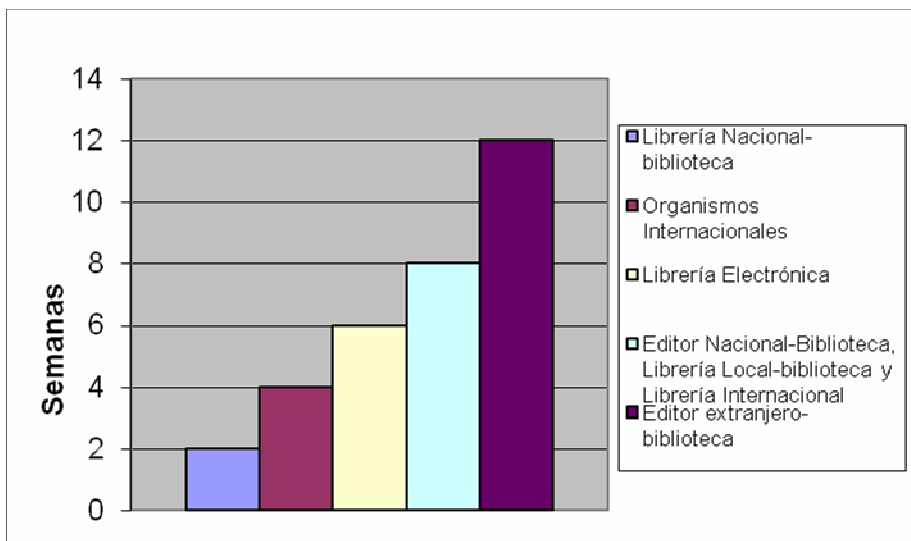
13. Medios utilizados por las industria editorial para dar a conocer los materiales documentales puestos en el mercado :

Catálogos	80%
Correo directo	70%
Obsequio de libros u otro artículo	10%
Publicidad en prensa	40%
Publicidad en radio	10%
Publicidad en TV	10%
Presentaciones de libros	50%
Ferias de libros	70%
Marketing telefónico	0%
Internet	70%



14. Tiempo de espera promedio que transcurre para la recepción de materiales documentales en la biblioteca:

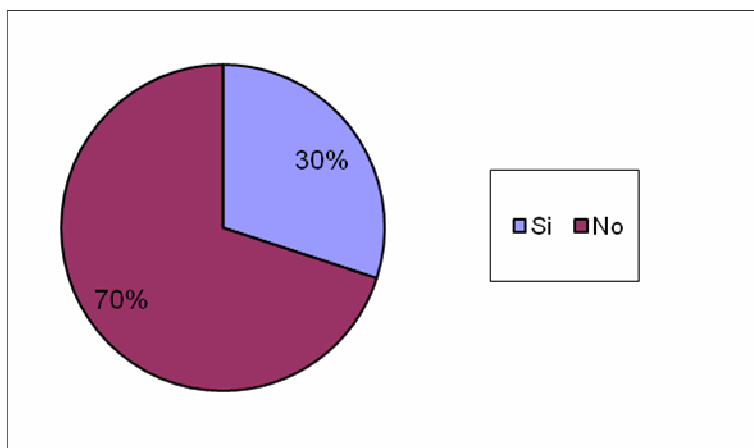
Editor nacional-biblioteca	1 a 8 semanas
Editor extranjero-biblioteca	1 a 3 meses
Librería local-biblioteca	1 a 8 semanas
Librería nacional-biblioteca	1 a 2 semanas
Librería internacional	1 a 2 meses
Librería electrónica	1 a 6 semanas
Organismos Internacionales	1 mes



15. Existencia de casas editoras en México cuyos materiales documentales sean tan costosos que quedan fuera del alcance del presupuesto de la biblioteca:

Si	30%
No	70%

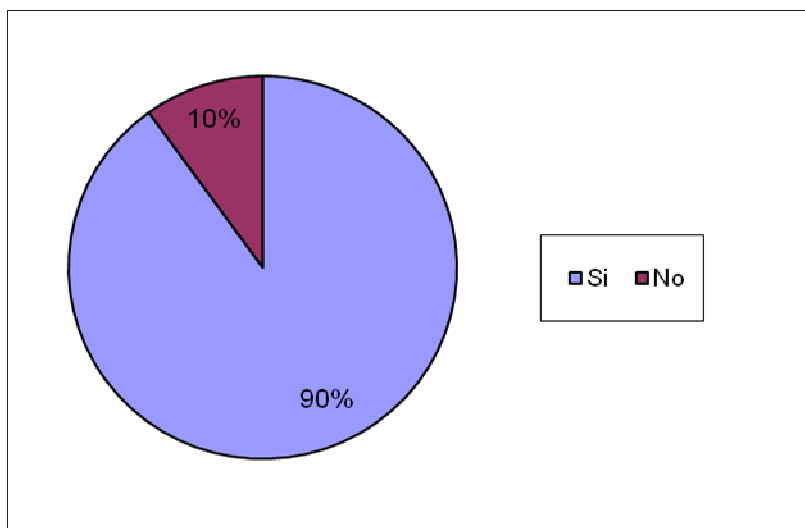
Casas editoras cuyos materiales quedan fuera de presupuesto: IBCON y algunas que editan o comercializan bases de datos.



16. Asistencia a Ferias del Libro:

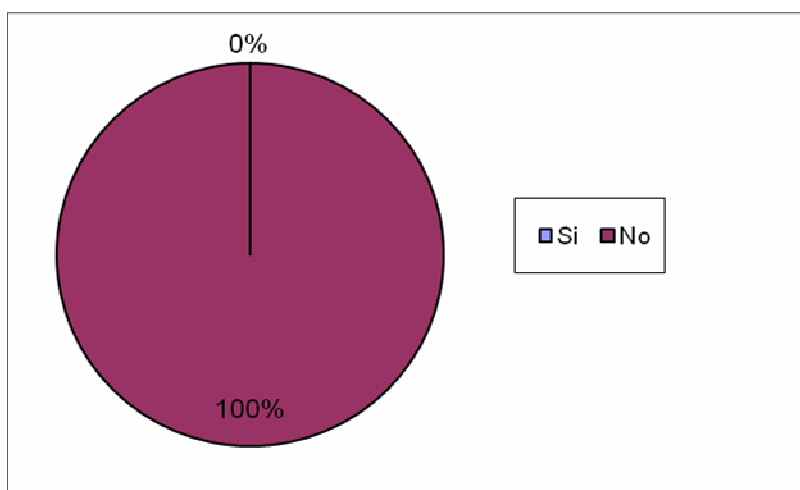
Si	90%
No	10%

FIL Monterrey, FIL Guadalajara, Facultad de Ingeniería de la UNAM, Locales, INAH, Suprema Corte de Justicia.



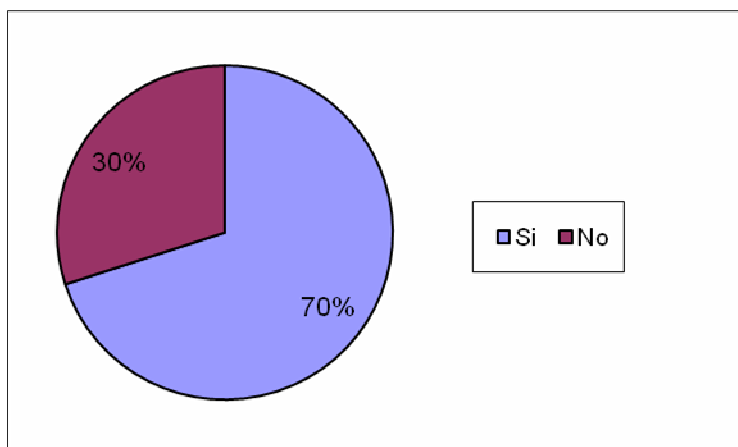
17. Manejo de "Ordenes permanentes" (Standing orders)?

Si	0%
No	100%



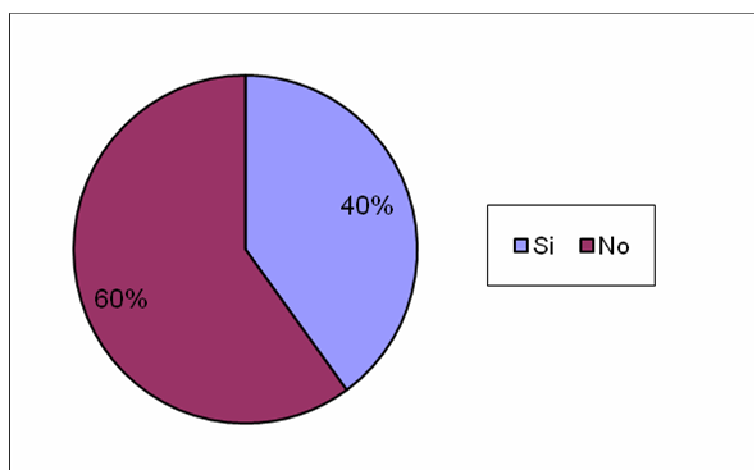
18. Manejo de adjudicación directa para colocar pedidos con editoriales, distribuidores o librerías en las bibliotecas:

Si	70%
No	30%



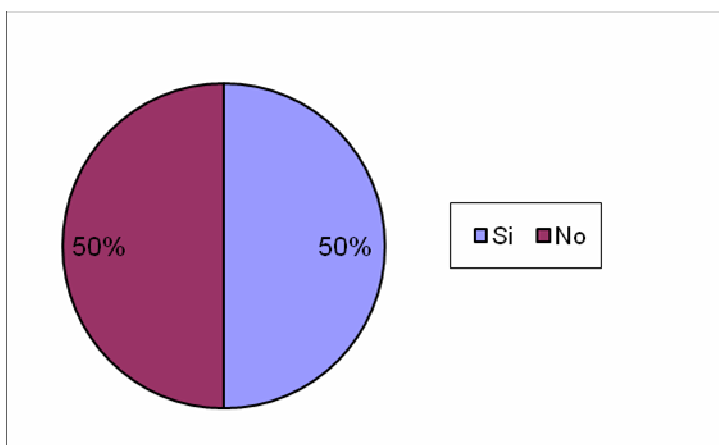
19. Manejo de “Licitaciones” para colocar pedidos con editoriales, distribuidores o librerías:

Si	40%
No	60%



20. Manejo de “fianza por pago anticipado” en los tratos de las bibliotecas con proveedores de materiales documentales:

Si	50%
No	50%



5.4.5. En la Biblioteca Nacional

La Biblioteca Nacional de México es una institución de carácter enciclopédico–conservador, sostenida por la nación y en el caso particular de México es tutelada por la Universidad Nacional Autónoma de México desde 1929.

La primera iniciativa de establecer la Biblioteca Nacional de México fue dictada en el gobierno del presidente Valentín Gómez Farías en 1833, a ésta le siguió el decreto de 1846 en el que además de establecer la biblioteca nacional, en el artículo 3º, se instituyó el “depósito legal” en el país al obligar a los impresores de la ciudad de México y de los territorios a enviar un ejemplar de lo que publicaran a la Biblioteca Nacional. Más tarde surgieron los decretos del 14 de septiembre de 1857 y del 30 de noviembre de 1867 con el que, por disposición de Benito Juárez, definitivamente se crea la Biblioteca Nacional y manda se establezca en la antigua iglesia de San Agustín. La Biblioteca fue inaugurada solemnemente el 2 de abril de 1884.

La Biblioteca Nacional abrió sus puertas con colecciones heredadas de las bibliotecas coloniales pertenecientes a la Universidad, a los conventos de las diversas órdenes religiosas y a los colegios, de esta forma el anhelo que manifestaron sus primeros impulsores de formar una biblioteca nacional con acervos coloniales, fue impedido especialmente por problemas de financiamiento.

La Biblioteca Nacional de México en sus inicios fue una dependencia del Ministerio de Instrucción Pública, más tarde del Ministerio de Educación y de la Secretaría de Educación Pública hasta el año de 1929 cuando pasó a formar parte de la Universidad Nacional Autónoma de México, a partir de 1967 ocupa un rango supeditado al Instituto de Investigaciones Bibliográficas y desde 1979 se incorporó a los modernos espacios universitarios de ciudad universitaria.¹⁸²

ANALISIS DE INFORMACION DEL CUESTIONARIO APLICADO A BIBLIOTECA NACIONAL

1. Tipo de fuentes conforman los fondos de información y referencia de las bibliotecas encuestadas:

<i>Libros impresos</i>
<i>Publicaciones periódicas impresas</i>
<i>Películas</i>
<i>Microformatos</i>
<i>Diapositivas</i>

¹⁸² Fernández de Zamora, Rosa María. “La Biblioteca Nacional de México hacia un nuevo siglo” IN Métodos de información, Vol. 7, no. 40: pp. 72-77. <http://eprints.rclis.org/archive/00000884/01/2000-40-72.pdf>
Consultado: mayo 17, 2006.

<i>Mapas</i>
<i>Partituras</i>
<i>Realia</i>
<i>Grabaciones</i>
<i>CD y DVD</i>

2. Las áreas del conocimiento a que se enfoca el desarrollo de colecciones de las bibliotecas encuestadas se refiere a:

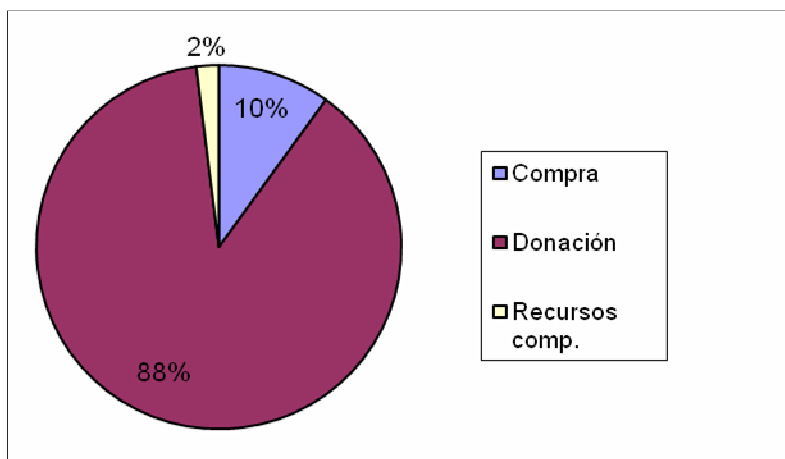
Libros infantiles
Libros juveniles
Literatura
Lenguas
Religión
Arte, cultura y deportes
Ciencias puras
Tecnología y Ciencias aplicadas
Ciencias sociales
Educación básica
Geografía e Historia
Generalidades

3. Los idiomas presentes en las colecciones son:

Español
Inglés
Francés
Italiano
Alemán

4. La adquisición de fuentes y recursos documentales se realiza a través de compra, donación y recursos compartidos en los siguientes porcentajes:

Compra	10%
Donación	88%
Recursos comp.	2%



5. Los contactos a que se recurre para la adquisición por compra son los siguientes:

Editores

Librerías tradicionales

– Locales

– Nacionales

– Internacionales

Librerías electrónicas

Otros:

– Particulares

– Anticuarios

6. El presupuesto institucional anual que se utiliza para la desarrollo de colecciones asciende a: \$2,000,000.00

7. Las casas editoras que publican libros de interés para las bibliotecas encuestadas son:

– Todas las mexicanas.

8. Algunos editores, organismos o instituciones que publican revistas de interés para las bibliotecas encuestadas son:

i. Todos los mexicanos

9. La Biblioteca Nacional cuenta con “padrón de editores, proveedores y/o librerías”

10. Problemas comunes al recibir los materiales bibliográficos adquiridos a través de compra en la Biblioteca Nacional:

Retraso en la entrega
Materiales faltantes

11. Ventajas competitivas más importantes para la biblioteca al seleccionar un editor o proveedor en el mercado editorial nacional:

Rapidez en la entrega de materiales
Descuentos atractivos
Exactitud en los envíos

12. Editoriales, proveedores o librerías (mexicanas) que ofrecen descuentos convenientes:

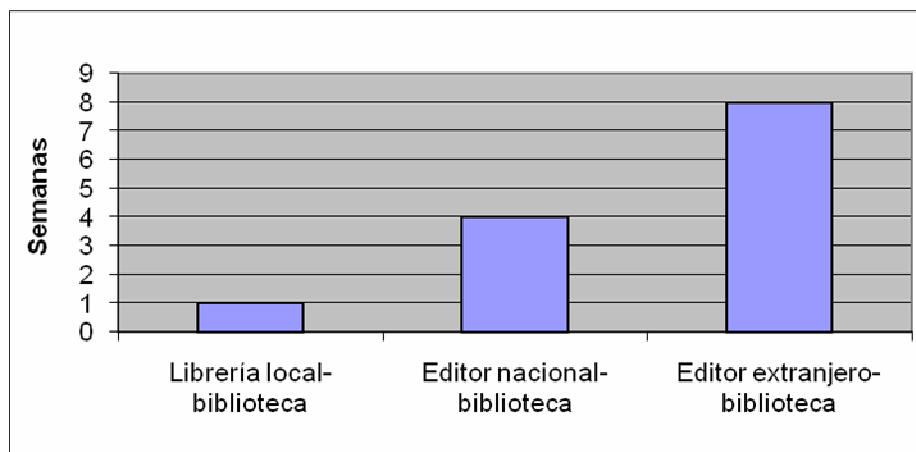
Todas.

13. Medios utilizados por las industria editorial para dar a conocer los materiales documentales puestos en el mercado :

Catálogos
Publicidad en prensa
Ferias de libros
Internet
Eventos especiales

14. Tiempo de espera promedio que transcurre para la recepción de materiales documentales en la biblioteca:

Editor nacional-biblioteca	1 mes
Editor extranjero-biblioteca	2 meses
Librería local-biblioteca	1 semana



15. No existen casas editoras en México cuyos materiales documentales sean tan costosos que quedan fuera del alcance del presupuesto de la biblioteca.
16. Se asiste a Ferias del Libro: Feria del Palacio de Minería, FIL Monterrey, FIL Guadalajara, UNAM.
17. No maneja “Ordenes permanentes” (Standing orders).
18. No maneja adjudicación directa para colocar pedidos con editoriales, distribuidores o librerías.
19. No maneja “Licitaciones” para colocar pedidos con editoriales, distribuidores o librerías.
20. No maneja “fianza por pago anticipado” en los tratos de la biblioteca con proveedores de materiales documentales.

