

89



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO

FACULTAD DE CIENCIAS POLITICAS
Y SOCIALES

"LA INDUSTRIA DEL LIBRO EN MEXICO Y CANADA
UN ESTUDIO COMPARATIVO EN EL
CONTEXTO DEL TLCAN"

TESIS

QUE PARA OBTENER EL TITULO DE:
LICENCIADA EN RELACIONES INTERNACIONALES

PRESENTA:

FABIOLA RODRIGUEZ BARBA

ASESOR: DR. JULIAN CASTRO REA

298552



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas Tesis Digitales Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS © PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

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

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

**A mis padres:
Napoleón y María Magdalena,
quienes me inculcaron el amor
y respeto al libro.**

A Carlos y Nicole

Agradecimientos

**A mi asesor Dr. Julián Castro Rea,
por su apoyo incondicional, así como por sus
valiosos comentarios y aportaciones,
sin los cuales no hubiese concluido esta tesis.**

**"He formado un ejército de veintiséis soldados de plomo
capaces de conquistar el mundo".**

Johannes Gutemberg.

**"La idea esencial del libro no ha cambiado en cinco milenios
y no cambiará en un futuro previsible.
Nada puede reemplazar a la palabra escrita
en alguna forma portátil,
más o menos permanentemente,
que se puede pasar de mano en mano".**

Isaac Asimov.

ÍNDICE

	Pág.
Introducción.....	1
1. Las industrias culturales de México y Canadá en el contexto del Tratado de Libre Comercio de América del Norte.....	8
1.1 Conceptos y nociones de industria cultural.....	8
1.1.1 ¿Por qué industria?.....	13
1.2 Debate en torno a la protección de las industrias culturales en el marco del Acuerdo Canadá-Estados Unidos.....	17
1.2.1 Desarrollo de nuevas estrategias canadienses como resultado de las negociaciones del Acuerdo Canadá-Estados Unidos.....	23
1.2.2 Impacto de la política cultural canadiense.....	24
1.3 Las industrias culturales dentro del Acuerdo Trilateral (México, Canadá, Estados Unidos).....	26
1.3.1 La experiencia mexicana.....	30
1.3.2 La experiencia canadiense.....	33
1.3.3 La experiencia estadounidense.....	36
2. La industria editorial en México.....	38
2.1 Breve historia de la industria del libro en México.....	38
2.2 Características de la industria contemporánea del libro en México.....	48
2.2.1 Descripción de las principales editoriales.....	54
2.2.2 Tirajes y volúmenes de venta.....	58
2.2.3 Objetivos de la producción editorial del libro en México.....	62
2.3 Importancia en la difusión cultural.....	70
2.4 Peso específico de la producción cultural (científica, artística).....	73
2.5 Desafíos a la producción cultural.....	82
2.5.1 El libro frente a las nuevas tecnologías.....	84
3. La industria editorial en Canadá.....	92
3.1 Breve historia de la industria del libro en Canadá.....	92
3.2 Características de la industria contemporánea del libro en Canadá.....	96
3.2.1 Descripción de las principales editoriales.....	111
3.2.2 Tirajes y volúmenes de venta.....	116
3.2.3 Objetivos de la producción editorial del libro en Canadá.....	127
3.3 Importancia en la difusión cultural.....	129
3.4 Peso específico de la producción cultural (científica, artística).....	133
3.5 Desafíos a la producción cultural.....	138
3.5.1 El libro frente a las nuevas tecnologías.....	146
4. Similitudes y diferencias entre las industrias del libro.....	149

en México y Canadá.	
4.1. Influencia de Estados Unidos.....	158
4.2 Incidencias del régimen del TLCAN en la industria del libro.....	161
en México y Canadá.	
Conclusiones.....	168
Bibliografía.....	173

Índice de Cuadros

	Pág.
1. Principales editoriales de México.	54
2. Títulos publicados en México, 1994-1997.	59
3. Ejemplares publicados en México, 1994-1997.	59
4. Tendencia de producción editorial en México, 1992-1998.	60
5. Producción por grado de novedad en México en 1997.	61
6. Papel consumido en la producción editorial de México en 1997.	61
7. Distribución de las ventas de libros por canal en México en 1997.	62
8. Producción editorial y ventas en México en 1998.	69
9. Gasto en educación, cultura y lectura en México, 1996-1997.	72
10. Personal ocupado en la industria editorial en México en 1997.	73
11. Distribución de títulos por temas en 1996.	75
12. Libros publicados por la Secretaría de Educación Pública 1993-1998.	76
13. Libros de texto gratuitos, 1990-1998.	77
14. Edición de títulos por temas en 1996.	78
15. Distribución geográfica de las ventas de libros en México en 1997.	80
16. Promoción de libros en México, 1994-1997.	81
17. Edición de libros en Québec en 1996.	108
18. Evolución de la edición comercial de libros en Québec, 1972-1996.	109
19. Principales editoriales en Canadá.	111
20. Organizaciones y asociaciones de libros en Canadá.	114
21. Números de firmas, agentes exclusivos y editores en lengua inglesa en Canadá, 1991-1997.	119
22. Números de firmas, agentes exclusivos y editores en lengua francesa en Canadá, 1991-1997.	120
23. Perfil de la industria del libro en lengua inglesa en Canadá, 1991-1997.	122
24. Perfil de la industria del libro en lengua francesa en Canadá, 1991-1997.	123
25. Perfil de la industria del libro y agentes exclusivos en editoriales de lengua inglesa en Canadá, 1991-1997.	124
26. Perfil de la industria del libro y agentes exclusivos en editoriales de lengua francesa en Canadá, 1991-1997.	125
27. Ventas en las compañías editoriales y agentes exclusivos de Canadá, 1991-1997.	126

Índice de Gráficas	Pág.
1. Tiraje promedio por tema en México en 1997.	79
2. Número de publicaciones de libros en inglés por publicantes y agentes exclusivos en Canadá 1991-1997.	119
3. Número de publicaciones de libros en francés por publicantes y agentes exclusivos en Canadá 1991-1997.	120
4. Ventas totales de las firmas de habla inglesa en Canadá, 1991-1997.	123
5. Ventas totales de las firmas de habla inglesa en Canadá, 1991-1997.	123

INTRODUCCIÓN

El tema de las industrias culturales hasta antes de los años ochenta era poco estudiado y sólo recién se empiezan a analizar las implicaciones de éstas en el contexto de la globalización. La importancia de las industrias culturales para las relaciones internacionales es cada vez más relevante, debido a que en un mundo globalizado el ámbito de la diplomacia cada vez es permeada por cuestiones que rebasan los temas políticos. Lo económico, tecnológico y cultural cada vez está más presente en las relaciones entre los países.

En los últimos años, los acuerdos comerciales han vuelto patente la importancia de las comunicaciones y la cultura en la interrelación entre las naciones. Aún, sin que por ejemplo esta última no se incluya en esos acuerdos, la intensificación de los intercambios favorece convenios entre empresas editoriales y de comunicaciones entre las naciones. De ese modo, las industrias culturales, están tomando un perfil económico cada vez más importante, por ejemplo la producción musical que en 1981 llegaba a 20 mil millones de dólares en 1996 alcanzó la cifra de 40 mil millones de dólares; la producción artística y comunicacional en América Latina se estima entre un 1 y 3 por ciento del PIB en países como Brasil, México y Argentina. En ese sentido, el libro, el cine, la música y la televisión, por ejemplo, ya no representan algo suntuario, de ciertas clases sociales, para el tiempo libre. Las industrias culturales tienen una base social que afecta la vida cotidiana e influyen en la organización sociopolítica, lo que afecta el papel del Estado y la concepción de la nacional.¹

La globalización al incentivar un mayor intercambio entre las naciones incide no sólo en las formas de producción industrial y de recomposición estructural de las

¹ Néstor García Canclini y Carlos Juan Moneta (coords.) Las industrias culturales en la integración latinoamericana, México, Grijalbo, 1999.

economías, sino también en demandar requerimientos para tener un desempeño sociocultural adecuado con el mundo globalizado. En ese sentido, el incremento de las exportaciones requiere un conocimiento más sofisticado de los hábitos de vida, comercio y consumo de otras sociedades. Es así que, en un contexto de globalización se modifican los hábitos de consumo relacionados con las culturas locales, de tal suerte que la globalización como nuevo orden mundial no se agota en factores económicos.

