

# Un panorama de la industria editorial en México para el horizonte del bibliotecólogo involucrado en desarrollo de colecciones

Dra. Beatriz Rodríguez Sierra  
Universidad Autónoma de San Luis Potosí  
brsierra@uaslp.mx

110

Revista Mexicana de Ciencias de la Información  
Publicación de la Escuela de Ciencias de la Información, UASLP

## Resumen

Se exponen la importancia de la industria editorial como componente cultural y económico de gran trascendencia para el desarrollo nacional a partir de considerarla un elemento esencial de la sociedad de la información. Se analiza su papel en la sociedad de la información en México como una industria cultural que abarca amplios sectores partiendo desde los procesos de edición, los organismos involucrados tanto comerciales como sin fines de lucro, el papel del Estado, de la Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana y los procesos de comercialización que se manifiestan en México y que deben ser considerados por el bibliotecólogo a fin de aprovechar las ventajas competitivas que permitan un desarrollo de colecciones óptimo en unidades de información.

Palabras Clave: Industria editorial – México

## Abstract

It describes the importance of the publishing industry as a cultural and economic component of great importance for national development considering it as an essential element of the information society. We analyze its role in the information society in Mexico as a cultural industry that encompasses large sections starting from the edition, the agencies involved both commercial and nonprofit, the role of the state, the National Chamber of Mexican Editorial Industry and marketing processes which occur in Mexico and should be considered by the librarian in order to exploit the competitive advantages that allow optimal collection development in information units.

Key words: Publishing industry – Mexico .

## Introducción

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.

Las empresas editoriales en México se han ido desarrollando a través de un largo proceso cultural, 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 afecta 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.<sup>1</sup>

Otro de los problemas a los que se enfrenta 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 al 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.

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.<sup>2</sup>

A pesar de estas evidentes problemáticas, debe reconocerse que la industria editorial en México aporta contribuciones importantes

<sup>1</sup> González Lewis, Gustavo. "Perspectiva de la industria editorial en México" IN Libros de México. No. 15, pp: 5-7. Abril-Junio 1989.

<sup>2</sup> Pereda Alonso, Elena. El sector editorial en México. México: Oficina Económica y Comercial de España en México, 2004 <http://www.gremieditorascates/AdArch/Biblio/Ftp/sectoreditorialenmexico.pdf> Acceso: 1 de agosto de 2007

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.

### 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;<sup>3</sup> 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 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.<sup>3</sup>

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 por que 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."<sup>4</sup>

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 colec-

<sup>3</sup>Vázquez-Figueroa distribuye gratuitamente un ovela por mil millones de dólares en Internet "IN Sociedad de la Información. <http://sociedaddelainformacion.wordpress.com/> Acceso: Septiembre 6 de 2007.

<sup>4</sup>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.

<sup>5</sup>Libro electrónico "INCiberhabitat biblioteca" <http://ciberhabitat.gob.mx/biblioteca/le/> Acceso: 6 de Septiembre de 2006.

ción 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.

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

## 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 relacionados con la brecha digital y el contexto jurídico debemos considerar que se debent sumares fuerzas considerables para que México de pasos firmes hacia la sociedad del conocimiento:

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 de 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.<sup>7</sup>

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

<sup>6</sup>Villar, Jorge. *La sociedad del libro: una crónica de la edición mundial*. Madrid: Debate, 2002. pp. 209-213.

<sup>7</sup>Muñoz, Roberto. *América Latina ¿Qué tan lejos de la sociedad del conocimiento?* IN Laneta: políticas de información y comunicación en México <http://www.laneta.apc.org/cmsi/politic.shtml?cmd%65B33%5D=i-35-15702497dae62f4511d22eb2c018377> Acceso : 8 de agosto de 2007.

<sup>8</sup>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](http://new.unctad.org/upload/docs/Core%20ICT%20Indicators_Esp.pdf) Acceso: 29 de agosto de 2007.