5.5. Diagnóstico a partir de los resultados analizados

El análisis de la información de la encuesta aplicada a bibliotecas en cuanto a la relación de la industria editorial con el desarrollo de colecciones permitió obtener los siguientes resultados:

5.5.1. En bibliotecas públicas: en este tipo de biblioteca el desarrollo de colecciones está relacionado prácticamente en un 100% con lo que produce la industria editorial mexicana tomando en cuenta que ambas –biblioteca e industria editorial– hacen estudios de comunidad y de mercado que analiza las necesidades de información de la población mexicana; sus fondos de información y referencias están constituidos por libros y revistas impresos, materiales audiovisuales y hasta hace apenas dos años se empieza a considerar a los documentos electrónicos; su enfoque temático se dirige a todas las áreas del conocimiento, poniendo énfasis en literatura, geografía e historia, ciencias sociales y tecnología y ciencias aplicadas; en las colecciones el idioma presente es el español y en algunas comunidades se cuentan con materiales en la lengua local. En promedio el 83% de sus colecciones son adquiridas por compra y 17% a través de donaciones; para el caso de las compras se recurre directamente con las editoriales, librerías tradicionales y electrónicas aplicando para ello presupuestos que van de los \$100,000.00 a los \$32,000,000.00 Las casas editoras a las que más frecuentemente se recurre son Santillana, McMillan, Castillo, McGraw–Hill, Trillas, Ediciones Pedagógicas, FCE, Porrúa, Patria Cultural, Esfinge, Larousse, Pearson, Logman, Oxford, Limusa, Norma, S.M., Quinto Sol, Angeles Editores, Libris, Aguilar, Jamer, Edere, Progreso, Sistemas Técnicos de Edición, Contextos Culturales, Nueva Imagen, Era, Sexto Piso, Planeta y Random; en el caso de las revistas se recurre a Ed. Vuelta, Nexos, CONACYT,

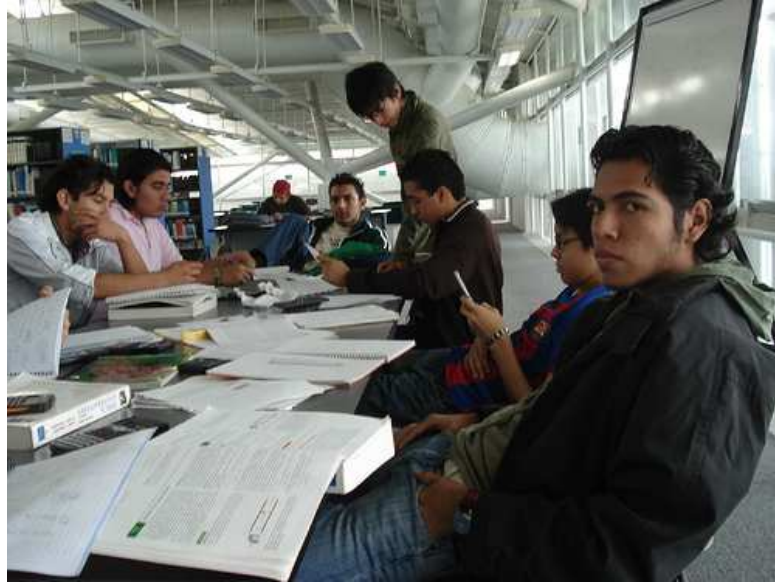
Instituto de Ecología, CONACULTA, y Universidad de las Américas. En el 60% de los casos cuentan con un padrón de editores, proveedores y librerías que les surten los materiales documentales y los problemas más frecuentes con ellos son retraso materiales defectuosos y retraso en la entrega. Las ventajas competitivas más apreciadas son la rapidez en la entrega y prestigio de la casa editora; las editoriales que ofrecen descuentos atractivos son: Trillas, Porrúa, Gandhi, FCE, Era, Porrúa, Santillana y Siglo XXI, las librerías que ofrecen descuentos convenientes son Cristal y Gonvill. Los medios más utilizados para conocer la producción editorial para este tipo de biblioteca son: los catálogos, Ferias del Libro, Internet, correo directo y presentaciones de libros. El tiempo de espera para la recepción de materiales oscila entre una a seis semanas en el medio nacional. En el 20% de los casos se reporta insuficiencia económica para adquirir los materiales necesarios. En el 90% de los casos se asiste a ferias del libro siendo las mas frecuentes la FIL de Guadalajara, la Feria Internacional de Lectura y ferias locales. No se manejan “órdenes permanentes” ni fianzas por pagos anticipados. En el 20% de ellas manejan adjudicación directa. En el 60% de los casos las bibliotecas promueven licitaciones para colocar pedidos con las editoriales, distribuidores o librerías.



5.5.2. En bibliotecas universitarias: la relación de la industria editorial con este tipo de biblioteca es muy estrecha, sus fondos de información y referencias están constituidos por libros y revistas impresos, publicaciones electrónicas y audiovisuales; su enfoque temático se dirige principalmente a las ciencias sociales, ciencias puras y aplicadas, en donde predominan los idiomas español, inglés y francés, y en menor grado portugués, alemán, italiano y japonés. En promedio el 75% de sus colecciones son adquiridas por compra y se recurre directamente con las editoriales, librerías tradicionales y electrónicas aplicando para ello presupuestos que van de los \$40,000.00 a los \$25,000,000.00 Las casas editoras a las que más frecuentemente se recurre son McGraw-Hill, Trillas, FCE, Porrúa, Parson, Siglo XXI, Oxford, UNAM y Paidós. En el 85% de los

casos cuentan con un padrón de editores, proveedores y librerías que les surten los materiales documentales y los problemas más frecuentes con ellos son retraso en la entrega y facturación errónea. Las ventajas competitivas más apreciadas son la rapidez en la entrega y descuentos atractivos; las editoriales que ofrecen éstos descuentos atractivos son: McGraw-Hill, Thompson, FCE, Siglo XXI, Trillas, Porrúa, en cuanto a librerías que ofrecen tales descuentos son Gandhi, El Sótano y Cristal, y el distribuidor que ofrece rebajas atractivas es el Grupo Difusión Científica. Los medios más utilizados para conocer la producción editorial para este tipo de biblioteca son: los catálogos, Ferias del Libro, Internet y correo directo. El tiempo de espera para la recepción de materiales oscila entre una semana y un mes en el medio nacional. Solo el 20% de éstas bibliotecas manejan “órdenes permanentes” con proveedores y el 75% de ellas manejan adjudicación directa. En el 65% de los casos las bibliotecas promueven licitaciones para colocar pedidos con las editoriales, distribuidores o librerías y sólo en el 20% de los casos se manejan fianzas por pago anticipado.





5.5.3. En bibliotecas escolares: en este tipo de biblioteca hay volúmenes de adquisición de colecciones muy bajos en relación con la población escolar atendida, las bibliotecas escolares y de aula tienen en sus fondos de información y referencias libros y en menor medida revistas, a éstos materiales se suman mapas, realía y películas y en menor medida otros tipos de materiales, por lo general no tienen recursos electrónicos; su enfoque temático se dirige principalmente a literatura, geografía e historia, arte, cultura

y deportes y en menor grado hacia las ciencias puras, aplicadas, sociales y generalidades. En sus colecciones predomina el español, en menor grado inglés y muy escasamente francés, portugués, alemán, italiano y japonés. En promedio el 56% de sus colecciones son adquiridas por compra, e 40.5% por donación y un 3.5% por recursos compartidos. Para la compra de materiales bibliográficos se recurre generalmente a las librerías locales y electrónicas, aplicando para ello presupuestos que van de los \$10,000.00 a los \$200,000.00 Las casas editoras a las que más frecuentemente se recurre son: Trillas, SEP, FCE, Progreso, Porrúa, Limusa, Grijalbo, Océano, Alfaguara, Reverte, McGraw-Hill y Siglo XXI. En el 55% de los casos cuentan con un padrón de editores, proveedores y librerías que les surten los materiales documentales y los problemas más frecuentes con ellos son retraso en la entrega y facturación errónea. Las ventajas competitivas más apreciadas son descuentos atractivos y rapidez en la entrega; las editoriales que les ofrecen descuentos convenientes son: FCE, Trillas, Posadas, Barsa-Planeta, Time Life, Alfaguara, Progreso y Castillo, en cuanto a librerías que ofrecen buenos descuentos son Gonvill, Librería Española, Educál, Librería Parroquial y la Ventana. Los medios más utilizados para conocer la producción editorial para este tipo de biblioteca son: los catálogos, Ferias del Libro, obsequio de libros por parte de las editoras y presentaciones de libros. El tiempo de espera para la recepción de materiales oscila entre uno y quince días en compras locales y un mes en el medio nacional. En el 40%

de los casos las bibliotecas declaran no tener capacidad de compra para ciertos materiales. El 75% declara asistir a ferias de libro. Solo el 10% de éstas bibliotecas manejan “órdenes permanentes” con proveedores, igualmente el 10% de ellas manejan adjudicación directa. En el 10% de los casos las bibliotecas promueven licitaciones para colocar pedidos con las editoriales, distribuidores o librerías igualmente sólo en el 10% de los casos se manejan fianzas por pago anticipado. En este caso es necesario destacar que la mayoría de las bibliotecas escolares encuestadas formaban parte de instituciones privadas, en el caso de las bibliotecas escolares de instituciones públicas el escenario es diferente porque la existencia de las bibliotecas de aula ha promovido la licitación para hacer negociaciones con las editoriales.



5.5.4. En bibliotecas especializadas: en este tipo de biblioteca la relación con la industria editorial dependerá del campo de especialización,

ya que hay campos del conocimiento que generan y producen información por vías no comerciales; podremos encontrar que en las bibliotecas especializadas sus fondos de información y referencias están constituidos por libros y revistas impresos, publicaciones periódicas electrónicas y amplio uso de bases de datos; el enfoque temático se dirige principalmente a las ciencias puras y aplicadas y ciencias sociales, las colecciones contienen información en los idiomas español e inglés, en menor grado francés, y un poco menos en portugués, alemán e italiano. En promedio el 60% de sus colecciones son adquiridas por compra, el 33% por donación y 7% por recursos compartidos; se recurre directamente con las editoriales, librerías tradicionales y electrónicas aplicando para ello presupuestos que van de los \$100,000.00 a los \$2,000,000.00. Las casas editoras a las que más frecuentemente se recurre son: Porrúa, dependencias gubernamentales, McGraw-Hill, El Colegio de México y UNAM. Los editores u organismos que publican revistas de su interés son: Sociedad Geológica Mexicana, Expansión, CONACYT Y UNAM. En el 60% de los casos cuentan con un padrón de editores, proveedores y librerías que les surten los materiales documentales y los problemas más frecuentes con ellos son retraso en la entrega y materiales faltantes. Las ventajas competitivas más apreciadas son exactitud en los envíos y rapidez en la entrega; las editoriales que ofrecen descuentos atractivos son: UNAM y CIDE, en cuanto a librerías que ofrecen buenos descuentos son Cristal, Sandi, Librería

Internacional y Librería Nuevos Horizontes. Los medios más utilizados para conocer la producción editorial para este tipo de biblioteca son: los catálogos, Ferias del Libro, Internet y correo directo. El tiempo de espera para la recepción de materiales oscila entre una a ocho semanas. El 90% de bibliotecas especializadas declara asistir a la Ferias del Libro (FIL–Guadalajara, FIL–Monterrey, la del Palacio de Minería y algunas locales. Ninguna de estas bibliotecas maneja “órdenes permanentes” con proveedores y el 70% de ellas manejan adjudicación directa. En el 40% de los casos las bibliotecas promueven licitaciones para colocar pedidos con las editoriales, distribuidores o librerías y en el 50% de los casos se manejan fianzas por pago anticipado.



5.5.5. En la Biblioteca Nacional: en este tipo de biblioteca la relación con la industria editorial es obligatoria en virtud de la Ley de Depósito Legal, sus fondos de información y referencias están constituidos por libros impresos (las revistas corresponden a la Hemeroteca Nacional) y material audiovisual; no tiene un enfoque temático ya

que por tratarse de una biblioteca con carácter enciclopédico-conservador tiene fuentes de información de todas las áreas del conocimiento; las colecciones contienen información en el idioma español principalmente, y un porcentaje bajo encontramos materiales en inglés, francés, y un poco menos en alemán e italiano. En promedio el 90% de sus colecciones son adquiridas por donación, el 8.8% por compra y 2% por recursos compartidos; en el caso de las adquisiciones por compra, se recurre directamente con las editoriales, librerías tradicionales y electrónicas, particulares y anticuarios, aplicando para ello un presupuesto aproximado de



\$2,000,000.00.

En este caso a la Biblioteca Nacional le interesa tener representada una colección bibliográfica nacional con obras de todas las casas editoras. Cuenta con un padrón de editores, que estaría representado en el directorio de editores mexicanos. Los problemas más frecuentes con ellos son retraso en la entrega y materiales faltantes. Las ventajas competitivas más apreciadas rapidez en la entrega, descuentos atractivos y exactitud en los envíos; las editoriales

deben hacer llegar sus materiales gratuitamente a la Biblioteca Nacional, por eso no puede hablarse de descuentos. Los medios más utilizados para conocer la producción editorial para este tipo de biblioteca son: los catálogos, publicidad en prensa, Ferias del Libro, Internet y eventos especiales. El tiempo de espera para la recepción de materiales oscila entre una a ocho semanas. El personal declara asistir a la Ferias del Libro (FIL-Guadalajara, FIL-Monterrey y la del Palacio de Minería. No maneja “órdenes permanentes” con proveedores, tampoco adjudicación directa, ni licitaciones, ni fianza por pago anticipado.



La literatura consultada para esta investigación afirma que las principales desventajas que enfrenta la industria editorial en México es la competencia desleal por parte del gobierno, la piratería y falta de estímulos fiscales. En la relación específica que establecen las editoriales con las bibliotecas de acuerdo a las expectativas del sector editorial nacional se considera que debe haber mayor intervención de las partes involucradas

para la elaboración de políticas públicas; sería ideal la creación de un comité de vigilancia para asegurar la transparencia en procesos de licitación y deberían establecerse alianzas entre la industria editorial, librerías y bibliotecas para asegurar servicios eficientes y ventajas competitivas.

Podría esperarse que el recién creado Consejo Nacional de Fomento para el Libro y la Lectura actúe eficientemente como instancia y espacio de concertación y asesoría entre los organismos públicos, sociales y privados vinculados al libro y la lectura. De esa manera tanto bibliotecas como industria editorial podrán verse recíprocamente impactados de manera positiva.

Los resultados obtenidos revelan la gran predominancia de las casas editoras de mayor renombre y tradición, pocos son los casos en los que se mencionan casas editoras de reciente creación. Como veremos más adelante las casas editoras pueden clasificarse de acuerdo al rango de facturación de las ventas (de proyecto inicial, microempresas, pequeñas empresas, medianas empresas, grandes empresas y macro empresas. Si consideramos que estos volúmenes de ventas son para las empresas macro de 46% y para las grandes el 33%, podemos inferir que la mayoría de casas editoras que surten a las bibliotecas públicas y escolares son las llamadas macro y grandes empresas (ver apartado 6.1.) y las empresas medianas son las que surten generalmente a las bibliotecas universitarias y especializadas, ya que de acuerdo al Estudio Estratégico y programa sectorial para elevar la competitividad y el desarrollo sustentable de la industria editorial mexicana,

se afirma que este sector comercializa principalmente libros científicos, técnicos y profesionales.

No obstante, parece ser necesario que la industria editorial mexicana desarrolle y promueva planes especiales de ventas para bibliotecas, pudo observarse como resultado del análisis de la información que pocas bibliotecas son beneficiadas con planes como “libros a vistas” o “pedidos abiertos”. Seguramente políticas públicas adecuadas podrán incentivar mayor penetración de este mercado en las bibliotecas mexicanas para dejar de importar obras que en muchos casos se publican en el medio nacional y que por falta de publicidad efectiva no se solicitan y van a incrementar los volúmenes almacenados y más tarde reportados como pérdidas.



Capítulo 6

El marketing de las industrias editoriales

Capítulo 6

El marketing de las industrias editoriales

La cultura en el mundo inició un proceso gradual de industrialización desde la invención de la imprenta. El acceso a los bienes del saber fue posible en tanto se comercializó el libro y se ampliaron las oportunidades educativas y consecuentemente se fueron desarrollando las innovaciones tecnológicas que conocemos hoy en día. En todos los países del mundo las industrias editoriales son uno de los sectores que contribuye al desarrollo social y económico de la cultura, por lo tanto atrae grandes inversiones, genera empleos e influye en amplias esferas, de allí su importancia y de los productos que pone al alcance de amplias audiencias, considerando tanto los intereses generales como académicos y científicos.

Según el Informe Mundial de Cultura de la UNESCO de 2001, en 1998 los países industrializados publicaban 218 periódicos diarios por cada mil personas, mientras que las naciones en desarrollo tiraban 40 (el promedio mundial era de 78 diarios por mil personas).¹⁸³

De acuerdo con otro informe, la mitad de los países del mundo producen anualmente, en promedio, menos de un libro por habitante; 30% genera entre uno y tres libros, en tanto que 20% elabora cuatro o más libros por persona. Alrededor de 60% de los países poseen menos de 50 copias de

¹⁸³ Sánchez Ruíz, Enrique E. “Actualidad del Informe MacBride, a 25 años de su publicación”. IN Anuario Ininco, jun. 2005, vol.17, no.1 : p.97

libros de texto por cada mil habitantes, mientras que en 20% hay en promedio más de un libro de texto por cada habitante.¹⁸⁴

El fomento de la palabra impresa es un elemento importante en el desarrollo de la cultura, por tanto la industria editorial a pesar de múltiples vicisitudes que le aquejan en la actualidad no deja de justificar el valor del libro y sus sucedáneos como vehículos primordiales del pensamiento humano y de la creación intelectual universal, a través de ellos se estimula la actividad intelectual de las masas, pues es un recurso mucho más accesible que otros modernos medios de comunicación que solo están abiertos a círculos restringidos de profesionales y sectores poblacionales productivos en lo económico, industrial y científico. ¹⁸⁵

A pesar de la gran competencia que encuentra la palabra impresa en medio de las industrias culturales, debemos reconocer que su amplitud de mercado es considerablemente extensa y ésta depende en gran medida de la extensión del ámbito lingüístico y el nivel cultural del público. Resulta obvio que un pueblo culto tendrá índices elevados de lectura, igualmente el factor económico es un determinante y coincidente con el nivel de lectura, por tanto, ante la expectativa de nuestro país de superar condiciones de subdesarrollo, la industria editorial tiene una importancia fundamental y sus estrategias de producción, distribución y comercialización deben ser de interés para quienes nos desarrollamos en el ámbito bibliotecológico por

¹⁸⁴ Sánchez Ruíz, Enrique E. Globalización y convergencia: retos para las industrias culturales latinoamericanas” en Revista Universidad de Guadalajara. México, 2000 : p. 38.

