

*Entre la diatriba
y el encomio:
los presentes
y futuros borrascosos del libro*



Fabricio Mijares • Juan Domingo Argüelles • Elisa Tovar
Villegas • Gerardo Kloss • Camilo Ayala Ochoa • Sandro Cohen
• José Roberto Mendirichaga • Rafael González Bautista
• Xilué Zenker • Arturo García Abraján • Sofía de la Mora
Campos • Viviana Paredes Estapé • Julio Sanz Crespo

Quehacer editorial 16

*Entre la diatriba y el encomio:
los presentes y futuros
borrascosos del libro*

Director general

Alejandro Zenker

alejandro.zenker@solareditores.com

Consejo Editorial

Alejandro Zenker	Jesús R. Anaya Rosique
Arturo Ahmed Romero	Juan Domingo Argüelles
Camilo Ayala Ochoa	Lourdes Epstein
Carlos Anaya Rosique	Margarita Sologuren [†]
César Augusto Pérez Gamboa	Virginia Krasniansky
Mauricio López Valdés	Sofía de la Mora
Xilué Zenker	

Cuidado editorial

Elizabeth González

Coordinación editorial

Pilar Flores

Formación y tipografía

Víctor Daniel Abarca

Las citas de las falsas de este número están tomadas de *Manual de edición. Guía para estos tiempos revueltos*, de Manuel Gil y Martín Gómez, publicado en Bogotá por el Centro Regional para el Fomento del Libro en América Latina y el Caribe en 2016, y corresponden a las páginas 196, 40, 184, 57 y 73.

Quehacer editorial es una publicación que surgió en 2002 y se propuso como un foro abierto de información, reflexión, análisis y debate en torno a la edición en una época de rápidos cambios. Desde entonces se ha publicado de manera totalmente independiente. Así pues, *Quehacer editorial*, la revista que es libro, busca llevar la palabra del autor al lector mediante una reflexión constante sobre las ciencias y artes del libro, así como la opinión del lector a los autores y editores para que la asimilen.

Quehacer editorial es una publicación abierta, de análisis y debate, por lo que las opiniones expresadas en sus páginas no reflejan forzosamente las de sus editores, sino las de los autores, únicos responsables de sus artículos. No respondemos por originales no solicitados, pero invitamos a todos los involucrados en el proceso de producción y en el ciclo del libro a enviarnos sus colaboraciones a la dirección quehacereditorial@edicionesdelermitano.com. La versión electrónica de la serie la encuentran en nuestra página www.quehacereditorial.com.

Visite también la página www.edicionesdelermitano.com para conocer nuestro catálogo.

Publicación realizada en colaboración con el Instituto del Libro y la Lectura, A.C. (ILLAC).

Primera edición, diciembre de 2016.

© 2016, Solar, Servicios Editoriales, S.A. de C.V.

ISBN: 978-607-8412-50-1

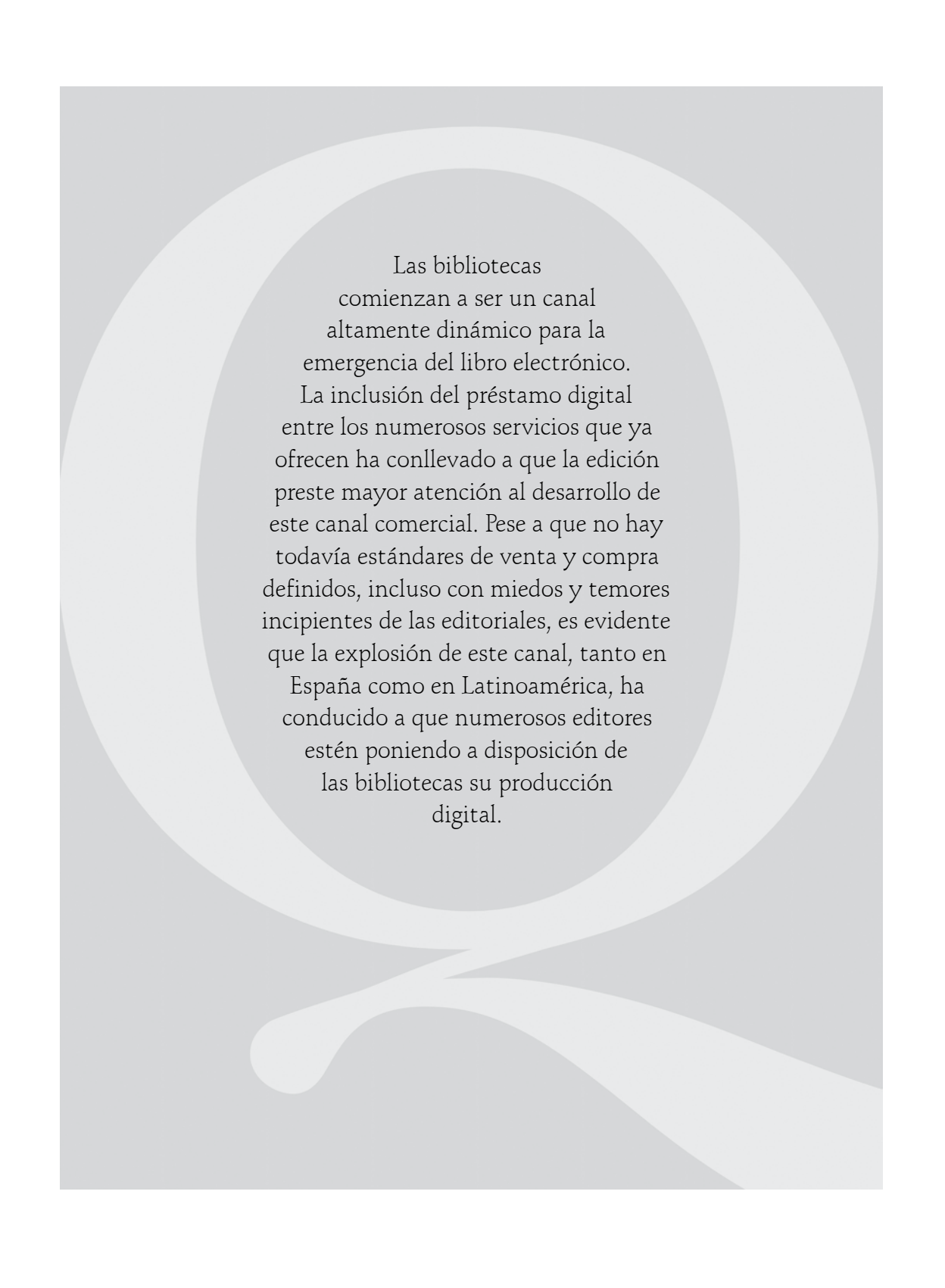
Solar, Servicios Editoriales, S.A. de C.V., Calle 2 número 21, San Pedro de los Pinos, 03800 México, D.F.
Teléfono y fax: +52 (55) 5515-1657 con 12 líneas. www.solareditores.com

Hecho en México/Made in Mexico.

Contenido número 16

- 7 Algunos apuntes sobre la importancia
de la biblioteca escolar,
Fabricio Mijares
- 27 El gasto cultural y la lectura como pretexto,
Juan Domingo Argüelles
- 39 El editor de libros de texto, un malabarista
desconfiado,
Elisa Tovar Villegas
- 47 Caminito de la escuela,
Gerardo Kloss
- 65 Líneas de encomio al editor universitario,
Camilo Ayala Ochoa
- 79 Evolución de la lectura: de la arcilla a la nube,
Sandro Cohen
- 93 Escritura, lectura y futuro de la prensa,
José Roberto Mendirichaga
- 111 El extraño enemigo,
Rafael González Bautista
- 125 Los libros ya no se venden como antes,
Xiluén Zenker

- 135** Vida de librero,
Arturo García Abraján
- 153** La librería del lector,
Sofía de la Mora Campos
- 175** ¿Y los *e-books*... apá?,
Viviana Paredes Estapé
- 183** Propuesta para impulsar la industria editorial
en México,
Julio Sanz Crespo



Las bibliotecas
comienzan a ser un canal
altamente dinámico para la
emergencia del libro electrónico.

La inclusión del préstamo digital
entre los numerosos servicios que ya
ofrecen ha conllevado a que la edición
preste mayor atención al desarrollo de
este canal comercial. Pese a que no hay
todavía estándares de venta y compra
definidos, incluso con miedos y temores
incipientes de las editoriales, es evidente
que la explosión de este canal, tanto en
España como en Latinoamérica, ha
conducido a que numerosos editores
estén poniendo a disposición de
las bibliotecas su producción
digital.

Algunos apuntes sobre la importancia de la biblioteca escolar

Desayuno, comida, té. En casos extremos, desayuno, almuerzo, comida, té, cena y un vaso de algo caliente a la hora de irse a la cama. ¡Cuántos cuidados nos tomamos en alimentar a nuestro afortunado cuerpo! Pero, ¿cuántos de nosotros hacemos algo similar por su mente? ¿Y qué es lo que marca la diferencia? ¿Es el cuerpo, con mucho el más importante de los dos?

LEWIS CARROLL

El problema de los bajos índices lectores en México se ha entendido y abordado mal. Su medición ha estado limitada a índices cuantitativos (PISA)* o a mediciones muy generales sobre “consumo cultural” (INEGI, Conaculta); sin embargo, la problemática de las prácticas lectoras debe abordarse desde diferentes aspectos que superan en mucho la sola cuantificación de textos leídos por persona o de dinero y tiempo invertido en actividades culturales. Las mediciones deberían arrojar datos no solo socioeconómicos, sino también sobre el ambiente social, familiar y escolar de los entrevistados.

Al respecto, Joëlle Bahloul, en su estudio *Lecturas precarias*, escribe: “Se trata aquí de explorar el tejido social en el cual se despliegan las prácticas de la ‘poca lectura’. ¿Cómo toma alguien la iniciativa de leer? ¿Cuál es la fuente estimulante? ¿Cómo se adquieren los libros que se leen?

La perspectiva cualitativa y sociológica del estudio de los “poco lectores” entiende la lectura como una práctica social en su totalidad y no como puramente cultural.

* Programa para la Evaluación Internacional de Alumnos.

¿Qué sucede con los libros adquiridos? ¿Son leídos o se conservan en la biblioteca en calidad de simples objetos de ornato? ¿Cuándo y dónde se lee? ¿Qué tipo de lectura se practica?¹

Sin esta clase de preguntas, con sus respectivas respuestas, los indicadores de los que partimos para solucionar el problema resultan, por decir lo menos, incompletos.

La biblioteca es percibida (por los "poco lectores") como marco coactivo de la lectura. No es visitada para leer en el lugar ni para solicitar el préstamo de obras, práctica que sí se observa entre los medianos lectores de origen social poco elevado.

A esto debemos añadir otra consideración, lo que llamo la "plusvalía de la lectura", es decir, ¿qué papel desempeñan los lectores consumados en la toma de decisiones del país?, ¿cuál es el reconocimiento social hacia estos?, ¿qué opina la comunidad en su conjunto de los que sí leen?, ¿qué valor se le da, como país, a los libros y las bibliotecas?

En suma, ¿qué representación social tienen las prácticas lectoras? y ¿qué relación tiene la lectura con el consumo cultural? No se trata solo de medir cuántos libros se leen al año, sino, más bien, saber qué papel tiene la cultura en la sociedad mexicana y, dentro de este paradigma, ¿qué lugar ocupa la actividad lectora?, ¿cómo andamos en la creación de espacios para leer: bibliotecas, salas de lectura?, ¿cuál es la situación de las bibliotecas escolares? Los que nos dedicamos al fomento de la lectura creemos que, al menos en políticas públicas, los avances son escasos, aunque en el discurso se señale una y otra vez que el Estado está preocupado por el tema, en la práctica no hay grandes cambios desde que se inició con la idea de hacer de México un país de lectores.

Si bien ha habido planes y programas como México Lee o, más recientemente, el Programa Nacional de Lectura, no han sido debidamente acompañados para su implementación, pues las preguntas que el gobierno se hace en torno a la importancia de la lectura son escasas y terminan siempre con la misma respuesta: la cuantificación de los textos leídos por los mexicanos y por los estudiantes. Coincido en que los planes para mejorar los hábitos lectores deben implementarse desde la educación básica, es ahí

¹ Joëlle Bahloul, *Lecturas precarias*, México, FCE, 2002, p. 32.

donde tenemos que seguir trabajando, y la única manera de hacerlo es creando un sistema de bibliotecas escolares pertinente, como lo han hecho varios países que han legislado y creado instituciones encargadas de llevar a cabo los objetivos de dotar de bibliotecas y materiales educativos a los estudiantes. Un ejemplo en América Latina es Chile, con el programa Bibliotecas Escolares CRA (Centro de Recursos para el Aprendizaje), cuya misión es:

Las bibliotecas escolares fomentan el interés por la información, la lectura y el conocimiento como elementos que constituyen el camino hacia el saber y la formación personal.

- Fomentar el interés por la información, la lectura y el conocimiento a través de espacios creativos de encuentro y aprendizaje para la comunidad escolar.

En esta misión se conjugan diversos conceptos que describen la razón de ser del CRA y entregan orientaciones específicas sobre lo que son y a lo que debieran aspirar. Este modelo toma cuerpo en la publicación *Estándares para las Bibliotecas Escolares CRA*.

En primer lugar, las bibliotecas escolares fomentan el interés por la información, la lectura y el conocimiento, entendiéndolos como los elementos que constituyen el camino hacia el saber y la formación personal. Esto se logra a través de una innovación constante de su gestión pedagógica y administrativa.

- Las bibliotecas escolares deben avivar el interés por la información, la lectura y el conocimiento.

Para ello es necesario que cuenten con una institucionalidad que avale su trabajo y les permita poner a disposición de sus usuarios los recursos y herramientas para su formación integral. Estos deben ser relevantes para el proyecto educativo del establecimiento, considerando la gestión curricular, el fomento de la lectura, la investigación y la alfabetización informacional.

Todos los miembros de una comunidad escolar deben tener acceso a los servicios de su biblioteca.

En segundo lugar, las Bibliotecas Escolares CRA ponen a disposición de la comunidad educativa espacios que van más allá de lo físico propiamente. Se trata de generar y mantener espacios creativos y dinámicos, que permitan crear y estimular los sentidos; que se relacionen con otros ámbitos del establecimiento y

que promuevan el desarrollo de la comunidad escolar en su ser personal y en su ser ciudadano. Además, es necesario que estén definidos y organizados adecuadamente, que resulten acogedores para los usuarios y a la vez les permitan el libre acceso a los recursos.

En tercer lugar, la Biblioteca Escolar CRA busca generar instancias de encuentro y aprendizaje a través de experiencias significativas vinculadas al proceso de enseñanza, lo recreacional y la vida cotidiana. De esta manera se genera un impacto en los individuos y en la comunidad, a través del intercambio humano y cultural entre los distintos actores. Por último, no hay que olvidar que el trabajo de las Bibliotecas Escolares CRA está orientado a la comunidad escolar en su conjunto: estudiantes, docentes, directivos, administrativos, padres y apoderados, es decir, a todo aquel que tiene relación con el establecimiento, en su ámbito interno y externo. Esto incluye la creación de redes de colaboración con diversas entidades culturales, académicas y otras bibliotecas.²

Las Bibliotecas CRA son un espacio para el aprendizaje y la investigación, apoyan al maestro y sus prácticas pedagógicas, a los alumnos con sus tareas y centralizan y sistematizan los recursos con que se cuenta.

Como se observa, a los chilenos ya les quedó claro el papel de la biblioteca en el proceso de enseñanza-aprendizaje. Han ido formando una red cada vez más amplia de bibliotecas (en Latinoamérica es el único país que tiene una Ley de Bibliotecas Escolares) dotadas de materiales educativos, y han concientizado a los involucrados de la centralidad de la biblioteca en la vida cotidiana de los estudiantes, de los profesores, de los padres de familia y de la comunidad en su conjunto.

¿Cuál es la situación real de la biblioteca escolar en México? Al respecto, en 2010 la Secretaría de Educación Pública (SEP), junto con la Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación, la Ciencia y la Salud, publicó lo que hasta ahora es el único diagnóstico que tenemos para

² Véase Ministerio de Educación, Gobierno de Chile, Bibliotecas Escolares CRA, disponible en <<http://www.bibliotecas-cra.cl/?q=mision>>.

abordar el asunto. El estudio lleva por nombre *Las bibliotecas escolares en México, un diagnóstico desde la comunidad escolar* y es un análisis descriptivo sobre la situación que abarca diferentes aspectos, como acervos, espacio e instalaciones, equipamiento y tecnologías, personal, servicios, gestión y funcionamiento. “Durante la investigación se propuso averiguar, en primer lugar, si existían —bajo este concepto— bibliotecas en las escuelas que participaron en la muestra y, en su caso, obtener información sobre sus componentes. Se indagó, asimismo, sobre los usos más comunes que se les da, la relación que establecen con ella los diferentes miembros de la comunidad escolar, así como su percepción de la misma.”³ “El levantamiento de la información se llevó a cabo del 4 de diciembre de 2008 al 14 de enero de 2009, en 187 de las 200 escuelas que conformaron la muestra, de un universo de 189356. Se aplicó, por lo tanto, un total de 5352 cuestionarios a alumnos, maestros, directores y responsables de las bibliotecas.”⁴ A ello súmese un protocolo de observación.

Contar con los datos que arrojó este trabajo permite saber dónde estamos y planear a futuro políticas y estrategias para las BE, ayuda a tomar decisiones pertinentes sobre la necesidad o urgencia de tal o cual aspecto para la instalación y funcionamiento de una BE, y a entender cómo ven la biblioteca los demás miembros de la comunidad escolar y cómo se relacionan con ella.

Veamos algunos aspectos importantes que reportó el diagnóstico sobre las BE en México, empezando por los acervos y la tipología de los documentos: “Los bibliotecarios destacan la existencia —en sus bibliotecas— de libros y materiales literarios (89%), informativos (80%), de consulta (79%), de texto (59%), de lectura para docentes (54%)

No es suficiente el buen funcionamiento de las bibliotecas escolares para lograr las metas propuestas. Se requiere que los profesores disfruten con la lectura e incorporen el uso de la biblioteca a sus enseñanzas.

Siempre ayuda que los padres lean y animen a leer a sus hijos. De nada sirven las bibliotecas si nadie las usa.

³ Véase Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación, la Ciencia y la Cultura, *Las bibliotecas escolares en México. Un diagnóstico desde la comunidad escolar*, México, 2010, en <http://www.oei.es/historico/publicaciones/detalle_publicacion.php?id=121>, [consulta: octubre de 2016].

⁴ *Idem.*

En las bibliotecas escolares en México predominan los materiales literarios (89%), informativos (80%) y de consulta (79%).

Más de 40% de los bibliotecarios encuestados en México reportan no tener ningún libro en una lengua diferente del español.

y de actualización (43%). Por otra parte, señalan la escasa presencia de documentos electrónicos (15%) y de material para necesidades educativas especiales (17%)”.⁵ El dato que sobresale es la insuficiencia de materiales electrónicos y la gran cantidad de materiales literarios que reportaron tener la mayoría de las escuelas. Esto coincide plenamente con lo señalado antes, el auge de las actividades de fomento de la lectura por encima de otros servicios para los cuales debería ser habilitada la biblioteca, también se relaciona con la manera en que los bibliotecarios adquieren los materiales, que en su mayoría llegan a la escuela por medio del Programa Nacional de Lectura (PNL) (97%). Es importante destacar la escasa presencia de libros de apoyo para los maestros (mediana de 20) y de libros informativos (mediana de 72).

En cuanto al espacio y las instalaciones, de 154 directores que respondieron la encuesta, 86 afirmaron que había un local específico para la biblioteca escolar. Esto indicaría que más de la mitad (56%) de las escuelas cuenta con un espacio especial. Sin embargo, el resultado no es del todo congruente con las respuestas que los mismos directores aportan acerca del sitio donde ubican los libros. Menos de la mitad (42%) afirma que se encuentran, efectivamente, en la biblioteca escolar, y 17% dice no contar con espacio para la misma. El resto de los directores informa que los libros se encuentran en algún salón (19%), en la dirección (8%), repartidos en los salones (7%), en el salón de usos múltiples (6%) o en la bodega (1%). Estos espacios alternativos son considerados como “locales específicos” solo algunas veces.

Esta aparente incongruencia pudiera estar relacionada con cierta ambigüedad en la pregunta, lo que hace que el director interprete la palabra “específico” en su acepción de “exclusivo”. En general, suponemos que un porcentaje de escuelas, que oscila entre 56 y 42%, cuenta con un sitio específico para la ubicación de los libros, entendido como un local dedicado, con carácter permanente, a la ubicación

⁵ *Idem.*

y exposición de los mismos. Por otro lado, las dimensiones no son las apropiadas. Se reportó que, en promedio, los espacios destinados a la BE medían 45.9 m², por lo que “39% no alcanza la capacidad para trabajar con un grupo, solo para el trabajo de usuarios aislados; 32% de los espacios permite trabajar con un grupo, pero sin atender, al mismo tiempo, a otros usuarios; mientras que 29% permite estos dos tipos de actividades de forma simultánea”. Con estos datos es entendible que las bibliotecas, en su mayoría, tampoco se encuentren ubicadas en un lugar visible o de fácil acceso. Sorprende que el decreto por el que se crea la Dirección de Educación Secundaria adscrita a la SEP (1 de enero de 1926) mencione las bibliotecas como parte de los anexos de la escuela y que, sin embargo, la mayoría no contemple o conserve tal espacio para la biblioteca.

En el capítulo “Equipamiento y tecnologías”, el estudio señala: “Un tercio de las bibliotecas no cuenta con mobiliario mínimamente adecuado o resulta insuficiente; mientras que solo en una quinta parte existe mobiliario diseñado y adquirido exclusivamente para la función que debe cumplir dentro de la biblioteca”. Por último, casi la mitad de las bibliotecas no cuenta con espacio ni mobiliario destinado al maestro bibliotecario; por otro lado, en cuanto al equipamiento informático y electrónico, las observaciones se centraron en el número de computadoras, así como en el de reproductores de audio, video y proyectores de imágenes. En la mayoría de las bibliotecas no existe ninguno de estos equipos: “Se encuentran frecuentemente reproductores de audio y algunos de video. Una cuarta parte cuenta con computadoras y alrededor de 10% solamente tiene una”.⁶ Encontramos, en suma, que las bibliotecas escolares examinadas muestran una carencia de los equipos que requerirían para cumplir su función con versatilidad. Lo mismo ocurre con las computadoras disponibles para usuarios y con la conectividad, la mayoría reporta carencias al respecto.

La escasa señalización respecto al espacio en el que se encuentra la biblioteca y la poca difusión de la misma, en algunas escuelas, reflejan que no ocupa un lugar central.

Casi 90% de las bibliotecas no cuenta con extintores ni planes de evacuación; en 80% los sistemas antirrobo se limitan a una chapa; en 55% no hay salida de emergencia y solo 2% presentan condiciones óptimas de seguridad.

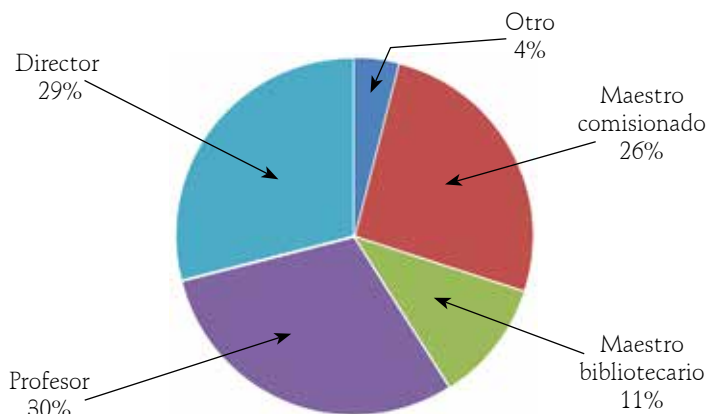
⁶ *Idem.*

En las modalidades indígenas de primaria y preescolar se encuentran las escuelas con el menor número de responsables de las bibliotecas escolares.

En relación con el personal encargado de la biblioteca (bibliotecario), entre 11 y 37% de las escuelas examinadas no tienen un responsable exclusivo, y otras tantas tienen uno que además realiza otras labores; alrededor de 60% no cuenta con una persona cuya responsabilidad exclusiva sea el manejo de la biblioteca. La proporción seguramente sería mayor si consideramos que muchos maestros comisionados están también al cuidado de grupos de alumnos. Se puede concluir, por lo tanto, que en más de la mitad de las escuelas examinadas las bibliotecas escolares se encuentran en etapa incipiente debido a que la persona responsable debe atender obligaciones administrativas o docentes que limitan su disponibilidad de tiempo para dedicarse a las labores propias de la biblioteca (véase la gráfica 1).

Respecto a los servicios que se ofrecen a los usuarios, se obtuvieron los siguientes indicadores: “Los bibliotecarios afirmaron que, por lo general, las bibliotecas tienen entre uno y tres servicios (62%), aun cuando, excepcionalmente, pueda haber hasta más de diez. Los que se encuentran con mayor frecuencia son los de préstamo —interno o a domicilio (70%)— y de lectura libre en el local de la biblioteca (63%); en segundo lugar, los servicios de informa-

GRÁFICA 1
Perfil del responsable de las BE



GRÁFICA 2
Servicios ofrecidos en la BE



ción sobre la organización del acervo (43%), asesoría en labores de investigación (34%) y lectura en voz alta (32%). Con menor frecuencia se organizan actividades de apoyo al proyecto escolar, así como a proyectos de investigación de los docentes (20%), presentaciones de libros (20%), uso de computadoras, acceso a internet y obtención de documentos de otras bibliotecas (menos de 10%)”.⁷ De los datos obtenidos en este rubro, es importante destacar dos asuntos. Primero, la poca importancia que los bibliotecarios le otorgan a los servicios de información, por lo que, entre los que más reportan se incluye la elaboración de bibliografías (25%) y de algunas publicaciones propias (20%). Segundo, los directores señalaron que hay bibliotecas, aunque muy pocas, que permanecen abiertas fuera del horario escolar, permiten leer y hacer tareas en la sala y autorizan préstamos de libros (véase la gráfica 2).

Otro dato que destaca es el relacionado con la formación de usuarios: “La mayoría de los bibliotecarios ofrece

Los criterios para la designación de responsables de la biblioteca escolar son: consulta al colectivo docente, ofrecimiento voluntario y disponibilidad de horario.

⁷ *Idem.*

En el imaginario del maestro sobre las funciones del bibliotecario, las tareas administrativas ocupan el primer lugar, seguidas por el desarrollo de tareas pedagógicas en las que participan los alumnos.

estos programas: con mayor frecuencia, el de fomento de la lectura (77%), seguido por el de formación de alumnos en el uso de la biblioteca (40%), y con poca frecuencia, el de formación de alumnos en el uso de las tecnologías de la información (7%).

Los maestros, por su parte, manifiestan haber participado en programas, organizados por la biblioteca, de fomento de la lectura (53%) y, en menor proporción, relacionados con la formación de usuarios (36%). Su participación en programas sobre el uso de tecnologías de la información es menos frecuente (18%)⁸.

A partir de 2001, con la entrada en vigor del PNL, se generalizó en las escuelas la instalación de bibliotecas; sin embargo, en el estudio observamos la falta de consolidación de estas:

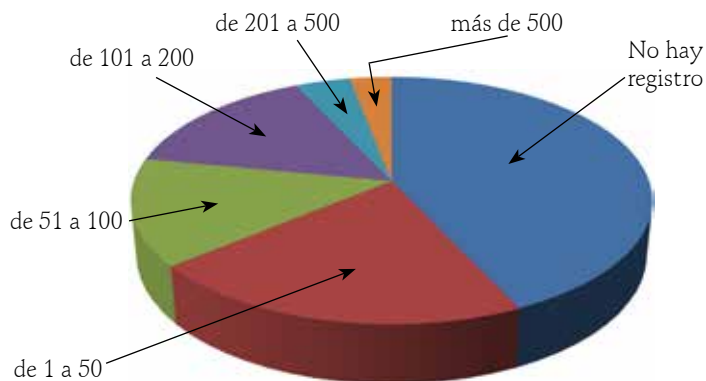
Según refieren los directores, solamente existen proyectos de mejora en menos de la mitad de las bibliotecas examinadas (45%). Muchos perciben un mejoramiento importante (2001-2003) de las bibliotecas en ese periodo (77%), especialmente en lo que respecta a la cantidad de materiales (51%) y a un mejor servicio (23%). En contraste, no aluden a una mejoría tan significativa en el espacio disponible (solo 14% la percibe), en los hábitos de lectura (10%) y en el tiempo que los encargados de la biblioteca le dedican a la misma (2%).

Muy pocas bibliotecas permanecen abiertas fuera del horario escolar y permiten leer y hacer tareas en la sala y autorizan préstamos de libros.

Esto se debe a que, si bien el PNL dota de libros a las escuelas, no hay presupuesto asignado que les permita mejorar sus instalaciones o adecuar sus servicios a un presupuesto anual que les ayude a consolidar un plan de trabajo a largo plazo. En ese sentido, el estudio también señala que tanto los profesores, los directivos y el bibliotecario coinciden en “que se dote a la biblioteca de más equipo electrónico e informático, se mejore el espacio y las instalaciones, se disponga de más presupuesto para

⁸ *Idem.*

GRÁFICA 3
Frecuencia de visitas de alumnos al mes



renovar y actualizar las colecciones, y que la biblioteca sea más visitada por los alumnos” (véase la gráfica 3). Entre las mejoras menos urgentes mencionan: “Ampliar el horario de apertura de la biblioteca; mayor colaboración con otras bibliotecas; más libros en lenguas indígenas, especialmente para las escuelas generales; más tiempo dedicado por el responsable; mejor coordinación entre profesores y responsables de bibliotecas”.⁹

Si bien el estudio data de 2010, no tenemos otro diagnóstico hasta la fecha para saber si la situación ha mejorado. En mi experiencia como consultor bibliotecario y promotor de la lectura, creo que las condiciones de equipamiento e instalación de bibliotecas escolares siguen siendo muy parecidas a lo que arrojó este trabajo. Ha habido una mayor dotación de material bibliográfico por parte de la SEP, pero en lo referente a la instalación real de un espacio independiente para la biblioteca en los colegios de educación básica, tanto públicos como privados, la situación es la misma o ha empeorado, debido a que las políticas públicas no han estado a la altura del reto, no hay ley ni reglamento que contemple la biblioteca escolar como un todo.

Se percibe una biblioteca escolar aislada, sin relación con otras bibliotecas ni intercambio de materiales ni de actividades.

⁹ *Idem.*

*Cuando los
bibliotecarios y los
docentes cooperan,
los docentes logran
niveles más altos
en conocimientos,
lectura, aprendizaje,
solución de problemas
y competencias en
tecnologías de la
información y la
comunicación.*

En la Ley de Fomento para la Lectura y el Libro, artículo 10, se señala que corresponde a la Secretaría de Educación Pública: “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”.¹⁰ Fuera de esta breve mención no hay más referencia en dicha Ley, obviando la relevancia para la calidad educativa (asunto tan de moda) de las BE, como lo muestran diferentes estudios e investigaciones que, desde hace años, dan cuenta de la importancia de la biblioteca escolar en la formación y capacitación de los alumnos. Por mencionar un caso significativo, en Estados Unidos los estados que cuentan con un sistema de bibliotecas escolares institucionalizado salen mejor puntuados que aquellos que no han puesto el mismo interés en el asunto. Ejemplos:

Alaska (Lance, 1999): cuanto más frecuentemente reciban los alumnos instrucción sobre el manejo de información por parte de coordinadores CRA, más altas son las calificaciones en las pruebas.¹¹

Colorado (Lance, 1993; Lance, 2000): la cantidad de personal y el tamaño de la colección de la biblioteca explican la variación de 21% en las calificaciones de alumnos de 7º grado en las Pruebas de Habilidades Básicas de Iowa (Iowa Tests of Basic Skills), independientemente de las condiciones socioeconómicas (1993). Los alumnos de escuela básica con bibliotecarios-profesores más colaboradores obtuvieron calificaciones 21% más altas que los alumnos con bibliotecarios-profesores

¹⁰ Ley de Fomento para la Lectura y el Libro, México, Cámara de Diputados, 2010, p. 24.

¹¹ Los ejemplos fueron tomados de Carole Cummings y Loreto Michea (eds.), *Las bibliotecas escolares ¡funcionan!*, trad. Mónica Cumar, Santiago de Chile, Scholastic, Research & Results/Bibliotecas Escolares CRA, 2005.

menos comprometidos, según el Colorado Student Assessment Program (Programa Evaluativo de Alumnos de Colorado, 2000).

Florida (Baumbach, 2002): en escuelas básicas (hasta 5° grado) donde los programas de biblioteca cuentan con personal durante 60 o más horas a la semana, se muestra un mejoramiento de 9% en las calificaciones de pruebas, sobre aquellas que cuentan con personal durante menos de 60 horas. En escuelas de enseñanza básica (niveles 6° a 8°), donde los programas de biblioteca cuentan con personal durante 60 o más horas a la semana, hay un mejoramiento de 3.3% en las calificaciones de pruebas sobre aquellos que cuentan con personal durante menos de 60 horas.

Michigan (Rodney, Lance y Hamilton-Pennell, 2003): en las escuelas básicas con más altas calificaciones en comprensión de lectura del Programa Evaluativo Educativo de Michigan (Michigan Educational Assessment Program), es cuatro veces más probable que los profesores y los alumnos visiten la biblioteca en un horario flexible, comparados con sus pares de las escuelas con calificaciones más bajas. Las calificaciones en pruebas de lectura del MEAP suben en la medida en que los programas de bibliotecas escolares del estado son encabezados por coordinadores CRA.

Investigaciones en Estados Unidos han demostrado que las bibliotecas escolares son factores que influyen de manera positiva en el desempeño académico de los estudiantes.

Como se observa, cada vez es más clara la relación entre estudiantes mejor evaluados en diversas pruebas y la existencia de una biblioteca escolar. Se podrían citar otros estudios de países europeos, pero la intención no es enumerar los avances en otras regiones, sino dejar sobre la mesa el tema de la importancia de la biblioteca en el aprovechamiento de los alumnos y proponer un modelo que, tomando en cuenta los estudios anteriores, contribuya a la elaboración de un diseño de biblioteca escolar acorde con las características del país. Si bien se ha venido avanzando con recomendaciones por parte de la SEP sobre lo que es, para qué sirve y cómo se instala una biblioteca escolar, no

han fructificado en una legislación. Al respecto, ayudaría mucho si los legisladores valoraran lo importante que es para las escuelas de educación básica contar con una biblioteca dotada de suficientes recursos para la enseñanza.

Propuesta de Modelo de Biblioteca Escolar

El problema del libro no está en los millones de pobres que apenas saben leer y escribir, sino en los millones de universitarios que no quieren leer... Lo cual implica (porque la lectura hace vicio, como fumar) que nunca le han dado el golpe a la lectura: que nunca han llegado a saber lo que es leer.

GABRIEL ZAID

La educación durante toda la vida se presenta como una de las llaves de acceso al siglo XXI.

JACQUES DELORS

*Los cuatro pilares
de la educación son:
aprender a conocer,
aprender a hacer,
aprender a convivir y
aprender a ser.*

En el informe que presentó a la UNESCO en 1996 la Comisión Internacional sobre la Educación para el Siglo XXI, el presidente Jacques Delors habló de los cuatro pilares de la educación: aprender a conocer, aprender a hacer, aprender a vivir con los demás y, por último, aprender a ser.¹²

- Aprender a conocer, combinando una cultura general suficientemente amplia con la posibilidad de profundizar los conocimientos en un pequeño número de materias. Lo que supone, además, aprender a aprender para aprovechar las posibilidades que ofrece la educación a lo largo de la vida.
- Aprender a hacer, a fin de adquirir no solo una calificación profesional, sino, más generalmente, una competencia que capacite al individuo para enfrentar gran número de situaciones y a trabajar en equi-

¹² Véase Jacques Delors et al., *La educación encierra un tesoro. Informe a la UNESCO de la Comisión Internacional sobre la Educación para el siglo XXI*, París, UNESCO, 1996, en <<http://unesdoc.unesco.org/images/0010/001095/109590so.pdf>>, [consulta: octubre de 2016].

po. Aprender a hacer en el marco de las distintas experiencias sociales o de trabajo que se ofrecen a los jóvenes y adolescentes, ya sea espontáneamente a causa del contexto social o nacional, o bien formalmente, gracias al desarrollo de la enseñanza por la alternancia.

- Aprender a vivir juntos desarrollando la comprensión del otro y la percepción de las formas de interdependencia —realizar proyectos comunes y prepararse para tratar los conflictos— respetando los valores de pluralismo, comprensión mutua y paz.
- Aprender a ser para que florezca mejor la propia personalidad y estar en condiciones de obrar con creciente capacidad de autonomía, de juicio y de responsabilidad personal. Con tal fin, no hay que menospreciar en la educación ninguna de las posibilidades de cada individuo: memoria, razonamiento, sentido estético, capacidades físicas, aptitud para comunicar...¹³

La educación básica es la encargada de generar la necesidad y el deseo de aprender a lo largo de la vida y de crear las herramientas cognitivas para que el individuo se asuma como sujeto activo de su aprendizaje.

Desde esta perspectiva, la educación se debe entender como un todo para la persona, por eso habla Delors de la “educación a lo largo de la vida”. En este sentido, es la escuela de la educación básica la encargada de generar en el individuo, por un lado, la necesidad y el deseo de aprender a lo largo de su vida y, por el otro, la formación y las herramientas cognitivas que le permitan asumirse como sujeto activo de su aprendizaje, porque no siempre el deseo va acompañado de las adecuadas estrategias para lograrlo, por lo que si bien es importante que haya el gusto por leer, igual de valioso es tener las herramientas para entender lo que se lee.

En general, las recomendaciones para la instalación y movilidad que da la SEP en relación con las BE es la adecuada.¹⁴ En el estudio *Las bibliotecas escolares en México*, del

¹³ *Idem.*

¹⁴ Véase <http://www.oei.es/historico/publicaciones/detalle_publicacion.php?id=121>.

que hemos obtenido los datos anteriores, en las conclusiones se hacen varias sugerencias tanto para la instalación como para los servicios bibliotecarios; las retomamos por parecernos convenientes y agregamos las nuestras con la intención de contribuir a la elaboración de un modelo pertinente de biblioteca escolar.

CONCLUSIONES

SUGERENCIAS

Acervos

El acervo es, sin duda, el componente más desarrollado en las bibliotecas escolares mexicanas. Las colecciones están bien representadas en cuanto a su composición temática y de género; es decir, libros literarios e informativos. Interesa señalar que los alumnos de secundaria prefieren los informativos sobre los literarios. Si bien las comunidades escolares valoran cada día más sus acervos, la organización y conservación de los mismos es insuficiente.

Que sea la comunidad escolar, con base en programas de trabajo entre la biblioteca y la escuela, la que decida sobre las adquisiciones, la conformación del acervo y que deje de ser la SEP la que, de manera centralizada, manda materiales sin consultar siquiera al bibliotecario ni conocer la dinámica particular entre cada BE y la escuela.

Espacio y equipamiento

Poco más de la mitad de las escuelas cuenta con espacios exclusivos para la biblioteca escolar y, en general, son pequeños e inadecuados. El número promedio de plazas disponibles permite atender nada más a la mitad de un grupo. Únicamente las secundarias técnicas tienen, en su mayoría, un local específico para la biblioteca escolar. En contraste, estos espacios no existen en los preescolares indígenas y los hay en muy pocas primarias indígenas. La mayoría de las bibliotecas carece de mobiliario diseñado para cumplir con su función. El espacio y los muebles para uso

Que las bibliotecas escolares cuenten con un espacio mínimo definido que les permita ofrecer más de un servicio a la vez; que se destine un área específica para las actividades de fomento de la lectura y otra para un módulo TIC, además de libreros específicos para maestros, y que puedan ir creciendo hasta formar un centro de documentación para profesores en cada escuela.

exclusivo del bibliotecario solo existen en la mitad de las escuelas, con excepción de las secundarias técnicas: más de la mitad cuenta con ambos.

Respecto al equipo informático y de conectividad, la situación es igualmente crítica en todos los niveles y las modalidades; el mayor reto en este rubro está en el nivel preescolar.

Personal

La mayoría de las escuelas cuenta con un responsable de la biblioteca. Pero solo una de cada diez tiene un maestro bibliotecario especialmente nombrado para desempeñar esa función. Por lo tanto, muchos de los responsables son maestros comisionados o directores sin un perfil claro para llevar a cabo esta tarea. El que tengan varias responsabilidades implica que no dispongan del tiempo necesario. Uno de los principales retos es la formación de los responsables de las bibliotecas. Las necesidades más sentidas, expresadas por ellos mismos, se relacionan con biblioteconomía, fomento de la lectura, literatura infantil y juvenil, y uso de las tecnologías de la información y la comunicación.

Tomemos aquí las sugerencias de las Directrices de la IFLA/UNESCO para la biblioteca escolar:

“El bibliotecario escolar es un miembro titulado de la plantilla con la responsabilidad de planificar y administrar la biblioteca escolar. Está respaldado por una plantilla lo más adecuada posible. Trabaja en colaboración con todos los miembros de la comunidad escolar y establece contactos con las bibliotecas públicas y con otras bibliotecas.”

Ahí mismo se lee: “La riqueza y la calidad de la biblioteca dependen de los recursos de personal disponibles dentro y más allá de la biblioteca escolar. Por este motivo, es de vital importancia contar con una plantilla bien formada y altamente motivada, que conste de un número suficiente de miembros según la dimensión de la escuela y sus necesidades específicas de servicio bibliotecario. La plantilla está formada por bibliotecarios titulados y bibliotecarios auxiliares. Además, puede existir una plantilla de apoyo, como por

ejemplo profesores, técnicos, padres y otros voluntarios. Los bibliotecarios escolares deben [...] contar con una formación adicional en teoría educacional y pedagogía.”

Servicios bibliotecarios

El servicio más común de la biblioteca escolar es el préstamo, interno y a domicilio: lo ofrecen casi tres cuartas partes de las escuelas, aun cuando su registro y control es escaso. Otros servicios, también entre los más comunes, son la lectura libre en el local de la biblioteca, cuando hay el espacio disponible, y la información a los usuarios sobre la organización del acervo.

Las bibliotecas escolares deben contar con al menos tres programas permanentes. En primer lugar, uno de fomento de la lectura, con horarios asignados por grupo con la participación directa del profesor como promotor primero de dicha actividad.

En segundo lugar, un programa de trabajo de investigación por proyecto, en el que participen de manera activa los profesores y el bibliotecario y que esté vinculado a los planes de estudio de la escuela.

Y, en tercer lugar, haciendo uso del módulo TIC, el bibliotecario, con la asesoría del profesor, debe responsabilizarse de la “alfabetización digital” de los alumnos, es decir, será el principal encargado de mostrar a los usuarios las diferentes fuentes de información, tanto digitales como tradicionales.

Gestión y funcionamiento

Más de dos terceras partes de las escuelas cuentan con un plan anual de trabajo de la biblioteca y reportan proyectos de lectura una cantidad similar de centros escolares. Llama la atención la escasa participación del equipo directivo en la elaboración del

Las bibliotecas deben contar con un horario ampliado, estar abiertas antes del ingreso de los niños a la escuela y cerrar por lo menos una hora después del horario de salida. Además del proyecto anual de trabajo de la biblioteca vinculado a los pla-

proyecto anual de la biblioteca; resalta que sea el director el menos participativo cuando, idealmente, debiera encabezar este esfuerzo. También importa señalar que dichos proyectos no cuentan con estadísticas sobre el uso de la biblioteca ni con las evaluaciones periódicas —con la participación del colectivo docente— que requerirían.

Los horarios de apertura son determinantes para que la biblioteca pueda cumplir con su objetivo. Si bien se sabe que el horario ideal sería de 30 horas a la semana, casi dos quintas partes de las bibliotecas solo abren entre una y cinco horas. Un tercio de los profesores van solos, y otro tercio nunca va.

Biblioteca de aula

Estas bibliotecas han tenido gran impacto y aceptación. La mayoría se encuentra en el aula y está al alcance de los usuarios. En general, a todos los niños pequeños les gustan mucho estos libros. Su uso más frecuente implica, también, un deterioro más rápido. Esto explica por qué gran parte de los salones tiene una mediana de 50 libros, cantidad mucho menor a la que deberían tener. “Aun cuando solo la mitad de las bibliotecas de aula tiene relación con la biblioteca escolar, se vislumbra una tendencia a considerarla como parte del acervo total de la escuela.”¹⁵

nes de estudio, en cuya elaboración debe participar toda la comunidad educativa, debe contar también con un programa general de servicios y funcionamiento y con un presupuesto propio.

Nota: para dar certidumbre a nuestro trabajo es importante impulsar con las autoridades la aprobación de una Ley de Bibliotecas Escolares.

La pertinencia de la biblioteca de aula está dada a partir del trabajo en grupo. El aprendizaje por competencias es la tendencia en educación y, para que este se dé, se requieren materiales en el aula, entre estos los libros son fundamentales. Por otro lado, la primera búsqueda de información en el aula debe complementarse con una búsqueda posterior en la BE.

Estas búsquedas deben sustentarse en los programas anuales de trabajo de las escuelas en los que la BE tiene un papel fundamental como principal centro de recursos de aprendizaje.

¹⁵ Véase <http://www.oei.es/historico/publicaciones/detalle_publicacion.php?id=121>.

Sabemos que la implementación de una red de bibliotecas escolares requiere de gran cantidad de recursos; sin embargo, a la larga el gasto en bibliotecas y materiales educativos termina siendo una inversión. Mientras esto es posible, la Secretaría de Educación Pública, por medio de la Dirección General de Bibliotecas, encargada de la amplia red de bibliotecas públicas del país (más de siete mil), podría utilizar algunos de estos espacios, adecuándolos, para que además de los servicios que ya ofrecen, atiendan a la población estudiantil como biblioteca escolar comunitaria, lo que se podría lograr georreferenciando las bibliotecas en relación con un conjunto de escuelas cercanas que, a través de la SEP, entrarían en comunicación para que dicha biblioteca elabore estrategias de atención a la población de su entorno.

El gasto cultural y la lectura como pretexto

México es uno de los países de América Latina que más invierte en programas de promoción y fomento de la lectura y, sin embargo, esta inversión sigue siendo insignificante dentro de un más que precario gasto general en cultura. En 2016 la inversión cultural (17 000 millones de pesos) apenas alcanzó medio punto porcentual (ni siquiera el 1%) del Presupuesto de Egresos de la Federación. Este porcentaje se reducirá aún más en 2017 con el recorte de casi 4 000 millones de pesos. La cultura es *indispensable*, pero especialmente en el discurso político.

Aunque en el presupuesto cultural suelen impactar las más peregrinas ocurrencias al amparo de la sentencia “todo es cultura”, en la distribución del gasto por programas presupuestarios (Cámara de Diputados, Dirección de Servicios de Investigación y Análisis, 2015), de los 17 000 millones de pesos que ejerció en 2016 la federación en el subsector cultural, 9 000 millones se destinaron al “impulso al desarrollo cultural”, poco más de 2 000 millones a “programas de cultura en las entidades federativas” y, adicionalmente, algo así como 1 000 millones más al Programa de Apoyo a la Infraestructura Cultural de los Estados (PAICE), Ciudades Patrimonio Mundial y Programa de Apoyo a las Culturas Municipales y Comunitarias (PACMYC). Esto quiere decir que la federación agrega unos dineros, en el rubro cultural, a las inversiones estatales y municipales.

Si el gobierno federal destina alrededor de 300 millones de pesos *exclusivamente* a las acciones y programas de

En 2016 la inversión cultural en México apenas alcanzó medio punto porcentual del presupuesto de Egresos de la Federación. En 2017 se reducirá más con el recorte a la cultura.