Una de las características de la globalización es que la movilidad tanto de capitales como de mercancías, y la ubicuidad que permiten a unos cuantos la tecnología de información y las telecomunicaciones, motivan un complejo vínculo de interconectividad e interdependencia asimétricas entre los distintos sistemas económicos y políticos del orbe.² Y a pesar de que la influencia de las exportaciones de bienes económicos y culturales no es novedosa (ésta ha estado presente en las relaciones internacionales a través de los siglos), el incremento de los desarrollos científicos y tecnológicos constituyen la base de la actual "sociedad red". De tal suerte que en un mundo globalizado:

La cultura es un proceso de ensamblado multinacional, una articulación flexible de partes, un montaje de rasgos que cualquier ciudadano de cualquier país, religión o ideología puede leer y usar.³

Los requerimientos del actual sistema económico mundial ha motivado la constitución de bloques económico-políticos que se articulan (de manera asimétrica) al sistema mundial, a partir de acuerdos de libre comercio y de integración regional como el TLCAN, Mercosur o Maastricht. De ese modo, la globalización es un fenómeno multidimensional que implica interdependencias cada vez más grandes; en donde la permeabilidad de los mercados a la

² Enrique Sánchez Ruiz "Globalización y convergencia: retos para las industrias culturales latinoamericanas" Dossier Medio siglo de televisión en México, Revista Universidad de Guadalajara, 2000.

³ Néstor García Canclini Culturas híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad, México, Editorial Grijalbo, 1993.

globalización depende básicamente de condicionantes socio- culturales, como la religión y lingüísticos, así como el nivel de desarrollo y la capacidad económica y tecnológica de cada sector en un país determinado.

Según Roland Robertson, es necesario entender lo local como un aspecto de lo global:

La globalización implica también acercamiento y encuentro mutuo de las culturas locales, que deben definirse de nuevo en el marco de este "encuentro de localidades".⁴

En ese sentido, en un planeta cada vez más global, el dominio sobre los canales de distribución será la clave para garantizar la supervivencia de los espacios culturales de comunicación. La difusión por lo tanto es el elemento clave en el futuro de las culturas. Al mismo tiempo y de manera paralela, para conseguir una cultura fuerte, los países deben tener industrias culturales potentes.

De acuerdo con lo anterior, es necesario un nuevo enfoque y una reflexión sobre la relación entre políticas e industrias culturales, ya que se ha afirmado que en ciertas circunstancias económicas y políticas las industrias culturales podrían transformar en forma radical el ejercicio de la creación profesional o de la creatividad, lo que enriquecería los contactos entre los creadores especializados y el público, y fortalecería la participación efectiva de las masas en la elaboración de la cultura. En este contexto, el libro es considerado como promotor de la cultura, educador por excelencia y, al mismo tiempo, compañero inseparable del ser humano. Asimismo, la importancia del libro radica en que éste refleja los índices de desarrollo cultural y económico de los países.

El ámbito del análisis de las industrias culturales es amplio, por lo que en este trabajo sólo se aborda el tema de la industria del libro. Esta elección responde al

⁴ Roland Robertson "Globalization" en M. Featherstone et al, Global Modernities, Londres, 1995.

interés por conocer cuáles han sido los factores que han desafiado a la industria editorial, en particular a la del libro, frente a las nuevas tecnologías y la apertura comercial producto del Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN). Por ejemplo, a pesar del creciente interés por la Internet y la lectura de libros en red, éstos no ha desplazado al libro impreso, a pesar de las condiciones adversas que enfrenta. Por otro lado, debido a que el libro como tema de estudio ha sido un tema poco abordado, es pertinente escudriñar las condiciones de las industrias editoriales en México y Canadá, con el fin de conocer la relevancia de esta industria en ambos países. En ese sentido, resultó interesante conocer la industria del libro en México, un país que por tradición ha sido considerado con pocos índices de lectura. Sin embargo, como se verá más adelante, resultó muy grato saber que México cuenta con una importante tradición bibliófila y de reconocidos esfuerzos en la defensa y promoción de la cultura del libro.

México ha sido un país importante en el escenario editorial en Iberoamérica y Estados Unidos. Por ello, resulta interesante conocer las causas que contribuyeron a que nuestro país dejara de ser una potencia editorial y perdiera el liderazgo que tuvo en los años cuarenta. Este cuestionamiento encuentra respuesta, en principio, en el deterioro de las condiciones económicas del país, el encarecimiento de las materias primas (papel e insumos tecnológicos), así como en el proceso de la distribución, uno de los principales problemas que enfrenta nuestro país en el ámbito de la industria del libro.

El estudio sobre la industria del libro resultó interesante porque ésta goza de reconocimiento. No obstante, en México al igual que en Canadá, dicha industria enfrenta una serie de desequilibrios y desafíos. En lo que respecta a Canadá, éste país se ha caracterizado por contar con una industria que protege y promueve la edición y circulación del libro como un medio de defensa de la identidad cultural. Sin embargo, a pesar de los esfuerzos, no ha podido sortear los embates de la industria editorial de Estados Unidos. El surgimiento de las nuevas tecnologías (en

especial la Internet), trajo como consecuencia que los canadienses buscaran otros mercados editoriales, con mejores precios, calidad y rapidez. Además, las grandes cadenas de librerías han mermado la posibilidad de que las pequeñas compitan por el gusto de los lectores.

La situación de la industria del libro en Canadá manifiesta en la actualidad un dilema importante, debido a que los editores, libreros y los propios lectores han enfrentado una situación sin precedentes, que ha resultado en crisis de la industria editorial canadiense. Las grandes editoriales se han fusionado de manera estratégica para hacer frente a la dinámica de la industria estadounidense que ha comenzado a penetrar de manera importante el mercado canadiense.

México enfrenta una problemática diferente. La industria del libro ha sido una de las primeras en resentir los efectos de la crisis económica, que ha traído como efectos el incremento de las materias primas, la escasez de incentivos gubernamentales, la poca rentabilidad y la falta de lectores, condiciones que dan como resultado una industria del libro con carencias y con pocas posibilidades de desarrollo efectivo.

El tema es a nuestro juicio, interesante, amplio y novedoso; sin embargo, sorprende la carencia de bibliografía. Si bien hay que reconocer que existen diversos estudios sobre la historia del libro, tanto en México como en Canadá, éstos no han considerado el tema del libro como industria y menos aún en el contexto del Tratado de Libre Comercio de América del Norte. En ese sentido, resultó complicado contar con elementos que permitieran el desarrollo del tema. Cabe mencionar que fue más difícil tener acceso a la información en México, debido a que las estadísticas de la industria editorial en México se encuentran desfasadas frente al dinamismo que cobra esta industria a nivel internacional. La única fuente de información sobre el tema es la Cámara Nacional de la Industria Editorial (CANIEM), la cual elaboró un diagnóstico de esta industria en nuestro

país, a través de un estudio intitulado "Actividad editorial en 1997", el cual fue publicado en diciembre de 1999.

En el caso de Canadá, la búsqueda de datos sobre el tema del libro resultó más accesible, aunque al igual que en México no se cuenta con estudios o trabajos sobre el mismo. Y aunque el tema de las industrias culturales sí ha sido estudiado de manera extensa, se aborda a las industrias en su conjunto, por lo que estudiar a la industria del libro es *per se* complicada.

La presente investigación es una modesta aportación al tema y, en ese sentido, espera aportar a su conocimiento. Con ello esperamos arrojar algunos elementos que contribuyan a la comprensión e importancia de la industria del libro. El objeto de estudio es amplio y puede ser abordado de distintas maneras, pero para efectos de este trabajo se explora de forma somera. La comparación entre México y Canadá se justifica porque por un lado, ambos son socios del TLCAN, y por ende están de manera directa vinculados en el ámbito de las industrias culturales a través de las distintas disposiciones del acuerdo. Debido a que la experiencia histórica ha demostrado que cuentan con diversos elementos de complementariedad, esta sociedad no se reduce a la simple vecindad con Estados Unidos. No podemos dejar de lado que la actividad económica, comercial y política de ambos se enfoca hacia su mayor socio comercial: Estados Unidos. Además ambos países han resistido a lo largo de la historia la influencia de EU, con estrategias a veces diferentes, a veces similares.