¹⁸⁵ Olaechea, Juan B. El libro en el ecosistema de la comunicación cultural. Madrid : FGSR, 1986. p. 185

sus implicaciones económicas, educativas, científicas y culturales, que repercuten directamente en los planes administrativos y de servicio de las unidades de información en las que nos compete desenvolvemos.

Revisando brevemente el caso de la industria editorial mexicana, que históricamente ha sido una de las de mayor fortaleza en América Latina, puede decirse que durante los últimos años, la industria editorial ha sido uno de los sectores de menor dinamismo en la economía mexicana. La crisis de 1995, junto con la excesiva regulación del sector implicó un retroceso importante de la industria, que se reflejó en una disminución de 7.2 por ciento de su producción por año y en una caída de 6.5 por ciento anual de sus ventas.¹⁸⁶



En la última década se ha deteriorado sensiblemente la situación económica e industrial del sector editorial que abarca a las empresas productoras de papel, talleres impresores y encuadernadores, editores,

¹⁸⁶Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana. CANIEM: Informe sobre Actividad Editorial Sector Libros 2004. <http://www.caniem.com/main/estadistica.asp> Acceso: Diciembre 12 de 2007.

distribuidores y librerías en México, no obstante, la producción de libros y de publicaciones periódicas se ha mantenido en cifras hasta cierto punto aceptables y se han ido creando pequeñas y medianas empresas gracias a algunos estímulos fiscales y a las posibilidades de financiamientos y programas de coediciones dirigidas a la educación básica y media básica.



La CANIEM, en uno de sus documentos con optimismo anota que: "La industria editorial mexicana ha vuelto a retomar el rumbo y la estabilidad después de la crisis económica que sufrió el país en 1995, por lo que ya se ubica entre los principales productores de libros de Hispanoamérica, con más de 18 mil títulos publicados en 1999" y que el Proyecto para el ciclo escolar 2001–2002 de la Comisión Nacional de Libros de Texto Gratuitos menciona que se adquirirán de editores privados 19.9 millones de libros para un total de 4.7 millones de alumnos".¹⁸⁷

¹⁸⁷Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana. CANIEM: Informe sobre Actividad Editorial Sector Libros 2004. Ibidem

En cifras recientes podemos observar que la actividad editorial en México entre los años 2002 y 2007 muestra una tendencia de producción que se mantiene relativamente uniforme, no obstante, en consideración de los integrantes de CANIEM, son cifras poco alentadoras ya que la crisis económica reciente compromete las expectativas de incremento de producción y ventas.

Para 2007 la producción de libros en México fue de 278.2 millones de ejemplares, el sector privado publicó 129.3 millones, 46 por ciento del total y dentro de esa producción 36.7 millones de ejemplares fueron libros adquiridos por el gobierno con destino a la educación a través de los programas de libros de texto para secundarias y bibliotecas de aula y escolares; el sector público alcanzó una producción de 149.8 millones de ejemplares y 69 por ciento de ese total se destinó a la educación primaria, que es donde está el libro de texto único y gratuito.¹⁸⁸



¹⁸⁸ Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana. Actividad editorial en México durante 2007 : principales indicadores. México : CANIEM, 2008. p.9

La industria editorial como proyecto cultural en México avanza muy lentamente, situación de lamentar pues como dice Gustavo González Lewis: “la producción editorial de un país es un índice certero de su nivel educativo y cultural..., la cantidad, calidad, distribución y acceso a los libros producidos por una economía, considerada en cualquiera de sus variantes, indica el grado de desarrollo que la educación y la cultura alcanza en sus habitantes” ¹⁸⁹

6.1. Objetivos y tipología de las de industrias editoriales

Las editoriales industriales son aquellas de cualquier naturaleza jurídica, que tienen como objeto social principal la edición y comercialización de libros, sean de capital privado, con ánimo de lucro o sin él, comerciales o industriales del Estado, o estatales que editen año tras año libros impresos, prensados, grabados, quemados o publicados electrónicamente, en maquinarias o instalaciones propias o de terceros. Cerca del 13% del total de los agentes editores de Latinoamérica son editoriales industriales.

La industria editorial mexicana no está exenta de las demandas que le impone un mercado abierto y en general la mayor interacción entre economías como resultante del grado de integración alcanzado por ellas. Como en el resto de las industrias, la editorial ha requerido estandarizar sus

¹⁸⁹ González Lewis, Gustavo. “Perspectiva de la industria editorial en México” IN Libros de México. No. 15 : p. 5

niveles de eficiencia y competitividad a los parámetros solicitados por el mercado mundializado.



La industria mexicana del libro se ha estancado, en consonancia con la mayor parte de la economía nacional. En los años cincuenta el tiraje promedio de los autores mexicanos conocidos era de 3 mil ejemplares para 30 millones de mexicanos. En 1996 con 90 millones de mexicanos se tiraron menos de 2 mil ejemplares, es decir, esperándose un aumento en libros debido al crecimiento demográfico del país, estos disminuyeron en cantidad. Las estadísticas muestran claramente el descenso de la industria editorial, en un 60% en 1996, un 80% con respecto a 1995; de cada 100 empresas registradas en 1987 actualmente sólo quedan 10, es decir, 90% menos.¹⁹⁰

Atendiendo al tipo de publicaciones que producen la industria editorial puede dividirse principalmente en dos ramas, las empresas que producen libros y las empresas que producen revistas.

¹⁹⁰ Secretaría de Educación Pública. Programa de Cultura 1995-2000. México: SEP, 1996.

De acuerdo a información de Caniem, en 2005 existían en México 274 empresas privadas dedicadas a la edición de libros. Según la magnitud de la facturación de sus ventas, Caniem clasifica las empresas en seis rangos: proyecto inicial, micro, pequeña, mediana, grande y macro. Adicionalmente, las firmas editoriales se clasifican sobre la base de la división editorial en la que se especializan.¹⁹¹

Atendiendo su tamaño las empresas editoriales se concentran de la siguiente manera:

- i) Rango proyecto inicial. Empresas que facturan anualmente más de 250 mil pesos, en este rango se encuentra concentrado el mayor número de empresas privadas con actividad editorial en México: 91 establecimientos en total, de los cuales 50 se especializa en la edición de libros de Interés general, 23 en la edición de libros científicos, técnicos y profesionales y 11 se especializan en la edición de libros de texto.
- ii) Rango micro. Empresas que facturan anualmente entre 250 mil pesos hasta 6 millones; en 2005 existían 93 empresas privadas en este rango, de las cuales 39 (41.9%) se especializan en la edición de libros de Interés general y 30.1% (28 establecimientos) a la edición de libros científicos, técnicos y profesionales
- iii) Rango pequeña. Empresas que facturan entre 6 y 21 millones de pesos al año. De las 41 empresas clasificadas en este rango, 19

¹⁹¹ Estudio estratégico y programa sectorial para elevar la competitividad y el desarrollo sustentable de la industria editorial mexicana / Fundación Mexicana para la Innovación y Transferencia de la Tecnología en la Pequeña y Mediana Empresa, et al. México : FUNTEC, Secretaría de Economía, PAPYME, CANIEM, 2007. 431 p. http://www.caniem.com/docs/Ind_Edit.pdf Acceso: junio 19 de 2007.

se dedicaban principalmente a la edición de libros de Interés general, mientras que 10 establecimientos editaban libros científicos, técnicos y profesionales.

- iv) Rango mediana. Empresas que facturan entre 21 y 81 millones de pesos anualmente. Este rango se ubicó el 8.4% del total de empresas privadas con actividad editorial en el país. Los libros científicos, técnicos y profesionales fueron la especialización de la mayoría de las empresas clasificadas en este rango (39.1%), mientras que aquellas dedicadas a la edición de libros de Interés general representaron el 26.1% del total.
- v) Rango grande. Facturan entre 81 y 200 millones de pesos. De las 15 empresas registradas en este estrato, más de la mitad de ellas se especializaba en la edición de libros de texto y cerca del 26.7% en la edición de libros de Interés general. Ninguna de las empresas grandes editaba libros religiosos.
- vi) Rango macro. En 2005 había nueve empresas con facturación por ventas superior a 200 millones de pesos. Cuatro se especializaban en la edición de libros de texto y cuatro más en la edición de libros científicos, técnicos y profesionales.¹⁹²

En 2005, las 274 empresas del sector privado con actividad editorial se distribuían de la manera siguiente: el 82.1% de las empresas del total

¹⁹² Estudio estratégico y programa sectorial para elevar la competitividad y el desarrollo sustentable de la industria editorial mexicana / Fundación Mexicana para la Innovación y Transferencia de la Tecnología en la Pequeña y Mediana Empresa, et al. México : FUNTEC, Secretaría de Economía, PAPYME, CANIEM, 2007. pp 5.-8 http://www.caniem.com/docs/Ind_Edit.pdf Acceso: junio 19 de 2007.

estaba integrado por empresas de proyecto inicial, micro y pequeñas. El 17.9% restante lo constituían empresas medianas, grandes y macro.

La actividad de edición de libros de acuerdo a INEGI dividida por especialización contempla estas divisiones: ediciones literarias, ediciones científicas, ediciones humanísticas, ediciones técnicas, ediciones de libros de texto y libros y otras ediciones especiales. ¹⁹³

De acuerdo al criterio de especialización, en 2005 la edición de libros de Interés general concentró al mayor número de empresas (130), seguido por la edición de libros científicos, técnicos y profesionales (74) y la edición de libros de texto (48). La edición de libros religiosos se llevó a cabo en 22 empresas, mientras, que aquellas de la división de enciclopedias, fascículos y colecciones (8 empresas), fueron agregadas por CANIEM a la división de Interés General. ¹⁹⁴

En relación a las revistas el estudio estratégico del sector de Caniem apunta que en 2004 había en México 450 empresas privadas dedicadas a la edición de publicaciones periódicas y que, de acuerdo a su tiraje anual reportado se clasificaron de la siguiente manera: 192 en micro, 142 en pequeñas, 58 en medianas, 36 en grandes y 22 en macro. Así, el 74.2% de las empresas editoriales se clasificaban como pequeña o micro.

¹⁹³ Ibidem p. 18

¹⁹⁴ Ibidem p. 23

6.2. La investigación de mercados

La industria editorial, como cualquier otro negocio o empresa debe realizar investigación de mercados para orientar adecuadamente sus procesos de producción y ventas. “Un estudio de mercado debe servir para tener una noción clara de la cantidad de consumidores que habrán de adquirir el bien o servicio que se piensa vender, dentro de un espacio definido, durante un periodo de mediano plazo y a qué precio están dispuestos a obtenerlo. Adicionalmente, el estudio de mercado va a indicar si las características y especificaciones del servicio o producto corresponden a las que desea comprar el cliente. Igualmente arrojará información sobre qué tipo de clientes son los interesados en los bienes que pretenden ofrecerse, lo cual servirá para orientar la producción del negocio. Finalmente, el estudio de mercado dará la información acerca del precio apropiado para colocar el bien o servicio a comercializar y competir en el mercado, o bien imponer un nuevo precio por alguna razón justificada”¹⁹⁵.

Cuando una estudio o investigación de mercado se hace como paso inicial de un propósito de inversión, ayuda a conocer el tamaño indicado del negocio por instalar, con las previsiones correspondientes para las ampliaciones posteriores, consecuentes del crecimiento esperado de la empresa. De allí que resulte fundamental para orientar adecuadamente la producción y ventas de cualquier producto, además de que servirá para

¹⁹⁵ México. Secretaría de Economía. Estudio de mercado : definición.

<http://www.esmas.com/emprendedores/startups/comohacerestudios/400989.html> Acceso: 17 de noviembre de 2008.

determinar los canales de distribución apropiados para el tipo de bien o servicio que se desea colocar y cuál es su funcionamiento.



La industria editorial para mantenerse vigente requiere la creación de productos culturales acordes con nuestros tiempos, que reporten utilidades, tales como libros y mejores lectores, esto exige una planificación coherente y aterrizada que será posible en cuanto se cuente con la información precisa que permita trabajar con el menor margen de error permisible y, por ende, analizar de manera apropiada qué libros, qué autores, cuantos ejemplares, en qué tiempo, se publicarán, partiendo de una expectativa de consumidores potenciales.

Una fuente de información útil para la industria editorial en México para conocer los hábitos de lectura de la población está presente en la “Encuesta Nacional de Lectura”, que analiza en 2006 los principales comportamientos lectores, parte de su introducción dice lo siguiente: “Este trabajo busca contribuir al conocimiento de la cultura de la lectura en México —o, más bien, de las culturas de la lectura en México, en la medida

en que se busca establecer las diferencias sociales y regionales que coexisten en México en relación con la palabra escrita— a partir del procesamiento y el análisis de la información recabada a través de la Encuesta nacional de lectura 2006, aplicada a población mayor de 12 años. En el curso del siglo XX México pasó de tener 80% de población analfabeta a tener poco más de 92% de su población con capacidad —ciertamente desigual— de leer y escribir. En ese mismo lapso se elevaron los niveles de escolaridad, se desarrolló una amplia red bibliotecaria y se diversificaron los usos y soportes de la palabra escrita de manera cada vez más acelerada. Al comenzar el siglo XXI nos encontramos con un país en el que la palabra escrita ha ganado múltiples espacios y donde los ciudadanos usamos este medio para comunicarnos, consumir, divertirnos, allegar información, estudiar, investigar y participar en la vida política entre muchos otros aspectos de nuestro desarrollo individual y social.”¹⁹⁶

Este estudio aporta información muy útil para que todos los sectores interesados en la cultura escrita en México tengan una visión que permita definir los perfiles de los tipos de lectores que existen en el país, sobre el uso del tiempo libre y los grados de confianza que tienen los distintos lectores en diversos agentes o instituciones sociales. Se tomó en cuenta algunos antecedentes fundamentales (educación de los padres y abuelos, posesión de libros en el hogar durante la infancia, personas y situaciones que determinaron la formación lectora) e información sobre las variaciones

¹⁹⁶ Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (México) Encuesta Nacional de Lectura. México : CONACULTA, 2006. p. 9.

en la conducta lectora de los encuestados. La información resultante se agrupó en cinco grandes secciones:

- i. Qué y cuánto leemos en México.
- ii. Por qué y dónde leemos.
- iii. El acceso y la circulación de la cultura escrita.
- iv. Representaciones sociales de la lectura y usos del tiempo libre.
- v. Factores que estimulan o inhiben la formación lectora.¹⁹⁷

El gobierno federal considerando la utilidad de este estudio ha emitido las Reglas de Operación para el Programa Nacional de Lectura, el cual sienta las bases para su consolidación y la disposición de recursos para que este se realice en 2009 a partir de los resultados obtenidos en la Encuesta Nacional de Lectura, con ello es de esperar que la industria editorial se vea beneficiada pues el apartado 4.3.1. se refiere a recursos para material de apoyo informativo, considerando en ellos a “asignaciones destinadas a la adquisición de toda clase de artículos y materiales utilizados en actividades de información y de investigación, que se requieran en cumplimiento de la función institucional, comprende la adquisición de libros, revistas, periódicos, diarios oficiales impresos, gacetas, material audiovisual, cassettes, así como discos compactos y en general todo tipo de material didáctico”.¹⁹⁸

¹⁹⁷ Ibidem. p. 10.

¹⁹⁸ México. ACUERDO número 466 por el que se emiten las Reglas de Operación del Programa Nacional de Lectura. Diario Oficial de la Federación 31 de diciembre de 2008.

El éxito o fracaso de una casa editora depende de su plan estratégico empresarial, ya que el consumo de materiales de lectura en cualquier población está determinada por una serie de factores como son: edad, ocupación, nivel de escolaridad, sexo, estado civil, etc., es por eso que un editor que pretenda tener niveles de venta aceptables y rentabilidad en su negocio deberá conocer el contexto pues el libro es un bien que circula con un precio y está sujeto a múltiples variables del mercado de consumidores. Las decisiones estratégicas que se involucran en la mercadotecnia editorial habrán de considerar:

- Portafolio de productos: es decir, a qué se dedicará la compañía: libros, revistas, periódicos; de qué tipo o géneros.
- Segmentos, es decir, a qué parte del mercado: niños, jóvenes, adultos; de qué zona, con qué necesidades o gustos.
- Posicionamiento, es decir, que es lo que se quiere que esas personas piensen o sientan respecto de la empresa o sus productos.
- Producto. En el sector editorial las decisiones del producto incluyen por lo menos dos aspectos: a) Amplitud, longitud, consistencia y profundidad de las líneas del producto, esto es, el catálogo o fondo editorial; b) Materialidad del producto editorial: tamaño, papel, tipografía, encuadernación, diseño, etc.
- Precio. Se consideran elementos como: competencia, objetivos de la organización, tipo de mercado, expectativas de los compradores, consistencia de otras variables del marketing, situación de la empresa y costos.

- Impulsión. Se considerarán los objetivos de comunicación, el presupuesto, la mezcla de herramientas comunicacionales (publicidad, promoción, ventas, relaciones públicas, embalaje) y los medios a utilizar en cada caso.
- Logística. Implica, entre otras cosas, la elección de canales de venta, su control y jerarquización, las funciones que cumplirán, la distribución física y el flujo de dinero. ¹⁹⁹

Hoy en día las casas editoras se enfrentan a una gran diversificación del sector, no solo en lo que se refiere a la publicación, sino a la distribución y venta de libros, por ello es que deben ser muy cuidadosas en la definición de estrategias, estimación de costos y variables que presenta el mercado; deberán saber quienes son los consumidores, conocer los ciclos de las demandas, conocer los hábitos de compra y donde se encuentran los compradores potenciales de un título. En opinión de Leandro Sagastizábal, el editor debe definir el momento oportuno de contratación y publicación y que los dos conocimientos necesarios para el proceso de venta de cualquier libro son:

- La información sobre su contenido, la trayectoria del autor, la cantidad de ejemplares impresos, las acciones programadas desde el área de marketing.
- El tipo de público al que está destinado. ²⁰⁰

¹⁹⁹ Carponi Flores, Juan C. “Breve introducción al marketing para editores” IN Sagastizabal, Leandro de. El mundo de la edición de libros : un libro de divulgación sobre la actividad editorial para autores, profesionales del sector y lectores en general. Buenos Aires : Paidós, 2002. pp. 114-115

²⁰⁰ Sagastizábal, Leandro de. “El libro entre la oferta y la demanda” In Ibidem. pp. 182-183.