“La enorme importancia que tiene la lectura en el desarrollo de las personas” es puro discurso.

“promoción y fomento de la lectura”, es obvio que se trata de un monto más bien marginal y precario del presupuesto total de cultura por mucho que se enfatice, en el discurso, “la enorme importancia que tiene la lectura en el desarrollo de las personas”. Desde luego, un presupuesto destinado a una acción determinada no solo es importante por su cuantía, sino también por la forma y los mecanismos con que se le emplea, a fin de producir los resultados deseables. Lo peor es que este reducido presupuesto para cultura en general, y para los programas de promoción a la lectura en particular, es muchas veces mal utilizado y en no pocas ocasiones dilapidado.

Siendo así, es obvio que no produzca resultados no ya digamos buenos ni mucho menos óptimos, sino siquiera mínimamente aceptables, y en ello tienen mucho que ver las estrategias racionales, o la falta de ellas, lo mismo que el conocimiento, o el desconocimiento, del tema de la lectura por parte de quienes manejan, distribuyen y autorizan el uso de los recursos.

Los encargados de ejercer el exiguo presupuesto lo destinan a acciones que poco o nada tienen que ver con el fomento de la lectura.

En muchas partes del país, las personas encargadas de ejercer este ya de por sí exiguo presupuesto lo destinan a acciones que poco o nada tienen que ver efectivamente con lo que se denomina, pero no siempre se entiende, “promoción y fomento de la lectura”. Suele creerse que es suficiente que alguien (cualquier persona) “imparta” una “conferencia” sobre un “tema” en un festival o feria del libro para que de ello se desprenda, mágicamente, la promoción (impulso y mejora) y el fomento (calor y vigor) de la lectura.

No pocas veces los funcionarios que están a cargo de los programas de cultura en general (que suelen mezclarse con turismo y deporte), y de los cuales dependen las acciones de “promoción y fomento de la lectura”, parten de sus propios gustos y simpatías y de su particular concepto de “lectura”, y en función de esto proponen y contratan “servicios profesionales” que se cuelgan al rubro “promoción y fomento de la lectura”, pero que estrictamente ni promueven ni fomentan lectura alguna o, al menos, no la lectura que forma y transforma espiritual e intelectualmente a las

personas y que es la que le corresponde atender a las instituciones del Estado con los dineros de los contribuyentes.

En no pocos casos, gente que no tiene que ver absolutamente nada con la promoción y el fomento de la lectura absorbe los ya de por sí escasos recursos públicos al cobrar por actividades publicitarias del producto “libro”, que no aportan ningún beneficio de fomento de la lectura en un sentido cultural, que es de lo que en concreto debe ocupar el Estado, pues para efectos de la publicidad de su mercancía (así se trate de los mejores libros, aunque casi nunca sea el caso) son las empresas las que deben asumir este gasto, en lugar de mermar los ya de por sí magros presupuestos institucionales. Cada vez es más urgente la definición de indicadores y parámetros netamente culturales, del todo lógicos y coherentes, para el ejercicio del presupuesto cultural, a fin de no permitir que el erario se use para publicitar, en el rubro de “lectura”, simplemente productos bibliográficos, muchos de ellos contrarios al verdadero desarrollo intelectual. Hay quienes tendrían que pagar y no cobrar por difundir su mercancía, pero este negocio (para nada cultural) tampoco debe ser tarea del Estado.

Si, por ejemplo, a los gobernantes y funcionarios les gustan mucho los libros de chismes y autoayuda y las sabias disertaciones de sus autores, vinculados casi siempre a los medios electrónicos de información (radio, televisión e internet), que dispongan de sus recursos personales, habidos de su peculio, para divulgar esos productos, pero que no usen los recursos del Estado (que provienen de los impuestos) para hacerles publicidad. Figuras y “personalidades” de la radio, la televisión e internet, cuya idea de la cultura es generalmente opuesta a la creación literaria y al ejercicio intelectual, se dan el lujo de “educar” y “culturar”, especialmente a los adolescentes y a los jóvenes, luego de que el propio Estado les pone la mesa y, no conforme con esto, ¡como contraprestación!, les da elevadas sumas de dinero del presupuesto federal, estatal o municipal.

¿Qué tienen que ver muchas personas que utilizan el vehículo del “libro” (para difundir sus limitadas ideas y

Urge definir parámetros culturales, lógicos y coherentes, para el ejercicio del presupuesto institucional.

“Personalidades” de la radio, televisión e internet, se dan el lujo de “educar”, en especial a los adolescentes, y el propio Estado les paga elevadas sumas con dinero de los contribuyentes.

*No todos los que deciden
en el ámbito cultural
poseen un concepto
sólido de lo que debe
incentivar el Estado
como prioridad.*

obtener grandes ganancias económicas) con los programas de promoción y fomento de la lectura? Lo hemos preguntado en estas páginas más de una vez, y seguiremos preguntándolo, porque es obvio que muchas personas que tienen capacidad de decisión en el ámbito de la cultura no poseen ni remotamente un concepto cultural sólido y ni siquiera la noción de lo que debe incentivar e impulsar el Estado como prioridad.

Resulta obvio que no es lo mismo el fomento de la lectura, desde las acciones y los programas institucionales (llámense salas de lectura, ferias y festivales del libro, coloquios, diplomados, conferencias y talleres especializados en lectura, etc.) como parte del gasto público en inversión cultural (y con el propósito de motivar y formar lectores), que ciertas actividades empresariales que, aprovechando el viaje, y la manga ancha del término “cultura”, se montan en estos programas, sufragados por el Estado, con el único propósito de colocar su mercancía, es decir con fines de lucro, ¡pero con el apoyo del gobierno! (Por cierto, incluso en ferias universitarias del libro ya se hizo común esto.)

*Aunque finjan leer con
un libro en la mano,
por muy personajes
públicos que sean, los no
lectores no contagiarán
la lectura.*

Más de una vez hemos formulado otra pregunta necesaria y obligada: ¿pueden los no lectores contagiar la lectura? Y a ella hemos respondido en función de realidades y evidencias. Hemos dicho, y lo repetimos, que es del todo desatinada la creencia de que un personaje público con un libro en la mano promueva y fomenta la lectura, pues aunque finja un discurso lector (además de todo, inverosímil), un cantante o un comediante de televisión siempre serán vistos como lo que representan en las pantallas, y no precisamente como lectores.

Sostenemos, con base en estudios y experiencias, que leer libros de manera cotidiana es una práctica que todos podemos realizar en tanto estemos alfabetizados, pero nadie que sea visto como representante de otra pasión o vocación que no sea la lectura podrá convencer a otros de que la experiencia de leer resulta extraordinaria. Si de veras lo fuera, esos improvisados voceros de la lectura no

se dedicarían en cuerpo y alma a lo que hacen, que no es precisamente leer libros. Ningún desapasionado de la lectura puede transmitir a otros la pasión de leer. Por ello es del todo equivocada la ocurrencia de utilizar figuras públicas para dar consejos edificantes sobre asuntos de los que no pueden brindar ejemplo, sino todo lo contrario.

Lo peor de todo es que en las mismas instituciones públicas (sean federales, estatales o municipales) se tiene la falsa idea de que invertir dinero en “publicidad” lectora es contribuir decisivamente a la promoción y el fomento de la lectura. De ahí la abundancia de *spots* y eslóganes con los que ganan buen dinero las agencias publicitarias y los “creativos” de imagen, pero que no sirven absolutamente para la creación, ampliación y reforzamiento de públicos lectores desde un punto de vista cultural.

Quienes trabajamos en el ámbito de la lectura sabemos de las dificultades (o indigencias) presupuestarias que exhiben (o argumentan) las instituciones y los funcionarios para pagar (casi siempre una miseria) por los servicios profesionales en este rubro. Por ello escandaliza que, a pesar de estas dificultades y carencias, haya instituciones que, en nombre de la promoción y el fomento de la lectura, echen la casa por la ventana en la contratación de personas que están muy lejos de promover y fomentar la lectura que no sea la de sus propios libros (gente que ha publicado más libros de los que ha leído) a fin de incrementar sus ventas y, además de todo, propagar supercherías.

En agosto de 2016 se dio el caso del comediante de televisión Yordi Rosado, autor y vendedor de libros de “temas adolescentes” (entre la farándula, el antro, la sexualidad y el rollo motivacional), quien fue contratado con un monto mayor a los 120 000 pesos por el gobierno municipal de San Luis Potosí para impartir una conferencia (las autoridades dijeron que dos) en el marco del festival de las letras que cada año se realiza allá. El presidente municipal y sus subordinados encargados de la contratación argumentaron que la finalidad de llevar a este autor era “incentivar en los jóvenes el interés por los libros, despertar esa hambre por

Algunas instancias creen que con invertir en “publicidad” lectora contribuyen a la promoción de la lectura.

En cambio, las instituciones suelen pagar cantidades miserables —y con retraso— a los profesionales creadores de contenido y formadores de lectores.

la lectura”, y no dudaron en denominarlo “un gancho para que los jóvenes se motiven y adopten el hábito de la lectura”. El alcalde potosino fue más allá y declaró lo siguiente, con un extrañísimo sentido de la lógica: “Mucha gente de la clase popular no conoce a otros autores, pero sí a Yordi Rosado. Si traemos a los mejores escritores, mucha gente no los conoce, gente del ámbito popular, pero esta misma gente sí conoce o ha escuchado de Yordi Rosado”.

*“Si traemos a los
mejores escritores,
mucha gente no los
conoce; pero ¿quién no
ha oído hablar de Yordi
Rosado?”*

Ante la más que razonable y oportuna protesta de grupos culturales y literarios locales, y ante la polémica en el ámbito nacional, la conocidísima revista *TV Notas* informó: “Yordi Rosado cancela conferencia en Festival Literario de SLP. ¡Se quedó sin sus 123 000 pesos!”. Según esta publicación (que por supuesto la gente del ámbito popular sí conoce), “los 123 000 pesos que cobraría por acudir al XII Festival Internacional Letras de San Luis Potosí quedaron en promesa, luego de que Yordi Rosado decidió cancelar su conferencia ‘2-3 netas para adolescentes’, porque el Ayuntamiento no envió el contrato para que estuviera presente”. Agregó la revista que “a través de Facebook, el conductor de televisión deslindó su participación achacando que los organizadores no le enviaron el documento físico que avala su participación. Según los promotores del autor de *Quiúbole con...*, la conferencia se realizaría el viernes 9 de septiembre, pero los documentos oficiales jamás llegaron. Ante esto, el comediante optó por decirle adiós a su oportunidad de ganar 123 000 pesos en el Festival Potosino”.

Efectivamente, en un videomensaje de un minuto, el conferenciante magistral balconeo del siguiente modo a las autoridades responsables (la oratoria es del todo suya):

Hola, qué tal amigos de San Luis Potosí, bueno como ustedes saben este viernes 9 de septiembre yo iba a impartir la conferencia “2-3 netas para adolescentes” en la feria internacional de las letras (*sic*) y lamentablemente se tiene que cancelar esto por razones ajenas a mí, yo estoy en la mejor disposición y tengo el día más que apartado para poder cumplir con este compromiso, pero lamentablemente

la Dirección de Turismo y Cultura de Fomento a las Artes de San Luis Potosí [sic] pues no regresó firmado el contrato que la empresa que me representa le ha estado pidiendo, bueno esto ha sido de estar esperando dos o tres semanas el contrato que no sabemos por qué razón no se firma y bueno lamento muchísimo esta situación y esta cancelación porque yo estoy más que puesto pero, lamentablemente, no se puede ir al no tener la documentación administrativa pues necesaria, ¿no?, y entonces por supuesto se reembolsará los honorarios que se han cubierto [io sea que le dieron anticipo!] y pues ahora sí que me quedé con las ganas de poderlos visitar y espero que pronto pueda estar allá con ustedes, muchas gracias y de veras muchos saludos para la gente en San Luis, muchas gracias, chao.

TV Notas concluye la información del siguiente modo (suponemos que sin asomo de sarcasmo): “Por el momento se desconoce si el Ayuntamiento prefirió prescindir de los servicios de Yordi por la polémica que tuvo la cantidad de varios miles de pesos que estaba dispuesto a pagar, por un escritor que ni él mismo se considera escritor”.

En México, ni la Secretaría de Cultura federal (antes Conaculta) paga por una conferencia especializada en promoción y fomento de la lectura siquiera 5%, no ya digamos el 10, de lo que estaban dispuestos a pagarle al conferenciante mencionado las autoridades turístico-culturales del municipio de San Luis Potosí. Pero, para hacer más escandaloso el asunto, en este país que ya no le teme al escándalo, cabe decir que el municipio estaba dispuesto a pagarle a tan distinguida personalidad intelectual imás de 5% del presupuesto total que ejerció el Festival de las Letras mencionado!: 123 000 pesos de los dos millones doscientos mil del presupuesto total. Como argumento de descargo el municipio informó que en esta ocasión el presupuesto para el festival fue menor y que, además, en años anteriores se pagaron honorarios similares o mayores en monto a actores, cantantes y actrices. Es decir, se imita lo que podría criticarse y, más aún, evitarse.

La Secretaría de Cultura en México no paga por una conferencia especializada en promoción y fomento de la lectura ni 5% de los 123 000 pesos que estaba dispuesta a entregar el municipio potosino a Yordi Rosado.

Enrique Ramos Curd, consultor en políticas públicas de lectura en América Latina, sostiene:

Durante mucho tiempo la clase política ha cuestionado la eficiencia en el gasto de los presupuestos en cultura. Hay acciones concretas que no han sido la culminación de un programa amplio de fomento lector, que incluya un abanico de acciones paralelas que decante en un programa permanente, sino por el contrario acciones vinculadas a programas pensados en forma apresurada y que luego hay que justificar frente a los legisladores. En general los presupuestos son exigüos. No se adaptan a las necesidades y muchas veces están cruzados por las eventualidades políticas del momento.

El objetivo institucional de la promoción de la lectura no es formar consumistas y fans de libros, sino espíritus críticos.

¿Qué entienden muchas autoridades cuando se refieren a “promoción y fomento de la lectura”? Entienden lo que quieren (o pueden) entender. Lo cierto es que, como bien afirma Ramos Curd, el objetivo de la promoción y el fomento de la lectura, desde las instituciones, no es el consumo sino la libertad. La tarea gubernamental de integrar, cada vez más, a la gente a la lectura “surge en el seno de la sociedad [ante] la necesidad de recuperar los hábitos de lectura en comunidades golpeadas por la represión y por un nuevo dios, ‘el consumo’. Por lo tanto se comienzan a desarrollar estrategias para posicionar el concepto de lectura en el imaginario de las personas”.

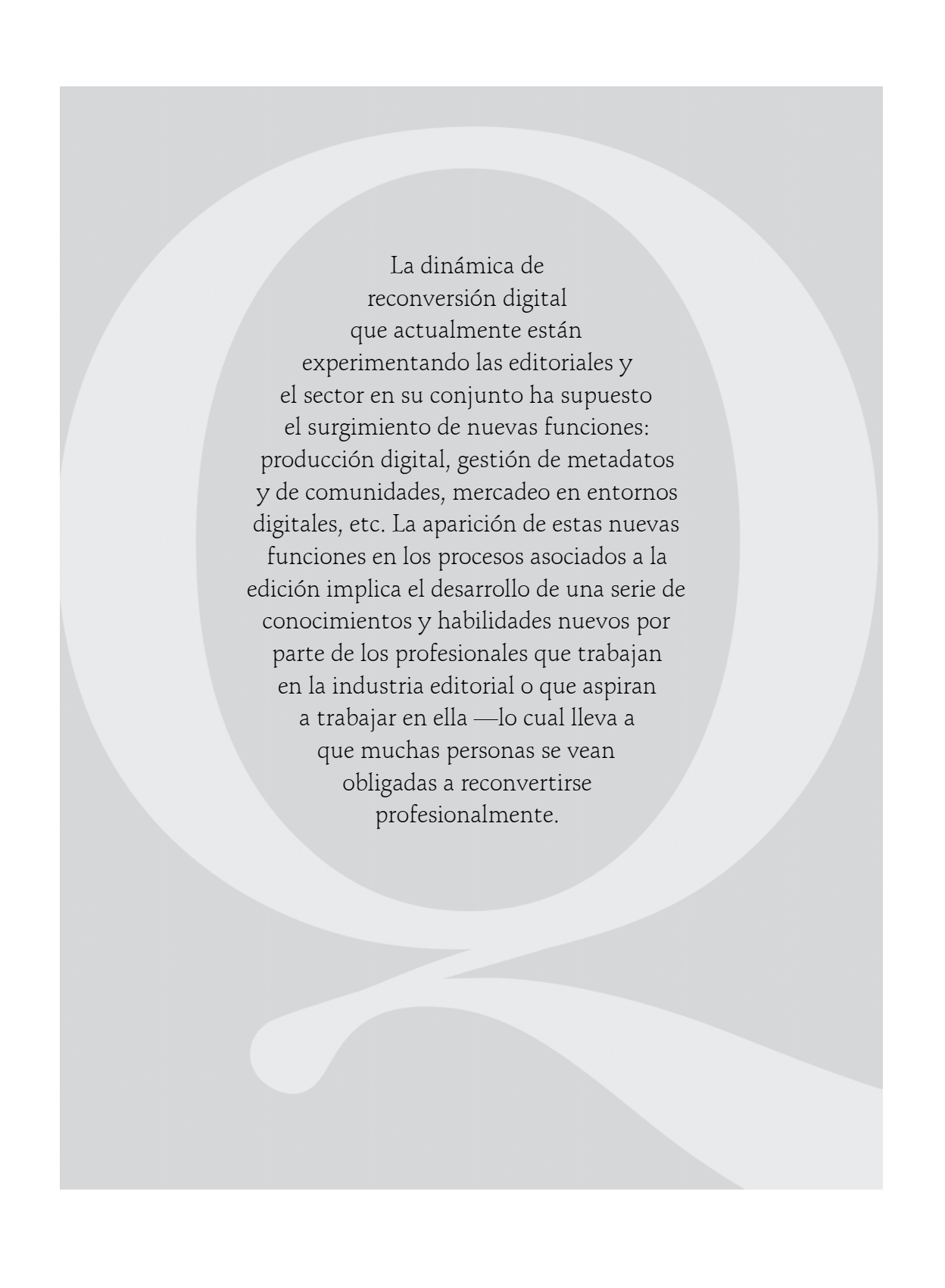
El objetivo institucional y ciudadano de la promoción y el fomento de la lectura no puede ser formar consumistas y fans de libros y de *conocidísimos* autores de éxito comercial, sino lograr que cada vez sean más las personas que se integren a una cultura formativa de la sensibilidad y la inteligencia, que contribuya al desarrollo de su espíritu crítico, capaces, por ejemplo, de distinguir entre José Agustín y Yordi Rosado.

La práctica de la lectura de calidad es indispensable para la emancipación social y cultural, para la libertad y el ejercicio autónomo de la ciudadanía. Y esto se hace más

necesario, y por cierto incluyente, desde los programas de gobierno, para los sectores más desfavorecidos, a diferencia de lo que piensa el presidente municipal de San Luis Potosí, cuya creencia es que la “gente de la clase popular” recibe inclusión social y cultural cuando se le dan conferencias del ampliamente conocido Yordi Rosado y no de los “mejores escritores” que “esta gente no conoce”.

El solo hecho de plantearlo así es un acto de exclusión social, pues de ahí se infiere: ¿para qué llevar a Juan Villoro si “la gente de la clase popular” ni siquiera lo conoce? ¡Para su nivel de conocimiento nada mejor que Yordi Rosado! Sería tanto como, en nombre de la “democratización” y la “inclusión”, llenar las bibliotecas públicas de *El Libro Vaquero* para que a ellas acuda “la gente de la clase popular” que nada sabe de Balzac. Puesto que los gobernantes suelen olvidarlo, hay que decirles que la obligación del Estado es elevar el nivel educativo y cultural del ciudadano. Para lo opuesto no hay que gastar ningún centavo.

La obligación del Estado es elevar el nivel educativo y cultural del ciudadano.



La dinámica de
reconversión digital
que actualmente están
experimentando las editoriales y
el sector en su conjunto ha supuesto
el surgimiento de nuevas funciones:
producción digital, gestión de metadatos
y de comunidades, mercadeo en entornos
digitales, etc. La aparición de estas nuevas
funciones en los procesos asociados a la
edición implica el desarrollo de una serie de
conocimientos y habilidades nuevos por
parte de los profesionales que trabajan
en la industria editorial o que aspiran
a trabajar en ella —lo cual lleva a
que muchas personas se vean
obligadas a reconvertirse
profesionalmente.

El editor de libros de texto, un malabarista desconfiado

Definir las funciones del editor de contenidos no es muy difícil, basta pensar en él como una especie de guardián, vigilante o cuidador del texto. Es el encargado de asegurar que la publicación tenga la información, elementos gráficos y composición necesarios (para decirlo muy breve) para cumplir con las expectativas de la editorial y del público al que va dirigida.

Es común hablar del editor de textos literarios, del que suele actuar como promotor, coordinador o descubridor de talentos; en el caso del editor de mesa dedicado a la revisión de materiales escolares, el asunto es diferente.

El editor de contenidos es un profesional especializado, con un bagaje cultural amplio.

El editor de contenidos para libros de texto y otros materiales de tipo educativo es un profesional especializado, ya que además de dominar los conocimientos y herramientas básicas para desempeñarse en su oficio, debe poseer un bagaje cultural amplio que le permita trabajar los textos de cualquier área del conocimiento, sin sentir la necesidad de salir corriendo o de esconderse hasta que, de alguna manera, todo se resuelva.

No es necesario que sea un erudito o un genio con memoria privilegiada (uno que conozco ni siquiera tiene una vista decente), más bien es alguien que sabe un poco de todo, lo bastante bien para llamar al autor y decirle con toda seguridad lo que falta, lo que sobra y lo que es un plagio.

Un editor podrá ser especialista en estos materiales solo si ama leer y aprender, si le gustan por igual las ciencias

naturales que las sociales, si conoce de arte, astronomía, política, geometría y las tecnologías de la información y la comunicación. Si es una persona curiosa.

**¿Qué
características
tiene este
especialista?**

Además de una cultura amplia, la curiosidad innata y la disposición para aprender deben ser notorias. Es deseable, por no decir básico, que procure mantenerse en un proceso constante de aprendizaje; ha de buscar cursos de actualización de su oficio y de las áreas del conocimiento que edite; consultar a otros profesionales y preguntar al público lector lo que hace falta y atender las sugerencias para mejorar, pues, sobre todo, los libros de texto deben ser útiles para los estudiantes y un apoyo para los docentes.

Esta rareza del mundo editorial debe cubrir el perfil del buen investigador, pues deberá validar la información entregada por el autor.

Conforme este editor se capacite y adquiera experiencia, dominará mejor unos u otros temas, de ahí que tengamos, por ejemplo, editores de contenidos especialistas en libros de texto de matemáticas. Esta rareza de la industria editorial también debe cubrir el perfil del buen investigador documental y estar dispuesto a indagar, verificar, comparar, analizar y registrar datos, pues una de sus tareas será la de validar que la información entregada por el autor sea verídica, actualizada, correcta, suficiente y congruente con los planes de estudio, además de adecuada para el público meta. Por ello, debe saber muy bien dónde buscar y a quién consultar.

Este editor debe ser una persona siempre desconfiada y observadora del detalle; capaz de implementar, identificar y seguir patrones; de lograr correspondencias; de cumplir cabalmente con su función principal: el cuidado de la edición para que el lector transite del punto 1 al 10 sin interrupciones, omisiones, incongruencias u otros errores. Es una especie de cazador de detalles.

Tampoco crean que de su erudición depende el 100% de la validez de los contenidos. No. Para eso existe la figura del revisor técnico, indispensable en el *deber ser* de todo proceso editorial que se respete, aunque algunas editoriales se den el lujo de no contar con uno.

Y es que el editor es una figura del proceso, importante sí, pero no la única. Junto a él y en cada paso del trabajo editorial ha de permanecer atento el corrector de estilo, quien a mi parecer nunca debe estar ausente y a quien no se le aprecia mucho en estos días, ya sea por vulgar desconocimiento de sus funciones o por un absurdo afán de “ahorrar” en dinero, lo que resulta en detrimento del contenido, a veces de manera francamente grave.

Un buen editor necesita un buen corrector, sépanlo y apúntenlo. Me atrevo a decir que a veces un buen editor no es nada (o casi nada), sin el apoyo y la paciencia de un buen corrector. Y es que el editor es un malabarista que, en ciertos casos, requiere de ayuda extra, especialmente cuando los originales se antojan una pesadilla y los tiempos de entrega son poco menos que utópicos.

No sobra señalar que el perfil del “buen corrector” también ha de incluir eso del bagaje amplio y la actualización constante, de lo contrario, su presencia se traducirá en trabajo extra, pérdida de tiempo y una razón para aplicar la “graciosa huida”. El buen corrector conoce el tema, domina las delicadezas del lenguaje, está enterado de los últimos requerimientos o sugerencias de las academias, pregunta, argumenta y trabaja en equipo, una chulada que tampoco abunda.

Otra característica del editor de libros de texto es su capacidad para expresarse puntualmente y con claridad, tanto para evitar que los textos sean oscuros, pesados e incomprensibles para el público meta, como al momento de comunicarse con los miembros del equipo editorial.

En el primer caso, debe seguir reglas estrictas para que la presentación del contenido muestre un orden específico, cuyos elementos tengan un propósito, que las páginas sean usadas eficientemente e incluyan lo solicitado en los planes y programas de estudio. El editor es el encargado de garantizar que *ese* libro sea una herramienta valiosa para el proceso de enseñanza-aprendizaje. Es aquí donde el editor demuestra el grado de respeto que siente por el que reconoce como su “cliente externo”, el lector.

Un buen editor necesita un buen corrector, en especial si los originales son una pesadilla y los tiempos de entrega irreales.

El editor es el encargado de garantizar que el libro sea una herramienta valiosa para el proceso de enseñanza-aprendizaje.

No menos importante es la tarea del equipo de formación y diseño, por lo que es indispensable que el editor conozca sus dificultades y alcances.

En el segundo caso, al comunicarse con otros miembros del equipo editorial, la situación es un poco diferente, al grado de establecer relaciones de trabajo que van de lo cordial al completo antagonismo, incluso hasta llegar a construir un ambiente hostil e imposible.

Para evitar conatos de guerra nuclear entre el editor de contenidos y el no menos importante equipo de formación y diseño, es indispensable que el editor se tome la molestia de conocer (de primera mano y en la práctica) las vicisitudes del trabajo del diseñador, sus dificultades y alcances. De igual manera, el equipo de formación y diseño requiere poner atención a las instrucciones que con sumo esmero escriba el editor y que no atesoren las dudas para cuando sea demasiado tarde. Flujo efectivo de comunicación, creo que le llaman.

Estas recomendaciones servirán para que el editor sepa cómo debe entregar y solicitar los materiales a otros colaboradores, especialmente si consideramos que estos navegarán una y otra vez entre oficinas, con la única intención de llegar a buen puerto, a buen cierre, de esos donde no hay odio ni sangre ni desvelados de por medio, cuenta la leyenda.

¿A qué dificultades se enfrenta un editor de libros de texto?

A las que son comunes en el oficio del editor de mesa y un poco más:

- 1) Malentendidos con el autor, entregas tardías o incompletas.

Suceden a causa de la mala comunicación con la que se inicia un proyecto, consecuencia de no comprender los requerimientos de los planes y programas, ni lo solicitado por el departamento de ventas o de mercadotecnia o por el cliente privado (si los libros son un encargo de una institución educativa en particular). A esto se suma la inadecuada distribución de las fechas de entrega, es decir, se solicitan materiales sin margen suficiente para

cubrir imprevistos, revisiones, correcciones preliminares, etcétera.

El tiempo en este oficio no le sobra a nadie, por lo que el editor deberá esmerarse en especificar al autor qué y cómo debe entregar sus originales (desarrollo del tema, introducciones, evaluaciones diagnósticas y de aprendizaje, secciones flotantes, transversalidad, tablas, cuadros, esquemas, etcétera). También tiene que programar la entrega y revisión de una muestra, corregir y trabajar el resto de la obra con base en ese “modelo” en lugar de esperar a tener todo el libro en original para hacer cambios sustanciales. Revisar con el autor los planes y programas, determinar el grado de extensión y profundidad para desarrollar el contenido y otros detalles, permitirá que autor y editor “hablen el mismo idioma” desde el comienzo.

Quando el líder desconoce las actividades y dificultades a las que su equipo se enfrenta, se reduce su capacidad para tomar decisiones acertadas.

- 2) Planeación incorrecta (o irreal) de los tiempos destinados a cada uno de los materiales que se editarán en el semestre o el año.

En ocasiones, las personas que determinan lo que se publicará y cuándo son aquellas que nunca han cuidado la edición de un libro. Conocí a uno al que no le gustaba leer y a otro más que preguntaba con insistencia si contratar correctores de estilo era “muy necesario”.

Cuando el líder desconoce las actividades y dificultades a las que su equipo se enfrenta, se reduce su capacidad para tomar decisiones acertadas y, por ende, las cosas no salen bien. Ante esto, solo queda esperar el apoyo del equipo editorial y poner en práctica las habilidades de negociación y el carisma de quien tenga el título nobiliario de “coordinador editorial”. Si se trató de “error de cálculo” por inexperiencia o porque cada proyecto tuvo sus detalles, queda aprender y reorganizarse para cerrar lo mejor posible.

En ocasiones, las personas que determinan lo que se publicará y cuándo son aquellas que nunca han cuidado la edición de un libro.

- 3) Reducción de los tiempos de entrega o cierre, ya sea por decisiones administrativas, de mercadotecnia o por cuestiones ajenas a la editorial.

Cuenta como error de cálculo o imprevisto, son muchos los factores que influyen en la publicación de una obra, incluso cuando se trabaja en un equipo editorial pequeño. Queda la resignación y la búsqueda de presupuesto para la contratación de personal o el pago de horas extra.

- 4) Presupuestos insuficientes para la contratación del equipo editorial.

Los miembros del equipo editorial, en particular el editor de contenidos, deben estar conscientes de que su trabajo es para beneficio del lector.

Mismo caso que el punto 2, acerca de la planeación incorrecta y de tener un líder poco enterado acerca de la importancia del trabajo de cada uno de los profesionales involucrados en el proceso editorial.

Hoy se hace lo que se puede con lo que se tiene, no hay muchas opciones, salvo conservar la calma, sostener los principios éticos, demostrar el profesionalismo y entregar los materiales como si hubieran sido cotizados adecuadamente.

En este oficio, los miembros del equipo editorial, y especialmente el editor de contenidos, deben estar conscientes de que su trabajo es, al final de cuentas, para beneficio del lector.

- 5) Cancelación de proyectos.

Ciencias de la Comunicación, Periodismo, Letras Hispánicas o una licenciatura similar son lo más cercano en oferta educativa para formar editores.

Problema con etiología multifactorial, al igual que en el punto 3, solo queda la resignación y el resguardo de los materiales ya trabajados para reutilizarlos en otro proyecto y evitar una mayor pérdida de recursos.

- 6) Imposibilidad para localizar profesionales expertos.

En México no hay oferta educativa de nivel superior que forme editores. Por lo que Ciencias de la Comunicación y Periodismo, Letras Hispánicas o una licenciatura similar, son lo más cercano a una opción. Poco a poco las instituciones especializadas están cubriendo esta necesidad, tanto dentro como fuera de México; sin embargo, la construcción

del perfil de un editor es una labor casi completamente autodidacta.

- 7) Cambios constantes o falta de actualización en los planes y programas de estudios.

La edición de libros de texto depende de la demanda del sector educativo, de las convocatorias que publica Conaliteg para los libros de texto gratuito y de los materiales solicitados por diversas entidades educativas privadas.

Los cambios constantes en los planes de estudio generan trabajo extra para el equipo editorial y el editor en particular.

Los planes y programas de estudio indican la estructura temática de los libros, por lo que los cambios constantes (a veces para mal) y la falta de actualización de los mismos, genera trabajo extra para el equipo editorial en general y el editor en particular al duplicar su esfuerzo para satisfacer los nuevos requerimientos.

- 8) Otros factores propios del desempeño personal y laboral del editor.

El editor de contenidos que se moleste por las faltas de ortografía de sus autores, que se sienta ofendido cuando una persona desconoce en qué consiste el trabajo editorial, el que evite salir de su zona de confort y prefiera ser crédulo, descuidado y arrogante, el editor soberbio y vanidoso que busque reconocimiento por cada página editada, el que rechaza el cambio, es un editor que no cabe en el proceso editorial.

Solo hay espacio en la edición de libros para alguien que ame su oficio, respete a sus colaboradores y se sienta responsable de la calidad de los materiales que presentará al lector. Que sepa que su participación debe pasar inadvertida o habrá fallado.

En la edición de libros solo hay espacio para quien ame su oficio, respete a sus colaboradores y sea responsable de la calidad de los materiales.

El editor de libros de texto en particular es una persona respetuosa, pero vigilante, dispuesta a recibir retroalimentación de sus clientes (internos y externos), con adaptabilidad al cambio, comprometida, con ética y valores, necesariamente disciplinada, responsable y colaborati-

va; una persona que delimita sus funciones y permite que los demás hagan lo que les corresponde.

**¿Qué hay en
el futuro para
los editores
de contenidos
de materiales
educativos?**

Cambios y más cambios, porque las necesidades de los lectores están modificándose y la tecnología les plantea nuevas y variadas maneras para publicar cualquier cantidad de contenidos. Porque la comunicación en papel no fluye igual que en los formatos digitales. Porque entre la globalización y las TIC tiene mucho que experimentar. Porque el proceso de enseñanza-aprendizaje siempre puede recibir la ayuda de un editor profesional. Un editor que piense en el lector antes que en las ventas.

Caminito de la escuela

Hace muchos siglos, las universidades eran nómadas, y si dejaron de serlo fue porque anidaron al pie de las bibliotecas. Desde entonces, el libro, la revista y el periódico se volvieron indispensables en la universidad, y esta, a su vez, cobijó colecciones de libros esenciales, revistas necesarias e incontables editoriales, imprentas, changarros de tesis y fotocopias. Esa cosa que llamamos “universidad” vive con los libros, de los libros y para los libros, pero, aunque parecería haber una eterna luna de miel entre la edición y la academia, en México estas instituciones suelen ser ingratas con las personas que hacen esos productos que tanto necesitan y aman.

La academia parece suponer que las publicaciones se dan en los árboles o al menos ignora los complejos procesos de su producción.

En primer lugar, con frecuencia las universidades mexicanas vuelven invisible el trabajo editorial. Claro que apoyan investigaciones sobre la problemática, el pasado, el futuro y el destino del libro o la lectura, sobre todo si visten políticamente, pero en la vida cotidiana la academia parece suponer que las publicaciones se dan en los árboles o brotan de la tierra, o al menos ignora o fragmenta los complejos procesos de su producción de la misma forma un tanto mágica en que da por hecho que las competencias de leer y escribir son innatas y se desarrollan espontáneamente en todas las personas ilustradas, por lo que florecerán por sí solas tan pronto como los jóvenes entren a las aulas. Y si no aparecen, responsabiliza a los jóvenes, a la escuela primaria y a los teléfonos celulares, pues no las considera como parte de la tarea que le corresponde.

*Las universidades
mexicanas rara vez
escuchan a sus editores.
Los rectores hacen sus
estrategias editoriales
sin consultar a los
expertos.*

En segundo lugar, las universidades mexicanas, por lo general, tampoco miran, agradecen ni retribuyen a sus editores. Al editor universitario se le asigna una plaza administrativa, técnica o manual, que no está diseñada para permitirle crecer, formarse profesionalmente, aumentar sus conocimientos y mejorar su salario. Las jefaturas de publicaciones, por su parte, recaen en académicos de prestigio que, si resultan competentes, se debaten entre el profesionalismo de su trabajo editorial y sus obligaciones con la docencia y la investigación; y si no, simplemente gozan con las presentaciones, los brindis y las ferias.

En tercer lugar, las universidades mexicanas rara vez escuchan a sus editores. Los rectores hacen y deshacen sus estrategias editoriales sin consultar a los expertos, y toman decisiones que oscilan entre lo inofensivo, lo contraproducente y lo suicida. En el menos peor de los casos, dejan transcurrir su gestión completa sin enterarse de que hay una oficina de publicaciones y la dejan funcionar en paz. Muchas universidades van construyendo a tumbos sus programas editoriales, de una facultad a otra, de un instituto a otro, de un cuatrienio a otro. Sus bodegas están llenas de libros que no serán leídos por nadie (“si la universidad no es una empresa lucrativa y no depende de las ventas, ¿para qué ocuparnos en estudiar a los lectores?”) y cuyo tiraje fue determinado por rutina, cuando la cifra tal vez debió reducirse a la suma de los amigos, hijos, esposas, amantes y alumnos incondicionales del autor, más los miembros del comité que lo va a evaluar, cortesías, depósitos legales, 10% de merma y sobrantes para reposición.

*Cuando el lector disfruta
del plato servido en
el libro, raras veces
pregunta el nombre de
quien lo preparó, porque
la notoriedad obtenida
es para el autor.*

Es cierto que históricamente los editores han cultivado su propia invisibilidad y han metaforizado su trabajo como una cocina donde los cocineros están más interesados en hacer visibles y paladeables las obras y los nombres de otros, que en dejarse ver ellos mismos. Cuando el lector disfruta del plato servido en el libro, raras veces pregunta el nombre de quien preparó la salsa o cortó las cebollas, porque la poca o mucha notoriedad obtenida es para la obra y el autor.

Lógicamente, a la universidad le gusta el enfoque centrado en la generación de nuevos conocimientos. Los móviles principales de la investigación científica son la curiosidad y la maravilla, sin descartar la presencia de algún dinero, un poco de poder y, claro está, la defensa de los valores y creencias de cada una de las diferentes tribus académicas. Sin embargo, los refinados deslindes epistémicos que la academia se dedica a discutir no seducen especialmente a una industria editorial en crisis, que genera más de cien mil empleos directos e indirectos, pero que tiene una especie de incompatibilidad con la academia.

El editor aprende haciendo y así se ha aprendido el oficio por los siglos de los siglos.

La academia no parece entender lo que la industria necesita, la industria no parece entender lo que la universidad le ofrece y la profesionalización editorial no se desarrolla hasta el punto que sería necesario y deseable. Los editores, pues, se forman en la práctica. El editor aprende haciendo y así se ha aprendido el oficio por los siglos de los siglos. Quién sabe si sea por eso que muchos editores tienden a ubicarse en el pasado. Michael Bhaskar, en *La máquina de contenido*, dice que la crisis de la industria editorial no es culpa del libro electrónico, sino que data de muchísimos años atrás, antes de la digitalización, porque es una crisis de la lectura y resultado de la contienda entre el libro y otras formas de entretenimiento; una competencia por el tiempo de los lectores que pueden elegir si ven la tele, van al cine o leen un libro; una competencia por los márgenes de rentabilidad, porque otros productos de entretenimiento generan utilidades de 40 o 45% y el libro puede darse por bien servido si llega a 10 o 15%. Según este autor, el peor error de los editores es nunca haberse dotado de una teoría y asumirse como simples artesanos productores de objetos y vendedores de papel, y no haber dedicado tiempo a pensar el lugar que ocupan en la sociedad, como mediadores entre autores y lectores y como gestores de contenidos y comportamientos de consumo cultural. Lo que en realidad hacen los editores es muy anterior, y también muy posterior, al surgimiento y a la eventual, posible, improbable y muy polémica desaparición del mito Gutenberg. En la

El peor error de los editores es nunca haberse dotado de una teoría y asumirse como simples artesanos productores de objetos.

La edición superó la enfermedad infantil de los cursos de difusión, pero se estacionó durante años en los diplomados.

En 1993 hubo una Licenciatura en Diseño Editorial, pero se cerró porque tenía poca demanda.

Grecia antigua y en la Roma clásica había librerías y había empresarios que pagaban *a priori* por hacer copias de los textos, apostando a que eventualmente le interesarían a un comprador, y esto fue, digamos, unos mil quinientos o dos mil años antes de que Gutenberg perfeccionara los punzones de hierro, los moldes de cobre y los tipos de plomo.

En México, la academia tampoco se siente responsable de abrir planes de estudio para formar profesionalmente a estos chefs todólogos invisibles. La mayoría de las universidades guarda y cultiva la edición y la corrección de textos en algún rincón entre sus programas de actividades culturales, de donde algunas, como periodismo, traducción, cine, fotografía, danza y diseño, tardaron décadas en escapar, reivindicarse y alcanzar un estatus profesional con título, capital cultural institucionalizado y todo. Hay que reconocer, sin embargo, que a los cursos de edición no les ha ido tan mal en realidad, pues su prestigio se ubica definitivamente por encima de los talleres de macramé, rafia, dubetina, tarjetería española y repostería artística. La edición superó, por suerte, la enfermedad infantil de los cursos de difusión cultural, pero se estacionó durante años en los diplomados.

La posibilidad de abrir una licenciatura en edición en México es remota. Entre 1993 y 2000 hubo en el Claustro de Sor Juana una que no se atrevió a llamarse por su nombre, quizá por razones de *marketing* y porque esto de la “edición” (con su enorme polisemia y su carga de invisibilidad) no es muy vendedor. La llamaron “Licenciatura en Diseño Editorial”, aunque a todas luces era un plan de estudios en edición, y se cerró porque tenía poca demanda. Aunque en Estados Unidos hay varias docenas de universidades que ofrecen *majors* y *minors* en *Publishing*, y en Alemania hay no menos de siete licenciaturas en *ciencias del libro* o en *artes del libro*, en México no parece viable convencer a los jóvenes de 17 o 18 años para que elijan esta profesión si no les viene de familia.

Miguel Ángel Guzmán, uno de los pioneros de la profesionalización editorial en México, sigue investigando

incansablemente a qué se debe esta situación que, de hecho, no es exclusiva de México. Son pocos los lugares en América Latina donde un joven puede obtener un título de *editor* en la universidad, como la *tecnicatura* en Edición Editorial que ofrece la Facultad de Filosofía y Letras de la Universidad de Buenos Aires (que, con nada menos que 5 000 alumnos, es la carrera más poblada de esa multitudinaria facultad) y el área terminal en *Editoração* que ofrece la carrera de Comunicación de la Universidad de São Paulo. Por lo demás, los estudios universitarios específicos en edición en América Latina son más bien de posgrado; la Universidad Nacional de Chile ofrece una poslicenciatura, y hay maestrías, en funcionamiento o en proyecto, en México, Chile, Cuba, Colombia, Perú y Costa Rica.

Más afortunada ha resultado la inclusión de algunas materias de edición en los planes de estudio de algunas carreras de lenguas y literaturas, en especial, desde luego, las hispánicas. Esto varía desde algún curso optativo de corrección o de edición crítica, donde se revisan más temas de gramática o ecdótica que de quehacer editorial, como sucede en muchas escuelas, hasta un área de concentración completa cuyos egresados se preparan para competir directamente por un empleo en el negocio de los libros, como sería el caso de la Universidad Autónoma Metropolitana-Iztapalapa (UAM) o de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México (UACM). En esta diversidad hay otro factor menos visible: mientras algunas escuelas aceptan que el quehacer editorial es una salida laboral digna para los licenciados en letras, para otras sigue pareciendo un poco vergonzante cambiar la crítica y la investigación, o la autoría, por la servil tarea de “lavar y planchar” textos ajenos. Una solución intermedia es la que propone la Escuela Nacional de Estudios Superiores de Morelia, donde el alumno que va a la mitad de la carrera de letras puede optar por un título de técnico en edición intercultural.

Tampoco está de más mencionar que las escuelas de periodismo y de diseño gráfico, que en México comenzaron a funcionar en 1949 y 1959, respectivamente, pero no

Los estudios universitarios específicos en edición en América Latina son más bien de posgrado.

Mientras algunas escuelas aceptan el quehacer editorial como salida laboral digna, para otras sigue pareciendo un poco vergonzante.

*Jesús Anaya
intentó trasladar a
Guadalajara el probado
modelo educativo de las
escuelas europeas para
editores.*

alcanzaron el nivel de licenciatura sino hasta inicios de los años setenta, no solo llegan a rozar algunos temas cruciales del quehacer editorial, sino que de hecho los consideran suyos, pero los abordan desde la perspectiva particular de cada una.

En México tenemos tres posgrados especializados en edición. El primero, sin duda, fue la maestría en Edición de la Universidad de Guadalajara, que funcionó de 1993 a 1996 en el Centro Internacional de Estudios para Editores y Libreros (CIEPEL), y de la que, sin embargo, habría que hablar en presente porque técnicamente no está cerrada, sino “en receso”. En cualquier caso, se trata de un receso que ya ha durado 20 años y es prácticamente irreversible. Aunque circulan versiones acerca de las razones del cierre de este proyecto y podríamos extendernos en los detalles, seguiremos los sabios consejos de Occam e intentaremos explicar lo más tratando de enredar lo menos: con el CIEPEL, Jesús Anaya intentó trasladar a Guadalajara, en la forma más fiel posible, el probado modelo educativo de las escuelas europeas para editores, como las de Fráncfort, Milán y Londres; sin embargo, esta fidelidad al ideal occidental chocó contra las circunstancias propias de la universidad pública mexicana, y muy en particular las de la Universidad de Guadalajara (UDG). Entre más fiel intentaba ser Anaya al modelo europeo, menos entendía la administración universitaria lo que Anaya estaba haciendo.

Tan pronto como fue inevitable el cierre del CIEPEL, varios egresados empezamos a reunirnos con la idea de reanudar la maestría en Edición en alguna otra parte. La UAM parecía una opción viable, no solo porque fue la institución que más estudiantes aportó a la segunda generación del CIEPEL, sino también porque, cediendo al centralismo, el proyecto parecía tener mejores posibilidades en la Ciudad de México y, ¿por qué no?, en una universidad que maneja un discurso basado en la innovación.

Esto, sin embargo, de ninguna manera significa que la UAM no tuviera contradicciones, problemas y restricciones similares o peores a las de la Universidad de

Guadalajara. Más bien, la pérdida del CIEPEL nos enseñó que la supervivencia de una escuela de edición en México depende de una negociación entre la pureza y la perfectibilidad de un modelo pedagógico en construcción, específico de la enseñanza editorial, y las riquezas y miserias del marco institucional en que nos tocó vivir. Un momento político muy especial abrió en la UAM Xochimilco el espacio por donde estos debates lograron convertirse en la Maestría en Diseño y Producción Editorial, y otra de esas coyunturas institucionales irrepetibles permitió que unos cuantos meses después arrancara la Maestría en Producción Editorial en la Universidad Autónoma del Estado de Morelos.

Aunque ha sido en el posgrado donde han florecido algunos de los proyectos universitarios más interesantes para profesionalizar editores en México y en América Latina, el nivel de maestría tiene puntos débiles; en particular los editores que sí quieren estudiar, pero no pueden apartarse durante dos años de su chamba, y los expertos que nunca terminaron una licenciatura y, por lo tanto, formalmente no se les considera candidatos a obtener un grado de maestría, aunque dispongan del conocimiento, el tiempo y las ganas.

La primera necesidad explica por sí sola la permanencia de los cursos y diplomados. La segunda sigue siendo una asignatura pendiente, que solo fue resuelta en parte mediante la creación de una categoría de alumnos llamada “tipo B” en la maestría de Guadalajara. Pertenecer a esta “categoría B” permitía estudiar todos los contenidos de la maestría sin poseer un título de licenciatura, pero en vez de un grado de maestro, al final otorgaba un diploma de técnico en funciones editoriales. Los resultados fueron mixtos. Por un lado, se inscribieron muchos potenciales candidatos a este diploma que, de otra manera, no se habrían acercado al CIEPEL, donde su participación fue fundamental; por el otro, estos alumnos “tipo B” no tramitaban su diploma, pues tendían a considerar menos útil el papel (y los trámites aparejados al papel) que el aprendizaje mismo.