Las hipótesis que guían esta investigación son: a) El Tratado de Libre Comercio de América del Norte no ha sido un factor determinante para el desarrollo de la industria del libro en México y Canadá; b) la política cultural instrumentada en México y Canadá ha influido en las características y peculiaridades de ese sector en ambos países; c) a pesar del desarrollo de las nuevas tecnologías, el libro

impreso representa un rubro fundamental en el desarrollo de las industrias culturales.

Para ello este trabajo aborda los siguientes aspectos: a) la relevancia de las industrias culturales, en específico la del libro, en México y Canadá; así como un diagnóstico de las industrias del libro en ambos países; b) identifica las diferencias y similitudes que tienen las industrias del libro en esas naciones; c) muestra los obstáculos al desarrollo de las industrias del libro en México y Canadá y; d) destaca las oportunidades y desafíos que el TLCAN significa para esas industrias.

Para tal fin, la presente tesis se estructura en cuatro capítulos y conclusiones. En el primero de ellos, se abordan los aspectos que definen el tema de las industrias culturales, se menciona el debate sobre ese tema y se adelantan algunos aspectos del ámbito de las industrias culturales en el contexto del TLCAN. El segundo capítulo, comprende el estudio de los elementos de la industria editorial en México, en él se describen las características de la industria contemporánea del libro en nuestro país, así como las principales editoriales, sus tirajes y volúmenes de venta, la importancia del libro en la difusión cultural, así como el peso específico en la producción cultural y sus desafíos. En el capítulo tres, se analizan los mismos aspectos que en el anterior, pero para el caso de Canadá. El capítulo cuarto se presentan las semejanzas y diferencias entre las industrias del libro en México y Canadá, y la influencia de Estados Unidos en esos ámbitos, así como las incidencias del régimen del TLCAN en la industria del libro en México y Canadá. Finalmente, se presentan las conclusiones.

CAPÍTULO 1

1. Las industrias culturales en México y Canadá en el contexto del Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN):

1.1 Conceptos y nociones de industria cultural.

La expresión "industria cultural" (en singular) fue acuñada, por Max Horkheimer y Theodor W. Adorno en su libro *Dialéctica de la razón*⁵, en él afirmaban que los métodos de persuasión de las industrias culturales eran fundamentalmente los mismos en los regímenes de dictadura y liberales.⁶ A mediados de la década de los cuarenta definieron lo que consideraron las características de la cultura moderna. En su apreciación, la cultura contemporánea se caracteriza por la importancia de su dimensión industrial, su capacidad de impacto político-económico y su difusión en el plano mundial. Cabe destacar que Adorno y Horkheimer fueron filósofos y abordaron desde esa perspectiva el concepto de industria cultural. A su juicio, la industria cultural fija de modo ejemplar la ruptura de la cultura, convirtiéndola en mercancía.⁷

⁵ Theodor W. Adorno y Max Horkheimer, *La production industrielle de biens culturels. La Dialectique de la raison*, París, Gallimard 1974. Posteriormente, Edgar Morin magnificó el concepto de "industria cultural", después fue modulado por italianos y algunos filósofos del Tercer Mundo, pero se desgastó rápidamente. En Estados Unidos, en 1966, fue discutido en algunos círculos universitarios, pero se prefirió un concepto más global y pragmático, el del "*Knowledge Industry*" (industria del conocimiento), acuñado por el economista Machlup. Véase, F. Machlup, *The Productions and Distribution of Knowledge in the United States*. Princeton University Press, 1966.

⁶ Se considera su obra como genealogía del concepto, y se cataloga como indispensable para entender a las industrias culturales. El debate referido en el libro señala que aunque la cultura fuera una industria, no creaba efectos productivos. Debemos reconocer que aunque no se negara el hecho, al no existir debates serios, no se podían vislumbrar los efectos y consecuencias de las industrias culturales. No obstante, no debe perderse de vista el contexto en el que la escribieron, ya que los dos se refugiaron en los Estados Unidos para huir del nazismo. En este sentido, en su obra se refleja lo que vivieron: la potencia persuasiva de la radio, el cine, y más tarde, la televisión.

⁷ Al respecto, ambos autores señalan: "Por el momento, la técnica de la industria cultural ha llegado sólo a la igualación y a la producción en serie, sacrificando aquello por lo cual la lógica de la obra se distinguía de la del sistema social. Pero ello no es causa de una ley de desarrollo de la técnica en cuanto tal, sino de su función

Se considera una industria cultural a los bienes y servicios culturales que se producen, reproducen, conservan y difunden según criterios industriales y comerciales; es decir que se producen en serie bajo una estrategia de tipo económico y no con la finalidad de alcanzar un desarrollo cultural.⁸ Otra definición del término señala que industria cultural se refiere a la utilización de técnicas industriales para la reproducción de productos culturales que son considerados como bienes de consumo.⁹

Existen varios tipos de industrias culturales: aquéllas en las cuales una creación (por lo general artesanal), es objeto de un gran número de reproducciones por medio de procedimientos industriales y maquinaria (tal es el caso del disco, el libro, la reproducción de arte), y por otro lado, aquellas en que su creación implica desequilibrios en los costos de producción y la utilización colectiva de los medios (el cine y la televisión).¹⁰

En Canadá, el término industrias culturales incorpora a los sectores que fabrican productos culturales y que distribuyen programas culturales. De acuerdo con Audley, productos o programas culturales "son aquellos que expresan en forma directa actitudes, opiniones, ideas, valores y creatividad artística; que proporcionan entretenimiento; y que ofrecen información y análisis relativo al pasado y al presente. En esta definición se incluyen tanto productos y programas populares y masivos como los que normalmente atienden a una población más limitada: libros de poesía, exposiciones de pintura o discos de música clásica".¹¹

en la economía". Max Horkheimer y Theodor W. Adorno "La industria cultural" en Daniel Bell, Dwight MacDonald, et al Industria cultural y sociedad de masas, Venezuela, Monte Avila Editores, 1992, p.179.

⁸ Anverre Ari, Albert Breton, et al Industrias culturales: el futuro de la cultura en juego, México, FCE-UNESCO, 1982.

⁹ Graciela Martínez Zalce, ¿Sentenciados al aburrimiento?. Tópicos de cultura canadiense. México, UNAM-CISAN, 1996.

¹⁰ Industrias culturales: el futuro. op. cit.

¹¹ Paul Audley, Canada's Cultural Industries, James Lorimer Toronto, 1983, p.21 Traducción libre.

La problemática planteada por Adorno y Horkheimer es en este aspecto relevante. Es evidente la relación entre tecnología, cultura y economía,¹² pero nos invita a reflexionar la razón por la cual estos autores decidieron manejar el término "industria" en singular. Podemos pensar que esto responde a su afán de generalidad, de definición de la cultura como mercancía y de su interés en señalar la contradicción entre la idea de cultura y producción industrial.

El análisis de la industria cultural por Adorno y Horkheimer fue casi desconocido hasta que en la década de los setenta un grupo de analistas de la cultura y los medios de comunicación retomaron el concepto. En Alemania fue Enzensberg, en 1971, en Francia Piemme, en 1975 y Huet en 1978, en México Gutiérrez Vega, en 1978 y la UNESCO en 1980. Todos manifestaron que no se podía hablar de "industria cultural", sino de una pluralidad de industrias culturales.¹³ Este acercamiento al análisis de las industrias culturales, generó el interés de nuevas investigaciones en el tema por parte de sociólogos y economistas en el campo de la cultura.

¹² El canadiense Marshall McLuhan, a fines de la década de los sesenta, acuñó el término "aldea global", pero este término no se impuso hasta la década de los ochenta con la "globalización" de los mercados. Herbert Marshall McLuhan, pensador canadiense, es considerado el gurú de la era electrónica y visionario de la cultura moderna, es autor de *La Aldea Global*, *La Galaxia de Gutenberg* y *El medio es el mensaje*, entre otros libros de teoría de la comunicación. A principios de los sesenta, Marshall McLuhan trabajó intensamente en la Universidad de Toronto, con el propósito de concluir un libro sobre los efectos del alfabeto y la imprenta en la civilización occidental, proyecto en el que había estado trabajando por más de diez años. El libro en cuestión es *The Gutenberg Galaxy: The Making of Typographic Man* (La Galaxia de Gutenberg: Génesis del homo tipographicus¹²). En esta obra McLuhan desarrolla un método de escritura que ha sido denominado de "mosaico", según el cual la exposición lineal o lógica es reemplazada por una presentación simultánea de los acontecimientos. Se vincula así, su manera de escribir con la tecnología televisiva, la cual obtiene la imagen a partir de una rápida sucesión de puntos que el telespectador ordena en forma simultánea, lo que hace aparecer en forma de mosaico. Este movimiento se dio debido a una ola de liberalizaciones y privatizaciones que convirtieron al mercado en regulador de la sociedad. En este sentido McLuhan es uno de los exponentes de la polémica de las industrias culturales y la sociedad de masas, al afirmar que el destino de la sociedad moderna estaría sometido a los medios masivos de comunicación, que transformaría al mundo en una aldea global.