Los editores tienen la preocupación constante de cómo se genera la demanda. Algunas investigaciones de mercado indican que el 30% de las compras se generan por las acciones de publicidad de los editores, otro 28% por comentarios o entrevistas realizadas a los autores (en la prensa o presentaciones personales en círculos relacionados con su actividad) y el restante 42% se produce porque el comprador se deja llevar ante la oferta exhibida.²⁰¹ A lo anterior se agregan las motivaciones hacia el consumo, habrá quien se interese por el tema, otros por el prestigio del autor, quien tenga en cuenta el precio y los habrá a quienes les interese el conocimiento o la distracción que pueden obtener con el libro que adquieren.



Los involucrados en el ecosistema del sector libro (editores, libreros, distribuidores), han visto llegar con la globalización, la tecnología y la explosión demográfica, una serie de cambios que plantea crisis y problemas a resolver con competencias y destrezas empresariales. Las actividades involucradas en la industria editorial deben ser reformuladas en respuesta a los cambios y tendencias demográficas; los nuevos hábitos de la sociedad

²⁰¹ Ibidem. P. 183.

de consumo, los hábitos de consumo ocio-cultural, los modelos de descuento y muchos otros factores presentes en el escenario actual de la edición, los cuales deben inducir a los editores, distribuidores y librerías a analizar las tendencias y perspectivas con estudios de mercado que consideren los fenómenos sociales, el surgimiento de nuevos modelos de negocio a través de la tecnología y la segmentación de mercados por los intereses concretos en los círculos científicos, académicos y empresariales.

6.3. Instrumentos de difusión de la información editorial en México:

La industria editorial de cada país ha venido desarrollando desde hace más de cien años una serie de fuentes que registran la producción bibliográfica de todas las áreas del conocimiento humano, en muchos idiomas y de gran cantidad de autores y editores. Ejemplos de estas fuentes son los repertorios bibliográficos más reconocidos en el mundo como:

- American Book Publishing Record. New York : Bowker, 1960-
- Book Review Digest. New York : H.W. Eilson, 1905-
- Book List. Chicago : American Library Association, 1905-
- Books in Print. New York : Bowker, 1948-
- British Books in Print. London : Withaker, 1967-
- Catálogo de autores y libros de América Latina. Bogotá : CERLALC, 2008. 2 v.
- Choice. Chicago : American Library Association, 1964-
- Kirkus Reviews. New York : Kirkus Service, 1933-

- Library Journal. New York : Reed Business Information, 1874-
- Libros en Venta en Hispanoamérica y España. Buenos Aires : Bowker, 1964-
- Libros Españoles : Catálogo ISBN. Madrid : Agencia Española del ISBN, 1973-
- New York Times Book Review. New York : Times, 1896-
- Publisher Trade List Annual. New York : Bowker, 1873-
- Reader's Adviser. New York : Bowker, 1974-
- Repertorio Integrado de Libros en Venta en Iberoamérica RILVI Bogotá : CERLALC <http://www.cerlalc.org/rilvi/index.php>

Con seguridad existen muchas más fuentes generales que registran la producción editorial, pero las mencionadas anteriormente son las más comunes y representativas en el ámbito bibliotecario²⁰², sin dejar de reconocer que cada casa editora hace un esfuerzo particular por publicar catálogos y suscribir convenios para dar a conocer su producción, bien sea a través del registro de sus obras en publicaciones gremiales o a través de alojamiento en portales que como “Amazon” o “Google : búsqueda de libros” permiten la comercialización y difusión de sus proyectos editoriales.

En el caso particular de la industria editorial en México, como hemos señalado en capítulos anteriores, la Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana es la sociedad gremial que cuenta entre sus afiliados a

²⁰² Rodríguez Sierra, Beatriz. La selección y adquisición de materiales en México. San Luis Potosí : La autora, 1986. pp. 58-63. Tesis (Licenciatura UASLP)

las más importantes empresas e instituciones editoras de libros, publicaciones periódicas y empresas que forman parte de la cadena productiva o de comercialización editorial. Como parte de los servicios que ofrece a sus agremiados, Caniem ha desarrollado una base de datos en relación a la producción editorial mexicana, ésta es: Portal del Libro Mexicano (<http://www.librosmexicanos.com>) que constituye una base de datos que registra, promueve y difunde la producción de la industria editorial mexicana en donde cualquier editor interesado puede alojar de uno a cinco mil títulos durante lapsos de un semestre a un año, actualmente registra 45,488 títulos; cada registro presenta la información siguiente: imagen de la portada del libro, descripción, ficha técnica, contenido, datos de la editorial y precio del libro.

Otra fuente útil para conocer parcialmente la producción editorial en México es publicada por la editorial Porrúa con el título “Boletín bibliográfico mexicano”, es una publicación bimestral que presenta información bibliográfica (en algunos casos analítica) de las obras que esta casa editorial produce y distribuye, incluye reseñas, imágenes de algunas portadas, inserciones comerciales y listas de precios de los libros de las series disponibles, su distribución es gratuita a través de correo postal.

Mención aparte merecen los catálogos de las casas editoras, éstos representan el canal de difusión más utilizado en todos los tiempos. Así como puede afirmarse que la obra de un autor es su libro, la obra de un

editor es su catálogo, en él la casa editora presenta a los autores que descubre, los títulos que publica, las colecciones que promueve y la presentación física que ha diseñado para las obras incluidas en su programa editorial reciente.

El editor debe contar con un equipo de diseñadores gráficos e incluso comunicadores que den forma a su catálogo editorial de tal forma que se presente de manera muy atractiva para estimular la compra poniendo en realce todas las virtudes de cada libro para comunicar al posible lector el valor de la obra con información precisa y breve, bien sea presentando una reseña de la obra o la descripción bibliográfica con notas de contenido y el precio al que se ofrece al consumidor.

El desarrollo de un catálogo editorial debe partir del estudio de mercado y de la competencia, las estrategias de mercadotecnia y los costos de su producción, de tal forma que éstos últimos se recuperen con la venta de las obras en él presentadas, dando énfasis al lanzamiento de novedades, la promoción del fondo editorial, el manejo de reimpressiones, las colecciones y la ediciones especiales, como podrían ser el caso de ediciones electrónicas, condensaciones, antologías o preimpresos. Sus presentaciones pueden ser impresas, en disco compacto o en línea.

Actualmente las innovaciones tecnológicas han impuesto acelerados cambios al mundo editorial, de tal forma que los catálogos electrónicos, las librerías electrónicas, las cotizaciones y pedidos en línea, los portales

de libros y el acceso a base de datos son recursos que son utilizados con amplia extensión, aún por editoriales pequeñas y modestas, por tanto, es por demás conveniente que el editor tenga una formación profesional y un equipo de trabajo que le permita obtener ventajas de todos estos recursos electrónicos por la visibilidad global que proporcionan.

Los desarrollos tecnológicos en el campo de la información han venido a revolucionar a la industria editorial, contra lo que se pensaba hasta hace algunos años, el uso de las tecnologías informativas no han propiciado la desaparición del libro, por el contrario, han provocado una amplitud de mercado que se refleja en la gran cantidad de ventas vía Internet y un conocimiento más preciso sobre lo que se publica, en donde, sobre qué temas y quién lo publica. “La tecnología ha modificado la cultura que rodea al libro, las librerías, la industria editorial, las bibliotecas y la difusión del libro, simplifica las tareas, disminuye distancias y economiza costos y tiempos” ²⁰³



²⁰³ Fragano, Carmen. “Nuevas tecnologías en la edición electrónica para libros” IN Razón y Palabra. No. 20, nov. 2000- en. 2001. www.infoamerica.org/articulos/f/fragano.htm Acceso: 19 de diciembre de 2008.

Entre la variedad de fuentes electrónicas que sirven de soporte a la información documental podemos mencionar al Libro electrónico en sus dos modalidades: el libro digitalizado (puede presentarse en disco compacto o en red), y el libro escrito expresamente para difundirse a través de Internet. En ambos casos la edición electrónica supone procedimientos diferentes a los convencionales y por tanto la definición de libro en su acepción tradicional no es aplicable a este formato de información aunque por generalidad se le sigue llamando de tal forma.

Puede accederse a los libros electrónicos de manera comercial y de manera gratuita, en el segundo caso existen proyectos relevantes que buscan llevar los documentos al usuario sin transferencias económicas ni espaciales, ejemplos dignos de mencionar son: el Portal Cervantes, el Proyecto Gutenberg y la Biblioteca Virtual de las Américas.

Otros recursos electrónicos que permiten acceder a la producción documental y expresamente a la producción editorial son fácilmente identificables en Internet, como es el caso de sitios web de las casas editoras, librerías electrónicas, portales electrónicos con acceso a librerías digitales y catálogos de editoriales, bibliotecas virtuales, accesos gratuitos y comerciales a bases de datos o publicaciones electrónicas y catálogos públicos en línea (OPAC's). Estas fuentes de información resultan de un valor considerable para quienes en las bibliotecas o unidades de información se encargan del desarrollo de colecciones, gracias a la tecnología en muy poco tiempo podemos realizar

investigación y verificación bibliográfica, lo cual ha venido a reducir tiempos y costos pues se puede omitir la compra de fuentes de consulta que en otro tiempo eran imprescindibles, como podría ser el caso de Books in print, Libros en venta, o American Book Publishing Record.

En estos sitios electrónicos puede recuperarse información sobre datos bibliográficos de obras publicadas o en prensa, precio, ISBN, presentación de la encuadernación de la obra, tiempo en que puede estar disponible si se ordena la compra, reseña o comentario sobre el contenido de la obra, permiten búsquedas temáticas y en algunos casos ofrecen sistemas gratuitos de información personalizada sobre novedades bibliográficas. En el caso de consulta a OPAC's de Bibliotecas, por este medio puede realizarse la verificación bibliográfica y en casos de acuerdos previos puede obtenerse información para realizar canje de publicaciones, préstamo ínter bibliotecario o adquisición cooperativa.

6.4. Acciones de promoción y publicidad en la industria editorial

El sector del comercio presenta productos cada vez más diversos y mejorados en un tiempo casi récord y es por este motivo por lo que la utilización de ciertas técnicas se hace imprescindible para dar vigencia a un determinado producto. La competencia está al orden del día en la sociedad actual, por lo que el uso que se haga de la publicidad o la forma en que se utilice determinará el éxito o, por lo contrario, el fracaso de un producto,

pues sabemos que la influencia de ésta sobre el consumidor juega un papel principal en el momento de su compra.

La animación comercial y las promociones conforman un gran apoyo para garantizar el número de ventas y asegurar la vigencia de un producto dentro del mercado. En el caso de la industria editorial, los estudios de mercado y la utilización de diferentes canales de comercialización han logrado ampliar la cobertura y los volúmenes de venta, esto a pesar de la crisis que con sus altibajos refleja la inestabilidad y debilidad económica que impera en un gran porcentaje de la población mexicana.

De acuerdo con la información de la Caniem, la venta de libros en México se lleva a cabo a través de distintos canales de comercialización, actualmente las ventas directas son las que mayores ganancias dejan al editor, constituyéndose el gobierno en el comprador más importante en México durante los últimos años ya que compra a las editoriales, sobre todo, los libros de texto para la educación primaria y secundaria.



Aproximadamente 25% de los libros de primaria son producidos en los talleres de Conaliteg, mientras que el resto se produce en talleres e imprentas privados, los cuales son escogidos previa licitación. En segundo lugar se encuentran las librerías, que son los establecimientos mercantiles de libre acceso al público, de cualquier naturaleza jurídica, que se dedican exclusiva o principalmente a la venta de libros. Es notable que en los últimos años el número de librerías ha disminuido de manera importante, esto como resultado de una tendencia que empezó años atrás. Así, en 1996, correspondía a las librerías 45% de la venta total de libros; en 1998 la participación fue de 36.4% hasta que en 2002 este canal sólo distribuyó un 27.4%.²⁰⁴

Las principales problemáticas que pueden observarse en el campo de la comercialización tradicional de libros son las que se refieren a la desaparición de casas editoras pequeñas, el debilitamiento de las librerías independientes, el desarrollo de cadenas de librerías o ventas en supermercados, mayor cantidad de librerías virtuales controladas por grupos editoriales fuertes y no por libreros, infraestructura costosa en las empresas editoriales que se reflejan en los precios finales de los libros y la falta de cumplimiento a las leyes de derechos de autor.

Los canales de comercialización del libro en México más frecuentes son:

- Ventas al gobierno

²⁰⁴ Estudio estratégico y programa sectorial para elevar... Op. Cit. pp. 42-44

- Ventas directas a crédito
- Librerías
- Expendios propios
- Tiendas de autoservicio y departamentales
- Otros eventos
- Exportaciones
- Ferias del libro
- Distribuidores
- Correo directo
- Locales cerrados
- Puestos de periódicos
- Ventas a escuelas
- Ventas a bibliotecas y centros de documentación
- Ventas a empresas privadas
- Internet
- Ventas a asociaciones de padres de familia
- Otros canales

El principal canal de venta del libro son las librerías, a través de las cuáles llegan al lector 44% de los libros vendidos. Las tiendas de autoservicio y departamentales ocupan el segundo lugar como canales de venta de libros, generalmente lo que venden son bestsellers. Entre las tiendas

más importantes podemos mencionar a Liverpool, Palacio de Hierro y Sanborns.

Los expendios propios son las librerías o puntos de venta propiedad de las editoriales, donde se comercializan los libros que producen ellas mismas, ejemplos típicos son Porrúa y Trillas, que tienen instalada una red que abarca diferentes ciudades a lo largo del país.

El canal de las ventas a escuelas incluye a las escuelas privadas, que no están estimadas en la distribución de libros de texto gratuitos por parte del gobierno, por lo que realizan la compra directa de libros a las editoriales. Lo mismo sucede con las ventas a empresas privadas, que compran a las editoriales sin intermediarios. Existen otros canales de venta, como los puestos de periódico, bibliotecas, eventos, ferias del libro, Internet y por correo. Estos canales son los de más baja participación en el total de las ventas.

Un canal de ventas muy útil en nuestros días lo constituyen las ferias de libros; son eventos en los que participan editores, libreros, agentes de suscripciones y otros intermediarios que buscan acercar a los lectores con el cúmulo de productos y servicios que comercializan, se constituyen como una exposición de novedades editoriales en donde los propósitos son: informar, asesorar, vender y promover la lectura, a lo que se suma el valor agregado de propiciar el contacto de los profesionales involucrados en los procesos de la industria editorial.



En la mayoría de los casos las ferias del Libro son organizadas por los gremios editoriales, por instituciones educativas como universidades y/o bibliotecas o por dependencias gubernamentales que fomentan el desarrollo cultural de los ciudadanos, en cualquiera de los casos los principales objetivos de una Feria del Libro serán: dar oportunidad a libreros, distribuidores y editores de mostrar y exponer lo que ofrecen, darse a conocer como espacio público con oportunidades para todos, propiciar la exhibición de novedades editoriales, presentar diferentes formas de expresión cultural relacionadas con la lectura y fomentar la lectura y el uso de las bibliotecas.

Las ferias del Libro engloban una serie de actividades como son: exposiciones de libros, presentación de escritores, conciertos, espectáculos teatrales, sesiones de cuentacuentos, exposiciones de pintura, fotografía, escultura, proyecciones cinematográficas y actividades de animación como talleres para niños y juegos educativos.

Las ferias del Libro más destacadas a nivel mundial son: La Feria de Frankfurt, la Feria LIBER que se realiza en Madrid y Barcelona, la Feria del Libro de Bogotá, la Feria del Libro Infantil de Bolonia, la Feria Internacional del Libro de Guadalajara, la BookExpo América en Los Angeles, Estados Unidos y la Tokyo International Book Fair.

En México las ferias del libro más importantes son:

- Feria Internacional del Libro de Guadalajara.
<http://www.fil.com.mx/>
- Feria Internacional del Libro del Palacio de Minería.
<http://feria.mineria.unam.mx>
- Feria Internacional del Libro Infantil y Juvenil.
<http://www.conaculta.gob.mx/dgp/filij/index.html>
- Feria del Libro de Antropología e Historia.
<http://www.gobiernodigital.inah.gob.mx/mener/index.php?contentPagina=13>
- Feria del Libro en el Zócalo de la Ciudad de México
<http://www.cultura.df.gob.mx/culturama/secretaria/Programas/FomentoalaLectura/feriadellibro.html>

El Sistema de Información Cultural en México, con sitio en Internet, cuenta con 80 registros de ferias del libro distribuidas en 29 entidades federativas de la República Mexicana. Éstos se pueden consultar en:
http://sic.conaculta.gob.mx/index.php?table=feria_libro&l=&estado_id=

De acuerdo con la información de la Caniem, la venta de revistas en México se lleva a cabo mediante distintos canales de comercialización:

- Puestos de periódicos
- Locales cerrados
- Correo directo

- Librerías
- Comercios varios giros
- Suscripciones
- Expendios propios
- Ventas directas
- Ferias y eventos
- Exportación

El canal de distribución de revistas más utilizado por las empresas grandes es el de puestos de periódicos, en éstos lógicamente las publicaciones que se comercializan son de divulgación y entretenimiento. A este canal le siguen, por nivel de importancia: el correo directo, los locales cerrados, las suscripciones, las exportaciones y las ventas directas.

En las empresas medianas la estructura de las ventas totales por canal de comercialización utiliza con más frecuencia las ventas por correo directo, le siguen las ventas en locales cerrados y en tercer lugar las ventas por suscripciones y la venta a establecimientos de servicios.

Para el sector de empresas pequeñas, el canal de distribución más importante es el correo directo, locales cerrados y puestos de periódico. En menor medida las ventas por suscripción y los establecimientos de servicios, que registraron una participación promedio anual de 2.8%. ²⁰⁵

Considerando la importancia de las publicaciones periódicas para las bibliotecas y otras unidades de información es importante destacar que el

²⁰⁵ Estudio estratégico y programa sectorial para elevar... Idem.

principal medio de comercialización para éstas lo representan las agencias de suscripciones, las más importantes son extranjeras como: Swets, Ebsco Blakwell, SilverPlatter, Dialog, Cambridge Scientific Abstracts (CSA), Ovid, Biosis, Catch-Word, ChemPort (el servicio de obtención de documentos de Chemical Abstracts) e Institute for Scientific Information (ISI).