Hay editores que quieren estudiar, pero no pueden apartarse de su trabajo; hay expertos que nunca terminaron la carrera y no son candidatos a obtener la maestría.

Quienes por cualquier razón le daban alguna importancia a la obtención del documento, prefirieron terminar sus licenciaturas y hacer los trámites que fueran necesarios para alcanzar el grado de maestría.

Las dos maestrías que hoy subsisten, la de Xochimilco y la de Morelos, son similares en sus contenidos y atienden más o menos al mismo número de alumnos (12 cada año o 24 cada dos años), pero sus diferentes modalidades de operación les abren dos opciones de vida a los posibles aspirantes. El programa de Cuernavaca opera por las mañanas entre semana y pertenece al padrón de Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (Conacyt), lo cual le permite ofrecer una beca de manutención de 8 000 pesos mensuales a los estudiantes que renuncien a su empleo y se dediquen a estudiar de tiempo completo. Esto la hace más atractiva para los jóvenes, que se titulan muy rápido. El programa de la UAM Xochimilco, por el contrario, fue diseñado para que los alumnos no dejen de trabajar, opera jueves y viernes por las tardes y los sábados por la mañana, y la inexistencia de alumnos con dedicación exclusiva de tiempo completo hace imposible su pertenencia al Conacyt. Esto la hace atractiva para una población más adulta, más comprometida y que tarda más en titularse. La eficiencia terminal es muy alta en ambos programas, pero a ninguno lo autoriza su institución para recibir alumnos que antes no hayan concluido totalmente una licenciatura.

*Ser editor no es una
profesión universitaria,
o el campo académico
de la edición es una
construcción incipiente.*

Si observamos que hoy solo se puede obtener un título académico en edición en dos lugares de la República, estas excepciones parecen confirmar que ser editor no es una profesión universitaria o que el campo académico de la edición es una construcción incipiente. Lo más paradójico del caso es que, por otro lado, la universidad sí imparte casi todos los saberes que forman el campo de lo editorial: un buen editor necesita saber de literatura, filología, lingüística, periodismo, comunicación, diseño, artes gráficas, administración, mercadotecnia, logística y comercio. Todo lo que se necesita saber para ser editor se imparte en la universidad, pero no está concentrado en una escuela de

edición, sino disperso en programas y facultades diferentes, con *habitus* y formas de pensar diferentes.

Por otra parte, los editores dicen que saben bien quiénes son. Se describen a sí mismos usando palabras poéticas que refuerzan su autoimagen de nobleza, aunque sin mucho poder explicativo, como *gremio*, una palabra del siglo XVII que habla de una hermandad de artesanos, de una mutualidad obrera donde nos apoyamos entre todos y nos reconocemos porque vivimos en la misma calle o salimos con la misma ropa o la misma pluma en el sombrero. Otro ejemplo es *oficio*, término anticuadísimo que nos define como artesanos que hacen cosas con sus manos, pero no describe qué es lo que realmente le pasa al negocio editorial en esta ya segunda década del siglo XXI.

Muchos de los mejores editores no fueron a la universidad, no concluyeron sus estudios o nunca los certificaron, pero el editor que sí fue a la universidad tiene dificultades para desprenderse del canon de la profesión o de la carrera que cursó. Quien ingresa a la labor editorial procedente de las letras, de la historia, del diseño, de las artes gráficas o del periodismo, viene ya con ciertas nociones, ciertas cargas simbólicas y ciertos *hábitus*. Por ejemplo, para el literato, el texto tiende a ser una obra de arte, una cosa bella que debe ser cuidada con cariño, que debe ser *curada* (en el sentido curatorial de la palabra); para el periodista, el texto es como un vehículo de carga, al que se le puede echar más y más información bajo la presión extrema de la hora de cierre y de la venta de publicidad, hasta alcanzar la eficacia comunicativa. Los artistas gráficos, mucho peor, al texto le llaman “mancha”, y a muchos no les importa si esa “mancha” es Horacio, Baudelaire, Bob Dylan o un tratado sobre los actinomicetos.

En realidad, la formación universitaria previa de los editores suele ser un accidente respecto de lo que finalmente acaban haciendo, o viceversa. Muchos de los que llegan al quehacer editorial cuentan que empezaron buscando otra cosa, pero su amor por los libros y la casualidad los llevaron a desviarse, y no son pocos los casos cuyo mismo canon

Muchos de los mejores editores no fueron a la universidad, no concluyeron sus estudios o nunca los certificaron.

universitario los considera desviados: el licenciado en letras que termina supervisando libros a pie de imprenta quizá escuchará decir que fracasó como autor, como crítico y como investigador; al diseñador que cuida ediciones quizá le digan: “lástima que ya no estés haciendo diseño y te hayas salido del campo”. Conozco académicos de comunicación a quienes les han rechazado sus protocolos de investigación sobre el tema editorial porque “el libro no es un medio masivo de comunicación”.

La edición no es patrimonio de ninguna carrera universitaria.

Un plan de estudios que incluye redacción, filología y corrección de estilo parece pertenecer a las humanidades, pero uno que habla de tipografía, diseño e imprenta parece propio de la escuela de arte.

La edición no es patrimonio particular de ninguna carrera universitaria. Cada vez que se ha abierto un programa universitario en edición en México, la administración universitaria ha vacilado respecto de la facultad donde debía ponerlo. Un plan de estudios que incluye temas de redacción, filología, gramática y corrección de estilo parece pertenecer a las humanidades, pero uno que habla de tipografía, diseño de páginas, e imprenta parece propio de la escuela de arte y diseño, y si también incluye finanzas, distribución, logística, impuestos y mercados, tiene aspecto como de pertenecer a la facultad de ciencias económico-administrativas. Lo que acaba por desquiciarlos es que también haya derechos y contratos, teorías de la comunicación, publicidad y un poco de periodismo.

La Maestría en Diseño y Producción Editorial de la UAM pretende ser la suma de una Maestría en Edición, una Maestría en Administración de Empresas Editoriales y una Maestría en Diseño Editorial, y funcionar como un tripié apoyado en las carreras de Letras Hispánicas, Comunicación Social y Diseño de la Comunicación Gráfica. Sin embargo, el hecho de que la maestría esté radicada en la Escuela de Diseño es un accidente, porque ahí el canon epistémico es más fluido que en otras facultades. Para la escuela de Diseño es muy honroso contar con un programa así, y sin embargo, quizás al revés hubiera sido imposible: enseñar filología en una escuela de diseño es muy prestigioso, pero no tenemos datos que indiquen que enseñar artes gráficas en una escuela de humanidades lo sea.

La pregunta no es por qué el posgrado en Edición se estudia y surge en una escuela de diseño, de literatura o de comunicación, sino más bien por qué en América Latina no hay escuelas de ciencias y artes del libro desde hace décadas. La necesidad de profesionalización está claramente detectada, hay largas listas de espera, la relación entre demanda e ingreso es desproporcionada... y, sin embargo, las universidades siguen cuidándose de poner el pie firmemente en este territorio.

Aprender haciendo es inevitable. La edición es una cosa tan práctica, tan casuística y tan indeterminada que la tenemos que aprender sobre la marcha, pero solo conformarse con aprender haciendo y viendo hacer a los maestros tiene un precio muy alto, tanto para el libro como para la cultura y para la industria.

En primer lugar, regresando a Michael Bhaskar, nos urge una teoría propia, no prestada, porque nadie parece saber con certeza qué significa la palabra *editor*. Y eso no es un simple acertijo académico. Uno puede hablar con 10 editores, asistentes editoriales o directores editoriales y, al preguntarles qué hacen cotidianamente, descubrir que las funciones y el contenido concreto del mismo puesto varía muchísimo entre una empresa y otra. De hecho, la falta de esta definición favorece que nadie tenga muy claro qué vamos a seguir haciendo en el futuro los editores, a medida que los soportes de la información que conocemos se desmaterializan y las cadenas de producción a las que estamos acostumbrados se desintermedian. Conozco hasta ahora unas 36 definiciones de *editor*, *edición* y *editar*. Hay *editor* y hay *publisher*; hay el señor que corrige y pule el texto ajeno, pero no tiene poder de decisión; hay el que decide, elige, filtra y selecciona lo mejor, pero no interviene los textos, y también hay el empresario que invierte capital en el negocio editorial, pero deja el trabajo de *publishing* y *editing* en manos de sus empleados. Hay editor de contenidos y editor gráfico, editor en jefe, gerente editorial, editor periodístico, editor de arte y otras figuras que no estamos habituados a diferenciar.

*¿Qué hace un editor?
Las funciones y el
contenido concreto del
mismo puesto varía
muchísimo entre una
empresa y otra, lo que
favorece que nadie tenga
claro el futuro de esta
labor.*

*La falta de definiciones
claras de palabras
críticas como editor,
libro, lectura, diseño y
digital está dificultando
el desarrollo de la
industrial editorial.*

*Cada empresa tiene que
formar a su personal de
acuerdo con su propio
estilo, lo cual es costoso
en tiempo y dinero, y
cuando esté preparado,
seguramente buscará un
puesto mejor.*

Pero la palabra edición no es la única cuya polisemia está dificultando el desarrollo de esta industria y de su (hipotéticamente necesario) campo académico. Son al menos cinco las palabras críticas sobre las que se ha desdibujado el consenso: *editor*, como ya dijimos; *libro* (es muy polémico qué es un libro, ¿un libro es un objeto de papel encuadernado por el lomo con 49 o más páginas?, ¿es una obra con ciertas características de unidad de sentido, es un sintagma o un conjunto de sintagmas de cierta extensión determinada, es un modelo ideal del texto, es un producto comercial puesto a la venta bajo un sello o una marca, es una experiencia de lectura única y diferente a todas las demás?). También tenemos pendiente discutir qué es la *lectura*, como fenómeno oftalmológico, neurológico, psicológico, lingüístico, pedagógico y sociológico. Por supuesto, está la terrible palabra *diseño*, que tiene cientos de definiciones: mucha gente piensa que el trabajo de los diseñadores es agarrar un lapicito y decorar algo que ya está esencialmente hecho, y sin embargo el diseño se quiere autodefinir a nivel teórico como un proceso deliberado de desarrollo, perfeccionamiento y materialización de objetos útiles para la vida de las personas, que es algo más parecido a lo que le tocaría hacer a un editor. Finalmente, también está la palabra *digital*, que a todos nos produce sentimientos encontrados y, sin embargo, no tiene más que sentidos permanentemente transitorios.

Otro problema es que aprender por ensayo y error es tan lento y tan costoso para las universidades como para las empresas. El personal nunca llega a las editoriales sabiendo qué tiene que hacer y cada empresa tiene que formarlo de acuerdo con su propio estilo, sus usos y sus costumbres, lo cual es costoso en tiempo y en dinero; y no toda la culpa es de las universidades, dado que ni siquiera las empresas coinciden en su definición de qué es lo que su personal tiene que saber y hacer. Una vez que el trabajador ha sido formado, intenta desplazarse hacia un puesto mejor y, si esto no es posible dentro de la misma empresa, migrará hacia otra donde tendrá que ser formado de nuevo,

dejando además un hueco que solo podrá llenarse formando a una nueva persona. Una rotación de personal tan alta no puede beneficiar a las empresas, a menos que su intención sea deliberadamente pagar poco y no dejar que se acumule antigüedad.

También es un problema la falta de perspectiva. Cuando el editor empieza a trabajar en una institución o una editorial muy grande, tiende a creer que lo que le tocó hacer en su puesto o en su departamento es todo cuanto se puede hacer, que lo que le tocó saber es todo cuanto puede saberse, pero raras veces ve lo que está pasando en producción, lo que está pasando en gestión, en selección, en adquisición de contenidos, en derechos de autor, en distribución y comercialización o en librerías. Al menos quien tiene la suerte de empezar en una editorial chiquita consigue conocer qué está pasando en todas las diferentes áreas productivas. La gente luego cree que lo que le toca hacer es el ritmo vital del universo y que los tres amigos que conoce, esos a los que se encuentra en todos los eventos y en todas las ferias, son un mundito así de chiquitito donde todos nos conocemos. Bastaría con el puro tamaño cuantitativo de la industria para desmentir que este es un sector muy pequeñito donde todos nos conocemos. Es más probable que esta sensación de conocernos todos sea un espejismo que resulta de nuestra grave fragmentación.

Un cuarto problema son las fallas de comunicación entre los distintos agentes. He entrevistado a diversos protagonistas de la industria para preguntarles con qué profesionales disfrutan más trabajar y con quiénes pelean más. Habitualmente todos hablan contra el autor y contra el señor que maneja los dineros; los correctores hablan mal del formador, del tipógrafo, del diseñador; los diseñadores y los formadores hablan mal de los correctores, todos desconfían del impresor, y este a su vez dice: “es que no me mandaron bien el material”, el de la librería dice: “¿y cómo quieren que venda esto si a mi público no le interesa?”. Si nos guiamos por la palabra de sus protagonistas, el sector editorial es una verdadera lucha sin cuartel de todos contra

Entre los protagonistas de la industria hay fallas de comunicación: autor contra correctores, estos contra diseñadores, todos desconfían del impresor, etc., que resultan costosas.

todos. Desde luego, la industria resuelve estos conflictos porque hay que resolverlos, es decir, porque el *show* debe continuar, porque si no los resolvemos, cerramos la editorial y nos dedicamos a otra cosa, pero estas negociaciones siempre son costosas en tiempo, esfuerzo y dinero.

Por supuesto que todos tuvimos un maestro, un mentor al que le rendimos reverencia porque fue el que nos reveló la epifanía de la iniciación y en su memoria mantenemos la lealtad a lo aprendido. Pero el tema de “así se ha hecho siempre” es dañino para una industria que está en crisis. Debo confesar que en la maestría hemos desarrollado una cierta aversión a que los alumnos presenten tesis relacionadas con hacer manuales, porque habitualmente los manuales sirven para asegurarse de que todas las cosas vayan siempre exactamente en el mismo lugar de la oración o que todas las portadas sean del mismo color, es decir, a garantizar que las cosas se sigan haciendo como se han hecho siempre o, en el mejor de los casos, a optimizar la repetición de una rutina que, en sí misma, no se pone en duda. Pero nos falta una perspectiva más profunda: estos libros van a salir correctos, van a salir sin erratas, ¿pero los va a leer alguien?

Los manuales sirven para asegurarse de que todas las cosas se hagan siempre de la misma manera, como se han hecho siempre, lo que puede ser dañino para una industria en crisis.

Detrás de una pregunta aparentemente tonta como esta hay una pregunta filosófica, y detrás hay otra, y por eso la sociedad teme a los filósofos, porque son los que hacen las preguntas que nadie quiere hacer, como ¿por qué el emperador va desnudo?

Por ejemplo: este libro que estoy editando, ¿en qué contribuye a la felicidad de las personas?, ¿en qué ayuda al desarrollo del país?, ¿qué tanto contribuye a que mi empresa dé resultados positivos, no solo en lo económico, sino también en lo social y cultural?, ¿en qué apoya un libro universitario al cumplimiento de las funciones sustantivas de la universidad?, ¿en qué ayuda un libro del gobierno al logro de las finalidades del Estado?, ¿este libro lo estoy haciendo para ganar dinero?, ¿o lo estoy haciendo por un capricho político?, ¿o para que el señor investigador gane sus puntitos en el Sistema Nacional de Investigadores este

año¿, ¿este libro realmente está contribuyendo a formar ciudadanía¿ Por supuesto, la pregunta que viene detrás es ¿para qué quiere mi institución un programa editorial¿, ¿para qué quiere mi empresa que este libro salga¿, y detrás hay una pregunta más: ¿para qué quiere el país que hagamos esto¿, ¿en qué le ayuda mi trabajo al mundo¿

Aprender haciendo, o al menos aprender repitiendo, nos priva de esa perspectiva: ¿yo hago libros o solo tachoneo cuartillas, le doy vueltas a la mantilla, aporreo teclas, muevo el *mouse*¿, ¿cuál es el objetivo último por el cual estamos haciendo los libros¿ Los editores tenemos poca capacidad de innovación, bastante resistencia al cambio y una estructura crítica muy endeble: hay críticos literarios, críticos de arte y hasta críticos de diseño, pero no hay críticos de libros que tengan una posición de autoridad para decir si un libro está mal seleccionado, mal editado, mal diseñado o está puesto en una colección donde nunca debió haber estado. Este ensayo científico ¿para qué lo mandaron a Sanborns¿

Nuestra estructura medieval de formación profesional, que todavía pasa por ser aprendices, oficiales y maestros, está llena de secretos profesionales y es difícil hacer buena investigación editorial porque la industria nos hace firmar cláusulas explícitas de confidencialidad y nos impone algunas secrecías un poco más implícitas. Otro resabio es que amamos la uniformidad, queremos que todos los libros sean iguales y nos gusta que la colección se vea parejita, pero a veces nos olvidamos de ver que cada libro es una necesidad social que puede estarse cumpliendo de maneras diferentes. Es decir, distintos grupos sociales representan distintas prácticas discursivas, que son distintas maneras de escribir y de leer, pero también distintas maneras de editar, corregir, diseñar y comercializar.

El mismo libro raras veces es el mismo libro. Pongamos como ejemplo *El ingenioso hidalgo don Quijote de la Mancha*, que es un texto canónico, fijado y universalmente aceptado. En tanto texto, el Quijote siempre es el Quijote, hasta que llega a las manos de un editor y este se encarga

Los editores tenemos poca capacidad de innovación, bastante resistencia al cambio y una estructura crítica muy endeble.

Distintos grupos sociales representan distintas prácticas discursivas, que son distintas maneras de escribir y leer, pero también de editar, corregir, diseñar y comercializar.

de “enmarcarlo” (en palabras de Bhaskar) o de embotellarlo (como diría Umberto Eco). Entonces el Quijote ya no es siempre el mismo Quijote: es una edición de “Sepan Cuantos...” que cuesta 54 pesos, una edición crítica de John Jay Allen con editorial Cátedra, una edición conmemorativa coleccionable de la Real Academia Española para el cuarto centenario o una edición en cartonné, inmensa, a todo color, que hace el gobernador de un estado de la República para regalar en Navidad. No son el mismo libro, porque cada edición llena necesidades diferentes. El estudiante de prepa no va a mandar traer de Madrid la edición apostillada de Cátedra; el estudiante de posgrado no entra a la Facultad de Filosofía y Letras con el “Sepan Cuantos...”, y los funcionarios estatales se adornan dejando ver el inmenso Quijote ilustrado en sus oficinas, para que sus visitantes los confundan con ciudadanos ilustrados.

La profesionalización del editor pasa por pensar que el libro es una transducción entre el mundo intelectual y el material y, como tal, una tarea interpretativa.

Aquí estamos hablando de un proceso deliberado, constructivo, proyectual, de convertir los textos en productos, en objetos útiles y bellos, agradables y accesibles. Hemos perdido un poco la perspectiva de este proceso; no me refiero solo a la parte de diseño, o de mercadotecnia, sino a un aspecto sociológico, antropológico mucho más elemental, que es interesarnos por lo que la gente hace con los libros, preocuparnos por saber para qué los quiere. Es fácil que los editores perdamos el contacto con los lectores y terminemos pensando que la gente lee solo por leer, porque leer es bueno y nos hace mejores personas.

En resumen, de esto trataría la profesionalización del editor: de pensar que el libro es una transducción entre el mundo intelectual y el mundo material y, como tal, es siempre una tarea interpretativa. Mientras la telepatía no sea una forma viable de transmisión del conocimiento, seguiremos necesitando los soportes materiales, y entender de papeles, tintas, píxeles y metadatos, porque si no hay esta materialización, el conocimiento no se transmite. Parte de nuestro trabajo de traductores es convertir valor artístico, cultural y científico en valor social, en valor de uso, en capital simbólico y económico. Todo esto nos obliga a

saber muchísimas cosas de muchísimos campos inconexos unos con otros.

El trabajo de un editor no es tachonar cuartillas, ni mover el *mouse* o levantar su pulgar para decir “esto sí se publica, y esto no”; el trabajo del editor es poner los contenidos en el lugar, en el momento, en el formato, en el soporte y al precio que algún lector esté necesitando. A eso tendríamos que apuntar en la profesionalización. Lo que proponemos no es formar un todólogo, desde luego, aprendiz de todo y oficial de nada; pero, de alguna manera, sí es deseable un no especialista, porque pensamos que especializarse en edición implica desespecializarse respecto de las otras divisiones artificiales entre teoría y práctica, forma y contenido, academia e industria, texto y diseño; que el literato vaya a la imprenta, que el mercadólogo lea poesía o que el artista gráfico aprenda a hacer presupuestos.

Es un tópico ampliamente aceptado que la gente de artes y letras no sabe nada de números porque el arte y la poesía no deben venderse ni prostituirse. Tenemos, entonces, un problema: para ser editor hay que saber de números, porque si no, las editoriales quiebran. En reciprocidad, mucha gente que entiende de números no sabe mucho de artes ni de letras. Probablemente sea más fácil enseñarle administración y costos al literato o al artista, que conocen el mundo del libro, que enseñarle arte y literatura a alguien que no ama los libros. Este trabajo transdisciplinario necesita desbordar las fronteras entre los cánones.

La oferta que proponemos es trabajar en una mejor comunicación, más profunda y fluida entre los diferentes profesionales de la cadena editorial. Uno de los beneficios será un tránsito más libre entre las diferentes áreas y un aumento de las oportunidades laborales. Aunque, por ejemplo, un corrector de estilo jamás en su vida vaya a hacer un diseño o a manejar una prensa, esperamos que mejoren sus relaciones con los diseñadores, porque será un mejor crítico y, por tanto, un mejor comprador de servicios de diseño o impresión.

Probablemente sea más fácil enseñarle administración y costos al literato que conoce el mundo del libro, que arte y literatura a alguien que no ama los libros.

*Necesitamos construir
las herramientas teóricas
que nos faltan y nos
robamos de la sociología,
la semiótica, la retórica,
la filología...*

Con el tiempo nos gustaría construir un espacio académico del tema editorial, donde se pueda hacer investigación, tanto pura como aplicada al desarrollo de nuevos productos, procesos y líneas editoriales que quizá hoy no estamos ni pensando. Un espacio donde se desarrollen metodologías para intervenir en programas y proyectos editoriales que estén en problemas. Un espacio donde se construyan las herramientas teóricas que nos faltan, que hoy en día nos estamos robando de muchos lados: un poquito de sociología, dos gotas de semiótica, una pizca de retórica, una taza de filología, un poquito de acá o de allá, para ver si conseguimos tener un discurso sólido que sustente y defienda esta profesión más allá de la artesanía, más allá de la inefable belleza del papel y del mito Gutenberg, frente a las falsas amenazas de muerte y profecías apocalípticas que siempre vienen asociadas con el cambio.

Los editores no nos dedicamos a fabricar y vender objetos de papel, sino a traficar con contenidos, a filtrar, a amplificar, a enmarcar y embotellar los contenidos para ponerlos ahí, en los lugares, en los momentos, a los precios y en los soportes en que la sociedad los necesita. Si nuestra profesión logra explicarse estas cosas a sí misma, no tiene el menor riesgo de desaparecer en los siglos por venir.

Líneas de encomio al editor universitario

Escribo estas líneas, como casi siempre, insomne y circunspecto, entre las sombras de un gabinete que difícilmente tiene espacio para el polvo; entre tantos libros antiguos y nuevos, varios de ellos releídos; entre el aroma medular a añosa biblioteca y el ruido de la madera al cambiar la temperatura. Miro la estantería refrenando demasías y pilas de documentos que he guardado con propósitos que ya no alcanzo a recordar. En el cajón que guarda sueños, resonancias, intenciones y trayectos inconclusos estuvo empolvándose por mucho tiempo la obra que como libro se llama *La cultura editorial universitaria* y que forma parte, desde 2015, de la Biblioteca del Editor que publica la Dirección General de Publicaciones y Fomento Editorial de la Universidad Nacional Autónoma de México y, desde 2016, de la colección Tándem bajo un proyecto de la Universidad de los Andes, la Universidad Nacional de Colombia y la UNAM. Me propongo comentar las razones de ese libro, entre ellas, que es un gesto de agradecimiento a los editores universitarios.

La cultura editorial universitaria es un examen de la historia de la UNAM como casa editora desde su inicio en 1910.

La cultura editorial universitaria es un examen de la historia de la UNAM como casa editora, desde su inicio en 1910, y del sistema editorial que la mantiene vigente. El sello editorial universitario ha tenido y tiene un sistema tan complejo de engranajes que parece que la actividad editorial ha tenido una existencia paralela a la propia institución y que es una editorial formada de manera sincrónica por varias editoriales. Los que trabajamos en los entresijos de

*Mi padre leía los libros
de pie y a una velocidad
inusitada, y lo que era
más extraordinario
todavía era que los
recordaba casi en su
totalidad.*

libros y revistas de la UNAM sabemos su significado ontológico. La editorial universitaria más que representar a la UNAM, la presenta. No estamos en una universidad con editorial, sino en una editorial con su universidad.

Las ediciones de la UNAM han servido de modelo para el libro académico mexicano. Los salones, cubículos y laboratorios han sido un ambiente propicio para el diálogo entre distintas lecturas y el desarrollo de discursos escritos. Esa vocación de creación y difusión del libro la ha mostrado la Universidad cuando, en la década de 1920, abrió campañas para alfabetizar al país y cubrir el territorio mexicano de bibliotecas; cuando, desde hace más de noventa años, inició los cursos de profesionalización para editores; cuando, en 1938, introdujo en México los primeros tipos de imprenta matemáticos, astronómicos, químicos y griegos; y al seguir organizando la feria del libro de mayor tradición en el país. *La cultura editorial universitaria* muestra varios hilos temáticos porque es un mosaico con varias teselas que tiene la intención de suscitar nuevas indagaciones.

¿Por qué escribir un libro sobre libros? El gusto librero es un legado. Soy nieto de un abuelo ávido de lecturas e hijo de un padre que nunca calmó su ansia lectora. Nos criamos los hermanos en un apartamento del centro histórico de la Ciudad de México, de persianas cerradas y rebasado de libros en anaqueles empotrados en los muros. En las calles de esos ayer se podía caminar tranquilamente y uno, como siglos antes Bernal Díaz del Castillo, se quedaba admirado y se decía “que parecía a las cosas de encantamiento que cuentan en el libro de Amadís”. Había en el barrio más provincia en su silueta, más esperanza en sus limosnas y más raíces en sus ecos. Mi padre, don Arturo Ayala Flores, leía los libros como hojeándolos, de pie y a una velocidad inusitada, y lo que era más extraordinario aún era que los recordaba casi en su integridad. Me heredó algunos libros y la manía por adquirirlos. Fue mi madre, doña Ofelia Ochoa Hinojosa, quien me animó a los estudios. Ella, cual título de Maimónides, hizo las veces de guía de perplejos o descarriados.

Por amor a los libros estudié historia y vine en suerte a laborar en 1991 a la comercializadora editorial de mi Universidad Nacional Autónoma de México. Pensé estar seis meses porque buscaba una beca para ir a España, pero al formar el Centro de Información Libros UNAM, según el encargo de Arturo Velázquez Jiménez, hombre voluntarioso donde los haya, algo me enlazó tan fuerte que, aunque salí un par de años, regresé y sigo allí. No lo estaría si no existieran nuevos y sorprendentes retos y horizontes. Como la tripulación del Enterprise de la serie *Star Trek*, mi misión ha sido la exploración de mundos desconocidos y el descubrimiento de nuevas vidas.

En 1988 salió de las prensas, bajo la colección Biblioteca del Editor, el título *La actividad editorial universitaria* compilado por Arturo Souto Mantecón. Mostraba la estructura de las distintas áreas que intervenían en la edición y distribución del sello editorial UNAM. Fue una gran fotografía. Tres novenios después, el sistema editorial de la institución era otro al variar la organización universitaria y esparcirse nuevas tecnologías de comunicación e información, lo que conlleva inéditas discusiones en la doctrina de los derechos de autor. No era posible actualizar el libro de Souto y, ante la necesidad de una revisión de la compleja brega editorial de la UNAM, tuve que escribir otra obra cuyo final se extendió tanto que lo dejé con puntos suspensivos abiertos al infinito. Al examinar el vértigo de datos generado en su devenir editorial, estuvo presente en mi mente el título de un libro sobre periodismo de Danny Schechter: *Cuanto más miras, menos sabes*.

Cuando Javier Martínez Ramírez llegó al cargo de director general de Publicaciones y Fomento Editorial de la UNAM, solicitó algo sobre la historia de la dependencia y remití un archivo llamado "Esqueleto de libro". Para mi fortuna y sorpresa, se interesó en el proyecto y lo impulsó, como buen historiador que es. Elsa Botello López, cuya principal virtud es la obsesión, coordinó el proyecto cuyo cuidado corrió a cargo de la editora y gran promotora cultural Patricia Zama Garza. Las lecturas las realizó Judith

Arturo Souto compiló en 1988 La actividad editorial universitaria, en el que mostraba la estructura de las distintas áreas de edición y distribución de la UNAM.

*¿No son los libros sobre
escritura, lectura y
edición, la querencia
de los profesionales
del libro? Tiene que
ver con pragmatismos,
pero también con
inclinaciones y pasiones.*

Díaz García y la formación Carlos Orenda Trujano, bajo la supervisión de Rosa Trujano. La producción fue contratada y resguardada por Claudia Tomé González, mujer de reconocida competencia.

El libro, dedicado a mi bella y encantadora esposa, tiene una bibliografía muy amplia completada con referencias a pie de página. Sin embargo, las fuentes de primera mano están nombradas en los agradecimientos. Por Jorge Herralde supe de la teoría del iceberg de Ernest Hemingway, según la cual “el texto escrito es tan solo una pequeña parte de la historia implícita”. Lo que hay de fondo en *La cultura editorial universitaria* son todos aquellos colegas y amigos de la Universidad que he encontrado. Después de todo, *Somos libros, séámoslo siempre* reza un título del peruano Fernando Iwasaki. Mucho leí en varias personas o libros con nombres y apellidos que tan tengo presentes que si se materializara esa lectura verían un escrito en letra encadenada, en bustrofedón y de contenido rumiante. Los escritorios, oficinas y estudios que he ocupado, han sido como aquella ventana de la que habla León Felipe en el poema *¡Qué lástima!* por la que todo el ritmo de la vida pasa.

Somos hijos de la imprenta y abuelos de la cultura digital. El mundo de la tinta y el hipertexto produce sed de lecturas, al menos queremos creerlo; y quienes quieran mirar experiencias librescas, caminos andados en la edición, recordar olvidos de la profesión, tienen a la mano *La cultura editorial universitaria*. ¿No son los libros sobre escritura, lectura y edición, la querencia de los profesionales del libro? Esa es una apuesta que tiene que ver con pragmatismos pero también con inclinaciones y pasiones. No por nada Alberto Constante, al hablar de la colección universitaria Historia de los Afectos, nos dice que conocemos el mundo a través de los sentimientos.

Pues bien, en la Feria Internacional del Libro del Zócalo 2016, el sábado 15 de octubre, tuvimos el privilegio de que *La cultura editorial universitaria* fuera comentada por dos de los hombres más apreciados por los universitarios y a quienes tanto debemos. Nada menos que dos formadores

de generaciones de literatos y arquitectos, pero también de editores. Por el entrañable cariño y el sentimiento de gratitud que nos producen los conocemos y conocemos el mundo. Ellos, el maestro Federico Álvarez Arregui y el doctor Juan Benito Artigas, han enriquecido la vida universitaria y el sello editorial universitario con su escritura y su lectura. La asaz entusiasta editora Berenise Hernández Alanís moderó ese acto. Entre los que estábamos en la mesa de presentación se sumaban más de 18 décadas de experiencia en el mundo del libro.

Debemos decirlo, el verdadero valor de la UNAM no está en sus recintos, por muy bellos y artísticos que sean, ni en el *ranking* del circuito de la ciencia, ni en la cantidad de cerebros que exporta, ni en el número de títulos que entrega al desempleo, ni en sus glorias deportivas. La Universidad ha sido, es y será su capital humano. Ninguna universidad de lengua española publica lo que la UNAM: unos 1 500 títulos en papel y 600 electrónicos al año, pero esos datos son contingentes. La UNAM es decana de las universidades editoras y referencia en la industria editorial, pero eso no importa tanto. Lo sustancial han sido las personas.

Si me preguntan qué es la UNAM como casa editora, diré que es Ermilo Abreu Gómez, Arturo Arnaiz y Freg, Juan José Arreola, Rubén Bonifaz Nuño, Helia Bravo Hollis, Antonio Castro Leal, Ezequiel A. Chávez, Alí Chumacero, Fernando Curiel, Salvador Elizondo, Justino Fernández, Beatriz de la Fuente, José Fuentes Mares, José Gaos, Ángel María Garibay, Federico Gómez de Orozco, Francisco González de Cossío, Julio Jiménez Rueda, Juan Miguel Lope Blanch, Mauricio Magdaleno, Mario Mariscal, José Luis Martínez, Pilar Márynez Vidal, Francisco Monterde, José Rojas Garcidueñas, Antonio Mediz Bolio, Gabriel Méndez Plancarte, Edmundo O'Gorman, Juan Antonio Ortega y Medina, Samuel Ramos, Alfonso Reyes, Manuel Romero de Terreros, Rubén Salazar Mallén, Adolfo Sánchez Vázquez, Ernesto de la Torre Villar, Manuel Toussaint, José Vasconcelos, Luis Villoro, Agustín Yáñez y Leopoldo Zea, entre otros. Son plumas universitarias que ya no escriben

El verdadero valor de la UNAM no está en sus recintos ni en el ranking del circuito de la ciencia, ni en la cantidad de cerebros que exporta, sino en su capital humano.

*No hay nada más
cervantino que el lema
universitario: "Por
mi raza hablará el
espíritu", nuestros
libros lo tienen,
nuestros libros lo dicen.*

y están presentes. También la UNAM es Ramón Xirau, José Pascual Buxó, Miguel León-Portilla, Jorge Alberto Manrique, Aurelio de los Reyes, Hernán Lara Zavala, Sergio Fernández, Margo Glantz, Elsa Cross, Mauricio Beuchot, Alfredo López Austin o Antonio Rubial, entre otros. Son ellos tinta que sigue escribiendo.

El sello editorial UNAM es de abolengo porque tiene una ascendencia ilustre, como los nombres de Federico Álvarez y Juan Benito Artigas. También, el sello editorial UNAM mira hacia el futuro porque se ha preocupado de dar continuidad a los proyectos, de mirar hacia adelante. Pero el futuro se escribe desde la tradición de nuestros grandes maestros. No por nada Luis Alberto Spinetta, en la canción *Los libros de la buena memoria*, habla de vestigios del futuro.

Unamuno decía en aquel ensayo de 1912, *Del sentimiento trágico de la vida*, que lo que había en don Quijote no era idealismo, el Caballero de la Triste Figura no peleaba por las ideas, sino espiritualismo, peleaba por espíritu. Y me parece que no hay nada más cervantino que el lema universitario: "Por mi raza hablará el espíritu", que forma parte del escudo universitario que es también sello editorial. Nuestros libros lo tienen, nuestros libros lo dicen. Porque, además, ¿qué nos otorga la lectura sino vida espiritual, vida interior? Federico Álvarez dijo alguna vez: "El libro en la mano nos da fuerza y una callada alegría".

Por todo lo anterior, debemos ensalzar el trabajo del editor universitario. La edición universitaria tiene varios problemas de distribución, bracerismo editorial y una rotación precipitada de su personal, pero sus fortalezas son mayores que sus debilidades.

En 2013 la conferencia de clausura del máster en edición de la Universitat Pompeu Fabra de Barcelona le tocó en suerte a Beatriz de Moura, la legendaria editora de Tusquets, quien trajo a cuento la pregunta elaborada por Roberto Calasso en *La huella del editor*: ¿qué deber (o misión) le queda al editor? De Moura hace suya la respuesta que el italiano parafrasea de Debussy, cuando alguien le preguntaba la finalidad de su música: dar placer. Calasso decía

que al editor le queda dar placer a esa tribu dispersa de personas que buscan algo que sea literatura, que sea pensamiento, que sea indagación, que sea oro y no turba. Por eso De Moura definía su editorial como un hogar literario y decía que su oficio sincronizaba a la perfección el terco deseo de rodearse de libros; y por eso Juan Cruz Ruiz tituló *Por el gusto de leer* a la conversación que refleja las memorias de Beatriz de Moura.

Decía el poeta Pepe Alameda que el toreo no es graciosa huida sino apasionada entrega, y quienes entramos al mundo editorial advertimos que es posible que esa verdad se traslade de la tauromaquia a la edición. Lo advertimos a toro pasado. Tiempo, esfuerzo, energía, vista y memoria se van dejando en los pliegos que mandamos entintar, doblar y encuadernar. Después de varios años quedan las lecturas, la satisfacción de algunos títulos y la vista cansada.

Así como hay impresores que huelen a tinta, librerías que terminan creyéndose libros, correctores de estilo que le encuentran erratas a la vida, diseñadores que todo lo quieren justificar, hay editores que son, como los define Jorge Herralde, “un obseso que desea ser felizmente un obseso”.

José Ortega y Gasset decía que el trabajo “es un esfuerzo hecho a la fuerza en vista de su rendimiento”. Por eso, editar no es un trabajo, sino un arte que se practica con apasionada entrega. Las publicaciones son una expresión, son productos sensibles y tienen personalidad, son distintivas y se pueden comparar y valorar.

Lo importante, decíamos, es el capital humano. Hay nombres concretos que intervienen en las publicaciones, pero la labor editorial debe verse de manera integral. Existen muchas personas que día a día construyen el sello editorial de la UNAM. Más allá de lo que aparece en la página legal y el colofón de los libros, más allá del membrete y el cintillo legal de las revistas, la cuidada y esperanzada labor editorial de nuestra Universidad late en nuestras áreas de publicaciones y de comercialización. La tenemos en el dictamen riguroso de las obras; en el ejercicio de la decisión editorial

Calasso decía que al editor le queda dar placer a esa tribu dispersa de personas que buscan algo que sea literatura, pensamiento, indagación, que sea oro y no turba.

de nuestros comités; en la lectura minuciosa del editor que planea el proyecto y lo convierte en realidad; en el callado corrector que muchas veces sacrifica su tiempo para esclarecer algún concepto; en el diseñador que afanosamente forma y reforma los textos; en los responsables de producción que calculan y compran papel y asignan imprentas, velando por los intereses de la institución; en los almacenistas que guardan, acomodan y distribuyen los lotes de impresos; en quienes en las librerías brindan su servicio a la comunidad universitaria; en la programación de presentaciones y la preparación de catálogos. Esas actividades, con todas sus virtudes y frustraciones, configuran los discursos editoriales y componen los a veces sutiles y a veces vibrantes pregones dirigidos al lector.

Hans Blumenberg en *La legibilidad del mundo* nos dice que la metafórica sobre experimentabilidad del mundo es representada por el paradigma de la legibilidad, que es “el deseo de que el mundo se haga accesible de un modo distinto al de la simple percepción y hasta de la predecibilidad exacta de sus fenómenos”. Esa es una visión libresca modelada por la tipografía. Es una visión hecha con la mirada libresca que Nietzsche definía como la de no ver las formas por lo que son sino por lo que dicen.

*El síndrome del mundo
librero nos hace ver
las bibliotecas como
los espacios más
importantes de nuestros
hogares, las librerías
como argumentos para el
desarrollo humano y las
editoriales como motores
de la historia.*

El comunicólogo George Gerbner hablaba del síndrome del mundo mezquino o síndrome del mundo cruel, que es la visión de un ambiente inhumano que nos queda al apreciar los medios de comunicación con tanta violencia y muerte en las noticias y en los programas. Quienes trabajamos con libros tenemos un síndrome semejante, pero dirigido a edición, corrección y diseño. El síndrome del mundo librero nos hace ver las bibliotecas como los espacios más importantes de nuestros hogares, las librerías como argumentos esenciales para el desarrollo humano y las editoriales como motores de la historia. Bajo ese síndrome, se valora sobremanera el alfabetismo y la lectura. Ese síndrome lo tienen quienes están acostumbrados a preguntarse por la razón de las cosas, quienes no creen en las formas, sino en lo que estas llevan detrás.

David R. Olson, en su libro *El mundo sobre el papel*, expresa que “el pensamiento letrado puede estar, y lo está en cierto grado, incorporado en el discurso oral de una sociedad letrada”. El estado latente de la Universidad, según un viejo concepto de Ramón Menéndez Pidal, es la tinta que corre por nuestras venas y nos hace actuar bajo aquella mirada libresca que ya mencionamos. Los universitarios, los que estamos curtidors en este ambiente, dialogamos cuidando la colocación de las palabras, la estructura del discurso, la disposición de los signos. Hablamos como si estuviéramos escribiendo y escuchamos como si estuviéramos leyendo. Somos una comunidad de lectura y escritura.

Del ojo lector que usamos para ver la vida, pasamos al ojo escritor, pero eso nos lleva al ojo editor. Nos comportamos en consecuencia bajo nuestra cultura escrita, nuestra cultura editorial. Michael Korda escribió el libro *Editar la vida: mitos y realidades de la industria del libro*, y yo me pregunto ante ese título si no es lo que hacemos todo el tiempo: editar y editarnos. Así atendemos lo que Fernando Pessoa recomendaba en 1915: “Organiza tu vida como una obra literaria, colocando en ella toda la unidad posible”.

Hernán Lara Zavala, mi muy admirado maestro, me enseñó y sigue enseñando instrucciones de escritura, artes de lectura y lecciones de vida. En su novela *Península, Península* señala que “la palabra es el lugar que todos habitamos”. Nuestra casa de estudios es casa porque en ella nos escuchamos, nos leemos. Traté de explicar esa casa de manera narrada, a través de su historia, la que nació en 1910.

Hay anécdotas que se quedaron en el tintero de *La cultura editorial universitaria*. He comentado con la poetisa Odette Alonso que alguna vez tendremos que escribir esas historias. Daré solo cuatro ejemplos, tres de ellos unidos a las virtudes teologales de fe, esperanza y caridad.

Por mucho tiempo, en las oficinas de la Dirección General de Publicaciones y Fomento Editorial de la UNAM el maestro Ricardo Mercado, persona muy grande de edad, tenía que usar una lupa sobre otra ante la pantalla de la computadora, lupas que sostenía muy temblorosamente.

Michael Korda escribió el libro Editar la vida: mitos y realidades de la industria del libro, y yo me pregunto si no es lo que hacemos todo el tiempo.

Había una enorme fe en acudir puntualmente a desempeñar su trabajo a pesar de su vista y su pulso.

De la fe pasamos a la esperanza. Hace unos meses se presentó un autor que tenía el mejor libro de física del mundo, pero todavía no se lo terminaban de dictar dos seres, según dijo, de la quinta y la novena dimensión. Tuve que rechazarlo, pero reconozco que ese es un testimonio de esperanza. A mi oficina llegan muchos escritores bisoños ofreciendo temas inusitados, como profecías del fin del mundo, encuentros extraterrestres y viajes en el tiempo. ¿Cómo es posible que esos escritores no tomen en cuenta el perfil de una editorial? Solo me lo explico por una colosal esperanza.

*Hernán Lara Zavala,
mi muy admirado
maestro, me enseñó
y sigue enseñando
instrucciones de
escritura, artes de la
lectura y lecciones de
vida.*

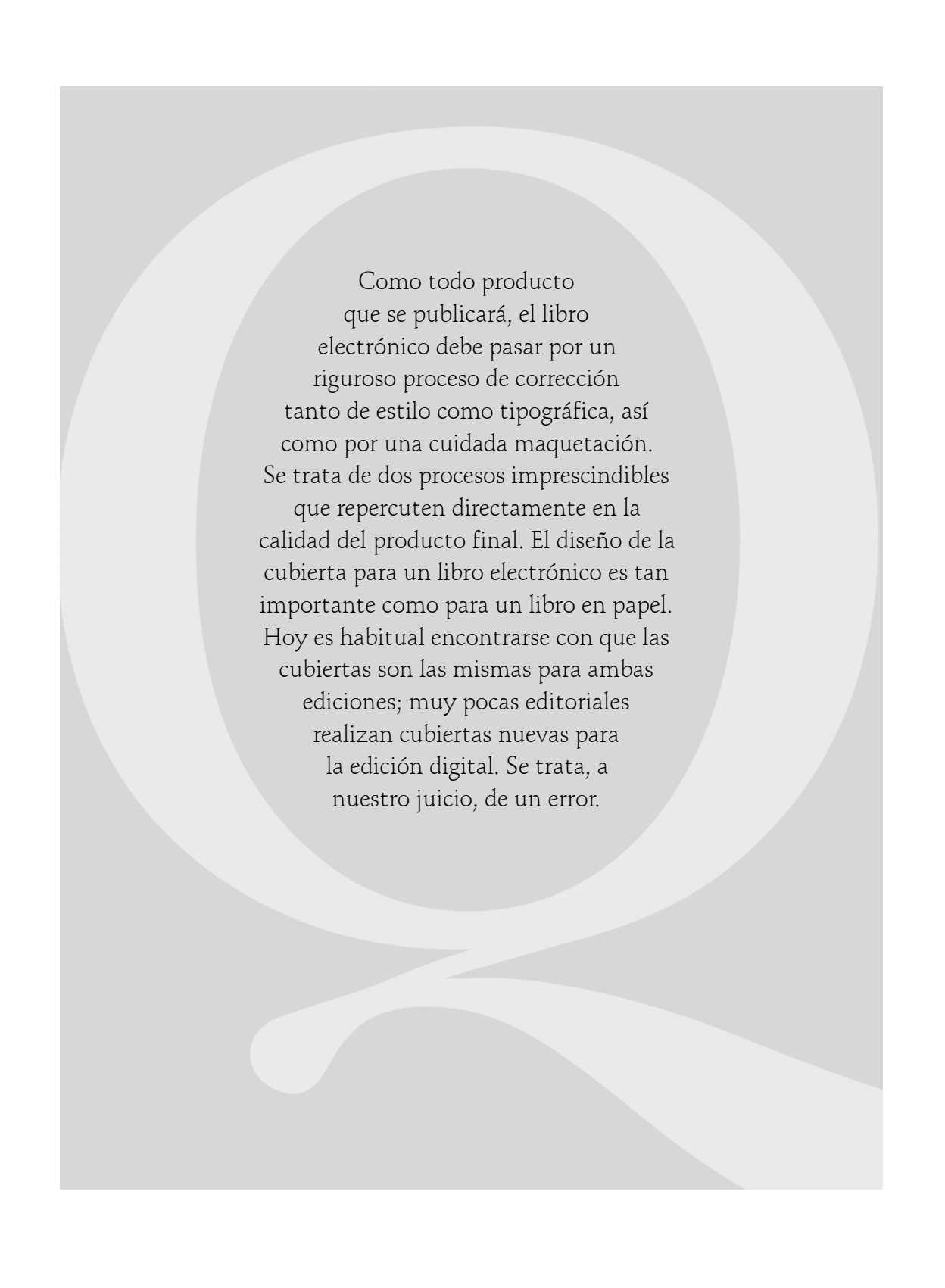
De la fe y la esperanza pasamos a la caridad. Tuve a mi cargo ayudantes de librería a los que enseñé caritativamente el alfabeto y el silabario. Son circunstancias de la contratación por herencia de plazas, como la de aquel chofer que el día que le dieron su nombramiento como conductor tuvo que comenzar a aprender a manejar, con tan mala suerte que durante meses chocó varias veces, no las suficientes para que le colocaran en otra área. De hecho, por muchos años no podía maniobrar en reversa. Hay otro chofer adscrito a otra parte de la UNAM que tiene dislexia: cuando quiere dar vuelta a la derecha, gira a la izquierda y viceversa. Viajar en carretera con estos conductores es la mar de emocionante.