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 países<sup>8</sup>, 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 tecnologías de la información y telecomunicaciones y el 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 tecnologías 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 tecnologías 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 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<sup>9</sup>, 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.<sup>10</sup>

Por lo que respecta particularmente a la industria editorial como componente de la sociedad de la información podemos afirmar que

<sup>8</sup>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.

<sup>9</sup>Morales Campos, Estela. Op.cit. <http://www.gobernabilidad.cl/modules.php?name=News&file=print&sid=821> Acceso: 8 de agosto de 2007.

<sup>10</sup>Pimentel, Manuel. Industria cultural en la sociedad del conocimiento. JNCincoDías.com [http://www.cincodias.com/articulo/opinion/Industria/cultural/sociedad/conocimiento/cdsopiE00/20051228cdscdiopi\\_2/Tes/Acceso: Enero 12 de 2007.](http://www.cincodias.com/articulo/opinion/Industria/cultural/sociedad/conocimiento/cdsopiE00/20051228cdscdiopi_2/Tes/Acceso: Enero 12 de 2007.)

su papel fundamental, ya que 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.

### Las industrias culturales

Dada la importancia de la información en todos los ámbitos es posible distinguir la 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 Pimentel<sup>11</sup> 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 la 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, 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;

<sup>12</sup>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.

<sup>13</sup>Getino, Octavio. *Ibid* <http://www.oei.es/pensariberoamerica/ric04a05.htm> Acceso: Agosto 24 del 2007.

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.<sup>12</sup>

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 de 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 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 de autores desconocidos, erosionando la diversidad de contenidos y valores simbólicos, es decir, la razón de ser de estas industrias.<sup>13</sup>

De acuerdo a García Canclini<sup>14</sup>, 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 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 patri-

<sup>12</sup>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.

<sup>13</sup>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.

<sup>14</sup>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.

<sup>17</sup>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.

monio cultural por grupos sociales ajenos a su origen.<sup>15</sup>

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.<sup>16</sup>

### 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 cultura<sup>17</sup>, pueden considerarse cinco componentes principales: Libro, Cine, Producción fonográfica, Producción videográfica, y Producción multimedia.

En lo que corresponde al sector de libros, 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:

- Alumnos de educación básica,
- Maestros de educación básica en servicio,
- 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 Libro<sup>18</sup>. 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 a las librerías que se encargan de distribuir libros, las más importantes son: Librerías Gandhi, Librerías de Cristal, Librerías Porrúa, Librerías de Fondo de Cultura Económica, Librerías El Sótano y Librerías Gonvill.

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 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.

Ante los problemas más evidentes que enfrenta la industria editorial mexicana sería conveniente que tanto el sector gubernamental como la iniciativa privada trabajen consistentemente para mejorar las políticas de distribución, mercado 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.

### 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 libreros 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.<sup>19</sup>

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 agiliza 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 posible y propia.

Otros aspectos no materiales que han cambiado drásticamente en el comercio del libro son los que se relacionan con su logística y distribución. 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 escasos.<sup>20</sup>

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."<sup>21</sup>

## 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

<sup>19</sup>Reygadas Robles Gil, Rafael. Las organizaciones no gubernamentales (ONGs) y las organizaciones civiles de promoción del desarrollo (OCPDs) IN V. [vinculando.org/revista-electronica/developments-sustainable](http://vinculando.org/revista-electronica/developments-sustainable). [http://vinculando.org/sociedad-civil/abriendo-veredas/26\\_ong\\_ocpd.html](http://vinculando.org/sociedad-civil/abriendo-veredas/26_ong_ocpd.html) Acceso: 5 de enero de 2010.

<sup>20</sup>Sierra, Jorge Alfonso. Manual de gestión y mercado de opara editoriales universitarias. Bogotá: CERLAL, 1991. p. 6

<sup>21</sup>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.

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.