Dadas las características y condiciones que presenta la comercialización y mercadotecnia de la industria editorial en el país, es importante a manera de conclusión plantear los principales problemas para que en algún momento los actores involucrados tomen cartas en el asunto:

- La capacidad de cubrimiento de los mercados; la excesiva concentración en las grandes zonas urbanas y el relativo abandono de las provincias y de algunas zonas de las grandes ciudades.
- La introducción de sistemas modernos de gestión administrativa y comercial y de mercadeo.
- La irrupción del comercio electrónico, de los libros electrónicos y de nuevas formas de distribución del contenido editorial.
- La irrupción de nuevas tecnologías de impresión por demanda.
- La velocidad de circulación de los libros en el mercado. Un mercado imperfecto de distribución frena las posibilidades de crecimiento del conjunto de la industria.
- La competencia entre los diferentes canales de comercialización de libros.

- La competencia frente al sector informal de la economía. En nuestros países es cada día mayor la presencia de ventas ambulantes de libros, que promueven, en buena parte, la oferta editorial ilegal, que se hace violando las legislaciones vigentes sobre derecho de autor.
- Las relaciones comerciales entre editoriales y distribuidoras mayoristas; entre editoriales y librerías; entre editoriales y distribuidores de grandes superficies.
- Las formas de fijación del precio de los libros y las políticas de descuentos aplicados por las empresas editoriales, las grandes cadenas de distribución y el sector informal.
- La capacitación de los trabajadores de la distribución: desde gerentes y dependientes de librerías; pasando por plazas y vendedores puerta a puerta; hasta los responsables de las góndolas especializadas dentro de las grandes superficies.

Por último, es importante señalar que estos problemas no son privativos de la industria editorial en México, privan en América Latina, y por tanto, son temas de amplio interés y de responsabilidad compartida.

Las bibliotecas o unidades de información deben considerar estas problemáticas para que el desarrollo de sus colecciones cuente con presupuestos adecuados y hacer ajustes en las políticas para que las gestiones tomen los cursos más adecuados para asegurar los usuarios el acceso a las fuentes de información de forma oportuna y expedita.

Capítulo 7
Conclusiones

Capítulo 7

Conclusiones

En esta investigación nos propusimos abordar y describir la situación que guarda en la actualidad la industria editorial en México considerando los aspectos más generales de su desarrollo hasta sus condiciones actuales, resaltando el papel que juega este sector en el desarrollo de colecciones en bibliotecas mexicanas.

La investigación documental que realizamos nos permitió conocer las principales características de la industria editorial, sus procesos, instituciones involucradas, canales de distribución y las acciones de promoción y publicidad que utiliza; en tanto, la investigación de campo nos permitió conocer cómo participa la industria editorial en México en el desarrollo de colecciones en bibliotecas y unidades de información. Al concluir esta investigación, hemos llegado a las siguientes conclusiones:

- 1) La industria editorial ha pasado por una evolución constante que ha sido determinada por los diferentes contextos históricos y sociales y como consecuencia han ido evolucionando los registros gráficos del conocimiento y la información, tanto en aspectos de producción, comercialización y valoración social; en esa evolución han tenido un papel preponderante los desarrollos tecnológicos, las demandas de información y el desarrollo socioeconómico y cultural de los países,

que han dado forma y posición a los organismos, instituciones y actores sociales que determinan las formas y usos de la información y el conocimiento. A partir de esa evolución es posible reconocer que la sociedad tiene hoy en día acceso a múltiples formas y cantidades de información que favorecen el desarrollo cultural y promueven que en muchas latitudes del mundo se avance hacia mejores condiciones de vida y se difundan hechos, ideas, experiencias y obras creativas para consolidar la sociedad del conocimiento que se caracterice por mejores formas de comunicación, entendimiento y generación de nuevo conocimiento.

- 2) La industria editorial en México ha tenido una evolución relevante a partir del siglo XVI, ya que al constituirse el libro como un elemento de encuentro entre las culturas española y americana se inicia un proceso de culturización en donde la actividad desarrollada por impresores y libreros juega un papel muy importante para sentar las bases de la actual industria editorial que permite fortalecer los contextos económicos, educativos y culturales de México en los años recientes. El paso del libro en México de su periodo artesano a su periodo industrial fue un proceso lento que tomó más de tres siglos, puede decirse que es hasta inicios del siglo XX cuando la industria editorial en México toma forma y consistencia como empresa rentable, esto debido principalmente al establecimiento de casas editoras españolas que sentaron precedentes muy valiosos que sirvieron de escuela para que paulatinamente esfuerzos nacionales se hicieran notables tanto en labores editoriales como de librerías y de

proveedores que en la actualidad juegan un papel muy importante en el mercado de la información y en general en el campo de las industrias culturales.

- 3) Los organismos que tienen un papel por demás relevante en el campo editorial en México son: La Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana, la Comisión Nacional de Libros de Texto Gratuito, el Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, la Asociación de Libreros Mexicanos, la Secretaría de Educación Pública y las Editoriales Universitarias que llevan el liderazgo en investigación científica y tecnológica, como es el caso de la UNAM, la Universidad de Guadalajara, el Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey y la Universidad Autónoma Metropolitana, por mencionar solo algunas. Estos organismos y algunos otros más han participado en el fomento y desarrollo de la industria editorial en México de tal forma que promueven proyectos editoriales y en otros casos patrocinan actividades de promoción de la lectura y aunque los resultados no son tan evidentemente exitosos es de esperar que en el futuro cercano la sociedad mexicana mejore sus índices de lectura y se fortalezcan los programas educativos para aspirar al nivel de desarrollo integral que el país requiere en el entorno global. Posteriores investigaciones nos permitirán conocer si el recién creado Consejo Nacional de Fomento para el Libro y la Lectura propone y actúa eficientemente en beneficio de la población mexicana.
- 4) En la actualidad, un vasto número de organismos, empresas, instituciones e iniciativas han ido conformando el sector de la

industria editorial para constituirse en elemento que marca el grado de desarrollo social, cultural y económico del país del que forman parte y deben asumir sus responsabilidades y papeles con una correspondencia fiel y exacta a las necesidades sociales y establecer los mecanismos idóneos para comercializar sus bienes y servicios de tal forma que agencias y ciudadanos consuman los productos culturales necesarios para la consolidación de la sociedad del conocimiento. En el caso particular de México, el sector de la industria editorial está conformado por elementos tales como: editores, impresores, libreros, la Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana, las instituciones que fomentan el desarrollo editorial, tanto gubernamentales como no gubernamentales y los organismos promotores de lectura; por tanto, son estos elementos los responsables de desarrollar políticas, estrategias y acciones que acerquen los bienes culturales a los ciudadanos y será responsabilidad de los educadores, bibliotecólogos y promotores culturales en general estar al tanto y en lo posible participar en esas propuestas, para brindar las mejores alternativas a lectores activos y potenciales.

- 5) El desarrollo de colecciones en bibliotecas mexicanas, sobre todo en las bibliotecas escolares, públicas y nacional, tiene como base fundamental la disponibilidad de libros y publicaciones periódicas en el sector económico de la industria editorial en México, por tanto, considerando el papel preponderante de las bibliotecas en el desarrollo educativo, científico y cultural, es necesario un desarrollo integral de la industria editorial, con programas de promoción y

difusión que lleguen a todas las entidades de la República Mexicana y que la oferta de libros y otros documentos sea congruente con las necesidades de información de la población mexicana. Los programas gubernamentales referidos al ámbito educativo y social que promueven la lectura y la formación integral de los estudiantes han de ampliar su cobertura para dotar de mayor cantidad de materiales bibliográficos a escuelas y bibliotecas, y por otro lado, las casas editoras deben considerar los contenidos particulares que los programas de estudio de diversos niveles exponen a los estudiantes para cubrir sus requerimientos en formación y superación personal.

- 6) Existe una cantidad importante de instituciones que fomentan el desarrollo de la industria editorial, tanto en el plano nacional como internacional; se trata de organismos e instituciones gubernamentales y no gubernamentales que favorecen a la industria editorial en aras de objetivos educacionales, investigativos y culturales. El bibliotecólogo responsable de desarrollar colecciones en bibliotecas debe conocer estas instituciones y organismos, pues pueden ser aliados importantes para promover la lectura y la producción de conocimiento que se traduzca en una educación de mayor calidad y en avances de la ciencia y la tecnología, lo cual representa el objetivo primordial de bibliotecas de todo tipo considerando siempre las necesidades de información de los usuarios.
- 7) La información obtenida de la encuesta aplicada a bibliotecas refleja que las casas editoras de mayor prestigio y tradición son las que surten el grueso de pedidos de bibliotecas; dadas las temáticas de

interés, las empresas que facturan entre 81 y más de 200 millones de pesos al año son las que surten a bibliotecas escolares y públicas, en tanto, las empresas que facturan entre 21 y 81 millones de pesos anuales son las que surten a bibliotecas universitarias y especializadas. Caso aparte es la Biblioteca Nacional, que en teoría debe recibir los materiales de todos tipos de empresas o casas editoras. Por tanto, las casas editoras que proveen de materiales bibliográficos a bibliotecas y centros de información con mayores niveles de calidad y cantidad son: Trillas, Porrúa, Fondo de Cultura Económica, Patria Cultural, Quinto Sol, Aguilar, Esfinge, Larousse, Era, Santillana, Siglo XXI, McGraw-Hill, Grijalbo, Océano, Limusa, Planeta y Fernández Editores.

- 8) Los aspectos cuantitativos más relevantes dimanados de las encuestas aplicadas se refieren a lo siguiente: en las bibliotecas mexicanas los fondos de información y referencias están constituidos por libros y revistas impresos, materiales audiovisuales y documentos electrónicos; su enfoque temático se dirige a todas las áreas del conocimiento, poniendo énfasis en literatura, geografía e historia, ciencias sociales y tecnología y ciencias aplicadas; en las colecciones el idioma presente es el español y en bibliotecas universitarias y especializadas podemos encontrar materiales documentales en inglés, francés, alemán, italiano y japonés. En promedio el 68% de sus colecciones son adquiridas por compra y 32% a través de donaciones; para el caso de las compras se recurre directamente con las editoriales, librerías tradicionales y electrónicas aplicando para ello

presupuestos que van de los \$10,000.00 a los \$32,000,000.00, el tipo de biblioteca que tiene destinado presupuestos más limitados para el desarrollo de colecciones son las bibliotecas escolares. En el 60% de los casos cuentan con un padrón de editores, proveedores y librerías que les surten los materiales documentales y los problemas más frecuentes con ellos son retraso materiales defectuosos y retraso en la entrega. Las ventajas competitivas más apreciadas son la rapidez en la entrega y prestigio de la casa editora; las editoriales que ofrecen descuentos atractivos son: Trillas, Porrúa, FCE, Era, Porrúa, Santillana y Siglo XXI, las librerías que ofrecen descuentos convenientes son Cristal, Gandhi y Gonvill. Los medios más utilizados para conocer la producción editorial son: los catálogos, Ferias del Libro, Internet y directamente a través de los proveedores o representantes. El tiempo de espera para la recepción de materiales oscila entre una a ocho semanas en el medio nacional. En el 90% de los casos se asiste a ferias del libro siendo las mas frecuentes la FIL de Guadalajara, la Feria Internacional de Lectura y ferias locales. No se manejan “órdenes permanentes” ni fianzas por pagos anticipados. En el 20% de las bibliotecas manejan adjudicación directa. En el 60% de los casos las bibliotecas promueven licitaciones para colocar pedidos con las editoriales, distribuidores o librerías.

- 9) La industria editorial mexicana debe desarrollar y promover planes especiales de ventas para bibliotecas, que abarquen descuentos especiales, promoción y publicidad, planes de pedidos abiertos o libros a vistas, pues se dan casos de que a pesar de que en el medio

nacional se publican títulos requeridos por las bibliotecas mexicanas, éstos son importados por falta de publicidad efectiva, incumplimiento o fallas en las entregas. Las bibliotecas mexicanas encuentran repetidamente problemas en el abastecimiento de materiales bibliográficos por parte de las casas editoras mexicanas, por tanto éstas deben imprimir mayor esfuerzo y calidad en sus labores de promoción y entrega para consolidar a las bibliotecas mexicanas como clientes importantes y constantes.

- 10) El volumen más alto de adquisición de libros y publicaciones periódicas en México se da en las bibliotecas universitarias, enseguida se ubican las bibliotecas públicas, después las bibliotecas especializadas, después la Biblioteca Nacional y en último lugar las bibliotecas escolares, ya que en proporción a la población escolar atendida, la cantidad de volúmenes disponibles es muy bajo, situación que se explica por la ausencia de un efectivo programa de bibliotecas escolares, pues las bibliotecas de aula representan colecciones pequeñas que dan énfasis a materiales de literatura, historia y geografía. Se hace necesario en México fortalecer las colecciones de bibliotecas escolares y públicas mediante programas en donde la Secretaría de Educación Pública promueva acciones para mejorar los índices de lectura y en general los programas de estudio a nivel básico y medio básico propicien la investigación en fuentes documentales que idealmente deben estar al alcance de los estudiantes en la biblioteca o centro de recursos para el aprendizaje.

- 11) Las ventajas competitivas que ofrecen las casas editoras en México y que son más apreciadas por las bibliotecas son: rapidez en la entrega, descuentos atractivos y prestigio de la casa editora; los medios más comunes para que las bibliotecas conozcan la oferta editorial en México son: los catálogos comerciales, Internet, correo directo, ferias y presentaciones de libros. De allí que sea imprescindible que el bibliotecario encargado de desarrollar colecciones en bibliotecas conozca ampliamente el comportamiento de la industria editorial, sus fuentes, procesos, organismos promotores y los aspectos legales que regulan su funcionamiento, para sacar ventajas y aprovechar las oportunidades de promociones, descuentos, exhibiciones, planes de libros a vistas, o todo aquel servicio que editores, proveedores o libreros pueden ofrecer a sus clientes potenciales.
- 12) La función e importancia de la industria editorial en el ámbito del ciclo de la información resulta innegable, su objeto material, el libro, es uno de los componentes más importantes de la documentación; sus procesos productivos efectuados tanto en la forma tradicional como a través del empleo de los adelantos tecnológicos dan grandes posibilidades de acceso a la información, con adecuadas estrategias de comercialización y difusión es posible que amplios sectores de la sociedad accedan a todo tipo de publicaciones, bien sea de forma directa y personal, o bien a través de las unidades de información (bibliotecas) que ponen en marcha estrategias y políticas para el desarrollo de colecciones, considerando

siempre las tendencias que se presentan en la industria editorial y en el comercio del libro.

La industria editorial juega un papel de suma importancia en el desarrollo social, económico y cultural del país, consecuentemente sus logros, procesos, cambios, estrategias y alcance son temas de interés para todos los profesionales de la información responsables de construir colecciones útiles para las comunidades de usuarios de las bibliotecas en México, por ello tanto en la formación, como en el ejercicio profesional del bibliotecario debe existir un programa de actualización o educación continúa y la consulta de fuentes que le permitan mantenerse informado sobre sus tendencias y expectativas; esperamos que la presente investigación sirva a ese propósito.



Fuentes Consultadas

FUENTES CONSULTADAS

- ADICCIÓN A INTERNET. <http://www.monografias.com/trabajos6/adin/adin.shtml>
Acceso: 17 de agosto de 2007.
- AGENCIA INTERNACIONAL DE ISBN. <http://www.isbn-international.org/esp/index.html>
Acceso: 12 de abril de 2008.
- ALIAGA, Carlos. **Encuadernadores, librerías, prostíbulos y bibliotecas.** México : Solar editores, 2005. p (Serie Quehacer editorial)
- ALLER, Jorge. **Quehacer editorial: el libro en busca de lectores.** México : Solar Editores, 2000. 128 p.
- ALTEXTO: Alianza del texto universitario. Folleto informativo, distribuido en la FIL, Guadalajara, Jal. Noviembre 27, 2007.
- AMANCIO, Gerardo. **Quehacer editorial: editores y lectores, hábitos y vicios.** México : Solar Editores, 2000. 139 p.
- ARBOLEDA SEPÚLVEDA, Orlando. La reinención de la producción editorial en la era digital; dentro del proceso de generación y transferencia del conocimiento.
<http://www.una.ac.cr/bibliotecologia/boletinbiblioteca/2004/LaReinveni.doc>
Acceso: 8 de septiembre el 2007.
- ARMENDAREZ SANCHEZ, SAUL, MA. MAGDALENA ORDOÑEZ ALONSO. “La aportación de los refugiados españoles a la bibliotecología mexicana: notas para su estudio.
<http://clio.rediris.es/clionet/articulos/exilidados.htm>. Acceso: 18 de junio de 2006.
- ARMENDÁRIZ, María Luisa. **El libro y las nuevas tecnologías: los editores ante el nuevo milenio.** México : Solar Editores, 2001. 156 p.
- “Biblioteca legislativa” <http://www.diputados.gob.mx/biblioteca/index.htm>
Acceso: 4 enero, 2007.

LA BIBLIOTECOLOGÍA EN EL MÉXICO actual y sus tendencias. México : UNAM.DGB, 1992. 344 p.

BRUNETTI, Giorgio. **La librería como negocio: economía y administración.** México : FCE, 2004. 192 p.

BUTRÓN YÁNEZ, Katya. "Lecturas incompletas: 25 años de políticas lectoras en México". En: Pez de plata, n° 5. Diciembre 2005. <http://www.pezdeplata.net/portal/modules.php?name=Content&pa=showpage&pid=2> Acceso: Noviembre 12 de 2006.

Cabrera Cortés, Iriia. "El procesamiento humano de la información : en busca de una explicación". http://bvs.sld.cu/revistas/aci/vol11_6_03/aci05603.htm. Acceso: 3 de septiembre de 2007.

CÁMARA NACIONAL DE LA INDUSTRIA EDITORIAL MEXICANA. **Actividad editorial 2000: libros.** México : CANIEM, 1995. 77 p.

----- "CANIEM: Informe sobre Actividad Editorial Sector Libros 2004". <http://www.caniem.com/main/estadistica.asp> Acceso: Diciembre 12 de 2007.