La cuarta anécdota tiene que ver también con religiosidad. Hubo un inventario de libros de almacén que arrojaba números negativos. Por ejemplo, teníamos existencia de menos 100 ejemplares. Pedí que volvieran a contar y la cantidad varió en el sistema a menos 113 ejemplares. Tuve que ir a ver las cajas por si existía un agujero negro o una singularidad en el tiempo y en el espacio. En ese inventario también, cual milagro evangélico, se presentó la multiplicación de los libros. La suma de varios lotes era mayor al tiraje.

La vida es frágil y el mundo inconstante. Ha muchos años me críe en un apartamento del centro histórico de

la Ciudad de México, de persianas cerradas y rebasado de libros en anaqueles empotrados en los muros. Regresé a un espacio semejante cuando fui parte de la Casa Universitaria del Libro que es, más que cualquiera de nuestras entidades editoras o bibliotecas, el sitio paradigmático de nuestra vida universitaria. Si, como indica Thomas Carlyle, “la verdadera universidad son los libros”, la UNAM, nuestra UNAM, es casa porque es libro y es libro porque es casa.

Emilio Bueso, en el cuento “Barrer, quizá soñar”, deja caer la frase: “Dicen que tu casa está donde están tus libros”. Pues bien, ya un libro de mi autoría forma parte de esa nuestra casa editorial, nuestra casa universitaria, y eso la hace, por lo menos ante mis ojos —aunque miopes y cansados por la lectura, pero de algún modo librescos— más entrañable, más generosa, más casa.



Como todo producto que se publicará, el libro electrónico debe pasar por un riguroso proceso de corrección tanto de estilo como tipográfica, así como por una cuidada maquetación. Se trata de dos procesos imprescindibles que repercuten directamente en la calidad del producto final. El diseño de la cubierta para un libro electrónico es tan importante como para un libro en papel. Hoy es habitual encontrarse con que las cubiertas son las mismas para ambas ediciones; muy pocas editoriales realizan cubiertas nuevas para la edición digital. Se trata, a nuestro juicio, de un error.

Evolución de la lectura: de la arcilla a la nube

El ser humano es un acumulador de información, y en su naturaleza está compartirla con el prójimo. Antes de la invención de la escritura cuneiforme en Sumeria, hace poco más de cinco mil años, lo hacía solo por vía oral, aunque sus lejanos ascendientes ya pintaban los muros de cavernas con imágenes de animales y otras figuras, las cuales seguramente encerraban información en la medida en que representaban realidades, deseos o temores. En ambos casos, el oral y el gráfico, se llevaba a cabo el acto de la comunicación.

Tenemos más o menos cinco millones de años de habernos separado de nuestros parientes más cercanos del árbol genealógico de los grandes simios. Los chimpancés, gorilas y orangutanes se fueron por su lado, mientras que nosotros optamos por otro camino tal vez más arduo, pero que a la larga redituó ganancias tangibles. Nuestra evolución se dio con lentitud —para nosotros, por supuesto, aunque aconteció en un abrir y cerrar de ojos cuando se ve dentro de la gran escala evolutiva— a partir de los primeros intentos de caminar erguido sobre dos piernas. Casi puedo visualizar la torpeza inicial combinada con la satisfacción de comprobar la ventaja de tener las manos libres para realizar actividades independientes de la locomoción. Y después vendría el largo proceso de perfeccionamiento que implicó mejoras estructurales considerables en el esqueleto, gracias a la selección natural de quienes dominaban mejor y más pronto el cambio.

El mensaje es el motor

Antes de la invención de la escritura, hace más de cinco mil años, el ser humano compartía información con el prójimo por vía oral.

A lo largo de esos cinco millones de años no solo aprendimos a caminar erguidos, también dominamos la metáfora, descubrimos que una cosa puede representar a otra.

Entre los esfuerzos mentales y físicos necesarios a efecto de volvernos bípedos, el cerebro humano también empezó a transformarse y distinguirse de manera importante del de los demás grandes simios. A lo largo de esos cinco millones de años de evolución, no solo aprendimos a caminar erguidos, sino que también nos convertimos en corredores consumados, capaces de cubrir 10, 20 y aún más kilómetros diarios durante la caza de animales; no solo aguzamos nuestras aptitudes hábiles para la manufactura de herramientas, que entre nuestros primos eran más bien rudimentarias, sino que también dimos un salto enorme —que hoy en día llamaríamos *cuántico*— al dominar el concepto de la metáfora: descubrimos que una cosa, muy a la mano siempre, era capaz de representar a otra cosa, la cual podría estar lejos o solo existir en nuestros deseos, temores o imaginación. Esa *cosa* a nuestra disposición inmediata eran sonidos —signos— que éramos capaces de emitir a voluntad y entender como representativos precisamente de *cosas, acciones, deseos, temores, cualidades* o combinaciones de todo ello en nuestra imaginación.

Antes que fueran signos, se trataba de las exclamaciones naturales que resultaban de levantar cargas pesadas, de percibir sensaciones gratas o de llamar la atención. Una vez que estos sonidos se relacionaban de modo claro con una actividad o situación, ya no era necesaria la situación en sí para hacer alusión a ella: bastaba con emitir el sonido o cadena de sonidos.

Así nació el lenguaje oral que, más pronto que tarde, se anclaría en lo que hoy llamamos *idiomas naturales*. Nadie sabe con exactitud cuándo las originales exclamaciones se convirtieron en signos propios, y estos, en lenguaje oral ordenado según gramáticas y sintaxis claras, pero es probable que se haya dado hace unos 40 000 o 50 000 años. En vista de la rapidez con que los idiomas se transforman para convertirse en otros, esto quiere decir que han nacido y muerto decenas de miles de idiomas desde los albores de nuestra actividad lingüística hasta la fecha. Solo podemos

adivinar la naturaleza de aquellos que nacieron y fenecieron antes de la llegada de la escritura.¹

La información que deseábamos comunicar, como especie, era variada. Abarcaba desde la monetaria y la política, hasta la religiosa y la mítica, pasando por la económica, la militar, la geográfica, la climática y la artística, la cual incluía la literaria, por supuesto. Si bien los idiomas naturales irrumpieron en la realidad hace unos 40 000 años, tuvimos que esperar otros 35 000 para que el genio humano los llevara al próximo nivel lógico en la escala de la metáfora comunicativa: el lenguaje escrito, donde la grafía representa al signo. En otras palabras, tuvieron que pasar 35 000 años para que inventáramos una serie de metáforas escritas que representaran a esas primeras metáforas orales. Esto, como apunté al principio de este ensayo, ocurrió primero en Sumeria, y se logró mediante la escritura cuneiforme.

La primera escritura se realizó sobre tabletas de arcilla mediante un estilo hecho de un junco partido. Muchos creen que sobre estas tabletas se escribieron los primeros relatos fundacionales de la humanidad o poemas épicos, o incluso tratados religiosos. Pero no fue así. Los primeros *textos* humanos fueron de contabilidad. Roger Matthews explica en *Secrets of the Dark Mound: Jemdet Nasr 1926-1928* que “se trata primordialmente de cuentas administrativas, largas listas de objetos varios, comestibles y animales que se distribuían entre la población por una autoridad central”.²

**El medio carga
al mensaje...
y la memoria**

¹ Esta especulación atañe más a la antropología lingüística que a la lingüística en sí. Sea como fuere, a mí me llena de una gran melancolía, como la que me invade cuando camino por cementerios tan antiguos que ni los nombres inscritos en las lápidas pueden leerse.

² Roger Matthews (2002), *Secrets of the Dark Mound: Jemdet Nasr 1926-1928*, Iraq Archaeological Reports, 6, Warminster: BSAI, ISBN 0-85668-735-9, cit. en Wikipedia, “Jemdet Nasr”, https://en.wikipedia.org/wiki/Jemdet_Nasr. Fecha de consulta: octubre de 2016. [Traducción mía]

Robert K. Englund y Jean-Pierre Grégoire, en *The Proto-Cuneiform Texts from Jemdet Nasr*, explican:

Estos textos documentan, entre otras cosas, el cultivo, el procesamiento y la redistribución de granos; toman en cuenta manadas de ganado, la distribución de productos secundarios como cerveza, pescado, frutas y textiles, así como objetos varios de naturaleza indefinible. Seis tabletas [de Jemdet Nasr] tratan del cálculo de áreas de campos agrícolas a partir de medidas superficiales, lo cual constituye el primer caso que daba fe de cálculos de esta naturaleza.³

Las tabletas de arcilla y la escritura cuneiforme cumplieron bien, en su momento, con el cometido de preservar la memoria de la especie, más allá de los caprichos de la oralidad.

Solo más tarde llegaríamos a pergeñar nuestros primeros relatos fundacionales, textos religiosos, poemas épicos, etc. Las tabletas de arcilla y la escritura cuneiforme cumplieron bien, en su momento, con el cometido de preservar la memoria de la especie, más allá de los caprichos de la oralidad. Debemos ser conscientes de que, por cuidadosos que hayan sido los *portadores de la memoria*, esta —cuando se limitaba al lenguaje oral— podía funcionar como lo que a mediados del siglo XX llegamos a llamar *teléfono descompuesto*, situación en la cual el mensaje se metamorfoseaba poco a poco para incluir detalles no presentes en la historia original, y donde acontecimientos recientes podían alterar o incluso suprimir otros más antiguos, y donde el dogma religioso preponderante podía pedir que los *hechos* se acomodaran de otra manera o que desaparecieran por completo. Tratándose de una tradición hablada, no habría manera de comprobar cuál fue el relato original, salvo que hubieran sobrevivido versiones diferentes del mismo, y que estas hubieran llegado a solidificarse en forma escrita. Esto es algo que encontramos, por ejemplo, en la historia del diluvio universal que en la Biblia se conoce como la

³ Robert K. Englund y Jean-Pierre Grégoire (1991), *The Proto-Cuneiform Texts from Jemdet Nasr. I: Copies, Transliterations and Glossary*, Materialien zu den frühen Schriftzeugnissen des Vorderen Orients, 1, Berlin: Gebr. Mann, ISBN 3-7861-1646-6, cit. en Wikipedia, *loc. cit.* Fecha de consulta: octubre de 2016. [Traducción mía]

historia del arca de Noé y de su familia, gracias a la cual vuelve a poblarse la tierra.

Este relato se cuenta de nuevo —con variantes— en el Corán, pero parece haberse originado en un texto sumerio, la Épica de Ziusudra.⁴ Y, desde luego, los tres se parecen entre sí, pero cada uno es informado por la cultura y la ideología de su tiempo.

Las tabletas de arcilla no eran fáciles de elaborar ni de transportar. Debían guardarse en lugares seguros y podían romperse con cierta facilidad si recibían un impacto. No se prestaban a que circularan entre la población. Aunque un buen porcentaje de las personas supiera leer y escribir, no había textos que estimularan el deseo de hacerlo; no existía la *práctica* de la lectura, pues.⁵ Solo participaban en estas actividades unos cuantos iniciados, pertenecientes a las autoridades locales o regionales, o empleados por ellas. Para que la lectura y la escritura se volvieran más comunes —si no precisamente *populares*—, tendría que venir un cambio importante de tecnología.

*Para que la lectura
y la escritura se
volvieran más comunes
—si no precisamente
populares—, tendría
que venir un cambio
importante de tecnología.*

Este llegó con el desarrollo de la piel de animales como medio para cargar mensajes escritos, ahora con plumas y tintas. Sobre estas pieles, o pergaminos, tras una preparación adecuada, se escribía, y luego podían enrollarse y desenrollarse para su lectura y —también importante— su traslado. Así también podían ser copiadas de manera literal, exacta, para ser guardadas en lugares diversos y de este modo sobrevivir a las vicisitudes de la historia: guerras, inundaciones, incendios, invasiones... Si existían 20 o 30 copias de un texto, las probabilidades de que una

⁴ Barry L. Bandstra (2008), *Reading the Old Testament : An Introduction to the Hebrew Bible* (4ª ed.), Belmont, CA: Wadsworth/ Cengage Learning, pp. 61-63, ISBN 0495391050, cit. en Wikipedia, https://en.wikipedia.org/wiki/Noah%27s_Ark#cite_note-FOOTNOTEBandstra200861.2C_62-3. Fecha de consulta: octubre de 2016.

⁵ La verdad es que los lectores se reducían a unos cuantos, un porcentaje ínfimo de la población en general. En la Grecia, Roma y Judea de la época clásica, el porcentaje de lectores era un poco mayor, pero volvió a decrecer sensiblemente en la Edad Media.

o dos sobrevivieran eran mucho mayores que las de una tableta de arcilla, de la cual —con frecuencia— solo existía un ejemplar.

Los textos fundacionales del judaísmo —y por extensión, del cristianismo y el islam— fueron escritos en rollos de pergamino.

Los textos fundacionales del judaísmo —y por extensión, del cristianismo y el islam— fueron escritos en rollos de pergamino: la Torá, también conocida como el Pentateuco o los Cinco libros de Moisés (en hebreo, *Jumash*). Hoy en día continúan escribiéndose a mano, sobre rollos de hojas de pergamino cosidas y fijadas sobre dos palos de madera, con agarraderas en la parte inferior, con el fin de enrollar y desenrollar el texto. Desde luego hay millones de ejemplares impresos de la Torá en libros, y que incluso circulan en formato digital por el internet. Estas impresiones en papel y versiones digitales son las que se estudian y se consultan todos los días, pero para efectos litúrgicos solo se emplean —para leerse en voz alta cada lunes, jueves, dos veces en sábado y en ciertas festividades— los ejemplares escritos a mano sobre pergamino, los cuales se guardan en las arcas de las sinagogas actuales. Se protegen —valga el adverbio— *religiosamente* en cubiertas de terciopelo. Los rollos pueden durar muchos cientos de años, a diferencia de los libros impresos que no resisten tan bien los embates del tiempo. Aun así, estos poseen la ventaja de que pueden ser reimpresos con facilidad en grandes cantidades de ejemplares. Y, hablándose del internet, el concepto de *ejemplares* ni siquiera se aplica.

Los rollos pueden durar muchos cientos de años, a diferencia de los libros impresos que no resisten tan bien los embates del tiempo.

Pero me he saltado las trancas de la cronología. Volvamos un poco hacia atrás. Podría pensarse que se darían diferencias en los textos copiados de la Torá, pues los escribas solo son humanos, y los seres humanos nos equivocamos. Y podría pensarse también que estas diferencias podrían multiplicarse y ramificarse con el paso de los siglos. Curiosamente, no fue así: las copias existentes de los rollos de la Torá son —en todos los sentidos— iguales en cuanto a su contenido lingüístico. Hay diferencias en el estilo de la caligrafía, y también puede haberlas en la cantidad de palabras por línea, líneas por hoja cosida y hojas totales, pero el texto es idéntico.

Esto se debe a las leyes tan estrictas que se aplican a la preparación de los rollos de la Torá. Si el escriba se equivoca de cualquier manera, aunque se trate de una sola letra, debe repetir la hoja entera. Si se descubre, después de terminados, que los rollos contienen algún error, el conjunto completo debe ser rechazado y enterrado de manera ritual porque trae escrito muchas veces el nombre de Dios; con una sola vez bastaría. Se tarda más o menos un año para completar la escritura de un *séfer Torá* (libro de la Torá). Con estas y otras exigencias que no he mencionado, los *sifréi Torá* existentes están libres de error textual, algo que no podemos afirmar acerca de nuestros libros modernos en cualquiera de sus formas. Pero de nuevo me he saltado en la cronología.

La tecnología de los rollos se empleó a lo largo de la antigüedad. El invento del *códice*, en algún momento del primer siglo de nuestra era, vino a suprimirlos en un espacio relativamente breve. Según el *Oxford Dictionary of Byzantium*, para el año 300 d.C. existían tantos códices como rollos.⁶ Y para el siglo VI los códices habían reemplazado a los rollos por completo en las tierras cristianizadas.⁷ Llamamos *códices* a todos los libros armados a lo largo de la Edad Media hasta que Johannes Gutenberg inventó la imprenta a mediados del siglo XV.

El *códice* era una serie de hojas fijas o cosidas por un lado y encuadradas dentro de algún material más espeso y resistente que las hojas mismas. Además de contener hojas fijas, los *códices* podían usar hojas dobladas, a la manera de un acordeón. En cualquier caso, podían ser de papiro, pergamino o papel. Las ventajas de los *códices* por encima de los rollos eran varias: podía escribirse en ambos

La tecnología de los rollos se empleó a lo largo de la antigüedad. El invento del códice, en algún momento del primer siglo de nuestra era, vino a suprimirlos en un espacio relativamente breve.

⁶ "Codex" en *The Oxford Dictionary of Byzantium*, Oxford University Press, Nueva York y Oxford, 1991, p. 473. ISBN 0195046528. Cit. en Wikipedia, https://en.wikipedia.org/wiki/Codex#cite_note-Oxf-5. Fecha de consulta: octubre de 2016.

⁷ Colin H. Roberts y TC Skeat (1983). *The Birth of the Codex*. Londres: British Academy, pp. 15-22. ISBN 0-19-726061-6. Cit. en Wikipedia, https://en.wikipedia.org/wiki/Codex#cite_note-6. Fecha de consulta: octubre de 2016.

lados de la hoja; podía accederse al texto en cualquier parte, y no solo de manera secuencial; además, los códices eran más compactos y resistentes que los rollos.⁸

Los medios y cómo se consumían

Los rollos, entonces, podían durar siglos, siempre y cuando recibieran los cuidados necesarios para preservarlos. Pero eran torpes a la hora de ser leídos, pues volver en el texto implicaba enrollar hacia la izquierda, hallar el lugar buscado y volver a donde uno había dejado de leer.⁹ Los rollos tampoco podían transportarse con facilidad. El pergamino era un material resistente —y se usaba tanto en los rollos como en los códices—, pero no ofrecía ventaja alguna en su elaboración: seguían siendo hojas provenientes de animales, y su preparación era compleja. El papel representó un avance en este sentido. Pero seguía habiendo pocos lectores en términos demográficos absolutos, y por muchas razones.

Por un lado, la escasez de códices —libros— no estimulaba su consumo. Se veían poco o, en el caso de los aldeanos europeos, nunca. Se guardaban casi siempre en monasterios o conventos. Simplemente no estaban ni en el consciente ni en el inconsciente colectivos de la población de la Edad Media. No olvidemos que estos libros no se imprimían, sino que se elaboraban de uno en uno, a mano, con gran maestría... y lentitud. No había presión económica por producir más. Además, los temas eran reducidos: o se copiaba la Biblia o comentarios acerca de la Biblia u otros tratados religiosos. También había documentos históricos, genealogías, documentos comerciales, etcétera. Para nuestra fortuna, también se copiaban algunas obras literarias.¹⁰ Pero

La escasez de códices no estimulaba su consumo. Se veían poco y se guardaban casi siempre en monasterios o conventos.

⁸ *Ibid.*, pp. 45-53. Cit. en Wikipedia, https://en.wikipedia.org/wiki/Codex#cite_note-7. Fecha de la consulta: 23 de octubre de 2016.

⁹ Suponiendo que se trataba de un idioma que se leía y escribía de izquierda a derecha, como el latín o el griego; en hebreo y árabe se escribía de derecha a izquierda.

¹⁰ De otro modo, difícilmente nos habrían llegado las jarchas mozárabes, los cuentos de Canterbury, el *Cantar de mio Cid*, o nada menos que la *Commedia* de Dante Alighieri.

la principal razón por la cual había pocos libros se reducía a que había pocos lectores: casi nadie sabía leer ni mucho menos escribir. Hoy en día damos por sentado que saber leer y escribir es la clave para poder vivir libre de los dictados voluntariosos o controladores de quienes ostentan el poder. La lectura nos permite conocer nuestra historia y enterarnos de cómo llegamos a ser como somos; nos ilumina en cuanto a la naturaleza de las cosas en otros tiempos y lugares; nos abre una ventana al pensamiento humano, que es en extremo variado y rico. Esto no convenía a las autoridades eclesiásticas de la Edad Media europea.

El poder de los reyes descansaba en la voluntad divina; el de los demás nobles, en los reyes; el de los señores feudales, en el de la nobleza en general. Casi toda la población aceptaba a pie juntillas el dogma y la catequesis cristianos. Solo así se permitía el dominio del clero y la jerarquía política. Que los campesinos o artesanos pudieran leer cualquier cuestionamiento del *statu quo* representaba un peligro mortal para quienes gozaban de todos los privilegios. Dentro de las comunidades católicas, ni siquiera se permitía leer la Biblia, pues invitaba a que se formularan preguntas incómodas, cuyas respuestas podían comprometer las estructuras sociales. Únicamente cuando se plantea así se entiende la enormidad —desde la perspectiva católica, por supuesto— del invento de la imprenta, que se puso al servicio del protestantismo, el cual colocó en decenas de miles de manos ejemplares de la Biblia. Fue el principio del desmoronamiento del poder y de la autoridad prácticamente monolíticos de la Iglesia católica, apostólica y romana en Europa. Solo entonces podía *despegar* la literatura, el deseo de gozarla y también de crearla; asimismo, las demás artes liberales y el conocimiento científico. Pero para eso, había que crear lectores. La cantidad de estos crecía a la par de la cantidad de libros que se imprimían, y dependía —en gran medida— del grado de disposición de los gobiernos diversos a que la gente aprendiera a leer.

Es del dominio público la multiplicación exponencial de los materiales de lectura a partir de las primeras imprentas con sus tipos móviles, pasando por máquinas más comple-

Hoy en día damos por sentado que saber leer y escribir es la clave para poder vivir libre de los dictados voluntariosos o controladores de quienes ostentan el poder.

Que los campesinos o artesanos pudieran leer cualquier cuestionamiento del statu quo representaba un peligro mortal para quienes gozaban de todos los privilegios.

jas y rápidas hasta las rotativas de los siglos XIX y XX. Lo que podía producirse en una semana en tiempos de Gutenberg (una Biblia completa), ahora puede fabricarse en cuestión de minutos, y en cantidades inimaginables en el siglo XIV.

Los libros modernos,¹¹ impresos por miles o decenas de miles a la vez y accesibles para millones de personas, son tanto productores como productos de la democracia. En esta también tuvieron una participación importante los periódicos y revistas, estos últimos menos resistentes que los libros, pero fundamentales para la divulgación de noticias e ideas en general.

**Del medio
impreso a la
escritura que
flota en la
nube**

El *paquete* de información que llamamos *libro* ha sido como el tiburón en términos evolutivos: apenas ha cambiado desde su creación. Solo se ha refinado. Ya casi no se venden intonsos, sino que se cortan los pliegues para que los lectores puedan abrir las páginas sin el auxilio de una navaja. Hay infinidad de variedades de papel disponibles, algunas más duraderas que otras, más finas que otras. La gran mayoría es manejable con una mano, y luego dos en el momento de doblar la página, y se han convertido en una hebra vital del tejido de nuestra conciencia ciudadana e intelectual. Poca gente alfabetizada puede concebir su existencia sin libros.¹²

Quienes leen de manera consuetudinaria hablan del placer que les causa, y relacionan el vehículo de su lectura —el medio— con este placer.¹³ Aunque este vehículo es en ocasiones periódicos y revistas, el lector asiduo suele pensar en el libro cuando se menciona la palabra *lectura*. Y el libro

¹¹ Ya no llamamos *códices* a los libros después de la imprenta, sino *libros*, a pesar de que estos, técnicamente, siguen siendo *códices*.

¹² Por desgracia, aún hay decenas de millones de analfabetos en el mundo.

¹³ Yo mismo escribí un ensayo sobre el tema, “Si vas a leer, no inhales”, en *Elogio del libro*, José María Espinasa *et al.*, México, Fondo de Cultura Económica y Alianza de Editoriales Mexicanas Independientes, 2005, pp. 13-18.

presupone una serie de circunstancias colaterales que contribuyen a la experiencia de sumergirse en sus páginas.

Para algunos el libro evoca la majestuosidad de las bibliotecas y la aventura de vagar por sus pasillos en busca de algún ejemplar que *les cierre el ojo*. Otros descubrieron esta misma sensación en las librerías. Algunos relacionan los libros con la biblioteca familiar o los primeros días de escuela cuando recibían su dotación para el año entero. Quienes leen con asiduidad desarrollan una manera muy personal de relacionarse con los libros. Por esto la irrupción del libro electrónico ha sido revolucionaria en varios aspectos.

Muchos lectores que nacieron antes de 1990, y que no conocieron los libros electrónicos sino después de haber llegado a la edad adulta, los rechazan porque no les brindan los aspectos colaterales a los cuales se han acostumbrado: el olor, la textura de las páginas, el placer de la búsqueda de un libro entre miles. Y cuanto más edad tenga el lector, menos se dejará convencer. La lectura para ellos forma parte de un ritual placentero e, insisto, se relaciona de manera estrecha con el medio: el libro físico hecho de papel y tinta.

Pero así no se explica por qué se venden tantos millones de ejemplares de libros electrónicos. En Estados Unidos, incluso, estos han empatado a sus hermanos mayores en papel. La respuesta no es complicada: hay de lecturas a lecturas. Las enciclopedias impresas casi han desaparecido, pues son torpes en comparación con la búsqueda instantánea de información en el internet, sea en sitios especializados mediante buscadores como Google, o entre las enciclopedias de mayor confianza disponibles, como Wikipedia. Además, hay que estar presente donde se encuentra la enciclopedia cuando se la quiere consultar. No es el caso con Wikipedia y los demás sitios electrónicos. Las consultas constantes a la red han empezado a crear costumbre y aceptación entre muchas personas, las cuales no siempre reconocen esta realidad y se resisten a leer libros completos en formato digital; este rechazo, sin embargo, empieza a desmoronarse, y vaticino que terminará por desaparecer cuando los nacidos antes de 1990 ya no estemos para oponer resistencia.

Quienes leen con asiduidad desarrollan una manera muy personal de relacionarse con los libros. Por esto la irrupción del libro electrónico ha sido revolucionaria en varios aspectos.

En Estados Unidos la venta de libros electrónicos ha empatado la de sus hermanos mayores en papel.

*Poca gente piensa que los
periódicos y las revistas
vayan a sobrevivir
muchos años más, tal
vez con la excepción de
las revistas literarias,
empresas francamente
minoritarias.*

*Hay personas que
casi no compran libros
impresos en papel porque
han descubierto las
ventajas de la lectura
electrónica: pueden
hacer apuntes digitales,
instantáneas, copiar
fragmentos o enviarlos
por internet a otras
personas.*

La cantidad de ejemplares impresos de revistas y periódicos se ha ido a pique desde hace años. Se trata de una industria en transición. Poca gente piensa que los periódicos y las revistas vayan a sobrevivir muchos años más, tal vez con la excepción de las revistas literarias, empresas francamente minoritarias. Las obras de literatura impresas en papel se han defendido bien; más la poesía que la narrativa. Pero aquí estamos hablando de un porcentaje infinitesimal de lo que se produce. Podríamos decir que se trata de un nicho. El atractivo de poder comprar un libro al instante —sea cual fuere su género—, por impulso, y empezar a leerlo en el acto es una enorme ventaja frente a la necesidad de salir a buscar el libro en una librería, con la posibilidad de que no lo tengan. Aquí se ponen facilidad e inmediatez en la balanza, y como contrapeso, el placer de los rituales que —por tradición— se relacionan con la adquisición de un libro impreso en papel.

Después habría que considerar los factores de la lectura misma. La electrónica suele realizarse en un dispositivo especial, diseñado para ello, como una tableta, o en un teléfono móvil inteligente. En ocasiones también se leen libros, revistas y periódicos en la pantalla de una computadora de escritorio. La gente se acomoda de manera diversa. Pero hay quienes simplemente *no* se acomodan con la lectura en pantalla. Como hemos visto, suelen ser los de más edad.

Por otro lado, hay personas —incluso mayores— que casi no compran libros impresos en papel porque han descubierto las ventajas de la lectura electrónica: pueden hacer apuntes digitales, como si manejaran papel; pueden realizar búsquedas instantáneas en todo el libro, periódico o revista; pueden copiar fragmentos para usarlos después o enviar por internet a otras personas o redes sociales; además, si compraran más libros en papel, tendrían que deshacerse de igual cantidad de libros que ya poseen, pues no cabrían más en sus bibliotecas.¹⁴

La lectura en las redes —y por internet en general— está en vías de transformar nuestra manera de leer, puesto

¹⁴ Este es mi caso.

que serán los más jóvenes quienes tengan la última palabra en cómo se hará en el futuro. Es posible, por ejemplo, que los cuentos y los poemas vuelvan a circular independientemente de los libros.

En el siglo XIX y la primera mitad del XX, incluso hasta los años 80, se publicaba gran cantidad de cuentos y poemas en revistas y periódicos, tal como las novelas por entrega que estuvieron detrás del *boom* de este género durante el siglo antepasado. Los libros de poemas y cuentos, sin embargo, se publican poco en papel hoy en día. Son los géneros *difíciles* para las editoriales. Hasta los libros de ensayo, biografía, manuales, superación personal, etcétera, se venden más que la poesía y el cuento. Puede que el internet sea su bote salvavidas.

Una página web bien presentada con poemas y cuentos puede tener decenas de miles de visitas mensuales, si no más, cosa que con toda probabilidad no sucedería si los autores hubieran perseverado en busca de editores de libros en papel, con sus consecuentes versiones en *e-book*. El asunto de las regalías es aparte. Todavía está por verse cómo un poeta o un cuentista podría sobrevivir vendiendo sus creaciones por la red. Pero si somos justos, casi ningún poeta o cuentista puede vivir con las regalías de lo que publica en papel. Tal vez el negocio esté en otra parte. Quien quita y descubramos que existe un mercado oculto para la poesía y el cuento que hoy en día yace latente y que está a punto de despertar.

Una página web bien presentada con poemas y cuentos puede tener decenas de miles de visitas mensuales, si no más, cosa que con toda probabilidad no sucedería si los autores hubieran perseverado en busca de editores de libros en papel.

Las posibilidades de lectura que ofrecen los medios digitales son tantas que nadie se ha percatado de todas ellas, ni mucho menos ha visualizado todo lo que tienen que ofrecer en formatos que ni siquiera sospechamos ahora. No quisiera que el lector de estas palabras se confunda y piense que me refiero a la industria del entretenimiento, con filmes o series de televisión. Hablo, en sentido estricto, de la lectura de lo que tradicionalmente nos ha llegado por medio de libros, periódicos y revistas.

**La lectura
en el futuro:
la incógnita**

En años recientes se han estado llevando a cabo experimentos con poesía en medios digitales que de ningún modo podrían hacerse en papel. Algunos tienen más que ver con diseño, ilustración y animación que con la literatura a secas, pero habrá que ver adónde nos lleva esto. Se abren posibilidades narrativas que solo se habían visto en los videojuegos, donde la acción y el desarrollo de los personajes puede llevarse a cabo en diferentes niveles con diversos desenlaces, algo parecido a “La biblioteca de Babel” de Jorge Luis Borges. La verdad es que, hasta ahora, esta experimentación se ha derivado de nuestra experiencia de la lectura en papel. Serán quienes nacieron bajo el influjo de los medios digitales los que diseñen las nuevas maneras de leer, escribir y consumir los mensajes fundamentales que los seres humanos hemos formulado para comunicarlos a nuestro prójimo.

En años recientes se han estado llevando a cabo experimentos con poesía en medios digitales que de ningún modo podrían hacerse en papel. Algunos tienen más que ver con diseño, ilustración y animación que con la literatura a secas, pero habrá que ver adónde nos lleva esto.

Dudo que el libro desaparezca por completo. Tal vez pienso así porque soy de aquellos que huelen los libros antes de leerlos, porque recorro sus páginas con los dedos y distingo entre las diferentes clases de papel, porque me importa si un libro está cosido o únicamente pegado a su forro, porque tengo una relación de muchas décadas con ellos. O tal vez sea porque no necesitan fuente de energía alguna, porque pueden caerse sin que les pase nada, porque si alguien *hackea* la nube donde se guarda toda la información humana, la contenida en los libros impresos seguirá tan campante. No lo sé, pero si aún vivo los años suficientes, tal vez pueda descubrirlo con mis propios ojos.

Escritura, lectura y futuro de la prensa

*Para Samuel Flores Longoria,
en testimonio de recíproca amistad.*

A la reunión de aniversario de los 35 años de la Generación Alba —aquellos estudiantes de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Autónoma de Nuevo León que ingresaron hace 40 años al Colegio de Ciencias de la Comunicación en la Facultad de Derecho y Ciencias Sociales de la UANL— acudió, entre otros maestros, Fernando Cantú Jauckens, quien al término de la cena habló de un tema apasionante: “¿Hacia dónde va el periodismo?”. Quisiera señalar aspectos fundamentales del material expuesto, que nos sigue preocupando y ocupando hasta este momento.

Decía Cantú Jauckens: “A partir de los años noventa, cuando nacieron Google, Amazon, etc., el mundo de los medios vive una transición que todavía no termina. Las nuevas tecnologías digitales están revolucionando la forma en que se hace periodismo y en que la sociedad se comunica [...] De la misma manera que durante el siglo XIX y principios del XX se hablaba de la muerte de la pintura ante el surgimiento de la fotografía; la muerte del teatro ante el surgimiento del cine; o de la muerte del cine ante la llegada de la televisión, hoy se habla de la muerte de los medios tradicionales de información (prensa impresa, radio y televisión) ante la rápida expansión de los medios digitales”.

Preliminar

*Las nuevas tecnologías
digitales están
revolucionando la
forma en que se hace
periodismo y en que la
sociedad se comunica.*

En su intervención, habló de las fortalezas y debilidades de este periodismo impreso tradicional; igualmente, dio contundentes datos acerca del internet y las redes sociales en México, analizando aspectos positivos y negativos.

Escritura y lectura en el tiempo

No existe un siglo exacto que se haya establecido para el inicio de la escritura en el mundo, como fruto de la cultura de su tiempo y como forma de concreción de todas esas cosmogonías, mitos, teogonías, preciencia y filosofía que comenzaron a emerger, producto de la razón del hombre y de las facultades del espíritu, luego de la larga era de sobrevivencia y adaptación al medio.

Se cree que la escritura cuneiforme fue creada por los sumerios hace unos seis mil años. Fue un sistema basado en imágenes y pictogramas. El de nuestros indígenas mesoamericanos era muy similar al de estos pueblos ancestrales de Oriente. Los sumerios utilizaban tablillas de arcilla cortadas en columnas verticales en las que, con un punzón afilado, grababan pictogramas. Escribían de izquierda a derecha, en filas horizontales.

*El griego y el latín son
fundamentales en el
surgimiento del alfabeto
propriadamente dicho en el
mundo occidental.*

Mas, ¿cuándo aparece el alfabeto, propiadamente dicho? Mucho después. Posiblemente el griego y el latín hayan sido fundamentales en este ejercicio, aunque también lo tenemos como equivalente en otros pueblos legendarios, como el chino y otras lenguas no indoeuropeas. Es en esta Edad Antigua, que llega hasta el siglo V d.C., cuando la escritura va conformando su propia estructura. Leer la *Geografía* de Estrabón (ca. 63 a.C.-ca. 21 d.C.) ayuda mucho a entender la conformación de los pueblos de esa época. Para Antonio Alatorre, nuestra lengua castellana proviene del indoeuropeo, “que se hablaba hace unos siete mil años en una zona de Europa o de Asia que nadie ha sido capaz de precisar”.¹

Viene luego la larga Edad Media, que no tiene nada de oscura. Son 10 largos siglos, que van del V al XV d.C.,

¹ Antonio Alatorre, *Los 1001 años de la lengua española*, México, Bancomer, 1979, pp. 17-18.

en los que se advierte el cuidado por conservar los escritos de la Edad Antigua, transcritos y copiados una y mil veces en códices y documentos conservados en los monasterios y las bibliotecas de su tiempo, herederas de la vieja Biblioteca de Alejandría en Egipto, reservorio ejemplar que llegó a contener casi un millón de manuscritos. Su creación se relaciona con Ptolomeo en el siglo III a.C. El acervo de esta biblioteca disminuyó durante las campañas bélicas contra Alejandría desde la época de Julio César (48 a.C.) y luego por los emperadores Aureliano (273 d.C.), Diocleciano (297 d.C.) y Teodosio el Grande (391 d.C.), pero el daño mayor se atribuye al califa ortodoxo Umar ibn al-Jattab (581-644 d.C.), quien hacia el año 642, en plena expansión árabe, ordenó el incendio de la biblioteca, acabando con el más importante centro de acopio y conservación de la cultura oriental y occidental. Otras bibliotecas importantes, pero ya en el Medioevo, fueron la Bodleyana de Oxford y la Ambrosiana de Milán, que lograron salvar de los bárbaros miles de manuscritos y luego libros impresos.

El invento de Gutenberg revolucionó el mundo y quitó a la Iglesia el monopolio de la enseñanza y la cultura.

El invento de Johannes Gutenberg (1397-1468) revolucionó el mundo y, de paso, quitó a la Iglesia el monopolio de la enseñanza y la cultura. Devino un nuevo mundo. El Renacimiento irrumpió en todo su esplendor y la concepción teocéntrica cedió su primacía a la antropocéntrica, que no negó a Dios, pero niveló el derecho divino y el derecho humano intentando conjuntarlos. *La galaxia Gutenberg*, de Marshall McLuhan, nos lo hizo ver en la década de 1960, al revalorar el invento del impresor alemán.

No debemos, sin embargo, pasar al análisis de esta letra impresa sin antes considerar lo que se refiere a la lectura de la misma. Alberto Manguel,² argentino que vivió muchos años en Europa y otros más en Canadá, escribió un texto que intento resumir en unas cuantas líneas. Inicia con la noticia, en 1984, del descubrimiento en Tell Brak, Siria, de dos tablillas rectangulares de arcilla del cuarto milenio

² Actualmente director de la Biblioteca Nacional de la República Argentina. [N. ed.]

antes de Cristo, las que el autor tuvo oportunidad de ver en el Museo Arqueológico de Bagdad un año antes de la Guerra del Golfo. Continúa con las referencias al trabajo óptico de Ibn-al-Haytham, quien murió en El Cairo en 1038, y al del inglés Roger Bacon, dos siglos más tarde.

Manguel se queja en su obra de que los lectores de las actuales bibliotecas más importantes del mundo no puedan leer en silencio. Para Manguel es laudable el Proyecto Gutenberg, que contiene textos e imágenes de nuestros clásicos, y cita a Petrarca cuando, acerca de la lectura, señala: “Leer raras veces esquiva los peligros, a menos que la luz de la verdad divina ilumine al lector, enseñándole lo que debe buscar y lo que debe evitar”.³

*Desde siempre, el poder
del lector ha suscitado
toda clase de temores:
temor al arte mágico
de resucitar en la
página un mensaje del
pasado...*

Alberto Manguel

La obra de Manguel merece una lectura pausada y constante para ir descubriendo en sus páginas la mejor manera de leer, cómo se lee también a través de imágenes, el positivo efecto de la lectura en voz alta (que ya se practicaba a comienzos del siglo XII en los monasterios cistercienses), las formas del libro, la lectura privada, la lectura prohibida y una serie de consideraciones sobre este ejercicio vital que jamás desaparecerá, en tanto exista el hombre en este planeta.

Lo anterior viene a cuento porque, en nuestro afán de entender el destino de nuestro periodismo impreso, se nos puede olvidar que la lectura es lo fundamental, y este ejercicio se da hoy, cada día más, en internet, en el Kindle, en las tabletas, en el iPad y hasta en el teléfono celular con funciones un poco más amplias que la simple telefonía.⁴

³ Alberto Manguel, *Una historia de la lectura*, trad. de Eduardo Hojman, México, Joaquín Mortiz, 2006, p. 78. Véase también el estimulante libro-arte de Juan Domingo Argüelles titulado *La lectura. Elogio del libro y alabanza del placer de leer*, con ilustraciones de Irma Bastida Herrera, publicado en 2015 como segunda edición por el Fondo Editorial del Estado de México.

⁴ El propio Fernando Cantú Jauckens confesó que hace más de dos años que no lee el periódico impreso y que únicamente lo hace en los medios cibernéticos, con la ventaja de leer los mejores diarios del mundo.

La prensa en la historia

Podemos estar orgullosos de nuestros periodistas neoleoneses, nacidos en este terruño o venidos aquí para permanecer y tener descendencia. Por eso, en este apartado utilizaré únicamente referencias de autores locales, pues aunque varios se apoyen en otras autoridades, dejan claro su propio pensamiento.

Iniciaré con Abraham Nuncio Limón, profesor-fundador del Colegio de Ciencias de la Comunicación, quien en el Curso de Verano de 1976, compilado en una edición de 1989, señalaba: “Aristóteles escribió sobre todo. Aristóteles ha escrito sobre la comunicación. Aristóteles es un comunicólogo. Se le ha convertido, por tanto, en prestigioso compañero de viaje de los teóricos de la comunicación, principalmente de aquellos adscritos a la sociología norteamericana. Toda su abrumadora autoridad vuelve a servir para apuntalar la ideología de la clase en el poder”.⁵

Aún no es la Edad Media. Aún no hay imprenta, libro ni periódico, pero hay escritura y lectura. Y se dan los elementos fundamentales de la comunicación: orador, discurso y auditorio, como señala el propio Nuncio en el anterior texto, apoyado en David K. Berlo.

Seguiré con el maestro Horacio Guajardo Elizondo, uno de los decanos del periodismo regiomontano, quien detalla los cuatro elementos principales para la expresión periodística: prensa, radio, cine y televisión, cada uno con características propias. Guajardo dice que la prensa “es el más desarrollado y típico de los instrumentos periodísticos”.⁶ Y agrega: “En los 35 años de la Generación Alba, aquellos egresados de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la UANL que ingresaron hace 40 años al Colegio de Ciencias de la Comunicación en la Facultad de Derecho y Ciencias Sociales, dato más propio de la prensa es que permanece en poder del público. Es decir, que el

*Para el maestro
Horacio Guajardo,
decano del periodismo
regiomontano, la prensa
es el más desarrollado y
típico de los instrumentos
periodísticos.*

⁵ Abraham Nuncio, *Periodismo, una visión desde Nuevo León*, Samuel Flores Longoria y José de la Luz Lozano (comps.), Monterrey, Gobierno del Estado, 1989, p. 67.

⁶ Horacio Guajardo, *Elementos de periodismo*, 2ª ed., México, Promociones Editoriales, 1970, pp. 29-30.

periódico o la revista son una constancia escrita que puede ser conservada por los lectores en su casa, en su archivo, o en bibliotecas o hemerotecas para su consulta”.⁷

Líneas más adelante, Guajardo incorpora una cita de George Hourdin⁸ que, sin vislumbrar el giro espectacular que se daría con internet y otros instrumentos, nos habla de la historia de estos medios:

La gran prensa desde luego, ligada en sus comienzos a la civilización del libro y del impreso; en seguida el cine, consecuencia del descubrimiento de la fotografía, con su carácter un tanto particular de creación artística y de recreación colectiva; después la telefonía sin hilos, llamada radiofonía, resultado de los nuevos conocimientos en el campo de la electricidad, que hace posible la trasmisión de la palabra de un extremo al otro del mundo; finalmente la televisión, que constituye un nuevo progreso, que recapitula en sí las cuatro técnicas y cuyo desarrollo va a trastornar un tanto nuestras condiciones de vida y nuestras actitudes sociales. El hombre contemporáneo, nuestro hermano vecino, abriendo su periódico, yendo a sentarse frente a la pantalla blanca de los salones de cine o moviendo los botones de su aparato receptor de radio o de televisión, puede ahora informarse abundantemente, instruirse, distraerse, entusiasmarse o mirarse a sí mismo en el espejo, porque es siempre algo de nuestra imagen lo que buscamos hasta cuando aceptamos salir de nosotros mismos.⁹

En la Nueva España los primeros intentos de periodismo surgen con Gaceta de México (1722), de Juan Ignacio María de Castorena Ursúa y Mercurio Volante (1772-1773), de José Ignacio Bartolache.

En la Nueva España los primeros intentos de periodismo surgen con *Gaceta de México* (1722), de Juan Ignacio María de Castorena Ursúa y *Mercurio Volante* (1772-1773), de José Ignacio Bartolache. La Revolución francesa vio en la imprenta un aliado (¿existe algún régimen que no lo haya visto?). La Enciclopedia se valió de ella para enfren-

⁷ *Idem.*

⁸ George Hourdin, *Las técnicas de difusión en la civilización contemporánea*, México, Jus, 1956, p. 61.

⁹ Horacio Guajardo, *Elementos de periodismo...*, op. cit., pp. 31-32.

tarse a la corte de Luis XV. El triunfo de la libertad de prensa quedó consagrado en la Declaración de los Derechos del Hombre (1789). Lo mismo pasó con la Revolución industrial, que llegó a la América hispana con el usual retraso.¹⁰

Romeo Ortiz Morales, quien fuera presidente de la Asociación de Profesionales de la Noticia, A.C., y que colaboró ampliamente con el Colegio de Ciencias de la Comunicación de la UANL y después con la Facultad del mismo nombre, refiriéndose a la prensa mexicana, escribiría: “Sin ir hasta los precursores, que ello puede hacerse en varias obras, fruto de valiosos trabajos de investigación, recordemos solo que en Quintana Roo, Fernández de Lizardi, Ignacio Ramírez, Sánchez Azcona y Filomeno Mata, están algunos de los ejemplos de lo que el periodista puede ser en la vida y transformación de su comunidad”.¹¹

De tal manera, hay una continuidad, una línea en el tiempo que es inquebrantable y que muestra un desarrollo cuantitativo y cualitativo en la forma impresa de comunicar, lo que vendrá a ser revolucionado por la cibernética, cambio coincidente con el de las ciencias y las artes y que, de acuerdo con algunos autores, marcará el término de la modernidad, para pasar así al de la posmodernidad.

Alguna vez señaló el periodista Raymundo Riva Palacio la manera en que iba descendiendo en la Ciudad de México la circulación y venta de diarios impresos. Resulta que los tirajes de hace 20 o 30 años eran mayores que los de ahora, a pesar del incremento demográfico. Es decir, ya se veía venir una crisis en el diarismo impreso, lo que provocó el cierre de varios periódicos mexicanos, el surgimiento de ediciones gratuitas con el fin de enganchar a más lectores de la letra impresa y otras medidas mercadotécnicas que

*Fernández de Lizardi,
Ignacio Ramírez,
Sánchez Azcona y
Filomeno Mata son
algunos de los ejemplos
de lo que el periodista
puede ser en la vida y
transformación de su
comunidad.*

Cantidad y calidad de la letra

¹⁰ Véase “Prensa y cambio social”, de quien escribe, en el citado volumen *Periodismo, una visión desde Nuevo León*, op. cit., p. 45.

¹¹ Romeo Ortiz Morales, “Misión del periodismo en México”, en *Periodismo...*, op. cit., p. 79.

*Muchísimos periódicos
norteamericanos,
europeos y de los
restantes continentes
han cerrado de manera
definitiva o se han
mudado a los sitios
electrónicos.*

no han frenado el éxodo de los lectores, particularmente jóvenes, de la letra impresa a la imagen digital.

No es consuelo, pero otro tanto ha sucedido en el extranjero. Muchísimos periódicos norteamericanos, europeos y de los restantes continentes han cerrado de manera definitiva o se han mudado a sitios electrónicos. De acuerdo con el periodista y académico Jesús Cantú Escalante, quien fuera director del diario regiomontano *El Porvenir*, actualmente asiduo colaborador de la revista *Proceso* y profesor en la Escuela de Graduados en Administración Pública del ITESM, la viabilidad de periódicos y revistas impresos es difícil, incluso siendo respaldados por una larga tradición y prestigio. Para él, “es probable que el número de lectores electrónicos sea mucho mayor que los que adquieren o leen periódicos y revistas, y esto va también en relación con la edad de estos lectores”.¹²

El intelectual George Steiner, filósofo y literato, quien en 2007 diera una conferencia magistral en el auditorio de la Biblioteca Raúl Rangel Frías de la UANL, por los mismos días en que recibió el Premio Internacional Alfonso Reyes, señalaba en su intervención que uno de los puntos que se deben cuidar en este nuevo modelo de la letra electrónica es que lo que está allí verdaderamente sea lo más selecto y fiel del pensamiento científico y humanista, indicando, por otro lado, que es responsabilidad de los creadores y autores buscar el respaldo de la tecnología de punta para lograr que lo mejor de este pensamiento universal suba a la red.