¹³ Michael Dorland "Cultural Industries and the Canadian Experience: Reflections on the Emergence of a Field" en Michael Dorland (ed.) *The Cultural Industries in Canada. Problems, Policies and Prospects*. Toronto, James Lorimer & Company, Publishers, 1996, p.251.

En ese sentido, los efectos de las industrias culturales y la cultura de masas han sido uno de los temas preferidos de las discusiones culturales. Por ejemplo, en el marco de la XX Conferencia General de la UNESCO, celebrada en París del 24 de octubre al 28 de noviembre de 1978, se aprobó la creación de un programa de investigación comparada sobre las industrias culturales. En el párrafo 4205 del programa y presupuesto de la UNESCO, aprobado para 1979-1980, se estipula que: "En colaboración con instituciones nacionales e internacionales, públicas o privadas, se emprenderán investigaciones comparadas sobre la función y el lugar de las industrias culturales en el desarrollo cultural de las sociedades".¹⁴

Posteriormente, en Montreal, Canadá, del 9 al 13 de junio de 1980, la División de Desarrollo Cultural organizó, en colaboración con la Comisión Nacional Canadiense de cooperación con la UNESCO, una reunión de expertos sobre "el lugar y el papel de las industrias culturales en el desarrollo cultural de las sociedades". En ese evento, un grupo de especialistas de diferentes disciplinas de las ciencias sociales y la cultura, originarios de diversos países, tuvieron la ocasión de reunirse para discutir la problemática de las industrias culturales.

Asimismo, el programa y presupuesto aprobados por la Conferencia General en su vigésima primera reunión, que se llevó a cabo en Belgrado en 1980, aprobó por unanimidad la recomendación relativa a la condición del artista que asigna gran importancia a la salvaguarda de los intereses artísticos y profesionales del creador y del intérprete frente a los sistemas de producción de las industrias culturales.¹⁵

¹⁴ Prefacio al libro Industrias Culturales: el futuro de... op. cit. pág. 7.

¹⁵ En el párrafo 6 de la sección IV del citado documento se señala que:

"1. Reconociendo de manera general el retraso de las legislaciones nacionales e internacionales relativas a la condición del artista frente al progreso técnico general, el desarrollo de los medios de comunicación de masas, la reproducción mecánica de las obras de arte, las interpretaciones y las ejecuciones, la formación del público y el papel decisivo desempeñado por la industria cultural, se invita a los Estados miembros, en cuanto proceda, a adoptar medidas apropiadas para:

- a) Asegurar que el artista sea remunerado por la distribución y la explotación comercial de su obra, y tomar medidas para que conserve el control sobre esa obra frente a los peligros de la explotación, modificación o distribución no autorizadas;

De manera específica, se examinó la situación de la industria del libro con el objeto de poner de manifiesto las estructuras internas de las editoriales, los fenómenos de concentración y las influencias ajenas a ese sector, los distintos modos de distribución y de difusión, las estrategias de los editores según los mercados, así como los tipos de obra publicadas y la influencia de los medios de comunicación masiva sobre la producción y el consumo de libros.¹⁶ Finalmente, en ocasión de la Conferencia Mundial sobre las Políticas Culturales que tuvo lugar en México en julio de 1982, se reafirmó la idea de publicar trabajos sobre las industrias culturales.

Por otra parte, las industrias culturales son definidas en el Artículo 2012 del Acuerdo de Libre Comercio Estados Unidos-Canadá como:

- a) La publicación, distribución o venta de libros, revistas y periódicos.
- b) La producción, distribución, venta o exhibición de películas y videos.
- c) La producción, distribución, venta o exhibición de grabaciones musicales en audio o video (discos, cintas, etc.).
- d) La producción, distribución o venta de música impresa o legible por máquina.

-
- b) Prever, en lo posible, un sistema que garantice derechos morales y materiales exclusivos para proteger a los artistas frente a los perjuicios que pudieran sufrir a causa del desarrollo técnico de los nuevos medios de comunicación y de reproducción de las industrias culturales, en particular para establecer los derechos de los intérpretes y ejecutantes, comprendidos los artistas de circo, de variedades y de marionetas. Convendría tener en cuenta al respecto las disposiciones de la Convención de Roma, y en lo que atañe a los problemas planteados al introducirse la difusión por cable y los videogramas; la recomendación fue aprobada en 1979 por el Comité Intergubernamental de la Convención de Roma;
 - c) Resarcir a los artistas de los perjuicios que pudieran sufrir a causa del desarrollo técnico de los nuevos medios de comunicación y de reproducción de las industrias culturales favoreciendo, por ejemplo, la publicidad y la difusión de sus obras, y la creación de empleos;
 - d) Velar porque las industrias culturales beneficiarias de los cambios tecnológicos, sobre todo los organismos de radio y televisión y las empresas de reproducción mecánica, participen en el esfuerzo de fomento y estímulo de la creación artística, en especial en forma de creación de empleos, publicidad, difusión, pago de derechos y cualquier otra forma que se juzgue equitativa para los artistas;
 - e) Ayudar a los artistas y a las organizaciones de artistas a remediar los efectos adversos de las nuevas tecnologías sobre el empleo o las posibilidades de trabajo para los artistas.

¹⁶ A este respecto, se destacó: "...que frente a la debilidad material de los demás soportes utilizados corrientemente por las industrias culturales (emulsiones, plásticos, cintas magnéticas, etc.) cuya duración no está garantizada más de un siglo, según los conocimientos actuales, el libro sigue siendo el elemento más fiable, gracias a su gran tiempo de conservación, que permite la transmisión de los conocimientos." *Ibid.* p.19.

e) La radio y televisión, ya sea por transmisión directa, por cable o vía satélite.¹⁷

Cabe mencionar que las industrias culturales que no están contempladas en el Acuerdo son:

- a) Las artes plásticas (pintura y escultura).
- b) Las artes escénicas (teatro, danza y espectáculos musicales):

1.1.2 ¿Por qué industria?

Para entender el término "industria cultural" es necesario aceptar que el término se refiere simultáneamente a todas las industrias que producen bienes culturales (películas, libros, programas de televisión, etc). En el contexto canadiense el concepto da pie a la discusión de problemas específicos de las políticas culturales. El término se refiere a la vez a dos tipos de realidad que se intersectan de manera paradójica: una económica y otra cultural. Sin embargo, esta definición trae como consecuencia la formulación de otras preguntas, ¿Son las industrias culturales, más industriales que culturales, o al viceversa?. ¿Dónde termina lo económico y comienza lo cultural?¹⁸

En el contexto canadiense, la respuesta a estas interrogantes ha sido complicada, en parte debido a factores geográficos e históricos. La vecindad con Estados Unidos, ha significado una influencia constante sobre la historia, la economía y el desarrollo cultural. Las instituciones canadienses a lo largo de su historia se han caracterizado por buscar estrategias, símbolos y hasta un lenguaje para diferenciar las actividades canadienses de las estadounidenses y definir los espacios de lo económico y lo simbólico.

¹⁷ The Canada U.S. Free Trade Agreement, Canadian Government Printing Office, 1988.

¹⁸ Estos cuestionamientos se los plantea Michael Dorland en The Cultural Industries in Canada, Toronto, James Lorimer & Company Ltd., Publishers, 1996.

Una de las tareas más difíciles para cualquier estudioso de la política cultural es la definición del término "cultura". Raymond Williams, británico experto en la materia, la describe como "una de las dos o tres palabras más complicadas en el idioma inglés"¹⁹.