----- "Actividad editorial: libros 2005". <http://www.librosmexicanos.com/main/noticias.asp?Accion=VerRegistro&Ref=67> Acceso: 26 de abril de 2008.

----- Datos Caniem. <http://nearyou.gwu.edu/pubs/worldbank/Datos%20Caniem.doc> Acceso: 7 de octubre de 2007.

----- **Directorio de la Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana.** México : Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana, 2000. 23 p.

----- "Mundo Caniem: La ley de depósito legal". <http://www.caniem.com/main/mundocaniem.asp?Accion=VerRegistro&Ref=21> Acceso: 6 de abril de 2008.

- “Nuestros logros en el sector”.
<http://www.caniem.com/main/logros.asp?Accion=VerRegistro&Ref=2&NombreABC=&BuscarfkPromocion=&BuscarEsNovedad=&BuscarEsRecomendacion=&Keywords=&NoPagina=> Acceso: 30 de abril de 2008.
- “Servicios” <http://www.caniem.com/main/servicios.asp>
Acceso: 8 de octubre de 2007.
- “Portal del libro mexicano: para que los libros sena fáciles de encontrar”. En: www.caniem.com/libros/ Acceso: 15 de enero de 2007.
- “Presencia de México en la feria del libro en Londres”. En: <http://www.caniem.com/libros/articulo.asp?iArt=226> Acceso: 15 Julio 2006
- “¿Qué es CANIEM?” <http://www.caniem.com/main> Acceso :
7 de octubre de 2007.
- CAREAGA COVARRUBIAS, Virginia. “Producción editorial en las universidades mexicanas” IN Seminario Internacional Las Editoriales Universitarias hacia el Siglo XXI : América Latina y el Caribe. Buenos Aires : UNESCO, 2004. 221 p.
- Carrillo Toral, Pedro. **El derecho intelectual en México**. México : Plaza y Valdez, 2002. 255 p.
- Castells, Manuel. **La era de la información: economía, sociedad y cultura**. México : Siglo XXI, 1999. v. 1
- Centro Regional para el Fomento del Libro en América Latina y el Caribe. **Agenda de políticas públicas sobre el libro y la edición**. Bogotá : CERLAL, 2002. 5 p. <http://www.cerlalc.org/documentos/agenda.pdf>
Acceso: 21 marzo 2008.

----- “CERLAL: Líneas de trabajo”.

<http://www.cerlalc.org/secciones/acercadelcerlalc/quienesomos/lineasdetrabajo.htm> Acceso: 14 de abril de 2008.

Comisión Nacional de Libros de Texto Gratuitos (México).

<http://www.conaliteg.gob.mx> Acceso: 29 de septiembre de 2007.

“COMPOSICIÓN” IN Biblioteca de consulta Encarta 2005.

CONSEJO NACIONAL PARA LA CULTURA Y LAS ARTES (MÉXICO). “Biblioteca Vasconcelos : biblioteca pública de México”.

http://www.bibliotecavasconcelos.gob.mx/html/red_organizacion.html

Acceso: 7 de agosto de 2007.

----- “E-Cultura: cultura y arte en México”.

<http://www.ecultura.gob.mx/disqueras> Acceso: 17 de septiembre de 2007.

----- “Ejes de la política cultural”.

http://www.conaculta.gob.mx/consejo_lineas.html Acceso: 16 de febrero de 2008.

----- Encuesta Nacional de Lectura. México : CONACULTA, 2006.

39 p.

----- “Hacia un país de lectores: meta del programa de fomento al libro y la lectura”.

<http://www.cnca.gob.mx/cnca/nuevo/2001/diarias/sep/060901/cool.html>

Acceso: 29 de septiembre de 2007.

----- “Red Nacional de Bibliotecas Públicas”.

<http://www.bibliotecavasconcelos.gob.mx/html/docs/organizacion.pdf>

Consultado: 2 de febrero de 2008.

----- “Sistema de Información Cultural. Ferias del Libro : Festival de la Palabra, Centro Histórico”.

http://sic.conaculta.gob.mx/ficha.php?table=feria_libro&table_id=49&estado_id=9&municipio_id=15&l Acceso: 27 de abril de 2008.

Consortio de Universidades Mexicanas : una alianza de calidad por la educación superior.

<http://www.cumex.org.mx/consorcio/rectores.php> Acceso:
Noviembre 28 de 2007.

DAVIES, Gill. **Gestión de proyectos editoriales: cómo encargar y contratar libros.** México : FCE, 2005. 98 p.

DAVILA CASTAÑEDA, Rosa Luz. **El libro en América Latina : situación actual y políticas públicas.** IN Portal Iberoamericano de gestión cultural. http://www.mcu.es/libro/docs/MC/CD/Libro_en_Latinoamerica_2005.pdf
Consultada: 6 de agosto de 2007.

DIRECTORIO EN LÍNEA: empresas, diseño y publicidad. http://www.directorioenlinea.com.mx/Empresas/Diseno_y_Publicidad/Diseno_y_Publicidad.html Acceso 17 de septiembre de 2007.

EPSTEIN, Jason. **La industria del libro : pasado, presente y futuro de la edición.** Barcelona : Anagrama, 2002. 193 p. (Argumentos ; 277)

ESCOLAR SOBRINO, Hipólito. **El compromiso intelectual de bibliotecarios y editores.** Madrid : Fundación Germán Sánchez Ruipérez : Pirámide, 1989. 380 p. (Biblioteca del libro ; R)

EVANS, Edward. **Developing library collections.** Littleton, Col. : Libraries Unlimited, 1979. 256 p.

ESTUDIO ESTRATÉGICO y programa sectorial para elevar la competitividad y el desarrollo sustentable de la industria editorial mexicana / Fundación Mexicana para la Innovación y Transferencia de la Tecnología en la Pequeña y Mediana Empresa, et al. México : FUNTEC, Secretaría de Economía, PAPYME, CANIEM, 2007. 431 p. http://www.caniem.com/docs/Ind_Edit.pdf Consultada : junio 19 de 2007.

Federación de Asociaciones Nacionales de Distribuidores de Ediciones (España). "Sobre FANDE". <http://www.fande.es/fande.asp>
Acceso: 6 de abril de 2008.

“Ferias del libro”. <http://absynet.com/tema/tema22.html>

Acceso: 15 de junio de 2006.

FERNÁNDEZ DE ZAMORA, Rosa María. “La Biblioteca Nacional de México hacia un nuevo siglo” IN Métodos de información, Vol. 7, no. 40: pp. 72–77. <http://eprints.rclis.org/archive/00000884/01/2000-40-72.pdf> Consultado: mayo 17, 2006.

FERNÁNDEZ SERNA, Gabino y Vite Bonilla, Omar. **La evolución del libro : breviario histórico**. México : Instituto Politécnico Nacional, 1986, c2002. 156 p.

“FESTIVAL DE LA PALABRA, Centro Histórico”. <http://www.festivaldelapalabra.com/> Acceso: 27 de abril de 2008.

FONDO DE CULTURA ECONÓMICA (MÉXICO). “Fondo de Cultura Económica : historia del FCE”. http://www.fondodeculturaeconomica.com/ED_InstitucionalHistoriaFCE.asp Acceso: 25 de abril de 2008.

“Fondo de Cultura Económica : casa editorial mexicana”. http://es.wikipedia.org/wiki/Fondo_de_Cultura_Econ%C3%B3mica Acceso: 29 de abril de 2008.

FUNDACIÓN AMIGOS DE LA LETRA IMPRESA, A.C. (MÉXICO) <http://www.amigosdelaletraimpresa.org/index.htm> Acceso: 26 de abril de 2008.

FUNDACIÓN MEXICANA PARA EL FOMENTO DE LA LECTURA, A.C. <http://fumexfolec.org/> Acceso: 1º de mayo de 2008.

LOS FUTUROS DE LA INDUSTRIA editorial : grandes retos del mundo del libro (Barcelona : 16–18 Noviembre, 2005) <http://www.bcn.es/cultura/docs/SimposiArtsGrafiquesCast.pdf> Acceso: 6 de Septiembre de 2007.

GARCÍA CANCLINI, Néstor. Las industrias culturales y el desarrollo de los países americanos.

<http://www.oas.org/udse/espanol/documentos/1hub2.doc> Acceso:
Agosto 25 de 2007.

GARDNER, Richard K. **Library collections: their origin, selection and development.** New York : McGraw-Hill, 1981. 354 p.

GARIBAY ALVAREZ, Jorge. "Libros prohibidos"
<http://www.mexicodesconocido.com/espanol/historia/colonia/detalle.cfm?idc at=1&idsec=2&idsub=13&idpag=2266> Acceso: 4 de enero de 2007

GETINO, Octavio. "Las industrias culturales: entre el proteccionismo y la autosuficiencia". IN Pensar Iberoamérica: revista de cultura.
<http://www.oei.es/pensariberoamerica/ric04a05.htm> Acceso: Agosto 24 del 2007.

GARZÓN, Álvaro. **La política nacional del libro : guía para el trabajo de campo.** París : UNESCO , 1997. 92 p.

GRANADOS CHAPA, Miguel Ángel. "Libros con precio único" IN La Reforma. 7 de abril de 2008.

GONZÁLEZ LEWIS, Gustavo. "Perspectiva de la industria editorial en México"
IN Libros de México. No. 15, pp: 5-7. Abril-Junio 1989.

GRUPO 2000 EDITORES. Un paseo por los libros : Pasaje Zócalo-Pino Suárez del Metro. <http://www.unpaseoporloslibros.com/index.php>
Acceso : 1º de mayo de 2008.

Hingtinton, Tanya. "Deposite legalmente".
<http://www.hojaporhoja.com.mx/articulo3.php?reportaje=1&identificador=6613&numero=128> Acceso : 22 de abril de 2008.

Hirmine. "Producción editorial"
<http://html.rincondelvago.com/produccion-editorial.html> Acceso: 4 enero del 2007.

IBBY MÉXICO. <http://ibbymexico.org.mx/index.php/inicio> Acceso: 23 de abril de 2008.

“Imprenta”

<http://centros5.pntic.mex.esp/ies.arzobispo.valdes.salas/alumnos/inventos.html> Acceso: 8 de junio de 2006.

“Indicadores clave de las tecnologías de la información y de las comunicaciones: partnership para la medición de las TIC para el desarrollo”.

http://new.unctad.org/upload/docs/Core%20ICT%20Indicators_Esp.pdf
Acceso: 29 de agosto de 2007

“Industrias culturales”

<http://www.lacult.org/industria/indice.php>

Acceso: 7 de enero de 2007

INSTITUTO FEDERAL DE ACCESO A LA INFORMACIÓN PÚBLICA (MEXICO).
Portal de obligaciones de transparencia: Comisión Nacional de Libros de Texto Gratuitos. <http://portaltransparencia.gob.mx> Acceso: 21 de abril de 2008.

INSTITUTO NACIONAL de Derechos de Autor. “INDAUTOR”.
http://www.sep.gob.mx/wb/sep1/sep1_INDAUTOR Acceso: 12 de abril de 2008.

INTERNATIONAL BOARD ON BOOKS FOR YOUNG PEOPLE IBBY. ¿“Qué es IBBY”? <http://www.ibby.org/index.php?id=about&L=3> Acceso: 14 de Febrero de 2008.

ISSN Internacional Centre. <http://www.issn.org/en/node> Acceso: Abril 24 de 2008.

LEYVA, José Ángel. El negocio de los libros.
http://www.rosenblueth.mx/fundacion/Numero01/art07_numero01.htm
Consultada 28/01/2006

El libro, ayer, hoy y mañana / dir. Manuel Salvat. Barcelona : Salvat, c1973. 142 p. (Biblioteca SALVAT de grandes temas.)

El libro y las nuevas tecnologías : los editores ante el nuevo milenio / María Luisa Armendaríz ... [et al.] ; coord. Miguel Ángel Sánchez. México : Solar, c2001. 326 p.

Libros de México: revista de Cepromex, organismo de la Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana. México : Cepromex, 1985- .
v. : il.

LOPEZ YEPES, José. **La aventura del la investigación científica : guía del investigador y del director de investigación.** Madrid : Síntesis, 1996. 253 p.

LOPEZ YEPES, José, edit. **Diccionario enciclopédico de ciencias de la documentación.** Madrid : Síntesis, 2004. 2 v.

LUCIEN, Febvre. **La aparición del libro.** México : FCE, 2005. 154 p.

MALVIDO, Adriana. **La industria de la historieta mexicana o el floreciente negocio de las emociones.**
<http://www.mexicanadecomunicacion.com.mx/Tables/FMB/foromex/industria.html>. Tomado de: *Revista Mexicana de Comunicación. Septiembre - Octubre 1989.* Consultada 17/02/2006

MANGADA SANZ, Alfonso. **Cálculo editorial: fundamentos económicos de la edición.** 2a ed. Madrid : Fundación Germán Sánchez Ruipérez : Pirámide, 1988. 544 p.

MATTELART, Armand. **Geopolítica de la cultura.** Bogotá : Ediciones Desde Abajo, 2002. 201 p.

MERCADER MARTÍNEZ, Yolanda. **Guía de editoriales mexicanas y extranjeras con representaciones o distribuidora en México.** México : INAH. Departamento de Investigaciones Históricas , 1974. 130 p.
(Cuadernos de la Biblioteca Manuel Orozco y Berra)

MEXICO. Ley de Fomento para la Lectura y el Libro.
<http://www.leydellibro.org.mx/http://www.leydellibro.org.mx/>
Acceso: 30 de abril de 2008

México. Ley Federal de Derechos de Autor.

<http://volcandecolima.com/copyright/ley01.html> Acceso: 17 de septiembre de 2007.

MEXICO. Ley General de Bibliotecas.

<http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/134.pdf> Acceso: 16 de abril de 2008.

MEXICO. LEYES, etc. “Ley de imprenta” IN Legislación penal mexicana. 7^a ed. México : Andrade, 1972. pp. 146–148.

México. Secretaría de Educación Pública. **Criterios de política editorial**. México : Secretaría de Educación Pública, 1982. 44 p.

----- “Enciclomedia, un apoyo educativo de vanguardia para los maestros2. <http://www.encyclomedia.edu.mx/> Acceso: 2 de agosto de 2007

----- “Programa Nacional de Lectura”.
<http://lectura.dgme.sep.gob.mx/documentos/pnl/html/pnl.html>
Acceso: 3 de mayo de 2008

----- **Reglamento para salas infantiles**. México : SEP, 1983. 1 h.

MÉXICO. SECRETARÍA DEL TRABAJO Y PREVISIÓN SOCIAL. **Industrias del papel, editorial, de impresión y conexas**. México : La Secretaría, 1986. 232 p.

MILLARES CARLO, Agustín. **Introducción a la historia del libro y de las bibliotecas**. México : Fondo de Cultura Económica, 1971. 399 p.

MORALES BARRIOS, Minelia. **Construcción de un sistema de información de editores de América Latina en bibliografía**. México : Escuela Nacional de Biblioteconomía y Archivonomía, 1996. 106 p. Tesis (Licenciatura)

MORALES CAMPOS, Estela. La sociedad de la información y la acción del multiculturalismo.

<http://www.gobernabilidad.cl/modules.php?name=News&file=print&sid=821>

Acceso: 8 de agosto de 2007.

Muñoz, Roberto. América Latina ¿Qué tan lejos de la sociedad del conocimiento? IN La neta : políticas de información y comunicación en México.

<http://www.laneta.apc.org/cmsi/politic.shtml?cmd%5B33%5D=i-35-15702497dae62f4511d22eb2c018377> Acceso : 8 de agosto de 2007.

NADAL, Jordi. **Libros o velocidad: reflexiones sobre el oficio editorial.** México : FCE, 2005. 158 p. (Libros sobre libros)

NARVÁEZ M., Ancizar. La sociedad de la información o la utopía económica y cultural del neoliberalismo.

<http://www.sociedaddelainformacionycibercultura.org.mx/congreso/Alaic-2004.doc> Acceso: 15 de agosto de 2007.

NEGRETE GUTIERREZ, Ma. del Carmen. **Tendencias actuales en el mercado editorial: productos y servicios 2002.** México : Universidad Nacional Autónoma de México. CUIB, 2003. 44 p.

OLAECHEA, Juan B. **El libro en el ecosistema de la comunicación cultural.** Madrid : Fundación Germán Sánchez Ruipérez, 1986. 398 p.

ORGANIZACIÓN DE LOS ESTADOS IBEROAMERICANOS PARA LA EDUCACIÓN, LA CIENCIA Y LA CULTURA. "Sistema Nacional de Cultura : Informe de México". <http://www.oei.es/cultura2/mexico/indice.htm> Acceso: Septiembre 8 de 2007.

PEREDA ALONSO, Elena. **El sector editorial en México.** México : Oficina Económica y Comercial de España en México, 2004.

<http://www.gremieditorscat.es/AdArch/Bilio/Ftp/sectoreditorialenmexico.pdf>

Acceso: 1 de agosto de 2007.

PIMENTEL, Manuel. **Industria cultural en la sociedad del conocimiento.** IN CincoDías.com
http://www.cincodias.com/articulo/opinion/Industria/cultural/sociedad/conocimiento/cdsopiE00/20051228cdscdiopi_2/Tes/ Acceso: Enero 12 de 2007.

Los poderes públicos y el futuro de la industria editorial en el siglo XXI. IN Congreso de Editores y Libreros de Ribeirao Preto, Brasil / CERLAL
<http://www.cerlalc.org/reflexiones/industriaed.PDF> Consultada : 25 de agosto de 2007.

POMPA Y POMPA, Antonio. **450 años de la imprenta tipográfica en México.** México: Asociación Nacional de Libreros, 1998. 115 p.

¿Qué es EDUCAL? <http://www.librosyarte.com.mx/qs.php3> Acceso: 30 de abril de 2008.

RAMÍREZ LEYVA, Elsa M. **El libro y la lectura en el proceso de occidentalización de México.** México : UNAM.CUIB, 2001. 178 p.

“REFORZARAN PROGRAMA de fomento a la lectura en el DF” IN El Universal. Domingo 16 de diciembre de 2007.
<http://www.eluniversal.com.mx/notas/468237.html> Acceso: 3 de mayo de 2008.

REYES HEROLES, Jesús. “Leer para ser libres” México : SEP.Dirección General de Publicaciones, 1984. 18 p.