*Uno de los puntos que
se deben cuidar en este
nuevo modelo de la letra
electrónica es que lo que
está allí verdaderamente
sea lo más selecto y
fiel del pensamiento
científico y humanista.*

Pero esta preocupación de Steiner va más allá. Si leemos su libro sobre un nuevo concepto de cultura, encontraremos en el capítulo cuarto, titulado “El mañana”, conceptos que pueden aplicarse a nuestro análisis. Para el erudito francés de origen judío, un nuevo sentido de las humanidades exige “esa mínima gama de reconocimientos y códigos compartidos sin los cuales no puede haber ni una

¹² Conversación con Jesús Cantú Escalante el 27 de diciembre de 2013.

sociedad coherente ni una continuación (por atenuada y transitoria que sea) de una cultura *viva*".¹³

Desde luego, siempre ha habido el reto de que aquello que se publique de manera impresa (o ahora que parte de esto se sube a la red electrónica) sea de calidad. Cuando se dice que el mexicano no lee lo suficiente, no se está juzgando la calidad de esta lectura, sino solo la cantidad. En los años setenta, la revista semanal *El Libro Vaquero* tenía un tiraje superior al de varios diarios capitalinos sumados. Y hoy puede estar sucediendo lo mismo, y resulta conveniente el auxilio de la sociología, la estadística y otras ciencias afines, a fin de determinar esa calidad de la lectura del mexicano.

Steiner, cuando publicó su *Bluebeard's Castle* en 1971, estaba preocupado por algo similar: el destino de las humanidades. Para él, "estas mutaciones han puesto fin a las humanidades clásicas". Ahora, refiriéndose a ciertas ediciones que circularon en Estados Unidos por millones en formato de historietas de dibujos, que reproducían parte de la Biblia y de Shakespeare, el erudito comenta: "la amenaza que representan es seria y creíble. No podemos hacerla a un lado". Y agrega:

Se nos pide que escojamos. ¿Deseamos poseer por lo menos el legado principal de nuestra civilización y hacerlo accesible al público en general de una moderna sociedad de masas? ¿O preferimos ver el grueso de nuestra literatura, de nuestra historia interior, pasar a un museo? Esta pregunta no puede eludirse con consoladoras referencias a las grandes ventas de libros de bolsillo o a la presentación de material clásico que hacen los medios de comunicación social, por excelentes que sean a veces esas presentaciones. Se trata tan

Cuando se dice que el mexicano no lee lo suficiente, no se está juzgando la calidad de esta lectura, sino solo la cantidad.

¿Deseamos poseer por lo menos el legado principal de nuestra civilización y hacerlo accesible al público en general de una moderna sociedad de masas? ¿O preferimos ver el grueso de nuestra literatura, de nuestra historia interior, pasar a un museo?

¹³ George Steiner, *En el castillo de Barba Azul. Aproximación a un nuevo concepto de cultura*, Barcelona, Gedisa (Serie Cladema Filosofía), 1998. El pensamiento de Steiner en este punto coincide exactamente con lo escrito por Harold Bloom, de la Universidad de Yale, en su clásico libro *El canon occidental*.

solo de ruidos superficiales y saluciones a un pasado cuyo esplendor y autoridad aún se reconocen atávicamente.¹⁴

En defensa de las humanidades clásicas, Steiner llama la atención sobre la declinación de la memorización en nuestra educación actual; la amnesia de los clásicos griegos y latinos en nuestro sistema educativo; la decadencia general de los tradicionales ideales del discurso literario; la demolición de la jerarquía y los valores de trascendencia donde “hasta la muerte puede quedar reducida al silencio”; las tendencias que apuntan a lo gregario en abandono de lo íntimo.¹⁵

Hoy en día, la ciencia es una empresa colectiva en la que el talento del individuo es una función de grupo.

Hay, con todo, un aspecto interesante: la ciencia muestra un vigor inusitado. “En niveles seminales de la metáfora y del mito, en los que las artes y el gastado andamiaje de los sistemas filosóficos han fracasado, la ciencia se muestra activa”. Y agrega:

Cuando la cultura está ella misma tan extremadamente fragmentada, no hay necesidad de hablar de las ciencias como disciplinas separadas. Lo que las hace tan diferentes del actual estado de las humanidades es su carácter colectivo y su calendario interno. Hoy en día, la ciencia es una empresa colectiva en la que el talento del individuo es una función de grupo. Pero, como vimos, cada vez más el arte radical actual y el antiarte aspiran a la misma pluralidad. La divergencia realmente profunda que hay entre la sensibilidad humanística y la sensibilidad científica es una divergencia de temporalidad.¹⁶

Acerca de este proceso de acercamiento entre ciencias y humanidades, Steiner habla de “afinidad de pensamiento

¹⁴ *Ibid.*, pp. 137-138. El abandono, por ejemplo, de la enseñanza del griego y del latín en las preparatorias y en la universidad son parte de esta crisis de las humanidades, ya que estas lenguas *vivas* son fundamentales para el estudio de los clásicos antiguos.

¹⁵ *Ibid.*, pp. 139-141, 143, 145-149, 155.

¹⁶ *Ibid.*, pp. 165 y 171-172.

especulativo y supervivencia”.¹⁷ Y vuelve a recordar los riesgos del fetichismo de la verdad abstracta.¹⁸

Pero volvamos al tema de los medios y, concretamente, del periodismo impreso y electrónico. ¿Qué va a pasar con el impreso? ¿Desaparecerá? ¿Se verá reducido a una élite? El planteamiento sería: si la información es poder en una sociedad de conocimiento, ¿qué tan de fiar es este periodismo electrónico? Yo diría que lo es en la medida en que esté fundamentado en la investigación, en el reportaje a profundidad, en bancos y archivos actualizados, y en la opinión de los periodistas especializados en cada una de las áreas, como política, economía, seguridad, ciencia, salud, cultura, deportes, etcétera.

Desconfío, sinceramente, de lo que una parte de los usuarios de las redes sociales pretende hacer al sustituir la labor de los profesionales de la noticia y la opinión. Que una fotografía subida a la red pueda dilucidar un crimen, o que una noticia de alguien *gane* en velocidad a los medios masivos puede ser interesante. Pero este transeúnte, este espectador o este automovilista, que con su cámara-teléfono captó estas imágenes, no suple el trabajo de los fotógrafos, reporteros, redactores, editores y editorialistas de los medios. Sigo confiando en las agencias noticiosas, en los diarios y revistas tradicionales, si bien acepto que se pueda hacer un buen periodismo electrónico, siempre y cuando se apoye en la investigación profunda y en la interpretación plural.

Por otra parte, hay que considerar lo que algunos académicos han analizado acerca del poder de estos medios electrónicos en una sociedad de la información. Javier Esteinou y Alma Rosa Alva señalan en su texto: “los medios de información colectivos, especialmente los electrónicos [...] de convertirse en el *cuarto poder* político a partir de

Sociedad de información y conocimiento (sic)

*Sigo confiando en las
agencias noticiosas,
en los diarios y
revistas tradicionales,
si bien acepto que se
pueda hacer un buen
periodismo electrónico,
siempre y cuando se
apoye en la investigación
profunda y en la
interpretación plural.*

¹⁷ *Ibid.*, p. 175.

¹⁸ *Ibid.*, p. 178.

*El abuso de los
medios por parte
de los políticos ha
llevado al desprestigio
de las instituciones,
la manipulación
de la opinión y la
desnaturalización del
sistema democrático.*

1980, como corresponsables del poder; a principios de 2000 se transformaron en el vértice del poder actual”, por lo que “el *espacio público* nacional se transformó sustancialmente originando nuevas esferas públicas”.¹⁹

Los citados autores señalan que se debe atender, además, a lo siguiente:

- A partir de la metamorfosis del *espacio público*, emergió en México el *Estado ampliado*, con lo que se dio el *Estado mediático*.
- Se da una transmutación silenciosa del Estado a través de las nuevas tecnologías de información (TIC), pero se mantiene la misma estructura de poder dominante.
- En el marco de desarrollo de la SIC, se está dejando atrás el papel rector del Estado.
- El poder estatal está olvidando su papel de actor de mayor peso en la arena, para ceder un campo de acción más amplio a los grandes conglomerados del sector comunicaciones y TIC.
- En el marco de la globalización, tal proceso reconfigurador del Estado está asumiendo un dimensión planetaria.
- La creación de la *cuarta república mediática* no fue un avance democrático para la sociedad mexicana.
- No se ha constatado por parte del Estado la reivindicación de un proyecto informático de crecimiento autónomo para favorecer el futuro nacional equilibrado.
- Se prevé que, de no someterse los consorcios de telecomunicaciones y de las TIC al interés público, esto profundizaría las estructuras de concentración del sector, con perniciosas consecuencias sociales.

¹⁹ Javier Esteinou Madrid y Alma Rosa Alva de la Selva, Mercedes de Vega (coords.), *Los medios electrónicos de difusión y la sociedad de la información*, vol. 6, México, Secretaría de Relaciones Exteriores (col. La búsqueda perpetua: lo propio y lo universal de la cultura latinoamericana), 2011, pp. 279-280.

- En dicho contexto, el Estado mexicano permitiría que la SIC se construyera en mayor medida a partir de las reglas del mercado y no a favor de las necesidades de la sociedad.²⁰

¿Qué va a suceder con el periodismo impreso? ¿Va a sucumbir? ¿Será todo electrónico? ¿Es el fin de la letra impresa y el inicio de un exclusivo y único periodismo digital?

Demos lectura a lo que viene sucediendo en México y en el mundo.

No todos los cierres de diarios y revistas impresos obedecen estrictamente a razones de pérdida de lectores. En algunos casos, sobre todo en Europa y algunas ciudades norteamericanas, tienen como causa primordial la crisis económica y financiera de los últimos años, resultado del crecimiento del déficit público, quiebras de bancos y financieras, problemas en ciertos *clusters*, deuda de los gobiernos estatales y municipales, etcétera.

En otros casos, estos cierres se han dado por la inseguridad generada por el crimen organizado, como ha sucedido en países como Colombia y México. En otros medios no se ha dado propiamente un cierre total de las empresas comunicadoras dedicadas a la letra impresa, sino que se ha vendido el medio a compradores interesados, los que, a su vez, se encuentran en negocios o actividades tan plurales como el deporte comercial, la política, las finanzas o la informática.

Ejemplos de medios que se han cerrado y no tuvieron comprador, son el *Christian Science Monitor*, de Estados Unidos, o *La Voz de Asturias*, en España.²¹ Pero hay otros que han sido vendidos a nuevos inversionistas, como

En la encrucijada

Algunos diarios han cerrado por la inseguridad generada por el crimen organizado, como ha sucedido en Colombia y México.

²⁰ *Ibid.*, pp. 281-288.

²¹ Habría que revisar detenidamente si se ha tratado de cierre definitivo o han sido firmas transferidas, las de los diarios *The Ann Arbor*, *Seattle Post-Intelligencer*, *Kansas City Kansan* (Estados Unidos); *Post Och Inrikers Tidningar* (Suecia); *Press Gazette* (Inglaterra); o *Segundamano* (España). Agencias/redaccion@regionglobal.net

el *Washington Post* o el *Boston Globe*, que simplemente han cambiado de dueños. Se comenta que diarios como *Los Angeles Times* o *Chicago Tribune* se encuentran en vísperas de cambios en la propiedad.

Pero más interesante parece ser la paulatina trasmutación de diarios impresos que han migrado a la red, como el *Jornal do Brasil* o *El Nuevo Siglo*, de Guadalajara. *The New York Times* anunció que abandonaba la edición impresa y al poco tiempo ya tenía cerca de 300 000 lectores en el sistema digital, dispuestos a pagar o pagando ya su suscripción electrónica. Naturalmente, debe haber candados que impidan la lectura gratuita, cuando su fuente de ingresos había sido fundamentalmente con base en publicidad, suscripciones, centros de distribución y voceo.

Es decir, estamos ante nuevas formas de comunicación y mercadotecnia, en las que miles de empleos están en juego, así como millones de dólares, pero ante lo cual el Estado no debe permanecer impasible y permitir que sea únicamente el mercado el que dicte las reglas del juego.

El uso intensivo de internet por millones de personas, la disminución de ingresos de los grandes diarios y el surgimiento de filtraciones de documentos hacen más complejo el entorno de los medios de comunicación.

¿Por qué tipo de periodismo me inclino? Debo confesar que he utilizado y utilizo eventualmente la lectura electrónica de diarios, revistas y bancos de datos, pero que sigo prefiriendo, un poco por romanticismo pero también por salud visual, la letra impresa. Pertenezco a una generación libresca. La letra impresa me sigue pareciendo más amigable a los ojos, por lo que espero diariamente el periódico en papel. Su golpe al llegar por la madrugada, junto con el ruido de la motocicleta del repartidor, no me molesta; simplemente, me avisa que ya está allí noticia, la que más tarde leeré junto al desayuno y la taza de café en compañía de la familia, para hacer la lectura y los comentarios. La verdad, no abro la red para adelantarme a esas noticias y poco veo la televisión o escucho la radio para este fin. Mi medio de información fundamental sigue siendo la prensa impresa. Leer los titulares, desplegar las secciones, ir a los reportajes y notas, apreciar las fotografías, analizar los editoriales, es una costumbre placentera. Y no solo leo un periódico, al menos, dos.

Si Umberto Eco y Jean Claude-Carrière han sentido que el libro impreso no desaparecerá a causa de internet;²² Roman Gubern, autor de *Metamorfosis de la lectura*, dijo en la Feria Internacional del Libro ITESM en Monterrey que “el libro impreso no se extinguirá”;²³ y Daniel Salinas Basave manifestó “un profundo amor al periodismo, a la lectura y a la letra impresa”,²⁴ igualmente puedo yo decir que el periodismo impreso, de diario y revista, no desaparecerá. Puede que se reduzca, que sea más selectivo, pero continuará siendo base para el periodismo digital y el lector exigente, en la medida en que sepan conservar y proteger la investigación profunda, los subgéneros y especialidades, y la crónica no solo del qué sino del porqué.

- 1) Es importante la reflexión que sociedad y Estado realicen acerca de los medios masivos de comunicación, de la prensa impresa y digital, de los medios electrónicos, pero es fundamental que lo hagan de manera atenta y constante los profesionales de la noticia y la opinión.
- 2) Escritura y lectura siguen siendo esenciales en y para el periodismo.
- 3) A lo largo del tiempo hay una continuidad inquebrantable de esta lectura-escritura y, a partir del invento de Gutenberg, de las hojas y volantes, el periódico, la revista y el libro, lo que se ha potenciado con la red.
- 4) Importa la cantidad de lo publicado, pero, sobre todo, la calidad del producto, sea impreso o digital. Hace falta más investigación sobre lo que consumen los

Conclusión

²² Véase Umberto Eco y Jean-Claude Carrière, *Nadie acabará con los libros*, trad. de Helena Lozano Miralles, México, Lumen, 2010.

²³ Nota de Lourdes Zambrano y Lourdes Barrón, *El Norte*, sección Vida, miércoles 12 de octubre de 2011.

²⁴ Véase reseña de Patricia Basave Benítez al libro *Réquiem por Gutenberg*, de Daniel Salinas Basave, Tijuana, Instituto de Cultura de Baja California, 2012, en *Armas y Letras*, núm. 81, octubre-diciembre de 2012, pp. 76-79.

lectores de la letra impresa o digital, lo que vale en el ámbito internacional, regional y local.

- 5) Las ciencias y humanidades pueden aportar mucho a este periodismo impreso y digital, de tal manera que la cultura universal se afiance, conserve y crezca sustancialmente con nuevo conocimiento.
- 6) En la sociedad de la información (SIC) y de las nuevas tecnologías de la información (TIC), el Estado debe intervenir más decididamente, no para coartar la libertad de expresión, sino para evitar peligrosos monopolios y prácticas desleales o antiéticas.
- 7) El diarismo impreso va a continuar para los propios profesionales de la noticia y la opinión, al igual que para un lector exigente, y para quien desee tener una visión general de lo que sucede en el mundo, en la región, en el país y en la ciudad, lo que se logra de manera admirable en el periódico y la revista.



Hay una multiplicidad importante de formatos mediante la cual se puede poner un contenido en forma líquida, aunque para no cometer errores lo razonable es seguir los estándares que tanto los dispositivos como las plataformas aceptan para comercializar y distribuir. Es necesario tener en cuenta que existen dos variables que influyen en la posibilidad de leer un libro electrónico: el tipo de formato y el DRM asociado. Los formatos más extendidos son PDF, ePub, Mobipocket y App.

El extraño enemigo

Todas las industrias han tenido importantes cambios en los últimos 10 años. La presencia de las nuevas tecnologías, internet y las diferentes formas de hacer negocio ha catalizado de manera increíble a muchas empresas y hundido en el olvido a otras tantas. El sector editorial no ha escapado a esa transformación, lo más curioso es que en ese canje ha encontrado un nuevo producto, al que en numerosas ocasiones se ha denostado, olvidado, atacado e incluso vilipendiado en vez de aprovechar las posibilidades que brinda a la industria. Este producto no es otro que el *e-book*, y aquí daremos un repaso a la historia de este nuevo fruto y a los ataques que ha recibido, especialmente por parte de la industria, lo que lo ha convertido en “el extraño enemigo”.

Aunque casi todos conozcamos el recorrido del *e-book* para llegar a ser lo que es ahora, es fundamental recordar los grandes hitos que han marcado su devenir, en el que la industria editorial a duras penas ha creído. Ni siquiera 35 años después de que se empezara a manejar el concepto hay acuerdo en qué es realmente un *e-book*, pero generalmente se entiende como la versión electrónica o digital de un libro, que necesita en dispositivos o medios electrónicos para su reproducción o consumo. Esta somera descripción evita meterse en problemas de formatos y entrar a valorar y a discriminar qué es, y qué no, un libro electrónico.

Historia del *e-book*

*Generalmente se
entiende como e-book
la versión electrónica o
digital de un libro.*

A la confusión ha colaborado que el gran público identificaba el contenido con el dispositivo, iniciándose así un peligroso viraje en el que el contenido perdía valor frente a la oferta de dispositivos electrónicos que dejaron de ser un *commodity* para convertirse en algo más en la oferta de entretenimiento, especialmente cuando las tabletas pusieron a competir, en el mismo dispositivo, internet, videos, juegos y libros por la difusa atención de los consumidores.

El mejor intento de que el soporte se enfocara en la lectura fue la miríada de dispositivos que surgieron con la tecnología de tinta electrónica que igualaba la experiencia de lectura, e incluso mejoraba la del papel, que carece de iluminación propia, y por el alto contraste obtenido y su bajo consumo de energía, pues solo necesita alimentación en los cambios de pantalla.

En ese sentido, fue un parteaguas la aparición del lector de libros electrónicos de Sony PRS-500 en 2005 y la posterior aparición del Papyre de Grammata, que generalizó por su bajo coste el acceso a esta tecnología, senda que con la aparición del Kindle de Amazon se continuó.

La puesta en marcha del proyecto Gutenberg, un sueño que Michael Hart comenzó a volver realidad en 1971, cerró finalmente el círculo con la existencia de estos dispositivos, pero no se hizo de manera limpia y ni la guerra de formatos ha conseguido la funcionalidad total.

*El proyecto Gutenberg,
que nace con la
intención de digitalizar
un millón de libros
que se encuentren
libres de derechos en
todos los idiomas,
fue una revolución
del pensamiento en
la industria, ya que
pretendía ofrecerlos
gratuitamente a los
lectores.*

El proyecto Gutenberg, que nace con la intención de digitalizar un millón de libros que se encuentren libres de derechos en todos los idiomas, fue una revolución del pensamiento en la industria, ya que pretendía ofrecerlos gratuitamente a los lectores, dejando su digitalización en manos de voluntarios, lo que es un ejemplo de lo que en este siglo llamamos economía colaborativa y que es la base de muchos negocios de hoy en día.

No fue sino hasta 1993 cuando se publicó el que es reconocido como el primer libro digital (*digital book*) bajo el formato desarrollado por el estadounidense de origen colombiano Zahur Klemath Zapata: *Del asesinato considerado como una de las bellas artes*, de Thomas de Quincey, el primer

libro electrónico disponible comercialmente. Para las navidades de ese mismo año, Digital Books ya disponía de un catálogo de 50 títulos que se vendían de forma conjunta en un disquete y que solo se podían leer en una computadora.

En este punto, Amazon empezó a fijarse en el mundo de los libros, aunque solo en formato de papel, pero su esfuerzo en plantear una estructura de metadatos revolucionó el comercio del libro y puso las bases para el futuro del libro electrónico. La operatividad que hubo que implementar para hacer viable la venta de libros por internet manteniendo la estructura logística necesaria permitió dar grandes pasos en la automatización y profesionalización del sector que, primero en Estados Unidos y luego en Europa, ha ayudado a conformar lo que es la industria hoy.

En el año 2000, Stephen King, haciendo un guiño a la significativa fecha, decide lanzar *Riding Bullet* en formato digital, lo cual sacudió los cimientos de la industria editorial. La novela apareció el 14 de marzo directamente en internet, sin pasar por el papel y, por lo tanto, suprimiendo la clásica cadena de valor del libro. Para sorpresa de todos, el maestro del terror y uno de los autores con más *bestsellers* a la espalda en Estados Unidos se saltó la figura del librero, otrora intocable. Su propuesta despertó tantas expectativas que *Riding the Bullet*, lanzado directamente en la página web de Simon & Schuster, la editorial que hasta el momento había publicado sus obras, alcanzó los 400 000 ejemplares en menos de 24 horas, y el exceso de demanda bloqueó la página y saturó el sistema. Pese a que solo podía leerse en el ordenador, es considerado el primer éxito comercial del libro electrónico.

Movidas por ese triunfo, las editoriales Random House y HarperCollins comenzaron a vender versiones electrónicas de sus títulos en internet en el año 2002, aún sin usar estándares para la edición de estos libros, y se empezó a dar importancia a una creciente comunidad de lectores que demandaba leer en otros formatos y otros soportes.

Es precisamente en ese año cuando se vislumbra la guerra de los formatos que, durante los siguientes 10 años,

Amazon empezó a fijarse en el mundo de los libros, aunque solo en formato de papel, pero su esfuerzo en plantear una estructura de metadatos revolucionó el comercio del libro y puso las bases para el futuro del libro electrónico.

Random House y HarperCollins comenzaron a vender versiones electrónicas de sus títulos en internet en el año 2002, aún sin usar estándares para la edición de estos libros.

En la evolución de los formatos poco o nada participaban las empresas que luego tendrían que proporcionar los contenidos, es decir, las editoriales.

El primer lector con tecnología de tinta electrónica que se vendió comercialmente salió de la mano de la nipona Sony.

dividiría y confundiría al sector editorial y a los usuarios. Nadie quería dar un paso, hacía poco tiempo de la guerra entre los formatos de videocasete VHS, 2000 y Beta, o del VideoDisc y el DVD y nadie apostaba por ninguno de ellos, pues se había demostrado que ni la excelencia técnica desequilibró en estos casos la balanza del mercado.

Había varios contendientes: OPF (que luego sería el padre del ePub), Mobipocket, LIT (desarrollado por el gigante Microsoft), PDF (de Adobe), OEB, FB2 y otra miríada de formatos basados o no en estructura XML. Cada uno tenía sus ventajas e inconvenientes. En la evolución de estos formatos poco o nada participaban las empresas que luego tendrían que proporcionar los contenidos, es decir, las editoriales, que dejaron esta función a las empresas tecnológicas y de normalización más importantes en ese momento. Ese es uno de los iniciales puntos de ruptura entre el sector editorial y la revolución que llegaba.

Aunque los estándares y la normalización no apostaban por él, Amazon dio el primer paso para la construcción de su estrategia digital en 2005 al comprar la compañía francesa Mobipocket, S.A., propietaria del formato homónimo, y mejorándolo bajo su único interés y desarrollando el primer modelo de DRM (Digital Rights Management) asociado a un formato de libro electrónico. En este sentido, el 31 de octubre de 2016 la página original de Mobipocket cerró sus operaciones y un importante capítulo en la historia del libro electrónico.

En 2006 se produjo otra señal sobre los próximos pasos que el *e-book* seguiría y que marcó otra separación respecto a la industria. El primer lector con tecnología de tinta electrónica que se vendió comercialmente salió de la mano de la nipona Sony. Su dispositivo soportaba un formato propio, aunque lo acompañaba un conversor que “traducía” de varios formatos al de Sony. Pronto el Sony Reader, en sus actualizaciones y nuevos modelos, empezaría a aceptar ePub, lo que impulsó definitivamente ese formato. El éxito de ventas de este lector tuvo un efecto que posteriormente analizaremos: de golpe surgió una gran cantidad de usuarios

que tenía un dispositivo para leer, pero la industria seguía dormida y aún no proveía legalmente contenidos ni había creado los canales para facilitar su compra.

En 2007, Bezos anunció con bombo y platillo el nuevo lector de Amazon para sus libros electrónicos: Kindle, al que en un principio vinculó una modesta cantidad de títulos accesibles desde el lector y la tienda en línea, pero facilitando el ecosistema de consumo del libro electrónico. Apostó por un coste contenido en el dispositivo, con la estrategia de intentar hacerlo rentable con la compra de libros, lo que se agudizaría en los siguientes años. En ese mismo 2007, Grammata lanzó en el mercado español el Papyre, que popularizó en los siguientes años el libro electrónico en países donde la influencia de Amazon no llegaba, especialmente en los de habla hispana.

En 2008 se fijaron las dos principales tecnologías de DRM del mercado. Por un lado, Adobe y Sony estandarizaron el DRM para los ficheros ePub y PDF con un sistema de firma que siempre fue complejo y con trabas para el usuario, lo que impidió que tuviera buena aceptación, pero como era el único estándar y no propietario, permitió que surgieran muchos distribuidores en ese modelo de negocio. De forma paralela, Amazon impuso su sistema de DRM en su tienda y para sus dispositivos. Como era tecnología propietaria, se ajustó de tal modo que la experiencia del usuario era transparente, lo que resultó en un impacto menor en la experiencia de uso.

Los años siguientes las novedades se limitaron a nuevos modelos de lectores, cada vez con más prestaciones, mayor calidad y precios cada vez más contenidos, hasta que en 2010 Apple lanza el iPad y empieza a vender libros electrónicos en su tienda de contenidos y aplicaciones. Con un formato propietario (especialmente en cuanto al DRM), pero en cierta forma muy similar al ePub, brindó la posibilidad de que los usuarios de productos Apple consumieran los libros en los dispositivos de la marca de Cupertino. Ante la amenaza, Amazon desató la guerra de precios con su Kindle 3 por 139 dólares y dejó claro que

En 2007, Bezos anunció con bombo y platillo el nuevo lector de Amazon para sus libros electrónicos: Kindle.

En 2008 se fijaron las dos principales tecnologías de DRM del mercado.

En 2010 Apple lanza el iPad y empieza a vender libros electrónicos en su tienda de contenidos y aplicaciones.

En el mercado hispanohablante surgieron los nombres de Publidisa, Librandia y Bajalibros, seguidos de otra multitud de empresas que proponían servicios y productos alrededor del libro digital.

el negocio para ellos eran los contenidos, y la electrónica una simple puerta de entrada al negocio.

Es en ese punto cuando la mayor parte de la industria editorial empezó a despertar. Arrancaron nuevas empresas para generar contenido digital, distribuirlo y venderlo. Algunos editores a lo largo del mundo se asociaron para intentar imponer otro modelo, que ya estaba cuestionado. En el mercado hispanohablante surgieron los nombres de Publidisa, Librandia y Bajalibros, seguidos de otra multitud de empresas que proponían servicios y productos alrededor del libro digital. Barnes & Noble intentó su canto del cisne al presentar el NookColor, el primer lector de libros electrónicos en color con sistema operativo Android. Llegó tarde y jamás salió con la suficiente fuerza del ámbito anglosajón.

Las empresas de telecomunicaciones intentaron asociarse con las generadoras de contenidos para plantar cara a los gigantes de la electrónica y la venta en línea con dispar resultado. Solo la omnisciente Google presentó su servicio Google Play Books, después de años de intentar dar forma a una propuesta atractiva para el público, y consiguió dar una solución válida para lectores y editores, si bien el nivel de ventas era aún poco significativo, se convirtió en más estratégica que realmente viable.

Los últimos movimientos han ido destinados más bien a plantear nuevas formas de acceder a los contenidos, incluyendo tarifas planas (todos los servicios quieren ser el “Netflix de los libros”), pago por lectura o alquileres. Nubico, Kobo, Amazon y otros plantean soluciones que a poco que se echen cuentas solo son interesantes para lectores no asiduos, simplemente impulsivos.

Paradigma actual

El libro electrónico posee ventajas y desventajas, como casi cualquier avance tecnológico. Entre las ventajas derivadas del uso de lectores electrónicos se pueden citar varias, y habría que separar si el consumo se hace en dispositivos de lectura de tinta electrónica (*e-readers*) o multipropósito (celulares,

computadoras y tabletas), pero las comunes a ambos tipos es el acceso a casi cualquier contenido desde cualquier lugar, posibilidad de comprar contenido en línea, peso reducido, posibilidad de usar tipografías más grandes para facilitar la lectura y, en el caso de los *e-readers*, un consumo eléctrico irrisorio y la comodidad de leer con “efecto papel”, sin brillos ni el cansancio ocular vinculado a la lectura en pantalla.

Hay argumentos a favor y en contra, conocidos por todos, y en la última década se han ido eliminando algunos mitos que iban asociados al consumo del libro electrónico. Entonces, ¿por qué no ha terminado de implantarse en todos los mercados? En ese sentido, cabe destacar los distintos niveles de aceptación que tiene en distintos países. Un estudio mundial realizado por PricewaterhouseCoopers (PwC) prevé que las ventas de libros electrónicos superarán a los libros impresos antes de 2018 en Estados Unidos y el Reino Unido, y cuando analiza la industria del libro por país se aprecian enormes diferencias en la cuota de mercado y crecimiento. Estos datos coinciden con los de otro estudio reciente del portal Statista, por lo que se les considera fiables. Por el contrario, en otros países la implantación del libro electrónico es mucho más lenta, con una tasa de consumo cercana a 10% en Alemania, Francia o España. En Latinoamérica la tasa media está en 2.1%, lo cual abre una gran brecha.

Según otros datos del estudio, referidos a las ganancias en libros digitales, el consumo global de libros creció en Estados Unidos en 2013, después de años de declive, y el aumento de los ingresos por la venta de libros electrónicos superó la caída en la venta de libros impresos. El global de ingresos por venta de libros se incrementará en 0.9%, y en 2018 será de 64.9 billones de dólares.

¿Por qué el mercado actual está dominado por compañías de tecnología y no por las tradicionalmente generadoras de contenido, las editoriales? La respuesta es clara y contundente. Las editoriales, en muchos casos, vieron el libro electrónico como un “extraño enemigo”. En primer lugar, tardaron en creer o jamás creyeron en un formato

Un estudio mundial realizado por PwC prevé que las ventas de libros electrónicos superarán a los libros impresos antes de 2018 en Estados Unidos y el Reino Unido.

En otros países la implantación del libro electrónico es mucho más lenta, con una tasa de consumo cercana a 10% en Alemania, Francia o España.

*Cuando creció la
variedad de dispositivos
capaces de leer libros
electrónicos, no había
apenas oferta de
contenidos, lo que
hizo que mucha gente
los buscara en otras
fuentes “no legales”,
y se acostumbró
a minusvalorar el
contenido.*

que revolucionaba la forma de hacer negocios. En segundo lugar, no pudieron regular la demanda. Cuando creció la variedad de dispositivos capaces de leer libros electrónicos, no había apenas oferta de contenidos, lo que hizo que mucha gente los buscara en otras fuentes “no legales”, y se acostumbró a minusvalorar el contenido. La poca habilidad mostrada por la industria, especialmente en los países de habla hispana, fue una herida mortal. Durante los años en que participé como oyente o como ponente en distintas charlas o seminarios sobre el libro electrónico, había un mantra que se repetía: “No nos va a pasar lo que a la industria musical”. Y sí pasó, más o menos igual, y ni la experiencia de haberlo visto en otras industrias, ni el adelanto de los países anglosajones que nos tendría que haber servido de ejemplo, ayudó en nada.

En esos años, como consultor apoyé a muchas empresas de la industria editorial para que se alinearan con los nuevos requerimientos; asistí a juntas en las que, como tahúres, las empresas que se movían bien en el mercado del *e-book* mentían descaradamente diciendo que no era negocio y que no merecía la pena invertir y participar en él. Una de ellas anunciaba, días después, como uno de los fundadores, la puesta en marcha del principal distribuidor de libros digitales en castellano.

Estas, entre otras razones y hechos que pormenorizaré a continuación, han sido el caldo de cultivo para que en muchos países el libro electrónico no pase de una curiosidad y una opción minoritaria de lectura, tanto para el entretenimiento como para el uso profesional o educativo.

El hijo pequeño no deseado

La industria editorial estaba feliz, los cambios que se producían eran lentos, el control del producto era absoluto, la piratería escasa y se localizaba en pocos países. La bonanza económica hacía que surgieran editoriales por doquier y la cadena de valor del libro se respetaba y se continuaba. Los pesos pesados de la industria pensaron que nada cambiaría; era un sector que se veía favorecido en muchos

casos con el apoyo de las políticas culturales de países que incluso seguían fórmulas proteccionistas para asegurar la continuidad del modelo.

El proyecto Gutenberg apenas ha tenido repercusión, ya que los editores hace tiempo que apostaron por la calidad y la mejora de los contenidos clásicos, por lo que no hubo grandes reacciones en el sector, incluso algunas editoriales aprovecharon el contenido que “el Gutenberg” seleccionaba para lanzar nuevas ediciones.

La mayoría de los editores escuchó por primera vez el concepto de libro electrónico en el año 2000, cuando se publicó *Riding the Bullet*, pero no pasó de ser una anécdota (muchos aún no conocían ni internet), por lo que no se dieron cuenta de que el fenómeno había llegado para quedarse. ¿Qué hicieron? Ignoraron al elefante en la habitación y con la técnica del avestruz intentaron desaparecerlo, y tampoco prestaron atención cuando Sony sacó su *e-reader*. Veníamos de 15 años de mejoras, año con año, en la facturación, más títulos, mayores tiradas y continuo crecimiento del negocio internacional. Nada hacía presagiar que el formato que recién llegaba al público quebraría una industria que parecía un tren expreso lanzado sin que nada pudiera detenerlo.

La ausencia de una oferta combinada de contenidos hizo en que en esos años el consumo se centrara en libros gratuitos, ya fueran ofrecidos legalmente o basados en el pirateo. Se calcula que menos de 1% del contenido en los *e-readers* del mundo era comercial y de pago en esa época. Sin darse cuenta, la industria había dado la espalda al nuevo formato.

En el mundo en general, la crisis que se inició en 2007 afectó las distintas áreas productivas. En Estados Unidos, el sector editorial empezó a sufrir serias convulsiones con cierres de cadenas de librerías y caída de la demanda ante la fuerte competencia del libro en el mercado del entretenimiento. Las editoriales norteamericanas tuvieron ese año un desplome de 4%, el mayor en los últimos 50 años, y eso las llevó a tomar medidas. Una de ellas fue poner atención en ese nuevo producto en el que no habían reparado. El

La mayoría de los editores escuchó por primera vez el concepto de libro electrónico en el año 2000, cuando se publicó Riding the Bullet.

La crisis que se inició en 2007 afectó las distintas áreas productivas. En Estados Unidos, el sector editorial empezó a sufrir serias convulsiones con cierres de cadenas de librerías y caída de la demanda.

En 2009, con un mercado anglosajón ya en plena conversión a un mercado digital, no solo en la industria editorial, varios periódicos invirtieron grandes recursos para posicionar su marca digital por encima de la versión en papel.

El año 2010 fue uno de los más convulsos para la industria editorial en castellano. Varias editoriales se juntaron para lanzar Librandia, la única empresa distribuidora enfocada al libro electrónico.

e-book comenzó a despertar en Estados Unidos y en el Reino Unido, de la mano de la crisis, que cuestionaba el modelo de creación y la puesta en venta del libro como producto de formación y entretenimiento.

En el resto de Europa y en Hispanoamérica metíamos otro elefante en la sala al que tampoco queríamos mirar. Los resultados de 2008 en el sector editorial de estos países era espectacular, el mejor en los últimos años. Algunos gurús decían que el sector en castellano se libraría de la crisis... Decían.

En 2009, con un mercado anglosajón ya en plena conversión digital, no solo en la industria editorial, varios periódicos invirtieron grandes recursos para posicionar su marca digital por encima de la versión en papel, cerrando incluso las ediciones impresas de algunos diarios con más de un siglo de historia. Las ediciones digitales de los 10 periódicos estadounidenses más importantes tenían, en 2009, más de 60 millones de lectores. Esta adopción de los formatos digitales para el libro y los servicios de información y entretenimiento creó una brecha digital que, lejos de cerrarse, se agranda más y más.

En ese mismo año, la crisis financiera estalló y llegó con toda su crudeza a Europa, golpeando con mayor fuerza a sectores que hasta entonces se creían inmunes. El sector editorial en España perdería en el siguiente lustro casi 4 de cada 10 empleos que generaba. Las miradas se volvieron hacia el negocio digital, pero con una doble visión: con esperanza, ya que querían ver en el libro electrónico la tabla de salvación a sus serios problemas, pero también con odio y recelo, pues en cierta medida lo veían como un formato extraño, advenedizo, y cuyo comercio y distribución estaba dominado por compañías “ajenas” al mercado editorial. No fue un hijo deseado.

El año 2010 fue uno de los más convulsos para la industria editorial en castellano. En mayo, Planeta, Santillana, Random House Mondadori, SM, Wolters Kluwer, Edicions 62 y Roca Editorial se juntaron para lanzar Librandia, la única empresa distribuidora enfocada al libro

electrónico que surgió en esos años y que sobrevivió a los cambios. Actualmente ha ampliado su catálogo de servicios, lo que les permite, dentro de su vocación digital, mantener líneas de negocio intrincadas tanto en los nuevos modelos, como en los mixtos o de convergencia con los modelos de edición más tradicional. El fogonazo que estalló en el momento más oscuro, a muchos les sirvió para darse cuenta de que el elefante estaba ahí y que podía ser una opción de negocio. A mi entender, aunque en un principio titubeante y con una estrategia confusa, fue el inicio del modelo de *e-book* en España e Hispanoamérica. Por supuesto, hubo otros antes, Publidisa, EdiCat, Grammata, etc., pequeñas y grandes ideas que o llegaron antes de tiempo o les faltaron recursos, o su estrategia no era la correcta, por lo que no tuvieron tanta importancia como para marcar un antes y un después como Librandia sí lo hizo.

En la incorporación del *e-book* como producto que pudiera ser una piedra angular sobre la que seguir construyendo el mercado del libro, se han ido produciendo “catastróficas desdichas” o “cadena de errores” que, en general, han contribuido a que, en vez de aprovechar el cambio de paradigma, muchos agentes de la industria se hayan dedicado a boicotear más que a apoyar el desarrollo de una forma nueva de consumir contenidos. Hubo y hay honrosas excepciones, incluso quien supo cambiar su manera de pensar al ver los acontecimientos. Recuerdo con especial simpatía a un gerente de contenidos de una compañía editorial transnacional con sede en Barcelona que, literalmente, me echó de su despacho cuando le hablé del libro electrónico en 2010, y años más tarde estaba en una de las primeras sesiones, como ponente, en el Congreso del Libro Electrónico, hablando como apóstol del cambio hacia el nuevo formato.

Ya vimos que llegar tarde a ofrecer contenidos de manera legal fue una señal del rumbo que tomarían las cosas, pero aún era posible corregir. En esos años gasté horas y horas en hablar con directivos de distintas editoriales sobre

La sutileza del acto fallido

*Digitalizar, digitalizar,
digitalizar... Se repetía
en congresos, ferias y
simposios. ¿Digitalizar
para qué?*

*Los editores
tradicionalmente le
ponían precio a los
libros de dos formas: por
número de páginas o
sobre proyecto editorial.
¿Pero cómo hacerlo a
un nuevo formato que
carecía de páginas?*

la conveniencia de apostar por el *e-book*, siempre considerando que el paradigma de los siguientes lustros sería híbrido. Cuando les decía: “No digitalice, haga que desde el inicio del proceso de producción el *e-book* sea un formato de salida más”. Muchos me miraban raro, ya que en aquellos convulsos tiempos lo que les ofrecían generalmente era digitalizar (convertir a PDF, o ePub en el mejor de los casos).

Las subvenciones que surgieron desde el Ministerio de Cultura iban encaminadas a ese fin. Digitalizar, digitalizar, digitalizar... Se repetía en congresos, ferias y simposios. ¿Digitalizar para qué? No se trabajó en adecuar los procesos de las empresas ni en construir un verdadero mercado digital que ayudara a pagar la inversión de la digitalización. Otra señal más... Los editores no veían negocio por ningún sitio.

Los precios fueron otro caballo de batalla. Los editores tradicionalmente le ponían precio a los libros de dos formas: por número de páginas o sobre proyecto editorial. ¿Pero cómo hacerlo a un nuevo formato que carecía de páginas y del que no sabían los márgenes reales que se manejarían? Nadie enseñó a los profesionales y tuvieron que aprender golpe a golpe a poner precio a sus productos, a analizar la competencia en este nuevo medio. Muchos se negaron a instruirse, su resistencia al cambio les hizo quedarse en la zona de confort, el papel y la forma clásica de hacer el negocio editorial.

Pese a todo, la industria ha mostrado una gran resiliencia, aguantando choques externos y reorganizándose mientras cambia para retener, esencialmente, la misma función, estructura e identidad, algo que de nada le ha servido a la gran cantidad de profesionales que ha tenido que buscar otros rumbos laborales y nuevos socios en esta lucha por la supervivencia del más apto.

Las odiosas comparaciones

Tan pronto como el *e-book* empezó a implantarse, no tardaron en surgir los usuarios y profesionales que, a modo de “neoluditas”, atacaban el nuevo formato diciendo que aquello no era un libro, recordando que el vinilo estaba

volviendo, o añorando el olor de los libros antiguos. Muchos no saben que el olor a libro viejo no es otro que la descomposición de los elementos químicos, pegamento, papel y tinta, por la proliferación de las bacterias que hacen ese trabajo, especialmente en la celulosa.

Estos neoluditas aplauden cada vez que las noticias, a veces interesadas, informan que el formato digital baja en ventas. Los datos, muchas veces antiguos, incompletos o simplemente falsos, muestran el espíritu revanchista de aquellos que no consiguieron entender o adaptarse a la nueva realidad del sector. Encontramos titulares como “El fin del *e-book*”, “El libro electrónico llegó para no quedarse”, y otros similares. Estos informes, convenientemente fabricados, carecen de verosimilitud. Las cifras que dan las propias editoriales son incompletas y especialmente parciales. En los últimos meses hemos podido leer estas noticias. Lo primero que hay que tener en cuenta es que comparan formatos, y si, afortunadamente, como ocurrió a principios de año, el negocio de los libros en papel crece en mayor proporción que el de los *e-books*, los titulares vaticinan su fin, ignorando el resto de datos que indican que el *e-book* es una alternativa asentada y creciente.

Estas reacciones revelan una pobreza de pensamiento y mezquindad vergonzantes. Si realmente hubiera una caída del *e-book* y llegara a desaparecer, sería el golpe de gracia para muchas editoriales que han surgido en los últimos años con una vocación por lo digital, y hasta los grandes grupos se verían comprometidos en caso de que las ventas en digital cayeran o se redujeran fuertemente.

El índice de biodiversidad se ha incrementado gracias al *e-book* y a la impresión digital; la desaparición o merma del libro electrónico afectaría este importante índice que, según la ONU, es una de las bases de la riqueza cultural de las sociedades.

Finalmente, los índices de lectura son bajos, especialmente en Latinoamérica. Las opciones de entretenimiento son tan amplias que la lectura no consigue atrapar e incorporar nuevos lectores. La lectura digital ha conseguido

El índice de biodiversidad se ha incrementado gracias al e-book y a la impresión digital; la desaparición o merma del libro electrónico afectaría este importante índice que, según la ONU, es una de las bases de la riqueza cultural de las sociedades.

atraer a nuevo público que decide invertir tiempo y dinero en consumir contenidos en formato digital. Está más que estudiado que la “canibalización” de lectores y ventas de papel a digital es mínima, por lo que, como dicen los clásicos, lo que no resta, suma. Lo importante es que la gente lea, da igual el formato y, si me apuran, da igual el qué.

Y los sueños, sueños son

Está más que claro que se han producido errores muy graves en la gestión y entrada en el mercado de un producto nuevo, que se ha dejado en manos de empresas ajenas al sector editorial, pero las editoriales aún tienen el conocimiento y la experiencia para producir buenos contenidos que el público seguirá demandando. Es verdad que se ha cedido el control de la distribución y la venta, en cierto modo, pero la posibilidad de generar contenido de calidad está intacta. Estamos ante una oportunidad de oro, ya que, gracias al nuevo enfoque de ventas, podemos conocer más a nuestro lector. Aprovechemos los datos que tenemos para seguir apostando por un nuevo formato que continuará creciendo y puede ser un puntal fundamental para el sector.

Aprovechemos los datos que tenemos para seguir apostando por un nuevo formato que continuará creciendo y puede ser un puntal fundamental para el sector.

Si somos capaces de comprometernos sinceramente y apoyamos los canales y dispositivos existentes, podremos cerrar la brecha digital que se ha producido respecto a los países más adelantados. Ya el trabajo de los estándares está más que hecho, existe un público fiel que es creciente, hay canales nacionales e internacionales, tenemos la costumbre de la compra en línea, internet está presente en todo el globo... El panorama es perfecto. No dejemos de aprovechar la ocasión que se nos brinda y esforcémonos por crear más contenidos de calidad para libros y *e-books*. Si uno gana, el otro también lo hace. Dejemos de lado la dialéctica del enfrentamiento de inmovilistas contra revolucionarios, luditas contra tecnólogos, clásicos contra modernos... Saquemos partido a ambos formatos para conseguir que la industria editorial salga más fortalecida de esta crisis de como entró.

Los libros ya no se venden como antes

Si no estoy seguro de lo que voy a vender porque no puedo confiar ni en las estadísticas de lectura, ni en las tendencias de consumo, ni en la capacidad de venta de las librerías, ni en mi propia capacidad de venta para determinar el volumen de la producción de mis libros, ni en nada de lo que me dice el mundo, ¿de qué puedo estar seguro entonces? Tengo la certeza de que no sé cuánto voy a vender.

Algo así deberían pensar los editores de hoy en día antes de incursionar en la producción de su catálogo.

Las nuevas tecnologías, las tendencias de consumo, la economía y, en general, el presente histórico, han transformado el campo de acción de los diversos actores de la cadena del libro. Para bien o para mal, lo que está claro es que los libros ya no se venden en igual cantidad que antes. Un título promedio no factura lo mismo que hace 10 años. Uno de los factores cruciales para entender este fenómeno es la combinación ejemplar-título, título-ejemplar. Si bien las reglas del mercado planteaban que primero había que producir largas tiradas de libros para reducir costos y después enfocarse en venderlos para recuperar la inversión, hoy el panorama vislumbra horizontes alternativos —no necesariamente novedosos— de suma importancia para la industria editorial, pues permiten responder a los retos actuales.