El desarrollo de las sociedades industriales en Europa, y después en el resto del mundo; las innovaciones tecnológicas y el advenimiento del capitalismo han transformado de manera radical las condiciones de elaboración y circulación de las formas de expresión cultural. En especial la aparición de la electrónica y la televisión supusieron al respecto un salto cualitativo, pues. "Con ello se fueron quedando progresivamente ocultos o marginados los mensajes culturales que no revestían la forma de mercancías dotadas ante todo de un valor de intercambio económico o de medios de presión más o menos complejos sobre la opinión pública".²⁰

Como ya se mencionó, una industria cultural existe cuando los bienes y servicios culturales se producen, reproducen, conservan y difunden de acuerdo con criterios industriales y comerciales, en serie y bajo una estrategia de tipo económico. Los medios de comunicación y difusión tienen en común la relación creación-difusión, que ha permitido la aparición del arte en las sociedades. En un principio esta relación tenía un carácter artesanal, después vino la difusión masiva y, como resultado, la industrial. En la actualidad, la propia creación se basa en procedimientos industriales.²¹

La producción comprende el trabajo del creador y la responsabilidad del editor o programador, así como la fabricación material del producto; por su parte, la comercialización comprende la promoción del producto (publicidad, creación de la

¹⁹ *Ibid.* p. x

²⁰ Introducción al libro Industrias culturales: el futuro. Op. Cit., p. 10.

²¹ Agustín Girard "Las industrias culturales: ¿Obstáculo o nueva oportunidad para el desarrollo cultural?" en Anverre Ari, Albert Breton, *et al* op. cit.

demanda en el público), distribución al mayoreo y venta al menudeo. Aunque en principio existe una congruencia entre estos procesos, puede también estar ausente. Puede no haber una crisis entre los creadores pero una carencia en los productores. En cuanto a la distribución, puede darse una distribución al mayoreo de manera eficaz, pero una venta al menudeo insuficiente.

En cuanto al modo de fabricación, existe un grupo de industrias culturales en los que la creación sigue siendo artesanal de tal suerte que una obra es objeto de un número de reproducciones; tal es el caso del libro, reproducciones de arte y disco, debido a las técnicas industriales. Existe otro grupo en el cual el propio acto creador implica desde el principio la utilización de un material complejo (cine y televisión) y su difusión es de carácter masivo.

Según Girard²², el adjetivo "industrial" no es pertinente en el campo de la cultura, aunque se empleen en ellas ciertos procedimientos industriales como la división del trabajo en la producción de historietas ilustradas, la utilización repetida de algunos temas universales en el cine, el montaje en las reproducciones en los libros de arte publicados en varios idiomas, la sumisión de un cantante a los ritmos de moda. Estos procedimientos, según el autor, no son suficientes para crear una obra rentable y muchos menos un "best-seller".

El talento del creador no es reproducible y es indispensable para que pueda tener éxito un producto cultural. En la producción cultural, debe existir algo relacionado con la esencia de la cultura que hace que no sea industrializable. Aunque el producto cultural sea una mercancía desde el punto de vista de su promoción, distribución y venta, no es una mercancía como las demás, en virtud de que las leyes de acumulación de capital en el caso de la cultura no son aplicadas como en los otros sectores comerciales. De tal suerte, que las industrias culturales se definirán según el enfoque económico, técnico o cultural en cada país y, por otro

²² *Ibid.*

lado, los teóricos de la economía, o de los medios de comunicación masiva no tendrán los mismos criterios que los profesionales de la cultura, o los responsables de las políticas culturales.²³

La sociedad moderna es una sociedad industrial. Sin la industria no podría concebirse la sociedad de masas. En la actualidad, una de las expresiones más utilizadas es "sociedad de masas", que refleja actitudes aristocratizantes o de protesta por lo que aún cuando el término es descriptivo, implica ciertos juicios de valor y formas que caracterizan a la sociedad contemporánea. Cualquiera que sea el nombre que se le dé, es evidente que la cultura moderna introduce al mercado grandes masas de personas, productos culturales, ideas, decisiones políticas que son diferentes en las culturas precedentes, ya sean populares, tradicionales, aristocráticas o jerárquicas.

Las modernas técnicas industriales y los medios de comunicación facilitaron el contacto entre las sociedades; a su vez, la tecnología moderna simplifica el trabajo del hombre y le ofrece nuevos recursos, experiencias, sensaciones y formas de comunicación que suscitan la introspección y por ende intensifican la individualidad. Edward Shils, afirma que las categorías fundamentales de la vida cultural son iguales en todas las sociedades.²⁴ En todos los estratos de una determinada sociedad el esfuerzo por explorar el universo, comprender el sentido de los acontecimientos, el ponerse en contacto con lo sacro o cometer un sacrilegio, el afirmar los principios morales y de justicia (o la negación de éstos), la búsqueda de lo desconocido, la estimulación de los sentidos a través del uso de la palabra, sonidos, formas y colores constituyen los elementos fundamentales de la existencia de la cultura.

²³ Carlos Juan Moneta "Identidades y políticas culturales en proceso de globalización e integración regional" en Néstor García Canclini y Carlos Juan Moneta (coords.) op. cit.

²⁴ Edward Shils "La sociedad de masas y su cultura" en Daniel Bell, Dwight MacDonal, et al op. cit.

El mundo ha vivido desde hace más de cincuenta años un cambio tecnológico, en donde las comunicaciones, la informática, y la electrónica han revolucionado las formas tradicionales de producción, distribución y consumo de la cultura. Las industrias culturales (cine, radio, discos, libros y televisión) han experimentado cambios tecnológicos importantes que han transformado a su vez las características técnicas, la producción, distribución y consumo, la calidad de los productos y el marco geográfico en donde se llevan a cabo. También han surgido innovaciones tecnológicas que han dado lugar a nuevas industrias y productos de mejor calidad que los tradicionales. La computadora ha surgido como una herramienta que ha modificado la creación, los sistemas de producción y la libre circulación de las industrias culturales, a la vez que ha permitido traspasar las fronteras geográficas de los países.

1.2 Debate en torno a la protección de las industrias culturales en el marco del Acuerdo Canadá-Estados Unidos.

El 2 de enero de 1988, luego de dos años de negociaciones ininterrumpidas fue rubricado el Acuerdo de Libre Comercio entre Canadá y Estados Unidos, el cual entró en vigor el 1 de enero de 1989. El Acuerdo culmina las recomendaciones de la *Comisión MacDonald* de 1985 (Reporte de la Real Comisión sobre la unión económica y sobre las perspectivas de desarrollo de Canadá) y diversas reuniones ministeriales. A través de dicho Acuerdo, Canadá y Estados Unidos se comprometían a eliminar los obstáculos al comercio de bienes y servicios, los cuales consistían en barreras arancelarias y no arancelarias, disparidades en la legislación fiscal, así como la revisión de reglas de acceso a los mercados públicos.

Asimismo, el Acuerdo permitiría a las empresas canadienses el acceso sin barreras a un amplio mercado (uno de los más ricos y dinámicos del mundo) con

el propósito de estimular el crecimiento de la productividad, el desarrollo económico, la competitividad y el mejoramiento de la calidad de los productos. Además, contribuiría a la reducción de disputas comerciales, generadas por acciones gubernamentales.²⁵

El Acuerdo de Libre Comercio entre Estados Unidos y Canadá contempla 20 capítulos, 145 artículos y varios anexos. De ellos, sólo el capítulo 20 "Otras provisiones" contiene 4 artículos relativos a asuntos culturales²⁶. Por ejemplo, el Artículo 2004 establece que los dos países cooperarán en la Ronda Uruguay del GATT y en otros foros para el mejoramiento y la protección de la propiedad intelectual y el Artículo 2005 señala que las industrias culturales quedan exentas de todas las disposiciones del acuerdo, salvo cuatro puntos específicos.²⁷ El párrafo 1 del Artículo 2005 exenta a las industrias culturales de ambos países. En efecto, cada país es libre de mantener y enmendar las medidas existentes y las no conformes, así como de introducir nuevas de manera unilateral a beneficio directo o indirecto de las industrias culturales de cada país. Dichas reglas pueden incluir la prohibición a personas de un país a controlar o apropiarse de una o más clases de industria cultural de la otra nación, así como la introducción de impuestos u otras iniciativas regulatorias y/o legislativas diseñadas para incrementar la viabilidad de las industrias culturales internas.