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.

## 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 libreros 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.

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 co-

ordinar 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.<sup>22</sup>

### 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 divulga-

ción 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 1325 ONG's y cubren una diversidad de proyectos, intereses, sujetos, prácticas y metodologías de intervención social.<sup>23</sup>

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 presen-

pp. 8-9

<sup>26</sup>ALTEXTO: Alianza del texto universitario. Folleto informativo, distribuido en la FIL, Guadalajara, Jal. Noviembre 27, 2007.

<sup>27</sup>Consortio de Universidades Mexicanas una alianza de calidad por la educación superior <http://www.cumex.org.mx/consorcio/rectores.php> Acceso: Noviembre 28 de 2009.

<sup>28</sup>Comisión Nacional del Libro de Texto Gratuitos (México) <http://www.conaliteg.gob.mx/ Acceso: 29 de marzo de 2010>.

tan la investigación que desarrollan sus académicos e investigadores. De acuerdo a la definición de Jorge Alfonso Sierra<sup>24</sup> 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”.

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 por que 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.<sup>25</sup>

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

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 Altexto, 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 Altexto ha considerado trabajar en cuatro líneas:

1. Representar a las editoriales

<sup>29</sup> Comisión Nacional de Libros de Texto Gratuitos (México) Ibidem.

<sup>30</sup> 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 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 Altexto 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.rednacionalaltexto.org](http://www.rednacionalaltexto.org)

Los catálogos de la Red Altexto tienen la finalidad de apoyar la enseñanza y fortalecer la labor docente en los niveles medios 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 Alttexto estaba 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.<sup>26</sup>

de septiembre de 2009.

<sup>31</sup> Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana <http://www.caniem.com/main/quees.asp?Accion=VerReg>

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.<sup>27</sup>

### 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 constituyó 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.<sup>28</sup> 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.

El CONALITEG tiene 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 queda a 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.<sup>29</sup>

Al programa editorial de CONALITEG se suman los esfuerzos que viene desarrollando la Secretaría

istro&Ref=1&NombreABC=&BuscarfkPromocion=&BuscarEsNovedad=&BuscarEsRecomendacion=&Keywords=&NoPagina Acceso : 7 de octubre de 2009.

<sup>28</sup>Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana <http://nearyou.gwu.edu/pubs/worldbank/Datos%20Caniem.doc> Acceso: 7 de octubre de 2007.

<sup>29</sup>Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana <http://www.caniem.com/main/servicios.asp> Acceso 8 de febrero de 2010.

<sup>30</sup>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.

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.<sup>30</sup>

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, Secretaría de Turismo, Secretaría de la Defensa Nacional, Secretaría de Desarrollo Social, Secretaría de Gobernación, Secretaría de Marina Armada de México, Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales, Secretaría 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, Secretaría del Trabajo y Previsión Social. CONACULTA, CONAFE, CONACYT Y SEP.

### 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 autó-

noma, 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.<sup>31</sup>

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.libros-mexicanos.com](http://www.libros-mexicanos.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.<sup>32</sup> Los servicios que CANIEM ofrece a sus socios son: 1) Consulta, asesoría y gestión, 2) Capacitación, 3) Promoción, 4) Publicaciones y biblioteca, 5) Medios electrónicos.<sup>33</sup>

<sup>35</sup>Salazar, Juan José. "La industria editorial y los libros en México: cambios y permanencias" Ibid. p.27



## 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 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 veinte 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.<sup>34</sup>

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.

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 y 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.<sup>35</sup>

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 pudie-

<sup>36</sup>González Lewis, Gustavo. "Perspectiva de la industria editorial en México" IN Libros de México, No. 15; p. 7 Ab.-Jun. 1989.

<sup>37</sup>Salazar, Juan José. "La industria editorial y los libros en México: cambios y permanencias" Ibid p. 28.