En México no hay estudios fidedignos que respalden lo anterior, bien porque faltan datos o porque las muestras no son significativas. Un ejemplo de lo contrario es el

Las nuevas tecnologías, las tendencias de consumo, la economía y, en general, el presente histórico, han transformado el campo de acción de los diversos actores de la cadena del libro.

En 2015, la tirada media de ejemplares por título bajó significativamente respecto a cinco años atrás.

Si consideramos el exiguo margen de utilidad de venta de los libros, no vender 31% de lo producido el mismo año de su elaboración complica la subsistencia del sector.

“Avance de Resultados del Comercio Interior del Libro en España 2015”, publicado en junio de 2016 y realizado por el Ministerio de Educación, Cultura y Deporte y la Federación de Gremios de Editores,¹ que incluye un análisis muy puntual sobre la facturación del sector y su relación con el número de ejemplares y títulos producidos.

En 2015, la tirada media de ejemplares por título bajó significativamente respecto a cinco años atrás. Mientras en 2011 una tirada media representaba aproximadamente 3441 ejemplares, el año pasado fue de 2810. Si nos vamos cinco años más atrás, en 2006 las estadísticas señalaban 4905 ejemplares.² Es decir, en 10 años ha decrecido 42%. Por desgracia, la reducción de 42% en la producción no ha sido suficiente para paliar los daños, pues, según el reporte, el último año se imprimieron en total 225 277 000 ejemplares, de los cuales solo se vendieron 155 440 000. En pocas palabras, no se comercializó ni 31% de lo producido. Una tercera parte. Si consideramos el exiguo margen de utilidad de venta de los libros, no vender 31% de lo producido el mismo año de su elaboración complica la subsistencia del sector. En las ventas hubo un descenso de 22.2%, y en la facturación de 18.6%. Sin embargo, la cantidad de títulos del catálogo vivo no ha disminuido, al contrario, aumentó en 26.2 por ciento.

Ciertamente, estos números tienen una estrecha relación con la crisis mundial de 2007, pero también con las dificultades de un sector que no ha sabido interpretar correctamente las nuevas tendencias de consumo y la capacidad de venta actual de los títulos.

¹ Véase “Avance de Resultados del Comercio interior del libro en España, junio 2016”, <<http://www.mecd.gob.es/cultura-mecd/dms/mecd/cultura-mecd/areas-cultura/libro/mc/observatoriolect/redirige/destacados/2016/Junio/mundo-libro/Avance-CIE15/Presentacion-Resumen-Comercio-Interior-2015/Presentacion%20Resumen%20Comercio%20Interior%202015.pdf>>.

² Véase Federación de Gremios de Editores de España, Datos estadísticos, <<http://federacioneditores.org/datos-estadisticos.php>>.

Con la era digital, la diversificación de la oferta está en constante crecimiento y esto le ha dado fortaleza a los mercados de nicho. Independientemente de los intereses generales que le conciernen a gran parte del mercado, también hay intereses particulares que, al verse satisfechos por la oferta, pueden adquirir mayor importancia en decisiones de consumo. En palabras de Chris Anderson: “Este cambio [...] no significa el fin de la estructura de poder existente ni un cambio total [...] La cultura masiva no sucumbirá, simplemente será menos masiva”.³

En el mundo del libro se ha observado que con el surgimiento de lectores especializados y la apuesta por la bibliodiversidad han florecido otros modelos de negocios, como el *long tail*, o cola larga de la gráfica de consumo. Mientras en el pasado las ventas se distribuían según la conocida regla de Pareto (20% de los productos generaban 80% de las utilidades y viceversa), ahora una serie de pequeñas ventas de ese 80% de productos diversificados puede balancear aquella curva. La estrategia se basa en vender, en menor volumen, el mayor número de productos diferentes.

Al mismo tiempo, en las librerías, que hasta ahora han fungido como principales puntos de venta, se ha incrementado la exhibición de títulos, pero disminuido la cantidad de ejemplares. Tienen una limitante: el espacio. En ese sentido, el aumento de pedidos de títulos a consignación disminuye naturalmente en ejemplares, pero la devolución se ha incrementado.

Si observamos la relación lector-librero, hay una ausencia de satisfacción; en parte por lo limitado del catálogo, en parte por la falta de profesionalización del librero. En el primer caso, porque, al perder capacidad de almacenaje, se desperdician pequeñas ventas que parecieran insignificantes cuando tal vez no lo sean. En el segundo, porque el lector no cuenta con una asesoría adecuada que lo lleve a encontrar lo que busca. Las exigencias del lector son

En el mundo del libro se ha observado que con el surgimiento de lectores especializados y la apuesta por la bibliodiversidad han florecido otros modelos de negocios.

Si observamos la relación lector-librero, hay una ausencia de satisfacción; en parte por lo limitado del catálogo, en parte por la falta de profesionalización del librero.

³ Chris Anderson, *La economía long tail: una cultura de nicho*, Barcelona, Urano, 2007, pp. 235-237.

*El modelo de tiros largos
es muy riesgoso: se
trata de una apuesta
de ventas de títulos
concretos en una
variedad de puntos de
venta.*

claras: quiere variedad, cantidad, disponibilidad y rapidez, por lo que se da una evidente ruptura respecto al modelo tradicional.

Como consecuencia de este escenario, el modelo de tiros largos, por ejemplo, es muy riesgoso: se trata de una apuesta de venta de títulos concretos en una gran variedad de puntos de venta. El panorama actual ha supuesto pequeños cambios para la industria del libro a raíz del comportamiento del mercado. Sin embargo, la pregunta es si esos cambios son suficientes: ¿ha disminuido bastante la oferta de ejemplares o solo a lo que se ha visto obligada? Si consideramos el ejemplo de la industria española, ¿cuánto tiempo más podrá subsistir una editorial que almacena 31% de su producción y que no solo está perdiendo 31% de ingresos por producto, sino que, al mismo tiempo, está incurriendo en costos adicionales, como el de almacenamiento?

En este punto, vale la pena reconsiderar el papel de la tecnología y sus posibilidades para convertirse en instrumento estratégico que propicie la convivencia de la producción, la inversión, la experimentación del producto en el mercado y la deslocalización, que a su vez desemboca en propuestas como la impresión bajo demanda local e internacional, así como en la distribución uno a uno (1:1).

*La impresión digital
nace como una
tecnología visionaria que
reduce los procesos de
impresión al transmitir
directamente el archivo
final al papel.*

La impresión digital, o impresión bajo demanda, y la distribución 1:1, o e-distribución, van asociadas. De la primera surge la segunda. La impresión digital nace como una tecnología visionaria que reduce los procesos de impresión al transmitir directamente el archivo final al papel.⁴ Se trata de una herramienta más veloz y económica para hacer tiros cortos que la impresión tradicional en *offset*. Como en todo proceso productivo, a menor volumen, mayor costo unitario del producto. Si el análisis productivo de una editorial se basa en la premisa anterior, producir en digital será un error casi siempre; no obstante, también es una visión un tanto limitada del panorama general.

⁴ Xerox Corporation, *The Power of Print on Demand. An Anthology of Case Histories and Solutions*, Nueva York, Xerox, 1944.

A veces sale más caro producir en tiradas largas, aunque el precio unitario sea menor. Si los libros ya no se mueven a la velocidad de antes, el costo de almacenamiento, logística, remisión y demás gastos ocultos es mayor; la recuperación es a largo plazo o no la hay, y el modelo de negocios se vuelve un círculo vicioso: al no haber pronta recuperación monetaria, se dificulta la inversión para sacar el siguiente libro, por lo que la oferta del catálogo se limita a lo que haya en existencia por la sobreoferta de ciertos títulos. A menor oferta, menor facturación. Es aquí donde se puede jugar con las posibilidades de título-ejemplar, ejemplar-título. Si tengo 50 000 pesos para invertir, puedo:

- a) imprimir 2 000 ejemplares del mismo título a un precio unitario de 25 pesos,
- b) imprimir 250 ejemplares de cuatro títulos diferentes a 49 pesos,
- c) imprimir 100 de cada uno a 50 pesos e invertir el resto en una nueva publicación,
- e) imprimir 1 000 en 31 pesos y echar el resto en tiradas de 100.

El ejercicio se sigue solo. Si el editor se decide por la opción a) y utiliza, por así decir, un factor multiplicador de cinco para estipular su precio de venta al público (PVP), el libro saldrá al mercado en 125 pesos y, para recuperar la inversión, tendrá que vender 400 como mínimo. Si el editor se va por el punto b), su PVP será de 245 pesos, por lo que, para recuperar lo invertido en un solo título, deberá vender al menos 50 ejemplares. Si se inclina por el punto c), requerirá vender 20 y así sucesivamente.

Si los libros ya no se mueven a la velocidad de antes, el costo de almacenamiento, logística, remisión y demás costos ocultos es mayor.

Al mismo tiempo, la facilidad de imprimir a partir del envío de un archivo permite la deslocalización y producir en el punto geográfico en que se necesite y satisfacer la demanda en otros países. Por supuesto, para satisfacer la demanda, primero hay que crear una oferta, tarea en la que estas tecnologías también son útiles y donde es posible aplicar el modelo de negocios de distribución 1:1.

La facilidad de imprimir a partir del envío de un archivo permite la deslocalización y producir en el punto geográfico en que se necesite y satisfacer la demanda en otros países.

La también llamada e-distribución es la venta electrónica de libros, un *e-commerce* que se ofrece en las páginas web de librerías, instituciones, etc. Es la oferta de un catálogo de libros en papel cuya existencia es virtual, pues su producción se realizará una vez que el lector haya comprado

el libro. El modelo de negocios plantea la ecuación de la siguiente manera: vendo, luego imprimo. A diferencia del tradicional “imprimo, luego vendo”, la e-distribución permite aumentar la oferta de títulos, mantener el catálogo siempre vivo, expandir el mercado, reducir riesgos de inversión y disminuir el *stock*.

El modelo de negocios plantea la ecuación de la siguiente manera: vendo, luego imprimo.

Según este modelo, el productor asume el papel de distribuidor, de tal forma que la cadena queda como editor-productor-punto de venta-lector. Como el productor es el mismo que conecta al editor con el punto de venta e intermediario de las transacciones, es posible que el costo de producción sea cubierto por el propio impresor. Así pues, el canal se queda con su respectivo descuento y el editor con su porcentaje de utilidad. Con el resto, el impresor cubre costos de producción y entrega el libro.

El modelo se vuelve más apetitoso en el momento en que hay diversas plantas de producción en distintos puntos geográficos atendiendo la demanda de diferentes canales de venta. El editor es capaz de establecer una oferta en lugares donde hubiera sido imposible sin una fuerte inversión. El catálogo se exhibe, entonces, en las páginas web de los canales de venta a lo ancho del globo, donde existe la gran ventaja de filtrar la información en ventas en línea. El lector utiliza un camino mucho más corto para llegar al ejemplar que busca, mientras que en una librería física las cosas suceden de otro modo, por un lado, debido a la visibilidad que tienen unos libros; por otro, porque los libreros no siempre están capacitados para orientar al lector en su búsqueda.

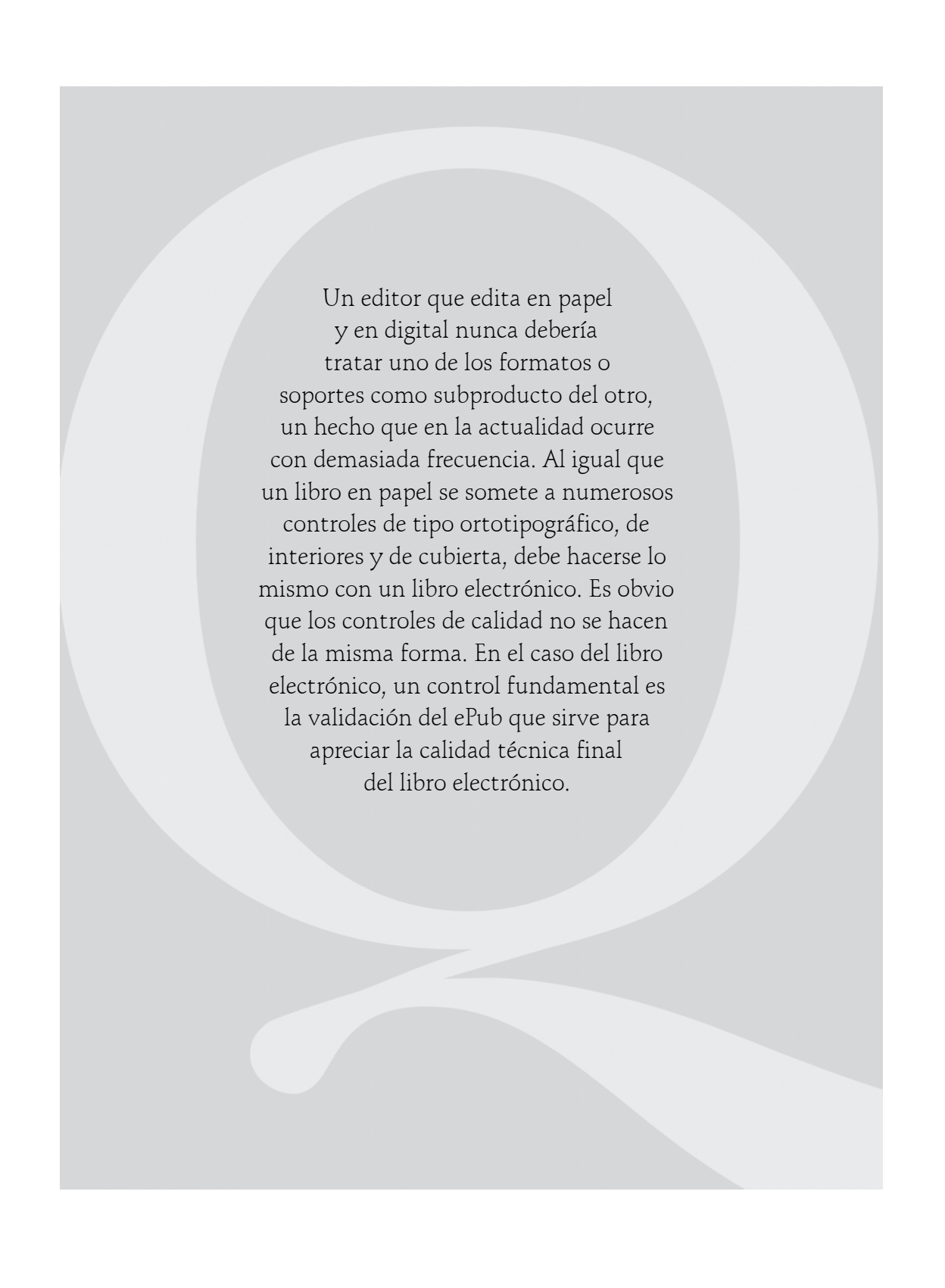
Como el productor es el mismo que conecta al editor con el punto de venta e intermediario de las transacciones, es posible que el costo de producción sea cubierto por el propio impresor.

A grandes rasgos, las editoriales pueden eliminar riesgos de inversión; costos de logística, transporte y aduanas; internacionalizar su catálogo; controlar la producción, reducir existencias y mantener el catálogo vigente. Para las librerías sucede algo similar: reducen costos de almacenamiento, aumentan la bibliodiversidad, se olvidan del “existencias agotadas”, satisfacen la demanda e incorporan el catálogo internacional con mayor facilidad. También están los autores, que a través de este sistema tienen la

oportunidad de difundir sus textos entre más lectores. Por último, los lectores acceden a una mayor bibliodiversidad, disponibilidad e inmediatez. Se habla de llevar más libros a más lectores en más lugares y con menos riesgos. El libro es ahora un contenido que puede viajar a la velocidad de la luz por cinco continentes hasta cualquier lector.

Lo más importante en este modelo de negocios para las editoriales es que no requieren invertir antes de conocer el verdadero alcance de su producto. Si no estoy seguro de cuánto voy a vender, de lo que sí puedo estarlo es de que incursionar en modelos de negocio poco riesgosos es una opción para sobrevivir en el que muchos ven como “panorama desolador”.

El libro es ahora un contenido que puede viajar a la velocidad de la luz por cinco continentes hasta cualquier lector.



Un editor que edita en papel
y en digital nunca debería
tratar uno de los formatos o
soportes como subproducto del otro,
un hecho que en la actualidad ocurre
con demasiada frecuencia. Al igual que
un libro en papel se somete a numerosos
controles de tipo ortotipográfico, de
interiores y de cubierta, debe hacerse lo
mismo con un libro electrónico. Es obvio
que los controles de calidad no se hacen
de la misma forma. En el caso del libro
electrónico, un control fundamental es
la validación del ePub que sirve para
apreciar la calidad técnica final
del libro electrónico.

Vida de librero

Las librerías y el oficio de librero en México están desapareciendo. En su lugar hay un nuevo modelo de tienda de mostrador donde el encargado lo único que sabe hacer es consultar una base de datos. Las cadenas de librerías solo piensan en términos de ganancias como único elemento de medición de la importancia de un libro.

En *Diario de un aspirante a santo*, George Duhamel menciona que todo aquel que no logre destacarse ni en las letras ni en las artes o el dinero podrá, al menos, aspirar a convertirse en santo. Dicha frase siempre la he relacionado con la historia de san Juan de Dios, fundador de la Orden de los Hospitalarios, quien en 1539, después de escuchar a san Juan de Ávila, decidió acoger a los inválidos pobres, darles apoyo a menesterosos, y particularmente a los alcohólicos, con el único sostén que le daban la impresión y venta de libros, convirtiéndose en el santo patrono de impresores, alcohólicos y libreros, una muy curiosa manera de unir el gusto y el oficio de muchos que se dedican a comerciar con libros.

Este relato habla de mi experiencia al intentar destacar en la venta de libros o de mi aspiración a llegar a santo.

Recorrer las calles de la Ciudad de México a finales de los años ochenta y principios de los noventa ofrecía un panorama muy distinto al actual. A pesar de que las opciones culturales que ahora vemos como habituales estaban en ciernes (centros culturales, salas de lectura, megabiblioteca, etc.), se contaba con un mayor número de librerías y de

San Juan de Dios, en 1539, acogió a inválidos pobres y apoyó a menesterosos con el único sostén que le daban la impresión y venta de libros.

Antiguamente el cine estaba incluido en la "canasta básica", por lo que era muy barato, y se tenía la idea que era parte de la formación de una persona.

salas cinematográficas, el cine estaba incluido en la llamada "canasta básica", por lo que el precio era accesible, y se tenía la idea de que era parte de la formación intelectual de una persona, de tal suerte que las salas que exhibían cine de arte eran muy comunes. Además, si contabas con la credencial de alguna institución educativa, los museos, muchos y muy variados, resultaban muy baratos si no es que gratuitos. Aun así, la oferta era muy limitada y repetitiva, y era necesario transitar largas distancias para encontrar lo que uno buscaba o deseaba ver.

Recordemos que la Ciudad de México había sufrido en septiembre de 1985 el mayor terremoto registrado en su historia, y su fisonomía se vio afectada. Cayeron algunos edificios que fueron remplazados por otros y, en el mejor de los casos, por parques. Varios cines fueron abandonados a su suerte y hubo programas gubernamentales para reubicar a familias enteras en unidades habitacionales que ocuparon el lugar de las casas caídas. Algunas zonas se transformaron con el paso del tiempo, dejando de ser residenciales para convertirse en comerciales, reconfigurando así el mapa de la ciudad. El eje de la vida cultural pasó del centro histórico a zonas aledañas, como las colonias Roma y Condesa (viejas zonas habitacionales que se construyeron durante el Porfiriato, periodo histórico que se distingue por la industrialización del país y que gobernó con mano dura Porfirio Díaz), que se fueron llenando de restaurantes, *boutiques*, galerías, tiendas de diseñador, oleadas de hípsters y gente indeseable convocada por lo que hoy se llama "gentrificación".

Después del sismo de 1985 en México, la sociedad civil se percató de que era posible organizarse y buscar soluciones a sus problemas sin formar parte de la burocracia.

También sucedió que la sociedad civil se percató de que era posible organizarse de manera autónoma, buscar soluciones a sus problemas por sí misma y participar de la vida económica, social y cultural sin necesidad de formar parte de la burocracia gubernamental o depender de organismos accesorios de los partidos políticos, principalmente el PRI (Partido Revolucionario Institucional). Se luchaba por una mayor apertura en todos los ámbitos, la sociedad ya no estaba dispuesta a dejarse engañar tan fácilmente,

se cuestionaba más y de manera organizada, los medios de comunicación tuvieron que modificar sus contenidos para un público más informado (o más suspicaz), comenzaron a aparecer publicaciones más críticas y con un punto de vista distinto del oficial. Algunas organizaciones vecinales se politizaron y se fueron integrando a la lucha política, lo que trajo como consecuencia que muchas se sumaran a la campaña presidencial del Frente Democrático Nacional que encabezaba Cuauhtémoc Cárdenas en el año de 1988, el cual podría pensarse como el inicio de la alternancia del poder en México.

Muchos de los libreros de viejo o de libros usados estaban concentrados de manera ambulante en el tianguis de la Lagunilla (mercado especializado en antigüedades), la Plaza del Ángel (bazar sabatino de antigüedades en la Zona Rosa), la Facultad de Filosofía y Letras de la UNAM, la calle de Balderas y en un costado de la Biblioteca México, una de las más importantes en la ciudad, pero poco a poco se fueron estableciendo en locales fijos en la avenida Álvaro Obregón en la colonia Roma, en la calle de Donceles en el centro histórico de la Ciudad de México y en la calzada México-Tacuba. Algunos se instalaron en las inmediaciones de la Cineteca Nacional. Con el paso del tiempo dejaron las zonas acostumbradas e incursionaron de manera formal en el sur, instalando librerías sobre Miguel Ángel de Quevedo y avenida Universidad, calles con un gran flujo de gente cercana a la Universidad Nacional.

En mis años mozos, entre 1988 y 1990, había un mayor número de librerías. Se vivían las postrimerías de una época de oro en la industria editorial mexicana que se inició cuando España y Argentina vivían los peores años de cruentas dictaduras, lo que había propiciado que se exiliaran muchos profesionistas, entre ellos editores, de ambos países, quienes vinieron a darle un gran impulso a la industria nacional del libro, y así surgieron casas como Siglo XXI y Joaquín Mortiz, entre otras, que introdujeron a autores como Lacan, por ejemplo, o dieron a conocer a nuevos escritores, como José Agustín.

Un tiempo los libreros de viejo se concentraron en La Lagunilla, la Plaza del Ángel, la Facultad de Filosofía y Letras de la UNAM y a un costado de la Biblioteca México.

La época de oro de la industria editorial mexicana se dio cuando España y Argentina vivían los peores años de cruentas dictaduras.

*Había librerías
distribuidas por
casi toda la ciudad,
aunque la mayoría se
concentraba en el centro.*

Había librerías distribuidas por casi toda la ciudad, aunque la mayoría se concentraba en el centro porque durante muchos años la Universidad Nacional tuvo su sede en el corazón de la urbe, y algunas matrices tuvieron su origen en dicha zona (Porrúa Hermanos, El Sótano, Zaplana, etc.). También se las encontraba sobre la calle de Insurgentes o en Mixcoac, en la Roma, la San Rafael e incluso en la Zona Rosa, antes de verse perjudicadas por la pésima práctica de ofrecer descuentos sobre el precio del libro con tal de captar más clientes, lo que fue en demérito de la atención y la formación de personal capacitado, práctica iniciada por librerías Gandhi, que abrió al sur de la ciudad su primera tienda. La pasividad característica del gremio librero mexicano y la falta de una ley del libro propiciaron que la mala costumbre se fuera adoptando por todas partes.

Al no haber una ley que regulara las prácticas comerciales del sector editorial, se provocó que el mercado funcionara de manera arbitraria. Por un lado, las cadenas de librerías fueron favorecidas con mayores descuentos y mejores condiciones de venta (plazos de exhibición y pagos, primicia en las novedades) frente las leoninas condiciones que afrontaba una librería independiente que, finalmente, terminaba subsidiando a todas aquellas cadenas. Sumado a lo anterior, en algún momento las editoriales dedicadas al libro de texto decidieron acudir directamente a las escuelas y ofrecer sus publicaciones, obviando la participación de las librerías en su comercialización que, como bien sabemos, puede significar una parte considerable de sus ingresos. Claro que también habrá que reconocer que, en su mayoría, las librerías no estaban abiertas al libre paso del público, por lo que la exhibición y venta de títulos de temas generales y con algún grado de especialización era menor, y la manera de comercializar —al menos en el centro de la ciudad— era a partir del mostrador.

El sector del libro, sin embargo, estaba a punto de modificar su manera de comercializar. La costumbre de comprar en firme sin derecho a devolución poco a poco dio paso a la modalidad de consignación, que consiste en dejar

*Al no haber una ley que
regulara las prácticas
comerciales del sector
editorial, se provocó que
el mercado funcionara de
manera arbitraria.*

en depósito, durante un tiempo, determinados títulos en las cantidades que los libreros consideren conveniente, y devolver los que no fueron vendidos al término del plazo estipulado. Este método no es otra cosa que prestar dinero a las librerías para que se capitalicen, con el riesgo de la editorial de verse en la necesidad de reimprimir antes de obtener resultados, y de que las librerías se saturan de material que no les interesa, la mayoría de las veces contrayendo una deuda que no pueden manejar, con la consecuencia de que al final todos pierden: la editorial no recupera su dinero ni sus libros; la librería cierra porque resulta más oneroso permanecer que cerrar; y el público, porque deja de haber un punto de encuentro con los libros.

Al instaurarse la modalidad de consignación, la vida del libro se redujo, ya que las editoriales y distribuidoras se veían obligadas a aumentar la oferta para obtener las mismas utilidades que con el sistema anterior de ventas en firme sin derecho a devolución, lo que implicaba que el librero tuviera un conocimiento muy preciso de su clientela y de su influencia para determinar el número de ejemplares que adquiriría. Con el nuevo método no importaba qué tanto conociera a su público, pues el trabajo de venta, en general, se hacía por medio de campañas publicitarias. Así aumentaron temas y títulos que solo estaban pensados para un rápido desplazamiento y que anteriormente no tenían tanta difusión, surgieron éxitos de librería a partir del chisme político y de la farándula, la propagación de aquello llamado “autoayuda” se multiplicó y la masificación de estos asuntos desplazó poco a poco a los libros que implicaban mayor tiempo y calidad de lectura. La banalización del público se hizo manifiesta y la producción editorial se orientó hacia títulos de venta inmediata y de temas y autores que podían asegurarla, lo que dio como resultado que las editoriales dedicadas a contenidos académicos y de divulgación de la ciencia, a las humanidades y la literatura “seria” quedaran en desventaja. A esto se sumó que las librerías se fueran convirtiendo en meros espacios de exhibición y venta, ponderando

Con la modalidad de consignación, la vida del libro se redujo, ya que las editoriales y distribuidoras se veían obligadas a aumentar la oferta para obtener las mismas utilidades que con el sistema anterior de ventas en firme sin derecho a devolución.

Las librerías fueron dejando atrás lo que las distinguía: el servicio, la recomendación de títulos y autores e información.

Caminaba por el centro para visitar Zaplana o las librerías de viejo en Donceles; iba a Clavería (norte de la ciudad) a comprar algún título de Alianza Editorial o de Herder a precio de risa en la Librería Parroquial.

utilidad y rapidez y dejando atrás lo que en mis recuerdos las distinguía: el servicio, la recomendación de títulos, temas y autores que complementarían lo que el lector buscaba o que suplieran sus requerimientos, la información sobre textos recientes y el ofrecimiento de buscar algún libro en particular por encargo del cliente.

Yo descubrí la ciudad a los 16 o 17 años, y lo que encontré fue un escenario como el descrito al principio. Con intereses muy variados, entre los que predominaban el cine y la literatura, fui construyendo un catálogo particular de autores, temas y modos de contar que aún hoy perviven en buena medida.

Hacia finales de los ochenta concluía mi paso por el Colegio de Ciencias y Humanidades, donde cursé mis estudios de bachillerato, y tenía la pretensión de estudiar sociología en la UNAM algún día. Aunque jamás me distinguí por ser un buen estudiante, sí fui buen lector, sin orden ni metodología, pero con mucho entusiasmo. Disfrutaba recorrer la ciudad buscando libros que llamaran mi atención y cines que programaran las cintas que quería ver por gusto o sugeridas por las distintas historias del cine que en ese entonces revisaba y que mencionaban como capitales. Deambular por la ciudad y sus recovecos me resultaba (aún ahora) fascinante, cada paseo era un descubrimiento, el encuentro de sitios que satisfacían mis inquietudes y principales apetitos: ver, leer y comer. Caminaba por el centro para visitar Zaplana o las librerías de viejo en Donceles; iba a Clavería (norte de la ciudad) a comprar algún título de Alianza Editorial o de Herder a precio de risa en la Librería Parroquial; a la Facultad de Filosofía y Letras de la UNAM, al tianguis de El Chopo los sábados, o al de la Lagunilla los domingos, y a pesar de que eran muchos los lugares a los que acudía regularmente, tenía establecido un circuito que recorría con frecuencia. Fue una época de mi vida que bien se podría describir como la de un vago con pretensiones culturales.

Ese fue el camino que me llevó a conocer buena parte de la ciudad y su oferta lúdica y cultural, a establecer un circuito de cines, librerías y puestos de libros de viejo y

lugares para comer bien por módicas cantidades. Este circuito incluía el cine Pecime (Periodistas Cinematográficos de México), ubicado al sur de la ciudad, lugar administrado por un grupo de periodistas que tenía la particularidad de programar reestrenos y organizar ciclos temáticos, y la mítica librería Eureka!, parte sustancial del recorrido. A ambos sitios regresaba al menos dos veces por semana, en parte por estar ubicados en la zona sur de la ciudad, muy cerca de la Cineteca Nacional, otro punto al que era asiduo, y porque estaban cerca de CU; ahí regularmente encontraba algo que llamara mi atención.

En esas andaba cuando sucedió que por aquellos días leí un libro de cuentos de Dylan Thomas que me gustó mucho. Decidí conocer su poesía y algunos otros trabajos suyos. La búsqueda de otros textos de este autor me obligaba a preguntar en cada librería por la que pasaba. Un día, después de haber ido al Pecime, entré en Eureka! para averiguar si tenían algo. No tenían, pero se ofrecieron a buscarlo por mí. Cabe mencionar que justo ese servicio, el de búsqueda y selección de títulos, era otro de los elementos que hacían de Eureka! un lugar único en el panorama de las librerías en la Ciudad de México. Al pasar los días, regresaba para saber del progreso de mi encargo y en cada ocasión salía con algún otro libro que no tenía planeado adquirir. Fue tan constante mi visita que un día decidí preguntar por la posibilidad de trabajar allí. Así comenzó mi camino en la industria editorial.

En 1991 empecé a laborar en la hoy desaparecida librería Eureka!, ubicada en avenida Universidad esquina con Gabriel Mancera, en los bajos del cine Pecime. Se distinguía de las librerías de la zona, y tal vez del país, por incluir en su oferta libros de línea (novedades, *best sellers*, autoayuda, etc.), de segunda mano y secciones que las otras no tenían o eran menos afortunadas que en ésta: Ciencia ficción, Novela negra y Poesía, que destacaban por la selección y el número de títulos, además de tener la misma importancia que Literatura, Ciencias sociales o Psicología, temas de mucha demanda por aquel entonces, lo cual la convertía en

El servicio de búsqueda y selección de títulos era uno de los elementos que hacían de la librería Eureka! un lugar único.

*Era Eureka! una
librería de dimensiones
pequeñas con un gran
aprovechamiento
del espacio y títulos
escogidos con mucha
cautela para mantener
un nivel de venta y
un número de clientes
constante.*

*Al tratarse de una
librería de interés
general, prácticamente
recibíamos todo lo que
nos quisieran y pudieran
enviar, privilegiando lo
que más nos gustaba y
que distinguía la oferta
de la librería.*

referencia para los buscadores de libros. Era Eureka! una librería de dimensiones pequeñas con un gran aprovechamiento del espacio y títulos escogidos con mucha cautela para mantener un nivel de venta y un número de clientes constante, intentamos atender aquellos temas que nos distinguían y una oferta que generara el consumo diario para que el flujo de clientela nos permitiera la estabilidad financiera. La recomendación de boca en boca fue, en buena medida, nuestra aliada, ya que no teníamos los recursos suficientes para lanzar una campaña publicitaria que nos acercara al público en general.

Así comencé mi carrera como librero (la única de la que puedo preciarme). Al principio mantenía ordenada, por riguroso orden alfabético, cada una de las secciones de la librería, trabajo que hasta la fecha es el que más disfruto, a la par que recibir y marcar los ejemplares que llegaban, tanto de novedades como de segunda mano; procesaba devoluciones, hacía cortes de ventas y, con el tiempo, atendía las solicitudes de los clientes, lo que implicaba llamar a editoriales, distribuidoras y libreros de viejo. Finalmente, después de un tiempo, cuando ya conocía el movimiento de la librería y su oferta básica, hacía los pedidos de reposición y de novedades, que, al ser comercializadas en consignación, resultaban fáciles de pedir, solo había que calcular las cantidades pensando en su posible desplazamiento, tomando en cuenta el tema y el autor. Al tratarse de una librería de interés general, prácticamente recibíamos todo lo que nos quisieran y pudieran enviar, privilegiando lo que más nos gustaba y que distinguía la oferta de la librería. Aunque el trabajo era bastante, siempre había tiempo para revisar los libros que me resultaban interesantes y leer algún artículo o cuento de las revistas *underground*, de las que teníamos, si no todas, las más destacadas.

Como mencioné antes, hacia finales de los años ochenta, tras el terremoto de 1985, hubo una transformación completa de la ciudadanía, que se sacudió aquellos años de marasmo y complacencia, y para las elecciones presidenciales de 1988 estaba más participativa; años de

sometimiento incuestionado se volvían poco a poco contra el partido oficial.

La juventud de la época no fue menos y comenzó a intervenir de manera más activa, no solo en política, sino en todos los ámbitos de la vida cotidiana. Siguiendo la tradición de revistas como *Azul* o *Los Contemporáneos* y herederas de *Piedra Rodante*, dirigida por Manuel Aceves y que contaba entre sus colaboradores con José Agustín y Parménides García Saldaña, aparecieron otras, como *La Regla Rota*, a la que podríamos llamar “la madre de todas las publicaciones *underground*”, y después *La Pus Moderna*, *Moho*, *Generación*, *A Sangre Fría*, *El Gallito Inglés* y, como consecuencia, *Molotov*, *Número*, *Sub*, *Caligari*, *Velocet*, *La Mandrágora* y varias más, cuyos colaboradores actualmente ocupan sitios destacados en la literatura mexicana.

En Eureka! nos dimos a la tarea, por afinidad y porque estábamos convencidos de la importancia de estas revistas, de reunir y dar cabida a la mayor cantidad de publicaciones periódicas, por lo que tuvimos una amplia sección que se fue complementando con fanzines y números atrasados de algunos suplementos culturales de un par de periódicos (“Textual” de *El Nacional*, en particular). Logramos reunir un gran número de revistas “alternativas”, “*underground*” o como eligieran llamarse todos aquellos impresos que se producían fuera del orden establecido, *mainstream* u “oficial”, y que ofrecían una visión muy fresca de todos los aspectos de la actividad cultural. En aquel entonces no se les decía “independientes”, y muchos, con el tiempo, comenzaron a publicar libros de aquellos autores que formaban parte de su “catálogo” para darlos a conocer a más gente. De no haberlo hecho así, saber de ellos habría sido complicado; algunos tuvieron gran repercusión y después publicaron con editoriales grandes, como J.M. Servín, Guillermo Fadanelli, Bernardo Fernández (BEF), Alberto Chimal y Bernardo Esquinca.

Seguí trabajando y aprendiendo el oficio de librero en Eureka! hasta que el 3 de enero de 2000 abrió sus puertas

Aparecieron revistas como La Regla Rota, La Pus Moderna, Moho, Generación, A Sangre Fría, El Gallito Inglés y, como consecuencia, Molotov, Número, Sub, Caligari, Velocet, La Mandrágora y varias más.

Algunos colaboradores de aquellas revistas luego publicarían en editoriales grandes, como J.M. Servín, Guillermo Fadanelli, Bernardo Fernández (BEF), Alberto Chimal y Bernardo Esquinca.

En enero de 2000 abrió sus puertas Primero Sueño, librería que estuvo ubicada dentro de la Universidad del Claustro de Sor Juana, en el exconvento de San Jerónimo, justo en el centro de la Ciudad de México.

Procuramos participar en iniciativas de los alumnos del Claustro y nos unimos al proyecto de la estación de radio de la UCSJ, que transmitía diariamente desde la cafetería de la propia universidad.

Primero Sueño, librería que estuvo ubicada dentro de la Universidad del Claustro de Sor Juana, en el exconvento de San Jerónimo, justo en el centro de la Ciudad de México. Llegamos ahí con una mano adelante y otra atrás, con mucho entusiasmo y la promesa de varias editoriales amigas de que nos ayudarían. Comenzamos con los fondos editoriales de las casas que conocí durante mi trabajo en Eureka! y repetimos la fórmula ya probada, con tan buen tino que la librería se integró de inmediato a la comunidad universitaria, lo que nos permitió participar activamente en la vida académica y estudiantil.

Con el lema de “Los raros, los malditos, los *underground*”, fuimos interviniendo en las actividades organizadas tanto por alumnos como por académicos, y la librería poco a poco fue ganando influencia entre los lectores de Bukowski, Fadanelli, J.M Servín, J.G. Ballard, etc. Construimos el prestigio en torno a ese tipo de autores, de tal suerte que alguna vez Jorge Herralde nos llamaría “el sanctasanctórum o la bodega del diablo de los más inconformistas lectores”.¹ Esa era la fama que queríamos para la librería. Comenzamos a anunciarnos en *Moho* y *Generación*, principalmente, pero también en algunos fanzines, como *Caligari*, lo que permitió que nos llegaran otras publicaciones. Procuramos participar en iniciativas de los alumnos del Claustro y nos unimos al proyecto de la estación de radio de la UCSJ, que transmitía diariamente desde la cafetería de la propia universidad, con un programa llamado *LenvántenC*, en el que compartía con tres personas más el micrófono. También fuimos invitados como ponentes a pláticas sobre el libro y la lectura.

Los años nos convirtieron en amigos de muchos de los escritores y editores de aquellos proyectos. Para celebrar el tercer año de vida de la librería tuvimos la oportunidad de colaborar en la coedición, junto con Editorial Pellejo y

¹ Jorge Herralde, *El optimismo de la voluntad. Experiencias editoriales en América Latina*, México, Fondo de Cultura Económica (col. Tezontle), 2009.

Nitro Press, de la antología *Me ves y sufres*, que incluía a cuatro autores: Mauricio Bares, Rubén Bonet, Pepe Rojo y J.M. Servín, libro que llevamos a distintas ferias, entre ellas la Feria Internacional del Libro del Palacio de Minería (FILPM) y la FIL de Guadalajara, donde al lado del incansable Carlos Martínez Rentería, periodista, editor de la revista *Generación* y promotor cultural, montábamos los stands más eclécticos de los que se tenga memoria. Compartían espacio *Generación*, *Moho*, *A Sangre Fría*, *Mandrágora*, *El Gallito Inglés*, Nitro Press, Times Editores, Taller del Perro y Yoremito, al lado de Editorial Vid, Verdehalago y Cñaamo. Esta idea de mostrar a todas las editoriales *underground* en un mismo sitio la llevamos al extremo de abrir librerías efímeras dentro de un par de cantinas; la primera en La Mutualista, en Guadalajara, durante la llamada FIL Off, experiencia que tuvo tres ediciones y que nació como una contrapropuesta a la FIL oficial que ese año nos negó la participación en sus instalaciones. Tuvimos presentaciones de libros, *performances* y la presencia de distintos autores y editores de la Ciudad de México, Guadalajara y Guatemala; entregamos un reconocimiento a Jorge Herralde (Anagrama) y se presentó el libro *Me ves y sufres*, que culminó con una gran fiesta. La experiencia de la librería efímera fue tan afortunada que la repetimos en las instalaciones del Salón Corona, cervecería de prosapia de la Ciudad de México y espacio que desde siempre han frecuentado periodistas, artistas, escritores y demás personajes de la cultura, y que durante la celebración de la Feria de Minería tiene una mayor afluencia. Estas actividades hicieron que voltearan a vernos los organizadores del Congreso de Libreros Mexicanos (Colime) y que nos invitaran a compartir nuestra experiencia en Córdoba, Veracruz, en el 2004.

En Primero Sueño siempre nos pensamos como un espacio libre e independiente dentro de la Universidad del Claustro. En alguna ocasión llegaron a la librería un par de amigos que en ese momento daban sendos cursos en la Universidad. Comenzamos a platicar y sacamos unas botellas que aún quedaban del último festejo. Regamos

La idea de mostrar a todas las editoriales underground en un mismo sitio la llevamos al extremo de abrir librerías efímeras dentro de un par de cantinas; la primera en La Mutualista, en Guadalajara, durante la llamada FIL Off.

*Mi experiencia como
comprador de lotes y
bibliotecas particulares
fue cada vez más
depurada y eficaz,
tarea en la que me
inicié desde los años en
Eureka! y gracias a las
enseñanzas de Abraham
Ríos, librero, editor y
uno de los fundadores
del Tianguis Cultural de
El Chopo.*

nuestra plática con vodka y el tiempo se nos fue volando. Cerraron los accesos del edificio y debimos esperar un buen rato a que llegaran los vigilantes para que nos dejaran salir tres horas después.

Mi experiencia como comprador de lotes y bibliotecas particulares fue cada vez más depurada y eficaz, tarea en la que me inicié desde los años en Eureka! y gracias a las enseñanzas de Abraham Ríos, librero, editor y uno de los fundadores del Tianguis Cultural de El Chopo (espacio sabatino en la colonia Guerrero, en el centro de la ciudad, dedicado principalmente a la venta e intercambio de discos, playeras y demás parafernalia relacionada con el rock). Adquirí mayor dominio y en poco tiempo fue una de las principales tareas que desempeñaba en la librería; como resultado, pudimos presumir que hacia el final de nuestra permanencia en el Claustro, Primero Sueño era dueña de al menos 20% de los libros en exhibición y venta. Habíamos establecido una mecánica de trabajo en la cual, al finalizar los periodos de clase, ofrecíamos los libros de segunda mano que no se vendieron en un plazo de seis meses en tan solo veinte pesos, y a veces hasta tres por cincuenta. Los márgenes de utilidad nos lo permitían y así podíamos continuar comprando y pagar puntualmente a los proveedores. Sobre todo conseguimos que tanto los alumnos como la planta docente fueran visitantes asiduos; logramos un equilibrio que nos permitía incursionar en otras actividades.

Desde nuestra llegada al Claustro notamos que durante el año llegaban visitantes nacionales y extranjeros con el deseo de conocer la vida y obra de sor Juana Inés de la Cruz y recorrer el espacio donde ella habitó. A esto se sumaban los estudiantes de todos los grados que, enviados por sus maestros, llegaban a conocer el exconvento de San Jerónimo, en particular el 12 de noviembre, día de su nacimiento. Decidimos entonces editar nuestro propio folleto, que llegó a ser un cuadernillo con 32 páginas que incluía un esbozo biográfico de sor Juana, una pequeña historia del convento y una antología básica de la obra de la poeta, del que sacamos tres ediciones de 1 000 ejem-

plares cada una y se vendían a 20 pesos. Las secciones más beneficiadas con las compras de libros de segunda mano fueron las de Literatura, Filosofía y Gastronomía, una carrera que se impartía en la propia Universidad y cuyo colegio era el más grande por el número de alumnos. Cuando tuvimos que dejar la UCSJ, también abandonamos nuestro plan de publicar una selección de textos sobre gastronomía.

En 2007 nos vimos obligados a cerrar ese espacio tan querido porque, entre otros motivos, cambió la administración de la UCSJ y no renovó el contrato que nos daba cabida en sus instalaciones. De esta manera comenzamos una nueva etapa y nos convertimos en librería itinerante, con un gran cúmulo de libros de temas que nos eran conocidos y con los que salimos a recorrer los caminos. A pesar de que participar en ferias del libro formaba parte de nuestra actividad cotidiana, al cerrar el local nos vimos obligados a convertirla en nuestra principal fuente de ingresos, sumada a la venta en un tianguis dominical en la colonia Doctores, zona céntrica y ruda de la Ciudad de México y que visitaba frecuentemente en busca de libros para nutrir la oferta de la librería.

Participamos en numerosas ferias, encuentros de escritores, festivales culturales, convenciones, diplomados y conferencias como expositores de títulos referentes al tema que se tratara, representamos a editoriales en presentaciones de sus novedades o en alguna feria. Durante esos recorridos observé que las librerías, como las conocíamos, es decir, espacios donde el 80% de sus ingresos lo generaba la comercialización de libros, estaban en franca retirada, ya que los acuerdos con distribuidoras y editoriales no siempre eran los más favorables y, en muchas ocasiones, los costos de transportación tanto de ida como de regreso eran asumidos por los libreros, que luego no los podían recuperar en el precio final del libro. Me di cuenta de que la tendencia era convertir las librerías en espacios híbridos en los que además se vendían artículos de papelería, playeras, carteles, etcétera.

En 2007 nos vimos obligados a cerrar ese espacio tan querido porque, entre otros motivos, cambió la administración de la UCSJ y no renovó el contrato que nos daba cabida en sus instalaciones.

*Ante la escasez de
librerías, el comercio
de los libros ha sido
aprovechado por
cadenas de tiendas de
autoservicio.*

Ante la escasez de librerías, el comercio de los libros ha sido aprovechado por cadenas de autoservicio. Como ejemplo están Sanborns, tienda departamental con servicio de cafetería-restaurante-bar y libros, que cuenta actualmente con 190 tiendas distribuidas por todo el país; o Gandhi, librería con 32 sucursales. En ambos casos, los tratos que aceptan los editores resultan leoninos y, a la postre, son las librerías independientes las que terminan subsidiando a estos grupos.

Persiste entre el público general y las autoridades de gobierno una tendencia a sacralizar el libro y la palabra escrita, actitud que inhibe el acercamiento a librerías y bibliotecas, ya que recubren los espacios de un aura de intelectualidad y solemnidad inexistente que impide el libre fluir del público de manera cotidiana y regular en estos lugares que son ideales para convidar a las personas a la tertulia y la convivencia con los libros.

*Para hacer frente a la
escasez de visitantes en
las librerías, se ha dado
en organizar ferias y
más ferias y, aunque
estas "constituyen un
espacio vital para la
circulación del libro y la
difusión de la producción
local", no
suplen su función.*

Para hacer frente a la escasez de visitantes en las librerías, se ha dado en organizar ferias y más ferias y, aunque estas "constituyen un espacio vital para la circulación del libro y la difusión de la producción local [y] en ellas se convoca a la mayor parte de la producción editorial del país y se han configurado como un lugar ideal para el encuentro de los diversos actores del sector", como dice el Cerlalc, no podrán suplir la función de las librerías. Todos los meses aparece una nueva feria, ya sea en alguna delegación, estado o municipio, pues todos procuran organizar la propia como parte de sus programas culturales y para justificar los presupuestos obtenidos para este rubro; muchas son apoyadas por la Caniem (Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana), la mayoría con regular éxito. Buena parte de los editores participa en ellas para intentar llegar al mayor número de personas y así multiplicar las oportunidades de que cada libro encuentre un comprador potencial. Las ferias tienen dos variantes, aquellas en las que se pondera el libro de línea, que incluye toda la parafernalia de presentaciones, firmas de autores y la presencia de medios para darle una importancia mayor a la merecida, y las del libro de saldo,

que se han convertido en todo un suceso, pues el número de asistentes es cada vez mayor, lo que demuestra que si los libros no se desplazan según lo planeado por los directores comerciales de los grandes consorcios, se debe en buena medida a los precios.