REYGADAS ROBLES GIL, Rafael. Las organizaciones no gubernamentales (ONGs) y las organizaciones civiles de promoción del desarrollo (OCPDs) IN Vinculando.org : revista electrónica de desarrollo sustentable.
http://vinculando.org/sociedadcivil/abriendo_veredas/26_ong_ocpd.html
Acceso: 1 de octubre de 2007.

ROCHA RAMÍREZ, Ma. Abelia. **Las casas editoriales en México : su historia, importancia y sus condiciones actuales.** San Luis Potosí : La autora, 1993. 95 p. Tesis (Licenciatura).

RODRIGUEZ SIERRA, Beatriz. **La selección y adquisición de materiales en México.** San Luis Potosí : La autora, 1986. 126 p. Tesis (Licenciatura UASLP)

SAGASTIZÁBAL, Leandro de. **El mundo de la edición de libros: un libro de divulgación, sobre la actividad editorial para autores, profesionales del sector y lectores en general.** Buenos Aires : Paidós, 2002. 268 p.

SALAZAR, Juan José. “La industria editorial y los libros en México : cambios y permanencias” IN Libros de México, No. 87 : 26–27. Feb.–Ab. 2007.

Sánchez Ruiz, Enrique E. “Globalización y convergencia: retos para las industrias culturales latinoamericanas” IN Revista Universidad de Guadalajara. México, 2000. pp. 38–54

SEMINARIO SOBRE políticas y procedimientos de selección en bibliotecas mexicanas. Ma. del Carmen Negrete Gutiérrez, Comp. México : UNAM. CUIB, 1984. 118 p.

SEPÚLVEDA AMOR, Margarita. **El proceso de edición de un libro.** Monterrey, N. L. : Gobierno del Estado de Nuevo León : Universidad Autónoma de Nuevo León , 1985. 32 p.

SIERRA, Jorge Alfonso. **Manual de gestión y mercadeo para editoriales universitarias.** Bogotá : CERLAL, 1991. 179 p.

SOLAR SERVICIOS EDITORIALES. **Comercialización editorial.**
<http://www.solareditores.com/bitacoras/quehacer/000135.shtml>
Acceso: 28 de enero de 2007.

----- **México y las nuevas tecnologías editoriales.**
<http://www.solareditores.com/bitacoras/quehacer/000131.shtml>
Acceso: 28 de enero de 2007.

----- Las profecías de la industria editorial.
<http://www.solareditores.com/bitacoras/quehacer/000129.shtml>
Acceso: 28 de enero de 2007.

Stadthagen Gómez, Helga e Israel Pichardo Vázquez. “La suerte de la industria editorial mexicana”. <http://www.congreso-info.cu/UserFiles/File/Info/Info2004/Ponencias/040.pdf> Acceso: 25 de septiembre de 2008.

UNESCO. “Alianza Global para la Diversidad Cultural”.
http://portal.unesco.org/culture/es/ev.php-URL_ID=24468&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html Acceso: 14 de febrero de 2008.

----- Cultura. http://portal.unesco.org/culture/es/ev.php-URL_ID=11681&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html Acceso: 6 de abril de 2008.

----- Derechos de autor. http://portal.unesco.org/culture/es/ev.php-URL_ID=12313&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html Acceso: 7 de abril de 2008.

----- .MEMORIA DEL MUNDO. COMITÉ MEXICANO. “México en el registro memorial del mundo” <http://comitemexicano-mow.ucol.mx/registro-comite.php#1> Acceso: Enero 4 de 2007.

“Vázquez-Figueroa distribuye gratuitamente su novela por mil millones de dólares en Internet” IN Sociedad de la información.
<http://sociedaddelainformacion.wordpress.com/> Acceso: Septiembre 6 de 2007.

VÁZQUEZ VERA, Norma Olivia. **Principales problemas de la industria editorial en México.** México : Escuela Nacional de Economía, 1968. 222 p.

VELA, Sergio. Inauguración de la XXVII Feria Internacional del Libro Infantil y Juvenil, Centro Nacional de las Artes, 9 de noviembre de 2007.

<http://www.conaculta.gob.mx/saladeprensa/index.php?indice=1&fecha=2007-11-09> Acceso: 28 de febrero de 2008.

VILLAMIL, Jenaro. "El papel de México en la sociedad de la información"
<http://cofradia.org/modules.php?name=News&file=print&sid=7215>
Acceso: 8 de Agosto de 2007.

VILLAR, Jorge. Las edades del libro: una crónica de la edición mundial.
Madrid : Debate, 2002. 235 p.

ZAHAR VERGARA, Juana. **Historia de las librerías de la Ciudad de México : una evocación y presencia**. 2ª ed. México : UNAM. Centro Universitario de Investigaciones Bibliotecológicas, 1995p. 134 p. (Monografías ; 18)

ZAID, Gabriel. **De los libros al poder**. México : Grijalbo, c1994. 309 p.

----- **Los demasiados libros**. 2a ed. Barcelona : Anagrama, 2001.
133 p. (Argumentos ; 183)

----- "Librerías y precio fijo" IN Letras libres. Agosto 2005.

ZAVALA RUÍZ, Roberto. **El libro y sus orillas : tipografía, originales, redacción, corrección de estilo y de pruebas**. 3a ed. corr. México : UNAM. Dirección General de Publicaciones y Fomento Editorial , 1995.
397 p. (Biblioteca del editor)

ANEXOS

ANEXO 1
LISTADO DE INSTITUCIONES CULTURALES EN MEXICO

- El Colegio Nacional
- Academia Mexicana de la Lengua, correspondiente de la Real de Madrid
- Academia Mexicana de la Historia
- Academia de Artes
- Academia Mexicana de Ciencias y Artes Cinematográficas
- El Colegio de México
- Archivo General de la Nación
- Acervos Históricos de la Universidad Iberoamericana
- Fototeca del Instituto Nacional de Antropología e Historia
- Centro de la Imagen
- Fimoteca de la UNAM
- Cineteca Nacional
- Archivo histórico de CONDUMEX
- Escuela de Diseño del INBA
- Museo Amparo
- Museo del Palacio de Bellas Artes
- Museo Nacional de Arte
- Museo de Arte Moderno
- Museo Rufino Tamayo
- Museo de Arte Alvar y Carmen T. de Carrillo Gil
- Museo Nacional de la Estampa
- Museo Nacional de San Carlos

- Museo Ex-Teresa / Arte Actual
- Pinacoteca Virreinal
- Sala de Arte Público David Alfaro Siqueiros
- Galería José María Velasco
- Coord. Nacional de Artes Plásticas del Instituto Nacional de Bellas Artes
- Escuela Nacional de Pintura, Escultura y Grabado "La Esmeralda"
- Escuela Nacional de Artes Plásticas de la UNAM
- Centro de Artes Gráficas "La Parota"
- Instituto de Investigaciones Estéticas de la UNAM
- Centro Nacional de Investigación, Documentación e Información de Artes Plásticas
- Curare, Espacio Crítico para las Artes
- Fondo Nacional de Fomento para las Artesanías
- Red Nacional de Bibliotecas Públicas
- Bibliotecas de la Universidad Nacional Autónoma de México
- Biblioteca de México
- Biblioteca del Instituto Nacional de Antropología e Historia, "Doctor Eusebio Dávalos Hurtado"
- Biblioteca "Manuel Orozco y Berra"
- Biblioteca "Daniel Cosío Villegas", de El Colegio de México
- Biblioteca Palafoxiana
- Biblioteca de las Artes
- Dirección General de Bibliotecas (SEP)
- Centro Nacional Editor de Discos Compactos

- Compañía Nacional de Danza
- Coordinación Nacional de Danza del Instituto Nacional de Bellas Artes
- Programa Red Nacional de Festivales de Danza
- Escuela Nacional de Danza Clásica y Contemporánea del CENART
- Academia de la Danza Mexicana
- Escuela Nacional de Danza Folklórica
- Escuela Nacional de Danza "Nellie y Gloria Campobello"
- Escuela Superior de Música y Danza de Monterrey (Area de Danza)
- Centro de Investigación Coreográfica (CICO)
- Centro Nacional de Producción Coreográfica
- Taller Coreográfico de la Universidad Nacional Autónoma de México
- Centro Nacional de Información y Documentación de la Danza "José Limón"
- Fomento Cultural Banamex, A.C.
- Fundación Cultural Bancomer
- Fomento Arte Contemporáneo (FARCO)
- Fundación Miguel Alemán
- Asociación Civil "Amigos del Canal 22"
- Fundación "Octavio Paz"
- Centro Mexicano para la Filantropía
- Federación Mexicana de Asociaciones de Amigos de los Museos (FEMAN)
- Letras
- Facultad de Filosofía y Letras de la UNAM
- Instituto de Investigaciones Filológicas de la UNAM

- El Centro de Estudios Lingüísticos y Literarios de El Colegio de México
- Sociedad General de Escritores de México (SOGEM)
- Centro Nacional de Información y Promoción de la Literatura
- Centro de Información Bibliográfica Mexicana (CIBIMEX)
- Centros de formación profesional y/o técnica e investigación
- Museo Nacional de Antropología
- Museo Nacional de Historia ("Castillo de Chapultepec")
- Museo Nacional de las Culturas
- Museo Nacional de las Intervenciones
- Museo Nacional del Virreinato
- Museo Nacional de Arte
- Museo del Palacio de Bellas Artes
- Museo Nacional de Arquitectura
- Museo Estudio Diego Rivera
- Museo Mural Diego Rivera
- Pinacoteca Virreinal
- Museos y Recintos Culturales de la UNAM
- Museo de Arte Contemporáneo de Monterrey
- Museo de Monterrey
- Museo de las Artes, de la Universidad de Guadalajara
- Instituto Cultural Cabañas, de Guadalajara
- Instituto Nacional de Antropología e Historia
- Instituto Nacional de Bellas Artes
- Museos Nacionales
- Federación Mexicana de Asociaciones de los Amigos de los Museos

- Escuela Nacional de Conservación, Restauración y Museografía "Manuel del Castillo Negrete" del INAH
- Centro de Investigación y Servicios Museológicos de la UNAM
- Compañía Nacional de Ópera
- Orquesta Filarmónica de la UNAM
- Coordinación Nacional de Música y Opera del INBA
- Sistema Nacional de Fomento a la Música del CONACULTA
- Conservatorio Nacional de Música del Instituto Nacional de Bellas Artes
- Conservatorio Nacional de Música del Instituto Nacional de Bellas Artes
- Escuela de Laudería del Instituto Nacional de Bellas Artes
- Escuela Superior de Música y Danza de Monterrey
- Escuela Nacional de Música de la UNAM
- Centro de Composición Musical "Gehart Muench"
- Escuela Nacional de Música de la UNAM
- Centro Nacional de Investigación, Documentación e Información Musical "Carlos Chávez"
- Compañía Nacional de Teatro
- Coordinación Nacional de Teatro del Instituto Nacional de Bellas Artes
- Escuela de Arte Teatral del Centro Nacional de las Artes
- Centro Universitario de Teatro, de la UNAM
- Centro Nacional de Investigación y Documentación Teatral "Rodolfo Usigli"

- Centro de Experimentación Teatral del Instituto Nacional de Bellas Artes
- Centro de Arte Dramático, A.C. (CADAC)
- Colegio de La Casa del Teatro
- Centro Nacional de las Artes del CONACULTA
- Centro Cultural Universitario (UNAM)
- Centro Cultural Helénico
- Universidad del Claustro de Sor Juana, A.C
- Centro Cultural Casa Lamm
- Baja California Centro Cultural Tijuana
- Nuevo León Centro Cultural Alfa, Monterrey, Nuevo León.
- Jalisco. Casa de la Cultura la Moreña, Guadalajara
- Centro de la Imagen
- Fototeca Nacional

Anexo 2

Ley de Fomento para la Lectura y el Libro

Capítulo I. Disposiciones generales

Artículo 1. Las disposiciones de esta Ley son de orden público, de interés social y de observancia general en todo el territorio nacional. Lo establecido en esta Ley se aplicará sin perjuicio de lo ordenado en la Ley de Imprenta, la Ley Federal del Derecho de Autor, la Ley General de Educación, la Ley General de Bibliotecas y sus respectivos reglamentos, así como cualquier otro ordenamiento en la materia, siempre y cuando no contravengan lo que en ésta se dispone.

Artículo 2. Para efectos de la presente Ley se entenderá como:

- Edición: Proceso de formación del libro a partir de la selección de textos y otros contenidos para ofrecerlo después de su producción al lector.
- Editor: Persona física o moral que selecciona o concibe una edición y realiza por sí o a través de terceros su elaboración.
- Distribución: Actividad de intermediación entre el editor y el vendedor de libros al menudeo, que facilita el acceso al libro propiciando su presencia en el mercado.
- Distribuidor: Persona física o moral legalmente constituida, dedicada a la distribución de libros y revistas.
- Cadena productiva del libro: Conjunto de industrias que participan en los diversos procesos de producción del libro, y está

conformada por la de la Celulosa y el Papel, la de las Artes gráficas y la Editorial. En la de Artes Gráficas se incluye la participación de los que brindan servicios editoriales, los impresores y los encuadernadores que reciban sus ingresos en más de un ochenta por ciento de los trabajos relacionados con el libro y la revista.

- Cadena del libro: Conjunto de personas físicas o morales que inciden en la creación, producción, distribución, promoción, venta y lectura del libro.
- Libro: Toda publicación unitaria, no periódica, de carácter literario, artístico, científico, técnico, educativo, informativo o recreativo, impresa en cualquier soporte, cuya edición se haga en su totalidad de una sola vez en un volumen o a intervalos en varios volúmenes o fascículos. Comprenderá también los materiales complementarios en cualquier tipo de soporte, incluido el electrónico, que conformen, conjuntamente con el libro, un todo unitario que no pueda comercializarse separadamente.
- Revista: Publicación de periodicidad no diaria, generalmente ilustrada, encuadernada, con escritos sobre varias materias o especializada. Para el objeto de esta Ley, las revistas gozarán de las mismas prerrogativas que se señalen para el libro.
- Libro mexicano: Toda publicación unitaria no periódica que tenga ISBN que lo identifique como mexicano.
- Revista mexicana: Publicación de periodicidad no diaria que tenga ISSN que la identifique como mexicana.

- Autoridades educativas locales: Ejecutivo de cada una de las entidades federativas, así como a las dependencias o entidades que, en su caso, establezcan para el ejercicio de la función social educativa.
- Sistema Educativo Nacional: Constituido por los educandos y educadores, las autoridades educativas, los planes, programas, métodos y materiales educativos; las instituciones educativas del Estado y de sus organismos descentralizados; las instituciones de los particulares con autorización o con reconocimiento de validez oficial de estudios, y las instituciones de educación superior a las que la ley otorga autonomía.
- Bibliotecas escolares y de aula: Acervos bibliográficos que la Secretaría de Educación Pública, con la concurrencia de las autoridades locales, selecciona, adquiere y distribuye para su uso durante los procesos de enseñanza y aprendizaje en las aulas y las escuelas públicas de educación básica.
- Salas de lectura: Espacios alternos a las escuelas y bibliotecas, coordinadas por voluntarios de la sociedad civil, donde la comunidad tiene acceso gratuito al libro y otros materiales impresos, así como a diversas actividades encaminadas al fomento a la lectura.
- Autor: Persona que realiza alguna obra destinada a ser difundida en forma de libro. Se considera como autor, sin perjuicio de los requisitos establecidos en la legislación vigente, al traductor respecto de su traducción, al compilador y a quien extracta o adapta obras originales, así como al ilustrador y al fotógrafo, respecto de sus correspondientes trabajos.

- Precio único de venta al público: Valor de comercialización establecido libremente por el editor o importador para cada uno de sus títulos.
- Vendedores de libros al menudeo: Aquellas personas, físicas o morales, que comercializan libros al público.

Artículo 3. El fomento a la lectura y el libro se establece en esta Ley en el marco de las garantías constitucionales de libertad de escribir, editar y publicar libros sobre cualquier materia, propiciando el acceso a la lectura y el libro a toda la población.

Ninguna autoridad federal, estatal, municipal o del Distrito Federal podrá prohibir, restringir ni obstaculizar la creación, edición, producción, distribución, promoción o difusión de libros y de las publicaciones periódicas.

Artículo 4. La presente Ley tiene por objeto:

- Propiciar la generación de políticas, programas, proyectos y acciones dirigidas al fomento y promoción de la lectura;
- Fomentar y estimular la edición, distribución y comercialización del libro y las publicaciones periódicas;
- Fomentar y apoyar el establecimiento y desarrollo de librerías, bibliotecas y otros espacios públicos y privados para la lectura y difusión del libro;
- Establecer mecanismos de coordinación interinstitucional con los distintos órdenes de gobierno y la vinculación con los

sectores social y privado, para impulsar las actividades relacionadas con la función educativa y cultural del fomento a la lectura y el libro;

- Hacer accesible el libro en igualdad de condiciones en todo el territorio nacional para aumentar su disponibilidad y acercarlo al lector;
- Fortalecer la cadena del libro con el fin de promover la producción editorial mexicana para cumplir los requerimientos culturales y educativos del país;
- Estimular la competitividad del libro mexicano y de las publicaciones periódicas en el terreno internacional, y
- Estimular la capacitación y formación profesional de los diferentes actores de la cadena del libro y promotores de la lectura.

Capítulo II. De las autoridades responsables

Artículo 5. Son autoridades encargadas de la aplicación de la presente Ley en el ámbito de sus respectivas competencias:

- La Secretaría de Educación Pública;
- El Consejo Nacional para la Cultura y las Artes;
- El Consejo Nacional de Fomento para el Libro y la Lectura,
- Los Gobiernos estatales, municipales y del Distrito Federal.

Artículo 6. Corresponde a la Secretaría de Educación Pública y al Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, de manera concurrente y considerando la opinión y propuestas del Consejo Nacional de Fomento para el Libro y la Lectura:

- Elaborar el Programa de Fomento para el Libro y la Lectura;
- Poner en práctica las políticas y estrategias contenidas en el Programa, estableciendo la coordinación interinstitucional con las instancias de los diferentes órdenes de gobierno, así como con los distintos sectores de la sociedad civil.

Artículo 7. Las autoridades responsables emplearán tiempos oficiales y públicos que corresponden al Estado en los medios de comunicación para fomentar el libro y la lectura.