²⁵ The Canada-US Free Trade Agreement, Text and Explanatory Notes Ottawa. Canadian Government Printing Office, febrero de 1988. Chapter 20 Other Provisions, pp 295-301. Traducción libre.

²⁶ Otras tres disposiciones tocan brevemente el tema de la cultura en el Acuerdo: 1) se acepta el establecimiento de controles a las importaciones por razones de moral pública y para la protección de tesoros nacionales de valor artístico, histórico o arqueológico; 2) El Acuerdo se refiere en su capítulo 14 a servicios diversos, dentro de los cuales hay algunos relacionados con la cultura, por ejemplo la definición de mecanismos para establecer estándares y requisitos profesionales mutuamente aceptables para la prestación de servicios arquitectónicos; 3) El capítulo 15 hace referencia a las facilidades migratorias que se otorgarán temporalmente a técnicos, profesionistas, maestros, científicos y hombres de negocios, para el cumplimiento de sus servicios.

²⁷ The Canada-US Free Trade Agreement. op. cit.

Los cuatro puntos específicos que sí se incluyen en el acuerdo son los siguientes:

- 1) Se acordó la eliminación de impuestos a componentes o productos de industrias culturales tales como libros y revistas, películas, discos, casetes, cintas, instrumentos musicales, cámaras de fotografía y cine.
- 2) Canadá se obligó a pagar, a precio de mercado libre, en caso de que quisiera adquirir una empresa cultural ubicada en su territorio que quedara, como consecuencia de una operación en el extranjero, de manera accidental en propiedad de un inversionista estadounidense.
- 3) El Artículo 2006 protege los derechos de autor de los propietarios de programas transmitidos por estaciones lejanas y retransmitidos por cable.
- 4) El Artículo 2007 obligó a Canadá a derogar el requisito vigente a esa fecha de que los periódicos y revistas tuvieron que ser formados e impresos en Canadá con el fin de que los anunciantes pudieran realizar las deducciones fiscales.

A pesar de que las industrias culturales quedaron prácticamente excluidas de la aplicación del Acuerdo Canadá - Estados Unidos, un párrafo dio lugar a amplias críticas de la comunidad intelectual canadiense y de los encargados de las industrias culturales, en virtud de que señala que:

Sin importar cualquier otra precisión del presente acuerdo, cualquiera de las partes podrá tomar represalias comerciales equivalentes, en respuesta a acciones que de no ser por el párrafo anterior (de exclusión de las industrias culturales) serían inconsistentes con el presente acuerdo²⁸.

La interpretación que se ha dado a este confuso párrafo estriba en que la exclusión de la cultura es sólo una excepción parcial para ciertas industrias culturales y que deja abierta la posibilidad de represalias en otros sectores, sin un mecanismo de solución de controversias de por medio. Por lo tanto, el aspecto cultural que debiera haber quedado totalmente fuera del tratado, en realidad creó incertidumbre.

²⁸ *Ibid.* p.9 Traducción libre.

El gobierno canadiense decidió que no era necesario un estudio sobre las industrias culturales de Estados Unidos antes de negociar el acuerdo comercial. La crítica canadiense afirmaba que la presencia cultural de Estados Unidos en Canadá se encontraba muy extendida y que éste pretendía ampliarla aún más. Podemos pensar que la lógica de la excepción cultural se deriva de la intención de Canadá de preservar su patrimonio cultural, manteniendo la protección a sus industrias culturales a través de un conjunto de subsidios, regulaciones y barreras muy diversas. Este proteccionismo, se justifica porque a diferencia de Canadá, la industria cultural estadounidense está abierta y orientada por el mercado, apoyada por millonarios y sus fundaciones culturales. No obstante, el papel del Estado como promotor y regulador de la cultura se expandió en 1960, a pesar de la desregulación y recortes presupuestales y las críticas en contra de los subsidios federales para la promoción de la cultura. En el caso de Estados Unidos, los fondos se obtienen a través de exención de impuestos y de subsidios a artistas e instituciones a fin de estimular el patrocinio a la cultura por parte de individuos y empresas.

Después de la firma del Acuerdo, la Administración del presidente Ronald Reagan señaló que las políticas culturales canadienses constituían una barrera al libre comercio y advertía que tomaría medidas para desalentar el ejercicio del Artículo 2005 del Acuerdo Bilateral, no apoyando la creación de barreras similares por parte de otros países.²⁹ La percepción de que las políticas estadounidenses son óptimas y no intervencionistas y la de que los canadienses son proteccionistas, ha dado como resultado que Canadá realice concesiones más allá de los compromisos que se habían planteado. Un ejemplo es el caso de la homologación de las tarifas postales para revistas, medida que favorece la circulación de las revistas estadounidenses; otros ejemplos son los cambios en la legislación sobre la distribución de obras cinematográficas y la eliminación de restricciones a la

²⁹ Mauricio de María y Campos “ Las industrias culturales y de entretenimiento en el marco de las negociaciones del Tratado de Libre Comercio” en Gilberto Guevara Niebla y Néstor García Canclini (coords.) La Educación y la Cultura ante el Tratado de Libre Comercio, México, Nueva Imagen 1992.

propiedad y el control de empresas editoriales extranjeras. De ese modo, las políticas canadienses se han "armonizado" con las estadounidenses en aspectos provistos por el Acuerdo. En contraparte, no habido ningún ajuste por parte de Estados Unidos. Esta situación pone en duda la eficacia de la exclusión de la cultura en el Acuerdo.

En 1997, uno de los incidentes que causó polémica –tratado en forma amplia en los medios canadienses–, fue el caso de la revista *Sports Illustrated*, en la que la publicidad y el contenido canadiense, así como el pago de impuestos postales, fueron objeto de discusión. El hecho causó controversia y dio la pauta para que el tema de la protección de las industrias culturales fuera llevado al seno de la Organización Mundial de Comercio. De ese modo, Canadá enfrentó una de las disputas comerciales más importantes con Estados Unidos.³⁰

Según un estudio del Centro Canadiense-Americano de la Universidad de Maine:

Se supone que la cultura de Estados Unidos opera al margen de la intervención del Estado, cuando en realidad todos los niveles de gobierno están involucrados de manera directa o indirecta en la promoción y protección de la cultura a través de múltiples formas de financiamiento y regulación. Sobre todo a través de iniciativas privadas y locales, la "mano invisible" del gobierno está presente de manera activa.³¹

El 17 de febrero de 1999, el entonces Ministro de Comercio Internacional de Canadá, Sergio Marchi, dio a conocer un reporte del Grupo de Consultas

³⁰ Esta situación creó divisiones entre el entonces Ministro de Comercio, Art Eggleton y la Ministra del Patrimonio Canadiense, Sheila Copps. Eggleton ponía en duda la protección a las industrias culturales canadienses mientras que Copps insistía en la defensa de estas industrias y buscaba apoyo en Francia para la protección de las industrias culturales en el seno de la Organización Mundial de Comercio.

³¹ Graham Carr "Trade and Liberalization and the Political Economy of Culture: An International Perspective on FTA" en Canadian-American Public Policy, núm. 6, junio de 1991. Traducción libre.

Sectoriales de las Industrias Culturales en el Comercio Internacional (SAGIT,³² por sus siglas en inglés), intitulado *Canadian Culture in a Global World: Strategies for Culture and Trade*,³³ en el que se establecen los lineamientos e ideas de las industrias culturales de Canadá y la posibilidad de continuar promoviendo la diversidad cultural en un mundo cambiante, así como la posibilidad de mantener y promover las industrias culturales canadienses en futuras negociaciones comerciales. El Ministro Marchi consideró el informe como un ejemplo de la participación ciudadana en temas relevantes. Asimismo, señaló que el gobierno canadiense consideraba que los temas de cultura y comercio eran importantes no sólo para Canadá, sino también para otros países.³⁴

En este sentido, Canadá considera a la cultura "como el corazón de una nación" y afirma que cuando los países cuentan con una economía sólida, necesitan una cultura fortalecida y fuertes lazos culturales para mantener su soberanía y el sentido de identidad nacional. El impacto de la globalización en el mundo se ha manifestado en la reafirmación de las culturas locales.