Una de las razones por la que los libros son caros en México es la política de descuentos que las librerías ofrecen al público general, lo que crea un círculo vicioso en toda la industria. Por un lado, editores y distribuidores ofrecen sus libros con un sobreprecio absurdo porque, por otro lado, las librerías se encuentran obligadas a ofrecer un descuento sobre el precio de tapa porque el público así lo exige, sin percatarse de que esa costumbre es justamente la que encarece el producto y los perjudica de manera directa. Esto seguirá así hasta que la Ley del precio único incluya sanciones para quienes no la respeten y hasta que autoridades e involucrados en la cadena del libro encuentren soluciones a problemas como el envío de ejemplares a ciudades alejadas del centro y el fortalecimiento y modernización de las bibliotecas públicas.

Como “ferieros” y libreros ambulantes duramos poco tiempo, tal vez cuatro o cinco meses, porque recibí la invitación de Guillermo Quijas, director general de Editorial Almadía, a incorporarme a su equipo y desempeñar el trabajo de distribución, iniciando así una nueva etapa en el desarrollo de mi trabajo en la industria editorial. Integrarme al personal de Almadía fue un cambio radical. Dejé atrás las visitas a tianguis y librerías de viejo en busca de rarezas y encargos para acudir a citas en librerías pertenecientes a alguna cadena y a las pocas independientes que aún permanecían abiertas tanto en la capital como en algunas ciudades del país.

Mi particular forma de interactuar con las librerías y los libreros se modificó. Dejé de verlas como competencia y tomé aquello que me parecía conveniente, sobre todo para conocer novedades de las que no estaba al tanto, y empecé a considerarlas como aliadas para colocar y exhibir los libros de Almadía. Durante mis años como dueño de

Una de las razones por la que los libros son caros en México es la política de descuentos que las librerías ofrecen al público general, lo que crea un círculo vicioso en toda la industria.

Integrarme al personal de Almadía fue un cambio radical. Dejé atrás visitas a tianguis y librerías de viejo en busca de rarezas para acudir a citas en librerías pertenecientes a alguna cadena.

*Ahora mi labor como
agente de ventas me
ofrecía otro ángulo:
pasar de atender un
lugar propio a negociar
espacios de exhibición y
venta de una editorial
independiente que
empezaba.*

una librería no establecí contacto con otros libreros y encargados, no me interesaba, las visitaba por otro motivo. Mi relación era con los libreros de viejo, con los que tenía un trato cotidiano y regular, ya fuera para comprar títulos que me encargaban o para venderles lo que necesitaban. Cuando me integré al equipo de Almadía, sin embargo, me vi obligado a recorrer librerías y a conocer a sus encargados. Ahora mi labor como agente de ventas me ofrecía otro ángulo: pasar de atender un lugar propio a negociar espacios de exhibición y venta de una editorial independiente que empezaba y con un catálogo que, aunque incluía autores de cierto renombre, no siempre era bien recibida, porque darle espacio no necesariamente traería algún beneficio económico, motivo que se ha convertido en el principal argumento de las cadenas para aceptar o rechazar nuevos proyectos editoriales.

Actualmente hay un auge de editoriales independientes en México, pero a diferencia de aquellas que a principios de los años noventa ofrecían un catálogo arriesgado y propositivo, algunas están reproduciendo la fórmula de incluir a escritores con algún peso que aseguren repercusión tanto en medios de información como en librerías y de acudir al Estado para solicitar algún tipo de apoyo, desde contratos de coedición hasta la subvención de publicaciones. Aunque de origen esto no es malo, con el tiempo el catálogo de todas ellas se reduce a unos cuantos nombres y temas, y la aparente novedad de las editoriales independientes se difumina entre la complacencia mutua y la celebración cómplice de editores que uniforman la oferta, lo que trae como consecuencia la desaparición de la aparente bibliodiversidad y un reacomodo de los mismos actores de siempre.

*Hay un auge
de editoriales
independientes en
México, la diferencia
respecto a las de
principios de los años
noventa es el catálogo
arriesgado y propositivo
que ofrecían aquellas.*

En este momento me desempeño como jefe del Área de Comercialización del Instituto de Investigaciones Estéticas de la UNAM y mi tarea consiste en llevar los libros publicados por el Instituto a un público más amplio. Como es sabido, las universidades hacen buenos libros, muchos de ellos ganadores de premios y reconocimientos internacionales, pero que no logran comercializar correctamente.

Esto se debe, entre otros motivos, al exceso de trámites burocráticos que hacen que su comercialización sea engorrosa y los interesados desistan de su intento. Con el argumento de no causar daño patrimonial a la universidad, se evitan prácticas que en el ámbito comercial son habituales, lo que acarrea otras salidas que provocan demasiados embrollos y dificultan una sana relación entre la universidad y sus socios comerciales, las librerías. Curiosamente, aunque con algunas variantes, esto también sucede entre los editores “comerciales” y las librerías. El trato entre ambos no es de confluencia ni pensando en el buen desarrollo del negocio, hay un desconocimiento enorme del trabajo del otro que va minando la relación y provoca encono entre los que deberían ser no solo socios comerciales, sino aliados en pos de la construcción de un verdadero mercado, de redes de distribución, de un fortalecimiento de las bibliotecas públicas, de la oferta al público de libros de conocimiento y no solo para entretener, y un largo etcétera.

Aunque resulte paradójico, actualmente las condiciones para abrir una librería son, si no óptimas, sí convenientes, ya que hay una gran oferta tanto de libros nacionales como extranjeros. Las librerías no se dan abasto para mostrar todas las novedades que a diario llegan a sus bodegas ni tampoco pueden hacer una selección de lo que realmente les interesa. Además —a pesar de los datos que arrojan las encuestas que aseguran que en México no se lee—, sí hay un mayor interés de la población por la lectura y las actividades alrededor de esta, lo que sumado a la producción de las editoriales independientes y a la creciente oferta de libro de viejo y de saldo, hacen que la decisión de abrir una librería para ganarse la vida sea una buena opción.

Estas condiciones me llevan a echar a andar una distribuidora que pretende ser la base para construir el regreso de Primero Sueño. Esta distribuidora y librería procurarán trabajar con editores nacionales y extranjeros, de preferencia del continente americano, e intentarán resolver los problemas que he mencionado y continuar con los proyectos que se quedaron trancos: crear un fondo editorial

Aunque resulte paradójico, actualmente las condiciones para abrir una librería son, si no óptimas, sí convenientes, ya que hay una gran oferta tanto de libros nacionales como extranjeros.

basado en gastronomía y literatura poco convencional, participar en ferias nacionales y extranjeras con el fin de reunir el mayor número de ediciones de autor e independientes, formar y capacitar a otros interesados en el oficio de libreros para que, en el futuro, abran más librerías como espacios de solaz o, en caso contrario, me conviertan en un buen samaritano.

A pesar de los malos augurios, confío en que las librerías y el oficio de librero aún tengan larga vida y que se vayan adecuando a las nuevas tecnologías y a las eternas demandas de los lectores.

La librería del lector

Caminaba unas cuantas cuadras por Insurgentes sur y llegaba a El Ágora, creo que la fachada era verde. Entraba y había un olor muy particular, era un ambiente al que quería pertenecer, me imponía respeto. Me llamaba la atención un título, la portada sencilla o de colores firmes, el autor que quizá escuché, o me recomendaron, me intrigaba, buscaba la solapa, la contraportada, el índice... Encontraba... abandonaba... necesitaba... deseaba...

Mis pasos me llevaban a El Juglar, donde me sentía menos acompañada, una casa en la Guadalupe Inn, cerca de una glorieta. No recuerdo por qué, pero esa no era mi librería. Después de varias cuadras, sobre avenida Revolución, cerca de Ciudad Universitaria, había una más pequeña, el librero me recibía, me apoyaba y buscaba lo que necesitaba. Regresaba cada semana antes de tomar el camión a la casa, un libro bajo el brazo me acompañaba en el camino...

El librero que había en casa era una maravilla, las ediciones eran de un papel amarillento, pero su contenido me cautivaba. Allí descubrí mucho de lo que me hizo lectora, y las letras, las palabras se colaron en mi torrente sanguíneo, un proceso que vino acompañado por aquellos que pusieron un libro frente a mi deseo... Una historia lectora personal, compartida por otros, cada quien recordará sus momentos. Espacios comunes de un tiempo, de muchos que pasamos por estas líneas:

El librero que había en casa era una maravilla, las ediciones eran de un papel amarillento, pero su contenido me cautivaba. Allí descubrí mucho de lo que me hizo lectora.

Toco tu boca, con un dedo toco el borde de tu boca, voy dibujándola como si saliera de mi mano, como si por pri-

mera vez tu boca se entreabiera, y me basta cerrar los ojos para deshacerlo todo y recomenzar, hago nacer cada vez la boca que deseo, la boca que mi mano elige y te dibuja en la cara, una boca elegida entre todas, con soberana libertad elegida por mí para dibujarla con mi mano en tu cara, y que por un azar que no busco comprender coincide exactamente con tu boca que sonrío por debajo de la que mi mano te dibuja. JULIO CORTÁZAR.¹

Seducción por el papel y las letras que me llevaba a ese caminar, buscando, de un lugar a otro, espacios de café, de miradas que se cruzan, pasillos que son asientos para sacar uno y otro libro de ese estante. No había presión, había compañía... He de confesar que sí, ese romanticismo, ese tiempo, no deseaba perderlo. Muchas cosas se atravesaron, pero sobre todo que mi librería cerró, el tiempo de estudio se convirtió en lecturas editoriales, correcciones, lecturas de trabajo docente, calificaciones, y otros espacios me invadieron, las ferias como lugar de encuentro y desencuentros. Al voltear la mirada se perdió el lugar, el momento, el tiempo, la paz. Hoy me pregunto: ¿dónde está mi librero?

*A nosotros, lectores,
usuarios, compradores,
tienen mucho que
decirnos los libreros; su
diálogo es fundamental
como parte del mundo
del libro.*

A través de este texto busco una conversación con esos libreros a quienes tengo tanto que agradecer. A nosotros, lectores, usuarios, compradores, tienen mucho que decirnos; su diálogo es fundamental como parte del mundo del libro. Ofrezco una reflexión que permita discutir, promover, provocar, emerger y hacer evidente el quehacer desde una visión académica, lectora, editorial, que contribuya a fortalecer la actividad diaria de darle sentido al proceso de elaboración y difusión de contenidos.

Todo parece estar allí, las piezas se acomodan de una y otra forma, las palabras tienen un sentido por el lugar y espacio que ocupan, y es desde allí de donde los actores del libro van moviéndose como piezas sueltas que, a cada paso, le dan razón a la lectura. Hoy las historias son diferentes, he dejado a un lado esa experiencia de mi caminar de una librería a otra. Mis encuentros con las librerías han

¹ Julio Cortázar, *Rayuela*, Buenos Aires, Sudamericana, 1963.

cambiado, el libro tiene ya muchas otras formas de hacerse presente, pero esa librería es un espacio de regocijo, aunque en ocasiones no es de placer, solo de búsqueda concreta y compra... Pero allí, entre los pasillos, encuentro todavía a ese librero que logra que yo salga con varios títulos, me lleva y me conduce por las miles de ofertas y consigue que me sienta seducida por los contenidos.

Roger Chartier (2016) señaló en el Sexto Congreso Internacional del Libro Digital, en São Paulo, Brasil:²

la cultura escrita concedió nuevos papeles a los antiguos objetos, prácticas o códex; la publicación manuscrita, mayor impresión; la lectura representa un nuevo momento de generalización de la lectura visual, individualizada y silenciosa. Tal vez la organización de la cultura escrita y la revolución digital, fácil de imaginar o esperar, se supone como en el pasado; los escritos se van redistribuyendo entre los diferentes soportes: manuscritos, impresos, digitales, que determinarán su inscripción, su publicación y su transmisión. De esta manera, la disociación de atenisismo en contradicción con las categorías que constituirán un orden o discurso fundamentado en su identidad, perpetuada en la obra y la copia intelectual y, de otro lado, radicar desafíos a esas razones, lanzados a un mundo digital.

Los soportes, los espacios, la tinta, las transparencias, la movilidad, los tiempos, las ofertas... todo va teniendo sentido en las últimas décadas; la velocidad, la globalización, las demandas, todo tiene otra significación.

Librero, estante, mueble con tablas horizontales que tiene como objetivo almacenar libros o cualquier tipo de objetos.

**Librero,
el soporte**

² Transcripción del portugués, posibles errores. Video de Boris Faingola, editor colombiano. Roger Chartier, “¿La historia del libro y la lectura permite una mejor comprensión de los cambios?”, conferencia magistral en el VI Congreso Internacional CBL del Libro Digital, São Paulo, Brasil, 25 de agosto de 2016.

*Espacio de diversidad en
la forma, en la ubicación
y en los contenidos,
significados y
significantes... la casa,
la biblioteca, la librería,
la plaza, la escuela,
cualquier rincón.*

De cualquier medida, de madera, de lámina, alto, bajo, ancho, sobre el piso, empotrado... almacena, muestra, exhibe, colecciona, reúne, divide espacios, promueve acercamientos a la forma, el colorido de los lomos, invita a la lectura por el tema, el título, el autor, la editorial, el precio... Libros, contenidos, en orden, en desorden, por tamaños, nombres, materias, intereses... Libreros que acompañan el transitar de un lector, reflejan la historia, la personalidad, la intimidad, invitan a cercanos, a lejanos, al colectivo. Espacio de diversidad en la forma, en la ubicación y en los contenidos, significados y significantes... la casa, la biblioteca, la librería, la plaza, la escuela, cualquier rincón.

Libros, callados libros de las estanterías,
vivos en su silencio, ardientes en su calma;
libros, los que consuelan, terciopelos del alma,
y que siendo tan tristes nos hacen la alegría!

GABRIELA MISTRAL, *Mis Libros*, citado en Beltrán.³

Los libreros en un inicio almacenaban los escasos libros escritos a mano y que eran joyas en resguardo del clero o de quienes podían conseguirlos, en vitrinas o estantes de madera que contenían textos para unos cuantos, espacios cerrados, casi prohibidos, obras intocables, piezas de museo para una lectura en silencio, individual, o en voz alta, en colectivo... evangelizadora, promotora de saberes dirigidos, ideologizados.

Libros que eran producidos uno a uno, obras de arte, tipografía, caligrafía, dibujo, manos de copistas que vivían para la tinta y el papel. Ese orden, acumulación de hojas, con un acomodo que respondía a una demanda de lectura, de difusión de conocimiento, de fijar el pensamiento, de darle sentido y forma. Montones en posición horizontal o con el lomo hacia la pared, ya que la banda de cuero, vitela o pergamino que cerraba el libro, a menudo tenía inscrito

³ Francisco Beltrán Torres, *El libro y la imprenta*, Valladolid, Maxtor, 2009.

el título, por lo que esta parte daba hacia el exterior. Después, las puertas fueron desechadas, y con la invención de la imprenta se empezó a escribir el título de los libros en el lomo y a acomodarlos con este hacia afuera.

Desde ese momento, la individualidad y el colectivo tomaron otro sentido. No es solo el resguardo, es la posibilidad de obtener y hacer de esas repisas un espacio de sentido.

Para un extraño, mi biblioteca parece confusa, incluso perturbadora, pero para mí, su desorden significa todo. ¿Por qué deberíamos organizar nuestros libros cuando leemos de maneras tan felizmente desordenadas, saltando periodo histórico, autor, género, sin lograr acabar un libro, empezando dos al mismo tiempo? ¿Por qué debería ser cualquier otra cosa que nuestra propia historia el criterio para nuestros libreros, y por qué no preservar esa historia como preservamos los libros mismos? ABIGAIL DEUTSCH.⁴

Hoy el libro de papel coexiste con lo intangible, lo digital, lo virtual, donde el resguardo, el soporte y la pertenencia son determinantes para el librero y para el libro. Nos encontramos con aplicaciones en nubes, libreros etéreos, aparentemente reducidos a una pantalla, y allí podemos contener, ordenar, obtener... contenidos, formas, lecturas. Esto conlleva que cada una de las piezas del proceso del libro y la lectura se reubique y que se reconstruyan las figuras y los actores que se han moldeado a lo largo de la historia, pero esa estructura, ese estante, no pierde su esencia. Los espacios se reducen a pulgadas, el estante deja de ser parte del mobiliario, los muros se limpian, los estantes físicos pasan a ser contenedores de otros objetos. A mí me hacen falta más muros, más repisas y más memoria en mis espacios virtuales, la suma es una operación matemática que responde a la acumulación de contenidos,

Hoy el libro de papel coexiste con lo intangible, lo digital, lo virtual, donde el resguardo, el soporte y la pertenencia son determinantes para el librero y para el libro.

⁴ Joven poeta y editora estadounidense. Abigail Deutsch, "Canto a mi librero", en Paulina Morales (trad.), *Revista Cuadrivio*, 21 de abril de 2013, <http://cuadrivio.net/literatura/canto-a-mi-librero/#_ednref1>.

El librero virtual es, a su vez, una biblioteca, la individual o la colectiva, que tiene enormes ventajas y que se une a esa nueva misión de aprovechar los recursos tecnológicos para tener todo tipo de libros y contenidos.

de párrafos que deseo volver a leer o que quizá todavía no leo, pero que ya están allí.

El librero virtual es, a su vez, una biblioteca, individual o colectiva, que tiene enormes ventajas y que se une a esa nueva misión de aprovechar los recursos tecnológicos para tener todo tipo de libros y contenidos. Se potencia al incorporar diversidad de materiales informáticos, una nueva estructura que simula, en muchos casos, el estante de madera, que apoya el fomento de la lectura, de la cultura, disminuye la brecha digital y ofrece nuevos aprendizajes, como el uso de nuevas plataformas para aprovechar vinculaciones a través de las redes sociales que también son herramientas educativas, de comunicación y de actualización.

Entre todos mis libros, es éste el que prefiero
éste que un día dejé a medio leer
lo cerré de repente, lo puse en el librero,
y ya lo cubre el polvo del ayer.

Recuerdo que era un libro de una belleza
era como si en cada frase floreciera un rosál
pero temí de pronto que me desencantara
si seguía leyendo hasta el final.

Y ahí está en el librero, donde lo puse un día
tal vez un poco triste por lo que no leí,
pues recordé, muchacha, que casi fuiste mía,
y al guardar aquel libro, pensé en ti...

JOSÉ ÁNGEL BUESA.⁵

Ese librero, el del libro, con su silueta definida por el lugar que ocupa, por el movimiento de sus páginas, refleja un indiscutible valor ofrecido por los actores del proceso: el libro, el librero y el lector. El librero de mi padre, de mi madre, de mi abuelo como referentes. El librero de los hijos que

⁵ José Ángel Buesa, "Poema del libro", en *Del amor y el desamor: poemas escogidos*, Madrid, Verbum, 2013.

marcan historias y momentos particulares que son parte del entorno familiar; el del profesor que uno admiró y que logra transmitirlo en su plática cotidiana, esos libreros, hoy de bibliotecas públicas, que reflejan a quienes hacían de sus muros un colorido mosaico de lomos, papeles y contenidos.

No puedo dejar de lado ese espacio universitario donde el librero, el estante, el libro, tienen connotaciones particulares, individuales, colectivas de aprendizaje, de conocimiento, un lugar donde la acumulación es especializada, con contenidos dirigidos, muestrario de autoridades, reconocimiento de sus académicos, de necesidades estudiantiles específicas, ya sea en el preciado espacio de la biblioteca donde el resguardo ofrece con libertad el uso de esos contenidos, físicos o digitales, o en el interior de cada cubículo como resguardo individualizado, una especie de recorrido curricular. Esa librería universitaria, a veces con potencial de recursos materiales y humanos, y a veces abandonadas, como un cúmulo de piezas muertas ante la falta de administración y deseo político institucional, como un actor aparentemente más silencioso, pero con la posibilidad de estar en constante movimiento. Libreros necesarios como el puente indispensable entre la producción editorial interna, las necesidades del profesorado, la visión de quien lo dirige, las perspectivas institucionales y los recursos del lector estudiantil, académico y administrativo. Un mueble que debe ser estático tiene cambios visuales y movimientos en sus contenidos.

Libreros necesarios como el puente entre la producción editorial, las necesidades del profesorado, la visión de quien lo dirige y los recursos del lector estudiantil, académico y administrativo.

La lectura de libros como un hábito, como una costumbre cotidiana y saludable para todos, en todo el mundo, es una noble utopía o un generoso equívoco producto del optimismo. Como toda utopía, transita por un camino de buena intención empedrado de no pocos equívocos. JUAN DOMINGO ARGÜELLES.⁶

El libro, contenido

⁶ Juan Domingo Argüelles, *Antimanual para lectores y promotores del libro y la lectura*, México, Océano, 2008.

*Los libros tienen vida,
tienen historia, pero,
finalmente, el camino
que toman tendrá
destinos diferentes y
logran su individualidad
cuando alguien se los
apropia a través de la
venta, el obsequio o el
encuentro.*

El libro es un objeto cultural que conlleva un vínculo con la palabra, con el pensamiento, con el sentimiento; un espacio donde convergen diversos actores que hacen posible que se desarrollen e integren visiones que le dan sentido a un ir y venir desde la escucha al escrito, desde el texto a la lectura, desde el sonido hasta el conocimiento.

Los actores del quehacer del libro están ocupados en promover la escritura, la lectura, la creación de contenidos, la estructura de mercado, la visualización de estructuras de relación global; son quienes sustentan un espacio de profesionalización, a quienes se les considera conocedores de su producto: cualidades, ventajas, proyección y, por ello, forma y contenido.

Por más eruditos y humanistas que sean, los editores producen objetos incompletos por naturaleza. Un libro es un objeto en busca de un lector, y no puede realizarse como objeto cultural hasta que no encuentra un lector. Ese lector es muy mal caracterizado cuando se lo define simplemente como un cliente. EMILIA FERREIRO.⁷

El libro de papel y tinta, pantalla y códigos, producto del proceso de contenido, de su edición, del diseño (portada, caja, tipografía), es visible por el interés, el trabajo de mercado, por la trascendencia del contenido, por el perfil autoral, por su vinculación con sectores literarios, académicos, y responde a necesidades específicas de información, a un buen esquema de mercado. Los libros tienen vida, tienen historia, pero, finalmente, el camino que toman tendrá destinos diferentes y logran su individualidad cuando alguien se los apropia a través de la venta, el obsequio o el encuentro.

Un libro se lee mejor cuando es nuestro y lo hemos conocido por mucho tiempo, tanto que conocemos la topografía

⁷ Emilia Ferreiro, *Pasado y presente de los verbos leer y escribir*, 2ª ed., Buenos Aires/México, FCE, 2002.

de sus manchas, la cartografía de sus esquinas. Podemos recordar, recorriendo los sedimentos que hay en él, esa ocasión en que lo leímos mientras tomábamos té y galletas. CHARLES LAMB, citado en Deutsch, 2012.

Ese libro se coloca en ese librero, y ese librero se adapta; a veces los libros son los que se adaptan al librero para ser vistos y no perderse, queda en manos de quien lo coloca, lo almacena, lo muestra, es decir, ese diálogo entre el librero como mueble y el actor, el sujeto, hace presencia. Parece que ambos en su esencia cumplen con funciones similares, pero sabemos que no es así, hay algunas variantes que rompen con la rigidez que puede ofrecer la madera o el fierro.

En los últimos años se ha potenciado la promoción del libro y la lectura, encontramos un sinnúmero de textos, declaraciones y estrategias, gran presión social.

No se trata de enseñar a leer, de aprender a decodificar textos o de crear motivación lectora: se trata de crear compromisos y complicidades con las comunidades de práctica, de facilitar el acceso a las diferentes prácticas letradas y a su comunidad de usuarios. DANIEL CASSANY.⁸

El libro, el lector, la cultura, son conceptos básicos que se relacionan de manera íntima y que revelan, ante la mirada de una sociedad, el sentido humano de pertenencia y de coincidencia entre semejantes. La formación de lectores asiduos como una actividad cotidiana hace del libro un bien cultural, recreativo y didáctico. En la actualidad, leer va más allá de la construcción de una autoridad, es la incorporación cultural plural e incluyente de diferentes fuentes donde el contenido es el rey frente a todos los soportes y posibles formas de establecer contacto con el placer, la información y el conocimiento. Se recupera la condición lectora desde el contenido, no desde

El libro, el lector, la cultura, son conceptos básicos que se relacionan de manera íntima y que revelan, ante la mirada de una sociedad, el sentido humano de pertenencia y de coincidencia entre semejantes.

⁸ Daniel Cassany, *Prácticas letradas contemporáneas*, México, Ríos de tinta (col. Para comprender la lectura), 2008.

la forma; se reflexiona sobre las condiciones y no sobre la cantidad.

Sobre los riesgos de la lectura se ha dicho casi todo. Nada tan perturbador como la posibilidad de que no sirva para nada, que no tenga consecuencias. ¿Y si leer, incluso leer todos los libros, fuese prácticamente inútil?, ¿por qué importa la lectura? FERNANDO ESCALANTE GONZALBO.⁹

Es interesante observar que la lectura se reconoce fundamentalmente como un aspecto escolar primario, base de ese lector adulto que, en muchas ocasiones, quizá en el medio universitario, es reproductor de un deber ser que responde a tareas y obligaciones, una actividad cotidiana que está en crisis cuando se va en búsqueda de conocimiento y encuentra barreras, debiendo revalorar el sentido personal de su propio proceso de aprendizaje.

*Una lectura activa
está en un lector que
constantemente busca un
espacio propio, en esa
su librería donde está lo
que desea leer, aquel que
todo editor desea que
entre en la librería.*

Es deseable que la lectura sea un acto libre, útil, agradable y formativo; es, para muchos, un tiempo para el encuentro con el escritor y el contenido. Así, una lectura activa está en un lector que constantemente busca un espacio propio, en esa su librería donde está lo que desea leer, aquel que todo editor desea que entre en la librería.

La verdad es que nuestro poder, como lectores, es universal, y es universalmente temido, porque se sabe que la lectura puede, en el mejor de los casos, convertir a dóciles ciudadanos en seres racionales, capaces de oponerse a la injusticia, a la miseria, al abuso de quienes nos gobiernan. ALBERTO MANGUEL.¹⁰

Manguel también analiza las resistencias individuales, colectivas, sociales, políticas y educativas que hay al-

⁹ Fernando Escalante Gonzalbo, *A la sombra de los libros: lectura, mercado y vida pública*, México, El Colegio de México-Centro de Estudios Internacionales, 2007.

¹⁰ Alberto Manguel, *Historia de la lectura*, trad. de Eduardo Hojean, Buenos Aires, Emecé, 2005.

rededor de leer o no leer, es un aspecto que forma parte del medio de la lectoescritura que pasa por estructuras que limitan y no promueven.

Hay lectores para todo, y todos requieren de un acercamiento certero, hilo conductor que recorre el proceso editorial. El lector es un ser polivalente que exige diferentes lecturas para satisfacer su demanda: palabras, texto, conocimiento, escritura. Lector activo, lector comprador, lector usuario, lector estudiante, lector ocasional, lector profesional, y lector que no quiere ser lector o no sabe que lo es.

La edificación de espacios para la lectura es parte de su desarrollo; hay infinidad de lugares donde el libro es el actor principal, un entorno para la reunión con el lector. De allí que las librerías, las bibliotecas, los centros culturales, cada uno cumpla una función de plusvalía cultural.

El librero y al librero los encontramos en la librería, espacio de lectura, de encuentros con el libro en el librero, en la mesa, en el caminar. Es el espacio por excelencia hasta hoy, el lugar donde los objetos y los sujetos conviven: el editor, el diseñador, el corrector, el impresor, el librero, el lector; siempre la lectura reúne y promueve el contacto de autor-contenido-lector.

Librería de viejo, especializada, de fondo, de proximidad, de barrio, universitaria... Libros en supermercados, papelerías, puestos de periódicos, en el metro, en la banqueta, en callejuelas, barcos, edificios históricos, en bellas casas antiguas, viejas iglesias, grandes, enormes, medianas, pequeñas. Y ahora el posicionamiento de las librerías virtuales o las que potencian el recurso físico, el digital, las redes de conectividad y la vinculación que abren ofertas que no requieren almacenaje. Todas, ofertas de libro y de lectura. Encuentro accesible y entendible, con su propio sistema de exhibición, físico o virtual, y de clasificación; de allí el conocimiento de los contenidos y del lector. Es un espacio de administración de la lectura y debe estar vivo, no es solo acumulación, almacenaje y administración. La

La librería, el espacio

diferencia entre el librero y el mueble librero está en la experiencia lectora.

Las percepciones sobre la librería son variadas, desde las muy estructuradas hasta las más flexibles, orgánicas. Encontramos e idealizamos las hermosas librerías que son parte de la historia, algunas de nuestra propia historia, que nos atraen, nos invitan a quedarnos, piezas artísticas, arquitectónicas, donde el principal material es el libro, que construye, reviste, da colorido, olor a libro, pero también a un buen café. Acompañan la escucha del murmullo del lector, de quien comparte, conversa, de esa música, de la presentación de un libro, quizá aunado a foros de lectura, de cuentacuentos, espacios multiculturales que engloban una propuesta simbólica y de significados... deseo, armonía, apego. Permite el encuentro o el desencuentro, la apropiación o el rechazo y la posible venta. Las librerías tienen un trabajo interno de logística, de administración y diseño que permite al lector crear nexos y vínculos con los contenidos, es un todo, con las variables que demanda ese producto cultural.

Las percepciones sobre la librería son variadas, desde las muy estructuradas hasta las más flexibles, orgánicas. Encontramos e idealizamos las hermosas librerías que son parte de la historia, algunas de nuestra propia historia.

En primer lugar, desde el tamaño del mobiliario en anchura, alturas, balas que sean totalmente inclinables, que permitan colocar los libros de cara y siempre a una inclinación adecuada a la vista del lector para que tenga que hacer el mínimo movimiento posible, pasando por una ordenación temática, de temas que nos acompañen durante un recorrido sin que se nos haga aburrido. En una librería tenemos que buscar una estética que no sea aburrida y sosa, sino que siempre, a medida que vamos entrando en la tienda, vayamos descubriendo nuevas cosas para acabar haciendo todo un circuito, que el cliente subconscientemente se sienta a gusto y descubriendo. Esto permite que encuentre siempre su libro, uno o más. ANTONI VILA.¹¹

¹¹ Antoni Vila Palau, en programa de radio con Sofía de la Mora Campos (conducción y dir.), *Interlínea: cultura editorial*, "Diseño de librerías", México, UAM-X, 8 de septiembre de 2014, UAM Radio [podcast]

Diseñar y manejar las librerías requiere de profesionales. Hay cientos de detalles que a primera vista pasan inadvertidos para el cliente-lector. Son necesarias estrategias de circulación y visualización del libro y su contenido; resolver la operación sin olvidar que sea agradable; una combinación entre el mobiliario, los colores, la iluminación, el soporte y el diseño mismo del libro. El movimiento del cuerpo en un espacio concreto siempre es indispensable, trabajado desde la arquitectura de interior que visualiza más allá de la colocación de estantería al vincular forma, movimiento y contenidos.

En las últimas décadas, con la entrada de las nuevas tecnologías, la librería tradicional está aparentemente amenazada; en algunos casos, como parte de los lógicos movimientos del mercado y de producción. La desaparición de grandes librerías que sustentaban principios y estrategias ya caducas obliga a analizar la función, metas y objetivos de resguardo, de almacenamiento, de vinculación lectora, hay que acercarse al libro electrónico, al mundo virtual, a las redes, que ya son una realidad. Tener vinculación con los profesionales del diseño y la arquitectura es un acierto, sin dejar de lado la necesaria profesionalización para la gestión y la administración. En la actualidad, no es suficiente, es necesario estar conscientes y actuar ante los cambios de tecnologías, demandas, soportes y estrategias.

La desaparición de grandes librerías que sustentaban principios y estrategias ya caducas obliga a analizar la función, metas y objetivos de resguardo, de almacenamiento, de vinculación lectora.

Es importante que las librerías trabajen de manera unida porque se fortalecen, porque pueden dar un mejor servicio, incluso pueden hacer compras unidas y con mejores condiciones y con más surtido. Aparte de que ganan los librereros porque tienen oportunidad de vender un libro o los libros que requiere el público, este público tiene esa opción de hacerse llegar libros que posiblemente no conocían y que también les pueden servir mucho para el fin que sea, el que cada quien quiera; creo que el unirse, el tener una

de audio], <<http://clon.uam.mx/interlinea/index.php/programas/item/99-diseno-de-librerias>>.

liga aprovechando el internet, es fundamental. ENRIQUE RICHTER.¹²

**El librero,
el lector**

El librero es aquel artesano especializado en encuadernar, darle forma y cobijo al contenido. Porta y transmite cultura del autor al lector, esa es su esencia. Ya sea como dueño o empleado, es deseable que cumpla con esa función y objetivo, algo que incorpora y rebasa las estrategias operativas y necesarias: cajas, etiquetas, cuentas, auditorías, precios, inventarios, ventas, compras, devoluciones, es decir, una plusvalía cualitativa que permita identificar la silueta del librero frente al libro, usando el espacio de la librería, haciéndola suya y nuestra al colocar libreros, mesas, libros, al darle color, luz, contenidos, así como reconociéndose lector antes que nada y ofreciendo un diálogo frente a frente, al ser quien conoce al autor, el texto.

Como librero te toca un poco ser curador, te toca cambiar esa noción de “te pongo aquí los libros para que escojas un poco de todo”, para tratar de darle también tú esa parte de exhibición. El libro infantil se presta mucho para eso por lo hermosos que son. Seleccionas cosas que, de alguna manera, ayuden a los papás a llegar a más libros; por otro lado, el libro infantil cubre un rango amplísimo de edades. SONIA VERJOVSKY.¹³

El librero como guía, conocedor del producto cultural objeto de consumo, coloca frente al lector, con diversas

¹² Enrique Richter, en programa de radio con Sofía de la Mora Campos (conducción y dir.), *Interlínea: cultura editorial*, “El librero”, México, UAM-X, 15 de abril de 2013, UAM Radio [podcast de audio], <<http://clon.uam.mx/interlinea/index.php/programas/item/43-el-librero>>.

¹³ Sonia Verjovsky Paul, en programa de radio con Sofía de la Mora Campos (conducción y dir.), *Interlínea: cultura editorial*, “Librería infantil y juvenil”, México, UAM-X, 18 de mayo de 2015, UAM Radio [podcast de audio], <<http://clon.uam.mx/interlinea/index.php/programas/item/247-libreria-infantil-y-juvenil>>.

estrategias de mercado y de apropiación de contenido, el título o el autor que busca. Ofrece posibilidades, brinda asesoría y se organiza para el desarrollo del sector. Para ello, el librero se vincula con redes y asociaciones donde se impulsa su profesionalización, se analiza el papel que desempeña, su valor, su necesidad, y se discuten estrategias para promover las ventas con la intención de potenciar los puntos de venta, ya sea con recursos espaciales físicos que convoquen a ciertas experiencias culturales en torno a contenidos o con recursos virtuales que abran la visibilidad y las conexiones. Es fundamental que se equilibren las propuestas desde el librero, quien ya considera que la acumulación y almacenaje están adquiriendo otro sentido frente a las diferentes estrategias de identificación de títulos, de solución al lector, de propuestas editoriales y autorales, físicas y virtuales.

En la actualidad ha habido una redefinición del concepto del librero, porque hoy ya no nada más vende libros, sino otro tipo de productos y, por lo tanto, deja de ser solamente librero para convertirse en asesor, una persona que atiende al público, de manera que ya no tiene una actividad nada más, ya no es de prescripción como antes era el librero antiguo, aquel que llegaba a una persona interesada en un libro y le daba toda una tesis de contenido de autor o de temática. ARTURO AHMED.¹⁴

Es fundamental que se equilibren las propuestas desde el librero, quien ya considera que la acumulación y almacenaje están adquiriendo otro sentido frente a las diferentes estrategias de identificación de títulos, de solución al lector, de propuestas editoriales y autorales, físicas y virtuales.

La librería y el librero. La primera como espacio de vinculación y el segundo como lector, vendedor, guía y mediador con una mirada integral con significado, producto de su vivencia personal y profesional que se ve reflejada en la individualidad y propuesta de librería que lo distingue de cualquier otra. La personalidad librera es un factor fundamental, condicionado por el espacio, la oferta, la arquitectura, la distribución, el contenido, el recorrido,

¹⁴ Arturo Ahmed Romero, en programa de radio con Sofía de la Mora Campos (conducción y dir.), *Interlínea: cultura editorial*, “El librero”, México, UAM-X, 15 de abril de 2013, UAM Radio [podcast de audio], <<http://clon.uam.mx/interlinea/index.php/programas/item/43-el-librero>>.

el entorno cultural, la ubicación, es decir, es un proyecto congruente y pertinente que cobija contenidos y convoca al lector. Esto es independiente de los soportes; la visión está en ingresar a un sector con todo lo que significa, las redes de relaciones profesionales y culturales que demanda un mercado y un producto específico.

No importa el espacio, el librero siempre hará la colocación, clasificación y muestra con los recursos que tenga, con su cultura lectora, su conocimiento del producto, de sus autores, sus temas, sus recursos, como parte de la cadena de la industria del libro y de la promoción lectora. Debemos reconocer el trabajo que realizan los libreros en la transmisión de cultura.

Hubo una época, hace varios siglos, en que escribir y leer eran actividades profesionales. Quienes se destinaban a ellas aprendían un oficio [...] Todos los problemas de la alfabetización comenzaron cuando se decidió que escribir no era una profesión sino una obligación y que leer no era marca de sabiduría sino una marca de ciudadanía. EMILIA FERREIRO.¹⁵

No importa el espacio, el librero siempre hará la colocación, clasificación y muestra con los recursos que tenga, con su cultura lectora, su conocimiento del producto, de sus autores, sus temas, sus recursos, como parte de la cadena del libro y la promoción lectora.

Al entrar a una librería deseamos ese cruce de miradas con aquel que es lector, no vendedor, y eso sucede cada vez menos. Vemos cómo entran lectores potenciales a una librería, alguno con un título en mente, que va directo a la computadora y busca junto con el vendedor, lo encuentra, se lo da y paga en la caja. Quizá en el camino se encuentre un producto recreativo, algo simpático y salga. Eso no quita que haya aquellos que están por tiempo indefinido en la librería, quizá acosados por los vendedores que, una y otra vez, interrumpen su camino, su búsqueda, su momento.

La profesionalización del librero parte de la búsqueda de saberse parte del libro, pero también es necesario preguntarse qué otro tipo de conocimientos se debe tener, es

¹⁵ Emilia Ferreiro, *Pasado y presente de los verbos leer y escribir*, op. cit.

decir, cuáles son los que le permitirán enfrentar su oficio, su profesión desde una nueva perspectiva, sobre todo en la actualidad, cuando hay competencia del libro electrónico y de las nuevas tecnologías.

Fundamentalmente, la profesionalización del librero tiene que recaer en el conocimiento puro, en los antecedentes históricos del libro, desde su formato hasta su contenido, pasando por actores, su producción y por su venta, de tal manera que el librero que se quiere actualizar requiere una educación formal que no ha existido en muchos años. ARTURO AHMED.¹⁶

Un librero lector acompaña, respeta, coadyuva, intercambia, seduce, aprende, investiga... y al final vende, no uno sino varios libros. Ese lector regresará, se sentirá cómplice de la lectura, interesado en las ofertas, vinculado a ese espacio, y eso habrá que analizarlo para trasladarlo a los nuevos espacios y propuestas de librerías culturales, virtuales, las cuales vamos encontrando y están a la vanguardia impulsando al sector en su conjunto frente a la resistencia de las grandes librerías que, de igual forma, inician un recorrido con propuestas internas de forma paulatina. Es necesario observar y analizar la complejidad del mercado lector considerando la diversidad, las exigencias de amplios abanicos, así como la demanda de espacios especializados.

El librero se conecta con varios actores del libro, pero uno que es central es el editor como promotor de los títulos que produce. Es él quien conoce, en primera instancia, a su autor, su contenido y su lector. Lo ideal es que los medios de comercialización editorial coloquen ese libro en la librería adecuada. Es indispensable que se trabaje uno a uno, ya que en muchas ocasiones no es así; se tiene

El editor y el librero

¹⁶ Arturo Ahmed Romero, *op. cit.*

un espacio asignado y se usa, es una función necesaria del librero al relacionarse con el editor. Es claro que el sistema de mercado tiene una dinámica en que las cajas y el objeto van y vienen sin conocimiento de sus contenidos y sus intenciones.

El trabajo de distribución es muy restringido, muy limitado. Colocar los libros en una librería, por importante que sea, no es suficiente si no va acompañado de un trabajo adecuado de promoción. Y hacer un trabajo de promoción sin la adecuada distribución de esos materiales, tampoco te reeditúa los resultados que estás tratando de obtener. MARCO MOCTEZUMA.¹⁷

En el proceso editorial, el librero es una pieza que define, cierra y abre ciclos de lectura; es un eje de conversación y de cruce de miradas con los diferentes actores que, aunque no sean conocedores absolutos, es deseable que sean lectores interesados, curiosos, cuestionadores, investigadores, provocadores, propositivos, creativos.

*En el proceso editorial,
el librero es una pieza
que define, cierra y
abre ciclos de lectura;
eje de conversación y de
cruce de miradas con
los actores que, aunque
no sean conocedores
absolutos, es deseable
que sean lectores
interesados.*

Una y otra vez se habla de la profesionalización, la capacitación, pero no se debe dejar para acciones concretas, como las administrativas o las tecnológicas, sino que debe ofrecerse a todo el proceso en torno a la compra-venta, la oferta-demanda, la sugerencia-apropiación, la escritura-lectura. La visión desde la editorial como desde la librería es indispensable; la conversación que conlleve a entablar lazos de comunicación y conocimiento de sus actividades, de su proceso, de su potencial, necesaria.

Muchas veces estas áreas editoriales sí cuentan con responsables para hacer esta promoción y comercialización de los libros, pero otras tantas, el área de comercializa-

¹⁷ Marco Moctezuma, en programa de radio con Sofía de la Mora Campos (conducción y dir.), *Interlínea: cultura editorial*, "Distribución universitaria: UAM", México, UAM-X, 10 de diciembre de 2012, UAM Radio [podcast de audio], <<http://clon.uam.mx/interlinea/index.php/programas/item/32-distribucion-uam>>.

ción está deslindada del área de producción editorial, y entonces tenemos problemas pues, en el mejor de los casos, apenas si se dirigen la palabra. SAYRI KARP.¹⁸

Este es un tránsito que parece complejo. El editor en ocasiones considera que su trabajo termina en el momento en que el libro sale de la imprenta o le hace clic en su sistema, y no es así. El librero piensa que su trabajo se inicia cuando le entregan el libro y termina con la venta, y tampoco es así. Ambos requieren establecer vasos comunicantes y reconocerse como parte de la actividad lectora compleja y circulante, no solo como productores y vendedores de un producto, es necesario sensibilizarse y vincularse.

Julio Sanz Crespo, editor, en una entrevista (2012)¹⁹ preguntaba: “¿Cómo le hace uno para gestionar y entrar a ese mundo de la librería, de la distribución? ¿Qué tenemos que hacer los editores?”, y en 2013,²⁰ en otra plática comentó:

El editor en ocasiones considera que su trabajo termina en el momento en que el libro sale de la imprenta o le hace clic en su sistema, y no es así.

Resulta que los editores caímos en las reglas o peticiones de los clientes, llámense libreros, distribuidores, tiendas de autoservicio o tiendas departamentales; sus condiciones de compra se fueron haciendo cada vez más complicadas. Básicamente, lo que buscaban era mayores beneficios; esto quiere decir que la relación comercial entre editor y comprador es el descuento. Entonces, el editor, a través de su

¹⁸ Sayri Karp, en programa de radio con Sofía de la Mora Campos (conducción y dir.), *Interlínea: cultura editorial*, “Edición universitaria”, México, UAM-X, 4 de junio de 2012, UAM Radio [podcast de audio], <<http://clon.uam.mx/interlinea/index.php/programas/item/7-edicion-universitaria>>.

¹⁹ Julio Sanz Crespo, en programa de radio con Sofía de la Mora Campos (conducción y dir.), *Interlínea: cultura editorial*, “Gestión editorial”, México, UAM-X, 9 de julio de 2012, UAM Radio [podcast de audio], <<http://clon.uam.mx/interlinea/index.php/programas/item/12-gestion-editorial>>.

²⁰ *Ibid.*, “Un paseo por los libros”, 21 de octubre de 2013, <<http://clon.uam.mx/interlinea/index.php/programas/item/63-un-paseo-por-los-libros>>

cuerpo de ventas, fue cayendo en que el descuento era cada vez mayor; y no solamente eso: la compra de los libreros, de estas tiendas y demás puntos de venta, jamás era en firme. Esto quiere decir que el editor nunca sabía cuánto vendía en realidad, hasta que, después de pasado un tiempo, le hacían la devolución y se determinaba el valor neto de la venta y se procedía al cobro.

Los libreros, en general, están adoptando, adaptando y aprovechando las nuevas tecnologías; es una oportunidad, una realidad, no una amenaza. Bien llevadas, se pueden integrar a las librerías en una coexistencia que las potencie con venta de libros físicos, en papel a través de comercio electrónico, bajo demanda (vinculación con la edición) y venta de contenidos o libros electrónicos.

Los libreros pueden orientar a los editores sobre cuál es la demanda del mercado, porque a veces hay propuestas editoriales que quedan muy a nivel macro y no de la vida cotidiana, y el librero lo que tiene es eso, ese acercamiento con el lector y con el interés de dar seguimiento a publicaciones que complementen los deseos de lectura. Entonces, ese espacio de vinculación y negocios ha sido muy exitoso, y tanto los libreros como los editores —en realidad los directores comerciales de las editoriales más que los editores—, necesitan retroalimentarse mutuamente en un espacio de formación académica, de formación con contenido, generar los modelos que se manejan en la formación general de la academia. VIRGINIA KRASNIANSKY.²¹

Es necesario que se analice la vinculación entre editor y librero como figura que, integrada, retoma los principios del libro y no necesariamente enmarcada en un mismo

²¹ Virginia Krasniansky, en programa de radio con Sofía de la Mora Campos (conducción y dir.), *Interlínea: cultura editorial*, “Los futuros de la librería: Colime”, México, UAM-X, 13 de junio de 2016, UAM Radio [podcast de audio], <<http://clon.uam.mx/interlinea/index.php/component/k2/item/334-los-futuros-de-la-libreria-colime>>.

sujeto, sino como una relación indispensable que, junto con las tecnologías y las posibilidades que hoy se ofrecen, englobe en un entorno humanista la propuesta de edición de contenidos con una red clara de distribución, comercialización y visualización potenciada. Hay organizaciones empresariales que permiten incorporar necesidades, espacios, contacto libro-lector, crear colectivos, establecer redes internas, nacionales e internacionales que rebasen el espacio físico y fortalezcan la figura del librero.

La tecnología ha madurado, los costos han bajado drásticamente, de tal suerte que la impresión digital cubre un abanico mucho más amplio de tirajes cortos que en un inicio, los distintos actores han comprendido las muchas otras ventajas de esta tecnología, lo que permite incorporar al valor del producto nuevos elementos, como, por ejemplo, la minimización o incluso eliminación del almacén, la inmediatez de la producción, la desaparición de la obsolescencia de las publicaciones al poder adaptar sus contenidos a los cambios de manera dinámica. ALEJANDRO ZENKER.²²

No es una cuestión de sabiduría, sino de sensibilidad, de vinculación lectora. El ser profesional rebasa las acciones operativas del objeto libro, es un reconocimiento de todo lo que involucra. Leer no es solo una actividad, es un proceso. El librero forma parte de un entorno social y, desde allí, contribuye como lector. Es necesaria la profesionalización de los libreros y el análisis para replantear y consolidar nuevas estrategias que respondan a la actualidad, aspectos que deben ser parte del fortalecimiento cotidiano, y asumir e integrar la creciente digitalización. El librero es figura central, se trate del libro de papel o digital, y la venta/

Ser profesional rebasa las acciones operativas del objeto libro, es un reconocimiento de todo lo que involucra. Leer no es solo una actividad, es un proceso. El librero forma parte de un entorno social y, desde allí, contribuye como lector.