<sup>38</sup>González Lewis, Gustavo. "Perspectiva de la industria editorial en México" IN Libros de México, No. 15; p. 5

ran 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.<sup>36</sup>

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 espera que en un plazo razonable la Ley del Libro y la Lectura, que incluye el precio único, facilite la apertura de nuevas librerías. Sólo así México podrá ser un país de lectores.<sup>37</sup>

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

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."<sup>38</sup>

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.

Existe una cantidad importante de instituciones que fomentan el desarrollo de la industria editorial, tanto en el plan nacional como internacional; se trata de organismos e instituciones gubernamentales y no gubernamentales que favorecen a la industria editorial en aras de objetivos educativos, 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.

## Fuentes consultadas

Aliaga, Carlos. "Logística editorial; sede berecurrirala tercerización" Encuadernadores, librerías, prosthilos y bibliotecas. México: Solareditores, 2005. pp. 107-108 (Serie Quehacer editorial)

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

Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana. <http://www.caniem.com/main/servicios.asp>

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

Comisión Nacional de Libros de Texto Gratuitos (México). <http://www.conaliteg.gob.mx/>

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

Consortio de Universidades Mexicanas: una alianza de calidad por la educación superior. <http://www.cumex.org.mx/consorcio/rectores.php>

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

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

Getino, Octavio. Las industrias culturales: entre el proteccionismo y la autosuficiencia. IN Pensar Iberoamérica: revista de cultura. <http://www.oei.es/pensar/iberoamerica/ric04a05.htm>

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

Indicadores clave de la tecnología 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](http://new.unctad.org/upload/docs/Core%20ICT%20Indicators_Esp.pdf)

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

"Libro electrónico" IN Ciberhabitat: biblioteca. <http://ciberhabitat.gob.mx/biblioteca/le/>

México. Consejo Nacional para la Cultura y las Artes. Biblioteca Vasconcelos: biblioteca pública de México. [http://www.bibliotecavasconcelos.gob.mx/html/red\\_organizacion.html](http://www.bibliotecavasconcelos.gob.mx/html/red_organizacion.html)

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

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

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

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

Pimentel, Manuel. Industria cultural en la sociedad del conocimiento. IN Cinco Días. com. [http://www.cinco-dias.com/articulo/opinion/Industria/cultural/sociedad/conocimiento/cdsopiE00/20051228cdscdiopi\\_2/Tes/](http://www.cinco-dias.com/articulo/opinion/Industria/cultural/sociedad/conocimiento/cdsopiE00/20051228cdscdiopi_2/Tes/)

Ramírez, Alejandro. "La industria del libro, la innovación y la gestión del conocimiento" IN Encuadernadores, librerías, prosthilos y bibliotecas. México: Solareditores, 2005. pp. 95-96. (Serie Quehacer editorial)

Reygadas Robles Gil, Rafael. Las organizaciones no gubernamentales (ONGs) y las organizaciones civiles de promoción del desarrollo (OCPDs) IN Vinculando.org: revista electrónica de desarrollos sustentables. [http://vinculando.org/sociedadcivil/abriendo\\_veredas/26\\_ong\\_ocpd.html](http://vinculando.org/sociedadcivil/abriendo_veredas/26_ong_ocpd.html)

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.

Salvat, Manuel, dir. *El libro ayer, hoy y mañana*. Madrid : Salvat, 1973 . 154 p.

Sierra, Jorge Alfonso. *Manual de gestión y mercadeo para editoriales universitarias*. Bogotá: CERLAL, 1991. 26 p.

"Vázquez-Figueroa distribuye gratuitamente un novel por mil millones de dólares en Internet" *IN Sociedad de la información*.

Villamil, Jenaro. "El papel de México en la sociedad de la información" <http://cofradia.org/modules.php?name=News&file=print&sid=7215>

Villar, Jorge. *Las edades del libro: una crónica de la edición mundial*. Madrid: Debate, 2002. 235 p.