Artículo 8. Las autoridades responsables, de manera concurrente o separada, deberán impulsar la creación, edición, producción, difusión, venta y exportación del libro mexicano y de las coediciones mexicanas, en condiciones adecuadas de calidad, cantidad, precio y variedad, asegurando su presencia nacional e internacional.

Artículo 9. Es obligación de las autoridades responsables de la aplicación de esta Ley, de manera concurrente o separada, promover programas de capacitación y desarrollo profesional dirigidos a los encargados de instrumentar las acciones de fomento a la lectura y a la cultura escrita.

Artículo 10. Corresponde a la Secretaría de Educación Pública:

- Fomentar el acceso al libro y la lectura en el Sistema Educativo Nacional, promoviendo que en él se formen lectores cuya comprensión lectora corresponda al nivel educativo que cursan, en coordinación con las autoridades educativas locales;
- Garantizar la distribución oportuna, completa y eficiente de los libros de texto gratuitos, así como de los acervos para bibliotecas escolares y de aula y otros materiales educativos indispensables en la formación de lectores en las escuelas de educación básica y normal, en coordinación con las autoridades educativas locales;
- Diseñar políticas para incorporar en la formación inicial y permanente de maestros, directivos, bibliotecarios y equipos técnicos, contenidos relativos al fomento a la lectura y la adquisición de competencias comunicativas que coadyuven a la formación de lectores, en colaboración con las autoridades educativas locales;
- Considerar la opinión de las autoridades educativas locales, de los maestros y de los diversos sectores sociales para el diseño de políticas de fomento a la lectura y el libro en el Sistema Educativo Nacional, con base en los mecanismos de participación establecidos en la Ley General de Educación;
- Promover la producción de títulos que enriquezcan la oferta disponible de libros, de géneros y temas variados, para

su lectura y consulta en el Sistema Educativo Nacional, en colaboración con autoridades de los diferentes órdenes de gobierno, la iniciativa privada, instituciones de educación superior e investigación y otros actores interesados;

- Promover la realización periódica de estudios sobre las prácticas lectoras en el Sistema Educativo Nacional y sobre el impacto de la inversión pública en programas de fomento a la lectura en este sistema, así como la difusión de sus resultados en los medios de comunicación, en colaboración con las autoridades educativas locales, otras autoridades, la iniciativa privada, las instituciones de educación superior e investigación, organismos internacionales y otros actores interesados;

- Promover el acceso y distribución de libros, fortaleciendo el vínculo entre escuelas y bibliotecas públicas, en colaboración con las autoridades educativas locales, las instituciones de educación superior e investigación, la iniciativa privada y otros actores interesados, e

- Impulsar carreras técnicas y profesionales en el ámbito de la edición, la producción, promoción y difusión del libro y la lectura, en colaboración con autoridades educativas de los diferentes órdenes de gobierno, instituciones de educación media superior y superior y la iniciativa privada.

Artículo 11. Corresponde al Consejo Nacional para la Cultura y las Artes:

- Impulsar, de manera coordinada con las autoridades correspondientes de los distintos órdenes de gobierno, programas, proyectos y acciones que promuevan de manera permanente la formación de usuarios plenos de la cultura escrita entre la población abierta;
- Promover conjuntamente con la iniciativa privada acciones que estimulen la formación de lectores;
- Estimular y facilitar la participación de la sociedad civil en el desarrollo de acciones que promuevan la formación de lectores entre la población abierta;
- Garantizar la existencia de materiales escritos que respondan a los distintos intereses de los usuarios de la red nacional de bibliotecas públicas y los programas dirigidos a fomentar la lectura en la población abierta, tales como salas de lectura;
- Coadyuvar con instancias a nivel federal, estatal, municipal y del Distrito Federal, así como con miembros de la iniciativa privada en acciones que garanticen el acceso de la población abierta a los libros a través de diferentes medios gratuitos o pagados, como bibliotecas, salas de lectura o librerías, y
- Generar programas de desarrollo profesional de fomento a la lectura para la población abierta y para los bibliotecarios de la red nacional de bibliotecas públicas.

Capítulo III. Del consejo nacional de fomento para el libro y la lectura

Artículo 12. Se crea el Consejo Nacional de Fomento para el Libro y la Lectura como un órgano consultivo de la Secretaría de Educación Pública y espacio de concertación y asesoría entre todas las instancias públicas, sociales y privadas vinculadas al libro y la lectura.

Artículo 13. El Consejo Nacional de Fomento para el Libro y la Lectura se regirá por el manual de operación que emita, por las disposiciones contenidas en esta Ley y por lo que quede establecido en su Reglamento.

Artículo 14. El Consejo estará conformado por:

- Un presidente, que será el titular de la Secretaría de Educación Pública.
En su ausencia será suplido por quien éste designe;
- Un secretario ejecutivo, que será el titular del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes. En su ausencia será suplido por quien éste designe;
- El titular del Instituto Nacional de Lenguas Indígenas;
- El presidente de la Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana;
- El presidente de la Asociación de Libreros de México;
- El presidente de la Asociación Nacional de Bibliotecarios;
- El presidente de la Sociedad General de Escritores de México;
- El Director General de Materiales Educativos de la Secretaría de Educación Pública;
- El Director General de Publicaciones del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, y

- El Director General de Bibliotecas del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes.

Por acuerdo del Consejo se podrá convocar para participar con carácter de invitado no permanente a los titulares de las Secretarías, Consejos e Institutos de Cultura de las entidades federativas y el Distrito Federal, o a cualquier persona o institución pública o privada que se considere necesario para el cumplimiento pleno de sus funciones.

La pertenencia y participación en este Consejo, es a título honorario.

Artículo 15. El Consejo Nacional de Fomento para el Libro y la Lectura tendrá las siguientes funciones:

- Coadyuvar al cumplimiento y ejecución de la presente ley;
- Asesorar en el diseño, formulación y ejecución del Programa de Fomento para el Libro y la Lectura establecido en el artículo 6 de la presente ley;
- Concertar los esfuerzos e intereses de los sectores público y privado para el desarrollo sostenido de las políticas nacionales del libro y la lectura;
- Proponer a las autoridades competentes la adopción de políticas o medidas jurídicas, fiscales y administrativas que contribuyan a fomentar y fortalecer el mercado del libro, la lectura y la actividad editorial en general;

- Servir de instancia de consulta, conciliación y concertación entre los distintos actores de la cadena del libro y la lectura en asuntos concernientes a las materias de esta ley;
- Promover el desarrollo de sistemas integrales de información sobre el libro, su distribución, la lectura y los derechos de autor, así como crear una base de datos que contemple: catálogos y directorios colectivos de autores, obras, editoriales, industria gráfica, bibliotecas y librerías mexicanas, disponible para la consulta en red desde cualquier país;
- Integrar las comisiones y grupos de trabajo que sean necesarios para el cumplimiento de sus objetivos;
- Asesorar, a petición de parte, a los tres niveles de gobierno, poderes, órganos autónomos e instituciones sociales y privadas en el fomento a la lectura y el libro;
- Crear y mantener permanentemente actualizada una base de datos, con acceso libre al público, que contenga el registro del precio único de los libros;
- Promover la formación, actualización y capacitación de profesionales en los diferentes eslabones de la cadena del libro;
- Impulsar la participación ciudadana en todos los programas relacionados con el libro y la lectura, y diseñar los mecanismos de esta participación;
- Fomentar la cultura de respeto a los derechos de autor;
- Proponer la realización de estudios e investigaciones que permitan apoyar el desarrollo de sus actividades;

- Proponer incentivos para la creación, edición, producción, difusión, venta y exportación de libros en las diferentes lenguas del país, y apoyar la traducción a ellas de textos de literatura nacional y universal a las diferentes lenguas del país, y
- Expedir su manual de operación conforme al cual regulará su organización, funcionamiento y trabajo.

Artículo 16. El Consejo Nacional de Fomento para el Libro y la Lectura sesionará ordinariamente como mínimo tres veces al año y sobre los asuntos que el mismo establezca.

Artículo 17. Las reuniones extraordinarias serán convocadas por el Presidente, o bien por un tercio de los integrantes del Consejo, con una antelación de al menos 48 horas. En caso de no haber el quórum requerido, se trate de reuniones ordinarias o extraordinarias, se emitirá de inmediato una segunda convocatoria para que se lleve a efecto la reunión en un plazo no mayor de 48 horas. De no haber quórum nuevamente, se hará otra convocatoria para que se realice la reunión en un plazo no mayor de 48 horas. En esta ocasión, la reunión se llevará a efecto con los que asistan a dicho encuentro.

Artículo 18. El quórum mínimo será del cincuenta por ciento más uno de sus miembros, y para que sus decisiones sean válidas deberán ser aprobadas por la mayoría de los miembros presentes, salvo en lo establecido en el artículo inmediato anterior.

Capítulo IV. De la coordinación interinstitucional, intergubernamental y con la sociedad civil

Artículo 19. La Secretaría de Educación Pública y el Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, son las instancias responsables de incentivar y promover la concurrencia, vinculación y congruencia de los programas y acciones de los distintos órdenes de gobierno, con base en los objetivos, estrategias y prioridades de la política nacional de fomento a la lectura y el libro.

Artículo 20. Para impulsar la coordinación interinstitucional e intergubernamental en la aplicación de la presente Ley, la Secretaría de Educación Pública y el Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, deberán:

- Establecer mecanismos e instrumentos de coordinación, cooperación y vinculación, así como promover la celebración de convenios y acuerdos con dependencias de las distintas ramas y órdenes de gobierno y los órganos autónomos del Estado, para diseñar, planear, coordinar, aplicar y fortalecer políticas, programas, proyectos y acciones de fomento a la lectura y el libro;
- Establecer compromisos con las instancias y organismos internacionales que, mediante convenios y acuerdos bilaterales y multilaterales, incentiven el desarrollo integral de las políticas públicas en la materia facilitando a autores, editores, promotores, lectores, espacios y alternativas de promoción y difusión que

favorezcan el conocimiento de nuestra obra editorial y literaria en el exterior, y

- Establecer programas que involucren a individuos, instituciones de asistencia privada, instituciones académicas, asociaciones civiles y fideicomisos, cooperativas y colectivos, cuya labor a favor del fomento a la lectura y el libro han sido fundamentales para el desarrollo cultural en el país.

Capítulo V. De la disponibilidad y acceso equitativo al libro

Artículo 21. En todo libro editado en México, deberán constar los siguientes datos: título de la obra, nombre del autor, editor, número de la edición, lugar y fecha de la impresión, nombre y domicilio del editor en su caso; ISBN y código de barras. El libro que no reúna estas características no gozará de los beneficios fiscales y de otro tipo que otorguen las disposiciones jurídicas en la materia.

Artículo 22. Toda persona física o moral que edite o importe libros estará obligada a fijar un precio de venta al público para los libros que edite o importe. El editor o importador fijará libremente el precio de venta al público, que regirá como precio único.

Artículo 23. El precio se registrará en una base de datos a cargo del Consejo Nacional de Fomento para el Libro y la Lectura y estará disponible para consulta pública.

Artículo 24. Los vendedores de libros al menudeo deben aplicar el precio único de venta al público sin ninguna variación, excepto en lo establecido en el artículo 25 y 26 de la presente ley.

Artículo 25. El precio único establecido en el artículo 22 de la presente ley, no se aplica a las compras que para sus propios fines, excluyendo la reventa, hagan el Estado, las bibliotecas que ofrezcan atención al público o préstamo, los establecimientos de enseñanza y de formación profesional o de investigación.

Artículo 26. Los vendedores de libros podrán aplicar precios inferiores al precio de venta al público mencionado en el artículo 22 de la presente ley, cuando se trate de libros editados o importados con mas de 18 meses de anterioridad, así como los libros antiguos, los usados, los descatalogados, los agotados y los artesanales.

Artículo 27. Las acciones para detener y reparar las violaciones al precio único establecido en esta Ley pueden ser emprendidas por cualquier competidor, por profesionales de la edición y difusión del libro, así como por autores o por cualquier organización de defensa de autores. Dicha

defensa se llevara a cabo por vía jurisdiccional y en su caso por medio de arbitraje para lo cual el consejo podrá actuar como perito.

Transitorios

Artículo Primero. La presente Ley entrará en vigor al día siguiente de su publicación en el Diario Oficial de la Federación.

Artículo Segundo. Con la publicación de la presente Ley y su entrada en vigor se abroga la Ley de Fomento para la Lectura y el Libro publicada en el Diario Oficial de la federación el 8 de junio del año 2000.

Artículo Tercero. En el término de noventa días contados a partir de la entrada en vigor de la presente Ley deberá formarse el Consejo Nacional de Fomento para el Libro y la Lectura con base en lo establecido en los artículos 12 y 14 de la presente ley. De no hacerlo, convocará la Secretaría Ejecutiva.

Artículo Cuarto. El Consejo Nacional de Fomento para el Libro y la Lectura deberá expedir su manual de operación y programa de trabajo a los sesenta días de su integración.

Artículo Quinto. El Programa de Fomento para el Libro y la Lectura establecido en el artículo 6 de la presente Ley tendrá que ser expedido por

el Secretario de Educación Pública en un plazo no mayor a 120 días naturales contados a partir de la entrada en vigor de esta Ley.

ANEXO 3
CUESTIONARIO PARA BIBLIOTECARIOS RESPONSABLES DE
DESARROLLO DE COLECCIONES

Este cuestionario tiene la finalidad de apoyar una investigación bibliotecológica, en ella pretendo indagar el grado de impacto que tiene la industria editorial mexicana en el desarrollo de colecciones bibliotecarias, agradezco de antemano su colaboración. Por favor coloque una "X" a la derecha de las respuestas seleccionadas.

Nombre de la persona que contesta: _____

Nombre de la Biblioteca encuestada: _____

Dirección de la Biblioteca: _____

1. ¿Qué tipo de fuentes conforman los fondos de información y referencia de su biblioteca?

Libros impresos

Libros electrónicos

Publicaciones periódicas impresas

Publicaciones periódicas electrónicas

Películas

Bases de datos

Microformatos

Diapositivas

Mapas

Partituras

Realia (globos terráqueos, objetos de laboratorio, maquetas, etc.)

Grabaciones

Otras tecnologías de información y comunicación (mencione cuales:

_____)

Otras (mencione cuales: _____)

2. ¿En que áreas del conocimiento se desarrollan las colecciones de su biblioteca?

Libros infantiles

Libros juveniles

Literatura

Lenguas

Religión

Arte, cultura y deportes

Ciencias puras

Tecnología y Ciencias aplicadas

Ciencias sociales

Educación básica

Geografía e Historia

Generalidades

Otras (mencione: _____)

3. ¿En que idiomas se encuentra la información que contienen sus colecciones?

4. Considerando las formas de adquisición posibles, ¿en que porcentaje se utiliza cada una para la construcción de la colección de su biblioteca?

Compra	-----%
Donación	-----%
Recursos compartidos	-----%

5. En relación a las adquisiciones a través de la compra, ¿qué contactos utiliza para ello?

Editores	-----	
Librerías tradicionales	-----	
i.	Locales	-----
ii.	Nacionales	-----
iii.	Internacionales	-----
Librerías electrónicas	-----	
Otro (mencione cuál)	-----	

6. ¿Aproximadamente a cuanto asciende el presupuesto institucional que se utiliza en su biblioteca para la desarrollo de colecciones? (aclarar si se trata de presupuesto anual o semestral)

7. Mencione cuando menos 10 casas editoras en México que publican libros de interés para su biblioteca:

8. Mencione cuando menos 10 editores de publicaciones periódicas que publican obras de interés para su biblioteca:

9. ¿La institución auspiciadora de su biblioteca cuenta con un “padrón de editores, proveedores y/o librerías”?

Si No

10. ¿Cuáles son los problemas más frecuentes al recibir los materiales bibliográficos adquiridos a través de compra en su biblioteca? (Ejemplos: retraso en la entrega,

materiales faltantes, materiales defectuosos, facturación errónea, materiales equivocados, etc.)

11. ¿Cuáles son las ventajas competitivas que encuentra con los proveedores con los cuales establece contacto?

- Rapidez en la entrega de materiales
- Descuentos atractivos
- Exactitud en los envíos
- Publicidad efectiva
- Pedidos abiertos o libros a vistas
- Prestigio de la cada editora
- Otra, mencione: -----

12. ¿Qué editoriales, proveedores o librerías (mexicanas) ofrecen a su biblioteca descuentos convenientes?

13. ¿Cuáles son los medios por los que usted se entera de los materiales puestos en el mercado por la industria editorial en México?

- Catálogos
- Correo directo
- Obsequio de libros o regalos promocionales
- Publicidad en prensa
- Publicidad en radio
- Publicidad en TV
- Presentaciones de libros
- Ferias de libros
- Marketing telefónico
- Internet
- Eventos especiales
- Otros (Mencione: -----)

14. ¿Cuál es en promedio el tiempo de espera que transcurre para la recepción de materiales documentales en su biblioteca?

- | | |
|-------------------------------|-------|
| Editor nacional–biblioteca | ----- |
| Editor extranjero –biblioteca | ----- |
| Librería local–biblioteca | ----- |
| Librería nacional–biblioteca | ----- |
| Librería internacional | ----- |
| Librería electrónica | ----- |

Otro tipo de proveedor -----

15. ¿Existen casas editoras en México cuyos materiales documentales sean tan costosos que quedan fuera del alcance del presupuesto de su biblioteca?

Si No

En caso afirmativo, mencione por favor el nombre de esas casas editoras:

16. ¿Asiste Usted a Ferias del Libro?

Si No

En caso afirmativo: ¿Cuáles?

17. ¿Su biblioteca maneja “Ordenes permanentes” (Standing orders)?

Si No

En caso afirmativo mencione por favor el nombre del proveedor que ofrece el servicio:

18. ¿El desarrollo de colecciones en su biblioteca maneja “adjudicación directa” para colocar pedidos con editoriales, distribuidores o librerías?

Si No

19. ¿El desarrollo de colecciones en su biblioteca maneja “licitaciones” para colocar pedidos con editoriales, distribuidores o librerías?

Si No

20. ¿Su biblioteca maneja “fianza por pago anticipado” en sus tratos con proveedores de materiales documentales?

Si No

Por favor incluya cualquier comentario que considere útil a esta investigación:

MUCHAS GRACIAS POR SU COLABORACION. GARANTIZAMOS A USTED QUE ESTA INFORMACION SERÁ MANEJADA GLOBALMENTE SIN PARTICULARIZAR NINGUN CASO. ESTOY A SUS ÓRDENES.