En Canadá, las industrias culturales de libros, revistas, música, cine, radio y televisión reflejan la identidad canadiense. Estas industrias dan forma al desarrollo de la sociedad, promueven el mutuo entendimiento y fomentan el orgullo de la identidad canadiense, por lo que desempeñan un rol esencial para la sociedad. Las industrias culturales canadienses se han caracterizado por enfrentar el reto de competitividad frente a productores culturales extranjeros. Gracias a la creatividad de los artistas canadienses y al empeño de sus productores, aunado a los

³² El Grupo de Consultas Sectoriales de las Industrias Culturales en el Comercio Internacional forma parte del sistema consultivo del gobierno federal en comercio internacional y se encarga de proveer los medios para que el Ministerio de Asuntos Exteriores y Comercio Internacional y el Ministerio del Patrimonio Canadiense consulte con los representantes de las industrias culturales canadienses.

³³ *Canadian Culture in a Global World: New Strategies for Culture and Trade*. Ottawa, The Cultural Industries Advisory Group on International Trade, 1999.

³⁴ *Ibid.*

programas y políticas de gobierno para la promoción de la cultura, Canadá ocupa un lugar importante en el desarrollo de estas industrias.

La estrategia utilizada por Canadá es la combinación de incentivos financieros, medidas fiscales, requerimientos de contenido canadiense, regulación a la inversión extranjera, herramientas de propiedad intelectual para la promoción de la cultura canadiense. El trabajo conjunto del gobierno y el sector cultural ha permitido políticas regulatorias que permiten a los canadienses tener acceso a la cultura a nivel mundial pero manteniendo la identidad de la cultura canadiense.

1.2.1 Desarrollo de nuevas estrategias canadienses como resultado de las negociaciones del Acuerdo Canadá-Estados Unidos.

Miembros del Grupo Consultivo del Sector de las Industrias Culturales y Comercio Internacional (SAGIT), examinaron los retos que enfrentan las industrias culturales canadienses. En su reporte analizan la situación actual de las industrias culturales canadienses y las políticas culturales de otros países, así como la creciente presión de la tecnología y los acuerdos comerciales internacionales, estableciendo dos opciones para Canadá en política cultural comercial. La primera, es una estrategia de exención cultural empleada en el pasado, la cual excluye a la cultura de la mesa de negociación en los acuerdos internacionales comerciales. La segunda, una nueva estrategia que involucre la negociación de un nuevo instrumento internacional que se refiera en específico a la diversidad cultural y al conocimiento del verdadero rol de las políticas culturales internas.³⁵

Asimismo, señalan que existe una preocupación a nivel mundial acerca del impacto de los acuerdos comerciales internacionales y la inversión en el sector de

³⁵ *Ibid.*

la cultura. En este sentido, Canadá ha tenido logros importantes en las relaciones entre acuerdos comerciales y políticas culturales.

Las estrategias empleadas en el pasado para mantener a los productos culturales y servicios culturales fuera del tratamiento de otros bienes y servicios no son suficientes, es tiempo de que Canadá tome decisiones importantes sobre si se define como simple productor y consumidor de bienes y servicios comerciales o si está preparado para reafirmar la importancia de la diversidad cultural y la capacidad de cada país de asegurar que las experiencias culturales sean accesibles a todos sus ciudadanos y al resto del mundo. Los miembros del SAGIT consideran que así como los países protegen y promueven la biodiversidad, ya es tiempo de que se unan para promover y proteger la diversidad cultural.

Durante una visita de la Ministro del Patrimonio Canadiense, Sheila Copps, en el marco de la Segunda Reunión de la Red Internacional sobre Políticas Culturales celebrada en mayo del 2000, en Oaxaca, México, la Ministro mencionó que aunque existen grandes oportunidades para tener acceso cada vez mayor a la cultura y a la expresión creativa, el mundo enfrenta el peligro de ser una "galería comercial de la cultura": la monocultura. Asimismo, señaló que la cultura no puede reducirse a un asunto de mercado, ésta tiene que ver con la identidad, valores y una manera de concebir la vida.

1.2.2 Impacto de la política cultural canadiense

Los objetivos de la política cultural canadiense son básicamente dos: a) desarrollar el contenido canadiense³⁶ y b) asegurar que este contenido canadiense esté disponible para todos los canadienses, sin límite de acceso a los productos

³⁶ Por contenido canadiense se entiende la difusión y promoción de los valores y tradiciones culturales canadienses.

culturales extranjeros. Como resultado, Canadá cuenta con uno de los mercados más abiertos para los productos culturales extranjeros en el mundo. Lo que ha provocado que sea extremadamente difícil para las compañías canadienses pequeñas competir con las grandes y bien capitalizadas empresas extranjeras para colocarse dentro de su propio mercado. Como se sabe, la producción para un mercado pequeño es costosa por lo que las compañías canadienses tienen pocas oportunidades para mejorar los precios y los costos de producción pueden ser una barrera importante.

La proximidad con Estados Unidos (80% de los canadienses viven cerca de la frontera) y el hecho de compartir un mismo lenguaje contribuye para que los canadienses de habla inglesa sean una extensión para el mercado estadounidense y sus productos. En contraste, el mercado canadiense de habla francesa, cuenta con una barrera natural al tener un idioma diferente. Es un hecho que la competencia extranjera domina el mercado cultural canadiense.

De acuerdo con *Statistics Canada*, las compañías extranjeras cuentan con:

- 45% de la venta de libros en Canadá;
- 81% del consumo de revistas en inglés en los establecimientos canadienses y el 63% de la circulación de ingresos por concepto de revistas;
- 79% (casi \$910 millones de dólares canadienses) de las ventas al mayoreo de cintas, CDs, conciertos, mercancía musical y música impresa.
- 85% (\$165 millones de dólares canadienses) de los ingresos por distribución de películas y;
- Entre 94 y 97% del tiempo en escena en los teatros canadienses. Esta situación es más extrema en la industria cinematográfica en donde los estudios de Hollywood a través del tiempo han considerado a Canadá como parte de su mercado.³⁷

³⁷Statistics Canada, Septiembre de 2000.

No obstante, tomando en cuenta el tamaño y la apertura de su mercado, Canadá ha desarrollado un sector cultural relativamente fuerte. Sin embargo, a pesar del gran consumo las industrias culturales canadienses no mantienen sus finanzas de esos productos, sino que obtienen sus ingresos de la distribución y representación comercial de compañías extranjeras que importan productos culturales que se venden a través de subsidiarias de las compañías productoras o distribuidoras extranjeras.³⁸ Para enfrentar estos retos, el gobierno canadiense ha promovido una serie de medidas para fortalecer a las industrias culturales a través de apoyos a la promoción industrial y cultural, regulación de nuevos sistemas de distribución y la revisión de la Ley de Inversión Extranjera.

1.3 Las industrias culturales dentro del Acuerdo Trilateral México, Estados Unidos y Canadá

En enero de 1994 entró en vigor el Tratado de Libre Comercio de América del Norte, constituido por un bloque comercial de 360 millones de habitantes. Con este tratado México, Estados Unidos y Canadá se dotaban de un marco jurídico para regular e incrementar sus relaciones económicas a través de una mayor apertura de sus mercados mediante un compromiso de eliminar los obstáculos arancelarios y no arancelarios para fomentar el intercambio comercial y establecer mecanismos para dirimir las controversias de orden mercantil.³⁹

Canadá es el principal socio comercial de Estados Unidos y es dos veces más grande su comercio con EU que el que mantiene éste con México.⁴⁰ Por su parte,

³⁸ Una excepción son los medios masivos de comunicación que están regulados por leyes que exigen un 80% de participación de propiedad nacional, y son competitivas porque emplean programación extranjera para financiar la programación nacional.

³⁹ Luis Rubio ¿Cómo va afectar a México el Tratado de Libre Comercio?. México, Fondo de Cultura Económica, 1992.

⁴⁰ En esos años, el comercio entre México y Estados Unidos ascendía a más de 60 mil millones de dólares, mientras que con Canadá era de mil doscientos. Véase ¿Qué es el TLC?, México, SECOFI, 1992.

con el Tratado México y EU se formalizaba e institucionalizaba una integración que ya existía en los hechos, pues históricamente a él dirigimos más del 70% de nuestras exportaciones. En este sentido, el propósito expreso del TLCAN es aumentar el comercio entre los tres países fomentando con ello una mayor especialización de cada economía. Asimismo, asegurar que las ventajas del Tratado se otorgaran sólo a los bienes producidos en el área de América del Norte y no a bienes que se elaboran total o en su mayor parte en otros países. Igualmente, establecer reglas claras y reducir los obstáculos administrativos para los exportadores, importadores y productores que realicen actividades comerciales en el marco del Tratado.