²² Alejandro Zenker, en programa de radio con Sofía de la Mora Campos (conducción y dir.), *Interlínea: cultura editorial*, “Bibliomanager: producir y distribuir sin fronteras”, México, UAM-X, 30 de mayo de 2016, UAM Radio [podcast de audio], <UAM Radio. <http://clon.uam.mx/interlinea/index.php/component/k2/item/332-bibliomanager-producir-y-distribuir-sin-fronteras>>.

apropiación está en el contenido; el soporte impulsa nuevas formas literarias, de diseño, de colocación/exhibición, de libreros/estantes, de espacios, de distribución, de lecturas, de lectores.

Pensar en tu mirada y en mi olvido
dejando el pensamiento dilatado
a través de tus ojos, anegado
de su mismo vivir con tu sentido;
después mirar tu olvido que en mí asoma
como una rosa que al espacio diera
leve prolongación y luego fuera
la propia luz que toca con su aroma,
es entregarme a ti sin más denuedo
que la lucha del cuerpo contra el viento,
y contigo soñando estar tan quedo
como náufrago mar o vano intento:
porque ya que pensarte en mí no puedo,
dejo olvidado en ti mi pensamiento

ALÍ CHUMACERO, "El pensamiento olvidado".²³

²³ Alí Chumacero, *En la orilla del silencio y otros poemas*, México, FCE, CD (Entre voces), 1997.

¿Y los *e-books*... apá?

Lo mío con los libros electrónicos (*e-books*) fue amor a primera vista. A pesar de no ser una *millennial*, he de confesar que paso mucho tiempo frente a la pantalla por mi trabajo, por diversión, para encontrar información... En fin, soy asidua usuaria de eso que cuando surgió le llamaban *NTIC* y ahora solo son tecnologías de la información.

Como buena lectora compulsiva, leo siempre. Lo que me recomiendan mis amigos en general o mis amigos intelectuales; o las revistas especializadas, blogs y páginas web sobre empresas y empresarios; o lo que me llama la atención; las actualizaciones sobre la industria editorial... Así que el formato del libro electrónico es grandioso para mí. Puedo transportar cuantos libros quiera en un solo dispositivo, ligero, cuya luz no es radiante, que semeja al papel y que me permite realizar varias acciones, como la lectura nocturna (que no molesta a ningún acompañante), el cambio de tipografía (por si detesto las serifas y prefiero las *sans*), o el tamaño de letra (reconozcámoslo, no voy a desarrollar más agudeza visual). Es también más barato, así que el dinero destinado a esta actividad (por no declararla vicio), rinde mucho más.

Sin embargo, no soy un caso único. Para sorpresa de muchos:

El perfil medio de este lector que lee libros en formato digital es una mujer de 46 años, con estudios de grado medio o superior, que lee una media de 26 libros por año y

El formato del libro electrónico es grandioso para mí. Puedo transportar cuantos libros quiera en un solo dispositivo, ligero, cuya luz no es radiante, semeja al papel y que me permite realizar varias acciones.

que lo hace en un dispositivo de tinta electrónica (*e-reader*). Esta lectora, además, es quien más libros compra, con una media de 3.2 libros al mes (impresos y electrónicos), y en su decisión de compra de libros dice que ha influido haberlos descubierto en la web de la biblioteca.¹

Mercadólogos, afilen el lápiz, los géneros preferidos de lectura en e-book son: misterio, suspenso, novelas policíacas, de ficción en general y románticas. Todo esto ratificado por Random House.

Estos estudios se realizaron en países con mayor tiempo/experiencia en la venta de libros electrónicos, como Estados Unidos o Reino Unido, pero el comportamiento de los mercados que inician su camino en la comercialización de libros electrónicos está siguiendo las tendencias de estos dos gigantes.

Así que, mercadólogos, afilen el lápiz, pues además los géneros preferidos de lectura en este formato son: misterio, suspenso, novelas policíacas, de ficción en general y románticas. Todo esto ratificado por Random House.²

En nuestro país no tenemos aún encuestas tan precisas. Solo sabemos que las mujeres leen más que los hombres en todo tipo de formatos (impresos o electrónicos).

Cuando me inicié en el sector de la distribución de libros electrónicos, me topé con que, en su breve historia, el libro electrónico ya estaba en guerra. Había una larga lista de artículos, memes, caricaturas, videos, etc., que lo enfrentaban al libro impreso. Como si de Apple y Microsoft se tratara, hay fanáticos recalcitrantes de ambos formatos.

Esto me dejó perpleja. ¿De verdad los libros electrónicos “canibalizarían” a los impresos? En mi caso muy particular, no. Me gustan ambos y los leo indistintamente, quizás aún rige en mí ese sentido de “propiedad”. Tener un libro impreso es poder ponerlo en tu biblioteca, apreciar el arte de la maquetación, el placer de hojearlo y olerlo. Pero

¹ Universidad de Salamanca, “¿Quiénes son los consumidores de libros electrónicos y cuáles son sus hábitos de lectura?”, 1 de mayo de 2016, <<https://universoabierto.com/2016/01/05/quienes-son-los-consumidores-de-libros-electronicos-y-cuales-son-sus-habitos-de-lectura-2/>>, [consulta: octubre de 2016].

² *Idem*.

de ahí a satanizar los bits fugaces de un libro electrónico me parece que hay un abismo. Me hablan de la desventaja de la batería. Siendo honesta, jamás me ha ocurrido que me quede sin leer mis *e-books* porque la batería se agote. Para redondear, estoy de acuerdo con Sanj Kharbanda, quien escribe para *Digital Book World*: es ya una discusión obsoleta. No es lo digital *versus* lo impreso, sino lo digital *más* lo impreso.³ Son mercados que, como veremos, se complementan.

En México, los libros impresos aún se venden mucho más que los libros electrónicos. De acuerdo con los datos publicados por el INEGI, 86.3% de la población alfabetizada prefiere leer un libro impreso y solo 8.7% uno electrónico. Hay un 5% que lee en ambos formatos.⁴

Incluso en el informe presentado por Dosdoce, con datos de la Cámara de la Industria Editorial Mexicana, es evidente que aun cuando el libro electrónico ha tenido un crecimiento meteórico (de 123% entre 2013 y 2014), sus cifras de venta no llegan a 5% de la venta global de libros en nuestro país.⁵

Entonces, ¿para qué preocuparse por él?

Lo interesante viene cuando una empresa como Mercawise (compañía mexicana especializada en estudios de mercado por internet) aplica una encuesta a 251 personas (con un margen de error de +/- 5%) y resulta que a la pregunta “¿Comprarías un libro en línea si el envío fuera gratis?”, un arrollador 92% responde que estaría totalmen-

No es lo digital versus lo impreso, sino lo digital más lo impreso. Son mercados que, como veremos, se complementan. En México, los libros impresos aún se venden mucho más que los electrónicos.

³ *Digital Book World*, “Are we there yet?”, 17 de mayo de 2016, <http://www.digitalbookworld.com/2016/are-we-there-yet/?utm_source=nl&utm_campaign=dbw-smo-nl-160517&utm_content=846087_DBW+Daily+-+051716+-+no+sponsor&utm_medium=email>, [consulta: octubre de 2016].

⁴ Instituto Nacional de Estadística y Geografía, *Módulo sobre Lectura (Molec). Principales resultados mayo 2015*, <http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/proyectos/encuestas/hogares/modulos/molec/doc/resultados_molec_may15.pdf>, [consulta: octubre de 2016].

⁵ Javier Celaya *et al.*, *Informe 2016. Evolución del libro electrónico en América Latina y España*, Madrid, Dosdoce, 2016, p. 82.

te animado a utilizar esta forma de compra. No solo eso, 41.8% de los encuestados ya ha comprado un libro digital.⁶

Aquí algunos hechos:

- a) 90% de los mexicanos tiene un teléfono celular.
- b) 59.8% son teléfonos celulares inteligentes o *smartphones*.⁷
- c) La posesión de dispositivos es elevada (la mitad de los compradores en línea tiene tres dispositivos de acceso a internet: PC/Laptop, tableta y *smartphone*).
- d) La segunda categoría en la frecuencia de compra en línea son las descargas digitales, con 49% de incidencia, solo por debajo de la compra de ropa y accesorios, que es de 53%.⁸

La venta de libros electrónicos es un fenómeno que no se detendrá, ya que somos consumidores voraces de contenido, sobre todo en nuestros dispositivos móviles.

Esto de acuerdo con datos del “Estudio de Comercio Electrónico en México 2015”, publicado por la Asociación Mexicana de Internet (AMIPCI). No es, entonces, equivocado deducir que la venta de libros electrónicos es un fenómeno que no se detendrá, ya que somos consumidores voraces de contenido, sobre todo en nuestros dispositivos móviles.

Y, al contrario, es muy probable que demande una especial atención de parte de los editores. ¿Por qué? Muy sencillo, en un país donde solo hay una biblioteca por cada 16 233 habitantes⁹ (sin mencionar la densidad de

⁶ Mercawise, “Estudio de mercado sobre venta de libros”, <<https://www.mercawise.com/estudios-de-mercado-en-mexico/estudio-de-mercado-sobre-venta-de-libros/>>, [consulta: octubre de 2016].

⁷ Dinero en Imagen, “¿Cuántos smartphones hay en México?”, 31 de agosto de 2015, <<http://www.dineroenimagen.com/2015-08-31/60864>>, [consulta: septiembre de 2016].

⁸ Asociación Mexicana de Internet, “Estudio de Comercio Electrónico 2015”, <https://amipci.org.mx/estudios/comercio_electronico/Estudio_de_Comercio_Electronico_AMIPCI_2015_version_publica.pdf>, [consulta: octubre de 2016].

⁹ Sin tomar en cuenta las bibliotecas en modalidad escolarizada. INEGI, *México en cifras*, <<http://www3.inegi.org.mx/sistemas/mexico-cifras/default.aspx>>, [consulta: octubre de 2016].

librerías, que se concentran en las principales ciudades de México), sería muy poco visionario negar las ventajas de la distribución de libros en formatos digitales. Hay una gran oportunidad de mercado y de acción social: llevar los libros hasta aquellos rincones adonde nunca habían llegado.

La razón principal que aleja al lector mexicano de los libros es que a veces no encuentra el título que busca, la siguiente causa es que el precio es muy elevado.¹⁰ Ambas son oportunidades de negocio cuando se habla de libros electrónicos, ya que están disponibles en cualquier lugar del mundo donde haya una conexión a internet y cuestan, por lo general, entre 30 y 60% menos que los títulos impresos.¹¹

Los libros electrónicos no solo pueden leerse en los *e-readers* (dispositivos especializados de lectura, por lo general costosos), sino también en la computadora o cualquier tableta, iPad o celular, con lo que el costo del *hardware* de lectura se diluye con las otras aplicaciones y tareas que realice el usuario en su dispositivo.

Aunado a esto, hay un entorno internacional con múltiples trabas y deficiencias en la distribución analógica o de libros en papel que impide que circulen en forma fluida por todos los países de habla hispana.

En este contexto, editoriales independientes han visto cómo sus libros electrónicos están cruzando las fronteras y llegando a mercados que de otra manera serían inalcanzables en el formato impreso.¹²

Existe, además, otro canal casi inexplorado por la mayoría de las editoriales no académicas: las bibliotecas que manejan contenidos digitales y que requieren, actualmente, de un mayor volumen de contenidos generales.

Otra novedosa forma de vender libros un tanto híbrida entre lo impreso y lo electrónico, es el famoso pero aún poco conocido Print-on-sale, cuyo principio es suma-

La razón principal que aleja al lector mexicano de los libros es que a veces no encuentra el título que busca, la siguiente causa es el precio elevado.

Los libros electrónicos no solo pueden leerse en los e-readers, sino también en la computadora o cualquier tableta, iPad o celular.

¹⁰ Mercawise, "Estudio de mercado sobre venta de libros", *op. cit.*

¹¹ Profeco, *Libros electrónicos, del papel a los bits*, 16 de septiembre de 2015, <http://www.profeco.gob.mx/encuesta/brujula/bruj_2015/bol314_libros_elec.asp>, [consulta: octubre de 2016].

¹² Javier Celaya, *Informe 2016...*, *op. cit.*

mente sencillo: el editor, a través de un administrador de contenidos, pone a disposición de las librerías físicas el archivo electrónico de su libro. Llega un cliente, revisa el catálogo electrónico, escoge el libro y la librería lo imprime para entregárselo en un par de días. Una gran solución para los editores —que se ahorran tirajes que luego provocan costos de almacenaje— y para los lectores que buscan disponibilidad de todos los títulos, a los que les gusta leer en papel y no quieren enfrentarse a los costos y peripecias de mandar pedir un libro de otra sucursal o de otro país.

Un grave problema para la popularización de los libros electrónicos son los mitos que los rodean. La mayoría de los editores medianos y pequeños creen que es ciencia espacial convertir un libro en formato de impresión (PDF) a formato electrónico (ePub), y que además es un proceso largo y caro. Creen que los trámites para ingresar a las grandes librerías virtuales, como Amazon, Google, iTunes, Casa del Libro, Kobo, FCE, FNAC, Gandhi, etc., son imposibles de cubrir, ya no digamos de rastrear las ventas y hacer la cobranza. Temen también que sus libros sean presa fácil de la piratería. Sin embargo, estos trámites son bastante sencillos y hay varios expertos en el mundo editorial que pueden asesorarlos y, si no se tienen los conocimientos técnicos, siempre hay proveedores que facilitan estas labores por un módico precio (sí, hasta los acuerdos con las grandes librerías virtuales pueden contratarse con un solo distribuidor, a quien hay que hacer una sola factura por todas las ventas en todas las librerías del mundo). Las librerías también se aseguran, mediante diversos mecanismos de protección de derechos, de que los libros electrónicos no se conviertan en archivos de distribución gratuita y libre.

La preocupación fundamental de quienes formamos parte de la industria editorial no deberían ser estos mitos ni ponderar si incursionamos o no en el mundo del libro electrónico. Si Mark Zuckerberg, el fundador de Facebook, ya compartió su plan a 10 años, que incluye muchas ideas de realidad virtual y chats robotizados, si Google y Tesla ya están avanzando en temas como los autos que se conducen

Un grave problema para la popularización de los libros electrónicos son los mitos que los rodean. La mayoría de los editores medianos y pequeños creen que es ciencia espacial convertir un libro en formato de impresión (PDF) a formato electrónico. (ePub).

solos, lo más importante que se debe considerar es si los editores están preparados para estas innovaciones.

¿Se han planteado hacer aplicaciones (*apps*) de lectura breve para aprovechar los teléfonos inteligentes? ¿Seguirán siendo los libros de muchas páginas el estándar de la industria? ¿Qué propondrán para que los conductores aprovechen el tiempo que invierten en manejar? ¿Será la realidad virtual una nueva forma de promover libros o el equivalente de las películas actuales?

Los chats robotizados, como Siri o Cortana, podrían ser grandes auxiliares en la promoción de la lectura a través de recomendaciones, o incluso podrían leer los libros para nosotros. Todo gira ya alrededor de los dispositivos móviles que tiene la gente, ¿qué crearán los editores para estas opciones? ¿Qué nuevas formas de lectura surgirán de estos experimentos? ¿Qué visión del futuro tiene la industria?

Que la leve recesión que tuvo la venta de libros electrónicos el año pasado en Estados Unidos no nos engañe. En el horizonte hay demasiadas tecnologías que afectarán *qué* leemos y *cómo* leemos como para proclamar que el formato impreso prevalecerá sobre el digital.

En 500 años los libros no han cambiado mucho. Ni siquiera el electrónico tiene una diferencia sensible frente a su homólogo impreso en su consumo: hojear páginas, seguir una lectura más o menos lineal, de izquierda derecha, guiados por un índice, etc. El formato ePub (el estándar de la industria) permite colocar animaciones, sonidos y vínculos a otras fuentes de información; sin embargo, sigue viéndose como un libro dentro de una pantalla.

En contraparte tenemos la “literatura digital”, formas nuevas de lectura que requieren no solo de habilidades narrativas, sino de programación. Aún en sus estados iniciales, son proyectos muy artísticos y, por ende, irrepetibles, con lo que la propagación de este tipo de literatura se vuelve muy limitada por las pocas personas que pueden producirla.

¿Podemos confiar, entonces, en que el formato de los libros es inamovible? ¿Qué sucederá en el futuro? ¿Habrá un formato que desbanque a la imprenta, como la imprenta

En 500 años los libros no han cambiado mucho. Ni siquiera el electrónico tiene una diferencia sensible frente a su homólogo impreso en su consumo: hojear páginas, seguir una lectura más o menos lineal, de izquierda derecha, guiados por un índice, etcétera.

desbancó a los ilustradores y transcritores medievales? El libro ha sobrevivido a la radio, al cine, a la televisión y a los videojuegos, pero ¿qué sucederá con la llegada de estas nuevas tecnologías? ¿Habrá un “cambio de juego” radical? No lo sabemos, pero sí que hay que estar muy atentos al siguiente golpe de timón que nos traiga internet; aprovechar los nuevos formatos disponibles y crear y mantener nuevos mercados. Saltar sobre las oportunidades de simplificación y reducción de trámites que la interconectividad actual nos ofrece.

*El libro ha sobrevivido
a la radio, al cine,
a la televisión y a
los videojuegos, pero
¿qué sucederá con la
llegada de las nuevas
tecnologías?*

Un factor de innovación puede generarse desde la certeza de que, en esta nueva era de la “inteligencia digital” y el bombardeo de información, *la lectura y el discernimiento sobre lo leído* serán más importantes que nunca. A la industria editorial aún le falta ser sacudida a profundidad por el fenómeno de las tecnologías de la información. Estemos alertas y en experimentación continua.

Propuesta para impulsar la industria editorial en México

La industria editorial en el mundo de habla hispana está resintiendo una difícil situación económica derivada de las complicadas circunstancias que prevalecen en el mundo actual. La industria editorial mexicana no está exenta y atraviesa una grave crisis que abarca desde el proceso de promoción de la lectura hasta la producción y venta de libros, revistas y periódicos. Las crisis son resultado de equivocadas políticas de acción. Algunas son accidentales, otras pronosticables. La crisis es un estado temporal de trastorno y desorganización, pero así como representa una situación de peligro, también ofrece oportunidades de mejora.

A pesar de que en México hay pocos lectores con el hábito de la lectura, hemos percibido que al colocar el libro al paso del público, llama la atención y se vende al mostrar su portada y ofrecer la oportunidad de tocarlo y revisar su contenido. En una palabra: toman la decisión de adquirirlo porque les ha gustado el ejemplar. Con base en este razonamiento, he desarrollado una propuesta para acercar el libro al posible lector e impulsar su comercio. Sabemos que hay otras razones por las que un posible lector adquiere un ejemplar: por recomendación, publicidad de boca en boca, difusión en la prensa especializada, etc., pero estamos muy interesados en generar la costumbre de que las personas asistan a una librería y busquen los temas y libros de su interés. Las librerías son el principal espacio de comercio del libro y todos los editores estamos a la búsqueda de libreros.

A pesar de que en México hay pocos lectores con el hábito de la lectura, hemos percibido que al colocar el libro al paso del público, llama la atención y se vende al mostrar su portada y ofrecer la oportunidad de tocarlo y revisar su contenido.

*En los años cuarenta,
la industria editorial
mexicana era la más
importante en el mundo
de habla hispana y
ocupó el primer lugar
en exportación de
libros en el mercado
hispanoparlante.*

El Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) aporta un contexto en referencia a los hábitos de lectura en México que resulta bastante significativo: desde la década de 1940 hasta finales de los sesenta, el país se encontraba en pleno desarrollo editorial. En aquellos años, la industria editorial mexicana era la más importante en el mundo de habla hispana y ocupó el primer lugar en exportación de libros en el mercado hispanoparlante. Sin embargo, hoy en día la cifra de producción es una verdadera vergüenza. Estamos inmersos en una crisis de tal tamaño que muchas editoriales, librerías y centros de distribución de productos impresos han quebrado y desaparecido. A pesar de lo anterior, varios editores creemos que estamos en el umbral de una oportunidad. Hay que buscarla, planear las opciones y llevarla a cabo con interés, pasión, trabajo y labor conjunta de autores, editores, distribuidores y, de manera muy importante, de los libreros. Esta es una propuesta que puede generar la solución y, por ende, el fin de la crisis de la industria editorial y así tener un país que se desarrolle culturalmente y en paz. En México tenemos el mercado, pero no hemos sido capaces de aprovecharlo.

Algunos índices importantes son:

- En el mundo hay 440 millones de hispanoparlantes.
- México cuenta con el mayor número de hablantes de español: 120 millones, y 43 millones en Estados Unidos.
- Un total de 163 millones de personas hablan español y, además, son mexicanos.

Con estas cifras de posibles lectores al alcance de la industria editorial mexicana, nos preguntamos por qué estamos en crisis. La respuesta surge de forma clara, simple y arrolladora: *la dificultad reside en la comercialización del libro.*

La estadística de lectura que el INEGI nos da a conocer indica:

- Solo 40% de la población lee. Y lee a razón de 2.9 libros por habitante por año.

El dato alarmante se revela cuando analizamos la estadística de manera más cuidadosa:

- El resto de la población no lee un libro en toda su vida.

Este es el problema que hay que resolver. *Tenemos que generar el hábito de la lectura.* Sabemos que leer enriquece al ser humano. Leer es un disfrute. Leer nos hace más libres, leer promueve la imaginación y la creatividad. Tenemos a los autores, a los editores y a toda la planta de producción editorial y los impresores.

Es en el hogar y en la escuela donde se aprende y adquiere el hábito de la lectura. El 86% de la población lectora lee libros impresos, de los cuales:

Nos faltan librerías

- 44.38% son de entretenimiento.
- 11.8% son infantiles y juveniles.
- 10% son de información.
- 30% son para la escuela.

Cuando se le pregunta, al mexicano le da vergüenza decir que no lee, por lo que argumenta que normalmente es por falta de tiempo. Aunque los maestros son los indicados para fomentar la lectura, la verdad es que la promoción ha resultado un total y completo fracaso si atendemos a los hechos.

En estos tiempos de avances tecnológicos en los procesos de la edición, producción, distribución y venta, el panorama del libro en papel luce complicado, pleno de incertidumbre, confuso y no ha acabado de definirse. Aunque el *e-book* lo ha desestabilizado un poco, aún sigue teniendo gran fuerza. Es un producto industrial que se difunde y comercializa para llegar a todos los usuarios que se

interesan en él. Por lo tanto, está sometido a las leyes de la economía de mercado, de la oferta y la demanda e incluso a la intervención estatal. La única forma de no vender el libro es manteniéndolo almacenado en las bodegas de los editores. Ahí puede vivir el sueño eterno de los justos. Un Paseo por los Libros, en el pasaje Pino Suárez-Zócalo del metro de la Ciudad de México, es la prueba irrefutable de que cuando el libro se pone en el camino y al alcance del público, este lo compra. Un Paseo por los Libros es hoy en día el centro de distribución y venta de libros más importante de América Latina.

Las campañas de promoción de la lectura han resultado un fiasco, pero el libro es vital para el ser humano. Es la memoria de la historia universal del hombre, es la casa de todas las ideas, es el mejor difusor de la cultura. *El libro nos permite ser libres*. Las poblaciones que no leen son esclavas.

Un Paseo por los Libros, en el pasaje Pino Suárez-Zócalo del metro de la Ciudad de México, es la prueba irrefutable de que cuando el libro se pone en el camino y al alcance del público, este lo compra.

El Estado tiene que promocionar la lectura y su comprensión en todos los niveles sociales. Debe de impulsar en todos sus programas de educación el hábito de la lectura. La Secretaría de Educación Pública tendría que establecer proyectos de inducción para el desarrollo de la capacidad de comprensión de lo que se lee entre los estudiantes de primaria, secundaria y bachillerato. De no hacerlo, tres o cuatro generaciones perderán este vital conocimiento y, por ende, la habilidad de aprender, entender y desarrollarse cultural y técnicamente para obtener mejores medios de vida. Las nuevas tecnologías del libro, la lectura y los condiciones de estudio ya están aquí. Solo teniendo las destrezas lectoras y de comprensión le será posible al estudiante adquirir el conocimiento necesario para su pleno desarrollo humano.

La industria editorial mexicana está capacitada y tiene la infraestructura para producir los libros que demande la población lectora. En México hay una librería por cada 178 000 habitantes. Nos parece un número alarmante de pobreza en la oferta de libros. Cuando un editor publica un título con un tiraje de 1 400 ejemplares, que es un promedio económicamente viable de conformidad con la demanda de

nuestro mercado, se encuentra con una realidad frustrante: apenas ha abastecido el mercado nacional con una cantidad irrisoria de libros y, por ende, resultan caros. Con tirajes más altos el costo del libro se reduce.

Por otro lado, se sabe que hay más de 400 poblaciones que no tienen una sola librería. Para tener más mercado, hay que tener más librerías. Mi propuesta es que desarrollemos un programa de creación de 300 librerías durante el primer año de gestión, trabajadas y manejadas por particulares mexicanos. Hay que desarrollar negocios privados con personas que habitan y viven en esas ciudades, es decir, originarias del lugar donde se establecerá la nueva librería, desempleadas, pensionadas o jubiladas que quieran y puedan trabajar aún. La librería es el principal canal de ventas de libros; esto es aceptado por todos los editores. Y se define como librería aquel espacio o local comercial donde 90% de sus ventas son de libros.

Si la editorial no tiene un mercado librero al cual abastecer y donde exponer su producción editorial, la empresa difícilmente tendrá éxito. El editor sabe una cosa segura: sus libros en la bodega no se venden. Necesita, como punto de arranque, un lugar de exhibición donde mostrarse. A partir de ese momento, el editor, el diseñador editorial y las artes gráficas entran en escena y se encargan, mediante su trabajo, de crear un producto que despierte el interés de la gente, para que se sienta atraída por el objeto, quiera leerlo y hasta comprarlo. Así se cerrará el ciclo de la cadena productiva: del autor al lector.

El objetivo del programa es crear un mercado nacional del libro con la magnitud ideal, que llegue a todos los rincones donde haya mexicanos interesados en leer. Si se logra esta primera etapa del Plan de Desarrollo del Libro, la industria editorial ganará mercados internacionales. Sabemos que no es fácil, pero en la medida en que el mercado nacional mejore, los editores mexicanos ofrecerán precios más ventajosos, habrá mayor competitividad y condiciones de financiamiento preferentes, con lo cual se desarrollarán los mercados internacionales, las exportaciones

El objetivo del programa es crear un mercado nacional del libro de magnitud ideal, que llegue a todos los rincones donde haya mexicanos interesados en la lectura.

aumentarán, habrá mayor ingreso de divisas al país y las fuentes de trabajo se incrementarán.

**Propuesta
de proyecto**

La presente propuesta requiere de la participación de instituciones como la Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana (Caniem), Instituto de Desarrollo Profesional para Libreros (Indeli), el Centro Mexicano de Protección y Fomento de los Derechos de Autor (Cempro), Nacional Financiera, Secretaría de Economía, Secretaría de Educación Pública, Secretarías de Educación de los diferentes estados, de los municipios del país y de todos los editores interesados en participar con sus ideas para lograr un programa amplio, consensuado, viable, con metas claras y reglamentaciones para una buena y eficaz administración que lleve a obtener los resultados planteados.

**Objetivos,
etapas y
condiciones de
participación**

- Elaboración de un foro para la presentación de ideas y creación del plan maestro.
- Obtención de recursos económicos para desarrollar el plan en su primera etapa.
- Emisión de convocatoria en un número limitado de ciudades preseleccionadas.
- Creación de un programa (curso) de capacitación para libreros.
- Impartición del curso para libreros en Caniem.
- Participación de Indeli.
- Creación y diseño de “librería tipo” construida totalmente en México.
- Creación de un consejo de control y seguimiento.

Las bases del perfil del proyecto:

- Presentar un plan de negocio para que estas nuevas librerías independientes, privadas, no pertenezcan a ninguna sociedad que las aglutine ni formen parte de una cadena; que sean independientes.

-
- Los dueños de estas librerías deberán asistir a un curso de profesionalización de comercio de libro. Si no se aprueba, no se podrá participar en el proyecto. Estos cursos se llevarán a cabo en la Caniem y con la participación profesional del Indeli. Solo se recibirá a dos personas para la misma librería, y por ciudad, de la República mexicana. Los costos deberán ser cubiertos por los inscritos y el curso se llevará a efecto en las instalaciones de la Caniem.
 - El personal directivo del proyecto analizará la viabilidad de la ciudad de donde provengan los interesados y las referencias personales. Se establecerá un reglamento de operación para la adquisición de libros, exposición, promoción, publicidad, manejo e información de ventas, manejo de inventarios y pagos a proveedores.
 - La construcción de las librerías la llevará a cabo la Caniem y otras instituciones libreras —junto con organismos gubernamentales que participarán en este proyecto nacional— para ser entregadas a quienes aprueben los cursos de capacitación para libreros profesionales.
 - Se establecerá un modelo de negocios que permitirá a las librerías aplicar este programa y que incluye los siguientes controles y acciones ineludibles: tener instalaciones adecuadas, propias, modernas y nuevas en cada ciudad de la República mexicana donde no exista una librería; recibir entregas de los editores mexicanos participantes; pagar por los libros vendidos, llevar un control de las ventas en el instante en que se efectúan. Los pagos se harán a los siete días máximo después de realizada la transacción.

Los libreros participantes aprenderán a:

- Crear círculos y clubes de lectura para fomentar la comprensión lectora.
- Participar con los municipios de las ciudades para establecer programas de fomento de la lectura en las escuelas y centros de reunión familiar.
- Elaborar y vigilar campañas de promoción y publicidad de los libros en venta, en sus librerías, en periódicos y medios de difusión locales.
- Establecer medios de control para pagar sueldos y los costos de la librería a las instituciones que financiaron la construcción de los locales.
- Todo el proyecto está basado en obtener fondos para comenzar. El organismo que dirija el proyecto no podrá obtener beneficios económicos.

La meta es:

- Crear 300 librerías nuevas en dos años.
- Doblar la capacidad de venta de los editores participantes.
- No generar ni permitir deficiencias en el manejo crediticio y de pago de las librerías.
- Que los editores sepan lo que venden de su fondo en las librerías en el momento mismo en que se realice la venta.
- Que los editores cobren la ventas de sus libros cada siete días.
- Establecer en el proyecto y plan de actividades un reglamento de operaciones riguroso con cláusulas de penalizaciones de no cumplirse lo estipulado.
- Crear el “SELLO DE CALIDAD DE LIBRERÍA”, que se utilizará como herramienta de evaluación y autoevaluación de librerías y reconocimiento a la excelencia en el trabajo, a la labor de difusión, venta de libros y servicio al cliente.

Lo descrito es en aras de lograr la calidad total en el comercio del libro para distinguir, incentivar y premiar la excelencia en la actividad librera. El camino por recorrer es difícil, complicado y pleno de amenazas, pero requiere que lo andemos. Hay que transitarlo. Tiene un principio y una meta final que debemos de alcanzar entre todos los que amamos los libros. Es indispensable empezar. Es necesario mantenerse firme, optimista y determinado. Crear e impulsar nuevas librerías, desarrollar canales de distribución ágiles, económicos, comprometidos, es la tarea que nos proponemos llevar a cabo. Debemos formar nuevas generaciones de libreros con vocación de educar, y trabajar con ahínco para mejorar sustancialmente su posición económica y la de sus herederos. Llevar el libro a todos los rincones del territorio nacional. Cambiar los paradigmas y ser audaces en la generación de nuevas propuestas. Ser libreros abiertos a las nuevas tecnologías con los formatos de lectura clásicos y con los nuevos que enriquecen y elevan el nivel cultural de México. Debemos abrir espacios para que el editor esté motivado a contratar autores mexicanos que aporten nuevas ideas y nos cuenten magníficas historias; que el editor no muera en la apatía y abandone ya la actitud de queja y lamentaciones, que busque nuevos títulos, renovados temas para distribuir en el mercado mexicano de lectores ávidos de leer y aprender. Los editores debemos explotar nuestra vocación, participar con ideas y trabajo para un futuro en el que todos los libros encuentren librerías y lectores. Hagamos de México un país consumidor de libros y cultura. Seremos más libres.

Hay que llevar el libro a todos los rincones del territorio nacional. Cambiar los paradigmas y ser audaces en la generación de nuevas propuestas.

Colaboradores

Fabricio Mijares. Consultor independiente en bibliotecas escolares y fomento de la lectura infantil, trabaja como bibliotecario y coordina diferentes programas de lectura en colegios particulares. Es secretario de la Sección de Bibliotecas Escolares de la Asociación Mexicana de Bibliotecarios (AMBAC). Trabajó como coordinador en la Biblioteca Vasconcelos, fue miembro del consejo editorial de la revista *El Bibliotecario*. Ha participado en diferentes congresos nacionales en temas relacionados con la lectura y bibliotecas escolares. Colaboró como investigador guionista para la serie de televisión *México Nuevo Siglo*.

Juan Domingo Argüelles. Poeta, ensayista, editor, divulgador y promotor de la lectura. Sus libros más recientes son *Por una universidad lectora y otras lecturas sobre la lectura en la escuela* (UJAT/Laberinto, 2015), *Breve antología de poesía mexicana impúdica, procaz, satírica y burlesca* (Océano, 2015), *Dos siglos de poesía mexicana: el XIX y el XX* (Océano/Gandhi, 2015), *Un instante en el paraíso: antimanual para leer, comprender y apreciar poesía* (Universidad Autónoma de Aguascalientes/Laberinto, 2016), *El libro de los disparates: 500 barbarismos y desbarres que decimos y escribimos en español* (Ediciones B, 2016) y *El último strike* (UJAT/Laberinto, 2016).

Elisa Tovar Villegas. Editora de contenidos, especialista en libros de texto y materiales educativos. Su formación académica incluye la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación por la Universidad Nacional Autónoma de México y múltiples cursos impartidos por la Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana, la Universidad Autónoma de Barcelona, el Instituto Politécnico Nacional, el Colegio de México, el Centro Nacional de las Artes, la Universidad Pedagógica Nacional, entre otras instituciones. Autora del libro *Arte y sociedad* publicado en 2012 para el sistema de bachillerato del estado de Puebla. Es edi-

tora independiente para diversas editoriales, siendo Pearson Educación la más reciente.

Gerardo Kloss. Ha sido editor, corrector, tipógrafo, publicista, diseñador, guionista y reportero. Estudió Diseño Gráfico en la UAM-Xochimilco, la maestría en Edición en la Universidad de Guadalajara y es candidato a doctor en Imagen, Arte, Cultura y Sociedad por la Universidad de Morelos. Coordina la maestría en Diseño y Producción Editorial, donde participan tanto editores profesionales como académicos de diseño, comunicación, literatura, historia, lingüística e informática. Escribió tres libros: *Entre el diseño y la edición*, *El papel del editor e Historia, diseño y edición*, y un ensayo en el libro colectivo *100 años de diseño gráfico en México*.

Camilo Ayala Ochoa. Historiador, teólogo, editor y escritor. Funcionario de la Dirección General de Publicaciones y Fomento Editorial de la UNAM. Fundó el centro de información Libros UNAM. Es miembro del comité editorial de la colección Pequeños Grandes Ensayos de la UNAM y de *Quehacer Editorial*. Escribe la columna “Hipertexto” en el programa radiofónico *Interlínea*. *Cultura editorial* de la Universidad Autónoma Metropolitana. Es autor, entre otras publicaciones, del libro *La cultura editorial universitaria*, editado en México y Colombia. Es miembro de la Universidad de las Ciencias y las Artes del Libro, del Instituto del Libro y la Lectura y del grupo La Tertulia Editorial.

Sandro Cohen (1953). Ha escrito las novelas *Lejos del paraíso* y *Los hermanos Pastor en la corte de Moctezuma*. Como poeta ha publicado *De noble origen desdichado*, *A pesar del Imperio*, *Autobiografía del infiel*, *Los cuerpos de la Furia*, *Línea de fuego* y *Corredor nocturno*. Su poesía completa apareció bajo el título *Desde el principio*, y su antología personal poética se titula *Quintaesencia*. También escribió *Redacción sin dolor*, entre otros libros sobre el tema de la escritura. Es catedrático de la Universidad Autónoma Metropolitana-Azcapotzalco en el área de Humanidades.

José Roberto Mendirichaga (1944). Licenciado en Filosofía (Univa), maestro en Letras Españolas (UANL) y doctor en Historia (UIA). Autor de 10 libros en los géneros de ensayo y biografía. Está en la cátedra universitaria desde 1974 y en el periodismo de opinión desde 1975. Profesor en la Universidad de Monterrey, donde imparte, entre otros cursos, *Introducción a la Filosofía*, *Literatura Mexicana*, *Historia de México siglo XIX* y *Crisis Culturales Contemporáneas*.

Rafael González Bautista. *Country manager* de IC-Editorial. Tiene a su cargo el proyecto de internacionalización de la empresa en Latinoamérica, Estados Unidos y el Caribe. Como ingeniero en informática y sistemas, su carrera se ha desarrollado en estrecha vinculación con la industria del libro. Entre otros cargos, ha sido *country manager* para Latinoamérica del Grupo Trevenque, director de Operaciones de IC-Editorial en España y director de Producción en Grammata. Es consultor en nuevas tecnologías, experto en modelos de conversión tecnológica y convergencia, en la aplicación de entornos digitales al mundo editorial y en el desarrollo de nuevas formas de producción y consumo de producto editorial. Entre sus especialidades destacan: consumo digital, mercado digital, *e-books*, *e-readers*, proyectos culturales, *e-commerce*, venta de contenidos en línea y gestión y gerencia de proyectos internacionales.

Xiluén Zenker. Egresada de la Licenciatura en Emprendimiento Social y Cultural del Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey, Ciudad de México, y con estudios en procesos de edición, publicaciones digitales, gestión cultural y arte. Ha trabajado en diferentes áreas del proceso editorial (ventas, impresión, difusión y promoción, relaciones públicas y redes sociales) en Solar, Servicios Editoriales, y en su sello editorial, Ediciones del Ermitaño, donde actualmente ocupa el cargo de gerente general.

Arturo García Abraján. Promotor cultural, bibliófilo, librero, colaborador en algunas editoriales como lector, corrector, cuidado de edición y comercialización. Actualmente se desempeña como jefe del Área de Comercialización del Instituto de Investigaciones Estéticas de la Universidad Nacional Autónoma de México.

Viviana Paredes Estapé. Comunicóloga de la GenX, especialista en *e-books*, distribución y *marketing* digital. En sus 15 años en el mundo editorial, sigue preguntándose sobre el quehacer del ramo y la relevancia del formato y los contenidos.

Sofía de la Mora Campos. Profesora-investigadora del Departamento de Educación y Comunicación en la UAM-Xochimilco. Estudió la Licenciatura en Comunicación Social y fue miembro de la Comisión para su rediseño. Egresada de la Maestría en Edición de la Universidad de Guadalajara. Integrante del cuerpo académico de la Maestría en Diseño y Producción Editorial, UAM-X. Realiza el Doctorado en Educación en la Fundación Universitaria Iberoamericana. Su investigación se centra en la temática cultura editorial, análisis y conceptuali-

zación. Artículos y ponencias sobre lectura, escritura, decisión editorial, derecho de autor, procesos de producción, acceso abierto, industria editorial y edición universitaria. Desde 2011 dirige y conduce el programa radiofónico *Interlínea. Cultura editorial*, en UAM Radio, donde entrevista a actores de la edición y reflexiona sobre el libro y la lectura.

Julio Sanz Crespo (1940). Ingeniero químico por la UNAM, con diplomados en Reforma fiscal del Impuesto sobre la renta, Estrategias de Publicidad y Promoción, Organicémonos para Exportar, Administración y Dirección de la Mediana y Pequeña Empresa, La profesión y desarrollo del editor en México, Taller de dirección de Industria editorial de la Book House Center de Londres. Profesor de Diplomado de Capacitación en Cálculo Editorial en la Caniem. Fundador y presidente del Consejo del Grupo 2000 Editores, creador de Un Paseo por los Libros, la librería más grande de América Latina, ubicado en el pasaje Pino Suarez-Zócalo del Metro en el D.F., y profesor de la Maestría en Edición en la Universidad Autónoma Metropolitana.

MÉXICO | COLOMBIA | ARGENTINA | ESPAÑA | ECUADOR | MÉXICO

NO IMPORTA
DONDE
IMPRIMES
SINO DÓNDE VENDES



ARGENTINA
bibliográfika
.com

MÉXICO

COLOMBIA
XPRESS
SERVICIOS GRÁFICOS Y DIGITALES

ESPAÑA
Podiprint
print on demand


SERVICIOS
EDITORIALES

ECUADOR
megadocuentro
xerox

MÉXICO | COLOMBIA | ARGENTINA | ESPAÑA | ECUADOR | MÉXICO

MÉXICO | COLOMBIA | ARGENTINA | ESPAÑA | ECUADOR | MÉXICO

QUEREMOS CAUSARTE LA MEJOR / IMPRESION

SUBE TU CATÁLOGO A BIBLIOMANAGER

Calle 2 número 21, San Pedro de los Pinos,
Benito Juárez, 03800 México, D.F.
+52 (55) 5515-1657 | www.solareditores.com

MÉXICO | COLOMBIA | ARGENTINA | ESPAÑA | ECUADOR | MÉXICO



SOLAR

SERVICIOS EDITORIALES

Te brindamos servicios integrales en materia de manejo del documento, la edición y la comunicación

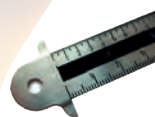
En producción

Preprensa (preparación de archivos, salida a negativos o impresión digital)
Impresión digital en negro
Impresión digital a color
Impresión en offset digital
Impresión en plotter, calidad fotográfica (formato ancho de hasta 60p)
Encuadernación en hot melt
Encuadernación en Wire-O
Encarpetado
Grapa a caballo (folleto, revista)
Plastificado



En preproducción

Traducción
Revisión de estilo
Cotejo y marcaje
Revisión de pruebas (galeras y planas)
Diseño
Tipografía
Formación



Adicionalmente

Preparación de "dummies" y maquetas de libros y otros impresos
Libros electrónicos (ebooks)
Transferencia (copiado) de información a CD o DVD ("quemado")
Impresión de carátulas para CD o DVD
Proyectos especiales (carpetas, encuadernación en pasta dura, cajas con aplicación de ingeniería de papel, etc.)
Digitalización de documentos
OCR (reconocimiento óptico de caracteres)



Calle 2, núm. 21, col. San Pedro de los Pinos, c.p. 03800, México, D.F., delegación Benito Juárez, entre Revolución y Periférico.
Tel.: (+5255) 5515-1657 □ www.solareditores.com □ solar@solareditores.com

Librería del
ERMITAÑO

UN PROYECTO DE LIBRERÍA DE BARRIO

El arte y la cultura
siempre a la mano
del lector

- libros
- café
- actividades culturales

Compra tus libros en línea
www.libreriadelermitano.com



Calle 2 número 36, San Pedro de los Pinos,
esq. Primero de Mayo, 03800
Benito Juárez, 03800 México, D.F.
+52 (55) 6721-0496

libreria@solareditores.com
facebook.com/LibreriaErmitano | [@minimalia](https://twitter.com/minimalia)



Ediciones del Ermitaño

Colección de literatura holandesa



www.solareditores.com

www.edicionesdelermitano.com



Colección
de literatura
holandesa



Ediciones del Ermitaño

Biblioteca Gustavo Sainz

Obras esenciales de uno
de los más célebres escritores
contemporáneos de México



www.solareditores.com

www.gustavosainz.com



Biblioteca
Gustavo
Sainz



EN BUSCA DEL ELEFANTE *Jo Kyung-ran*

MONSIL *Kwon Jeong-saeng*

LA FAMILIA ITINERANTE *Gong Sun-ok*

¿SEGUIRÁ SOÑANDO? *Park wan Suh*

LOS ÁRBOLES EN LA CUESTA *Hwang Sun-won*

EL HUÉSPED *Hwang Sok-yong*

RAZÓN DE LAS SINRAZONES *Kim Chunsu*

YA QUEDA POCA LUZ DEL DÍA *Kim Jong-gil*

LLUVIAS *Yum Hyo-seok*

CUANDO FLORECE EL ALFORFÓN *Lee Hyo-seok*

LA VIDA SECRETA DE LAS PLANTAS *Lee Seung-u*

LA RAYA *Kim Joo-Young*

EL SONIDO DEL SILENCIO *Chang Soo Ko*

ESPEJISMOS DE OTOÑO *Kim Chae-won*

LA FIESTA *Cheong-Jun Yi*

BUENA FAMILIA Y OTROS CUENTOS *Ha-Jin Seo*

www.edicionesdelermitano.com

Solar, Servicios Editoriales, S.A. de C.V. Calle 2 #21,
San Pedro de los Pinos, 03800 México, D.F. Tel. (55)5515 1657
solar@solareditores.com



Quehacer editorial

Es una revista especializada, dirigida no sólo a los editores o a quienes se conciben como tales, sino a todos los que componen la cadena de producción y el ciclo de vida del libro: autores, traductores, correctores, tipógrafos, diseñadores, distribuidores, libreros, promotores, bibliotecarios, en fin, ese amplio mundo de especialistas que hace llegar la palabra del autor al lector.

La revista se propone como un foro abierto de información, análisis y debate en torno al libro en una época de rápida evolución, no sólo tecnológica, sino también política, cultural y social. Queremos contribuir a la preservación del libro en cualquiera de sus soportes presentes y futuros, y a su progreso e innovación. Percibimos el libro como una herramienta para el desarrollo de la cosmovisión de la humanidad, tanto desde el punto de vista de la adquisición de conocimientos, como de la recreación y el goce hedonista, lúdico.

Esperamos colaborar con quienes comparten el oficio de hacer llegar la palabra del autor al lector, para comprender mejor la época que nos tocó vivir y saber no sólo adecuarnos a lo que la tecnología y las transformaciones políticas, económicas, sociales y culturales nos imponen, sino aventajarlas, adelantarnos a los tiempos y hacer propuestas que favorezcan, ante todo, la lectura.

www.solareditores.com

E

Ediciones del Ermitaño





Ediciones del Ermitaño

Colección Yo medito, tú me editas



www.solareditores.com
www.edicionesdelermitano.com

YO **m**EDITO
TÚ **m**E EDITAS

La producción de
Quehacer editorial 16
se realizó íntegramente en las instalaciones
de Solar, Servicios Editoriales, S.A. de C.V.
Calle 2 número 21, San Pedro de los Pinos,
México, D.F. +52 (55) 5515-1657.
Se terminó de imprimir en
noviembre de 2016.
solar@solareditores.com

www.solareditores.com

En su composición se utilizaron tipos
Schneidler Light de 9, 10, 11, 12 puntos
y Eras Medium y Demi de 9, 11, 12 y 14.
El tipo Schneidler, usado en la serie *Quehacer editorial*,
se basa en la tipografía de los impresores venecianos
del periodo renacentista y comparte con ella su gracia,
belleza y proporciones clásicas. Es un tipo fino y legible
tanto para textos extensos como para carteles y folletos.
Una de las características más originales de esta fuente
son sus signos de interrogación. F. H. Ernst Schneidler,
diseñador de fuentes y maestro tipógrafo, concibió
originalmente la *Schneidler Old Style* en 1936
para la Fundidora Bauer.