Respecto a esto último, destaca el programa de desgravación arancelaria, el cual plantea la eliminación progresiva de los aranceles sobre bienes originarios de acuerdo con las listas de desgravación. Para tal fin, la eliminación del arancel puede ser de un término inmediato a la entrada en vigor, 5, 10 y 15 años. El arancel de partida con el que se inicia el programa de desgravación de Estados Unidos y Canadá es el arancel del Sistema General de Preferencias, es decir el arancel preferencial o de la nación más favorecida que para México es el arancel aplicado.

El tema de las industrias culturales durante las negociaciones del Tratado causó desavenencias debido a las distintas posturas que sostuvieron los tres países. Canadá, al igual que lo hizo con el acuerdo Estados Unidos-Canadá, se negó a incluir las industrias culturales en las negociaciones del TLCAN por considerar que las industrias culturales no podían ser tomadas como mercancías que se pueden dejar al vaivén de las fuerzas del mercado; asimismo, argumentó que ciertos productos culturales –como los del sector audiovisual– tenían consecuencias acumulativas en el ámbito de la cultura y en términos de su contribución a la definición de identidades. Esta posición llevó a que algunos representantes canadienses amenazaron con retirarse de las conversaciones si se pretendía

incluir a las industrias culturales en el tratado.⁴¹ Como es sabido, en Canadá las políticas culturales son consideradas prioritarias en la construcción y fortalecimiento de su identidad como un país pluricultural y diverso.

En el caso de México el tema no fue considerado relevante –en parte por la escasez de estudios sobre ese sector que indicara los riesgos y oportunidades en el marco del Tratado– por lo que no le prestó mayor importancia a la negociación de las industrias culturales. Al respecto, el jefe de los negociadores mexicanos señaló que las industrias culturales no eran importantes, ni estratégicas, para nuestro país.⁴²

Estados Unidos por el contrario mantuvo en todo momento su decisión de incluirla en el Tratado. Esta postura, en gran medida, se debió a que ese país las considera como industrias de entretenimiento, lo que le permitía considerarlas como negocios, además del impacto en el PIB, el empleo y la generación de divisas que le proporciona ese sector.⁴³ Como se sabe, una de las principales exportaciones de EU son los productos del entretenimiento y espectáculos, que están relacionados directamente con la cultura, de ahí el interés de EU de tratar a la cultura como cualquier otra industria.

El Tratado de Libre Comercio de América del Norte, si bien no trató explícitamente el ámbito de las industrias culturales si contiene algunas disposiciones al respecto, por ejemplo, en la Octava Parte del TLCAN denominado Otras Disposiciones, Capítulo XXI: Excepciones, el artículo 2106 aborda las Industrias culturales, en el artículo 2107 sobre definiciones, las industrias culturales se definen como:

⁴¹ Mauricio de María y Campos “Las industrias culturales y de entretenimiento en el marco de las negociaciones del Tratado de Libre Comercio” en Gilberto Guevara Niebla y Néstor García Canclini (coords.) op. cit.

⁴² Néstor García Canclini “Prehistoria económica y cultural del Tratado de Libre Comercio” en *Ibid.*

⁴³ De María y Campos op. cit.

Industrias culturales significan toda persona que lleve a cabo cualquiera de las siguientes actividades:

- a. la publicación, distribución o venta de libros, revistas, publicaciones periódicas o diarios impresos o legibles por medio de máquina, pero no incluye la actividad aislada de impresión ni de composición tipográfica, ni ninguna de las anteriores;
- b. la producción, distribución, venta o exhibición de grabación de películas o video;
- c. la producción, distribución, venta o exhibición de grabaciones de música en audio o video;
- d. la publicación, distribución o venta de música impresa o legible por medio de máquina, o
- e. la comunicación por radio en la cual las transmisiones tengan el objeto de ser recibidas por el público en general, así como todas las actividades relacionadas con la radio, televisión y transmisión por cable y los servicios de programación de satélites y redes de transmisión.⁴⁴

Cabe señalar que a pesar de que las industrias culturales quedaron excluidas del TLCAN de manera explícita, hubo aspectos —como los de los referidos a derechos de autor y telecomunicaciones— que tenían relación con el sector audiovisual (cine, televisión y video). Es decir, en el caso de las industrias culturales audiovisuales la liberalización y apertura de los mercados entre México, Estados Unidos y Canadá (aunado a la modernización, adopción y generalización de nuevas modalidades tecnológicas de distribución de señales) aceleró el desarrollo de ese sector. Asimismo, no obstante esa ausencia, el Tratado ha incentivado una amplia interacción de nuestro país con Estados Unidos y Canadá posibilitando oportunidades para la televisión mexicana, su industria fílmica y editorial en esos países.

⁴⁴ Tratado de Libre Comercio, SECOFI, 1994.

1.3.3 La experiencia mexicana

La posición de México en un principio fue de poco interés sobre el tema, bajo el argumento de que el país contaba con una cultura nacional sólida y milenaria. Posteriormente, su posición se modificó manifestando que la cultura no estaría en la mesa de negociaciones⁴⁵ (como el petróleo y los trabajadores migratorios). Los representantes mexicanos consideraron a la cultura como parte fundamental de nuestra identidad nacional, por lo que la cultura no podría ser inscrita en ningún tratado o convenio que no tuviera la finalidad de reforzar sus valores y tradiciones.

En relación al binomio cultura-TLCAN, en México, se planteó que la cultura a lo largo de los siglos ha tenido un libre comercio permanente, debido a que las corrientes que la han enriquecido son las que han abierto las puertas a otras culturas sin la necesidad de acuerdos comerciales. Sin embargo, se reconoció que más allá de las negociaciones formales y los aspectos legales del TLCAN una mayor circulación de bienes implicaba una mayor relación social entre los países, con claras repercusiones en el ámbito cultural.⁴⁶

Otro de los debates en México sobre el TLCAN y la cultura se dio en torno al supuesto de que con la entrada en vigor de dicho tratado se eliminarían los subsidios a la cultura en un intento de que ésta fuera autosuficiente. Dicha posición no avanzó, al final se consideró que es una obligación del Estado el financiamiento de la cultura, ya que no sólo se pagan impuestos para contar con los servicios fundamentales, sino también para el fomento a la cultura. De lo contrario, los creadores culturales y artistas se verían obligados a regirse por criterios de rentabilidad económica.

⁴⁵ Sin embargo, México aceptó que el capital estadounidense participara en un porcentaje no mayor al 20%, siempre y cuando no se otorgara el control de la empresa, en la explotación de canales de radio y televisión.

⁴⁶ Véase por ejemplo, Samuel Ramos, El Perfil del Hombre y la cultura en México, México, Colección Austral, Editorial Espasa Calpe, 1947; y Octavio Paz El Laberinto de la Soledad, México, Fondo de Cultura Económica, 1982.

El economista mexicano Mauricio de María y Campos analizó (en 1992), el tema de las industrias culturales en el contexto del TLCAN, en un documento que presentó en la Fundación Nexos.⁴⁷ De María y Campos argumentó que sería preferible evitar la inclusión de las industrias culturales y de entretenimiento en el TLCAN, dado que no se observaba que México pudiera ganar algo y en cambio si podría implicar desequilibrios y amenazas para algunas industrias nacionales.⁴⁸ De María y Campos tenía razón respecto a que México aún antes del TLCAN ya contaba con inversiones extranjeras en la industria del libro mexicano --por ejemplo, España es uno de los países con los que ha tenido intercambios editoriales importantes. Sin embargo, no tenía razón en cuanto a los beneficios, pues con la entrada del TLCAN el sector editorial se ha beneficiado de la accesibilidad de una gran variedad de insumos (como la maquinaria industrial tipográfica y algunos insumos tecnológicos) que requiere y benefician a la edición de libros, mejorando su calidad, aunque al mismo tiempo encarecen los productos editoriales.

En el contexto del TLCAN se tocan de manera tangencial algunos productos de las industrias culturales. En general, el régimen jurídico de estas industrias permanece vigente y los únicos aspectos en los cuales existe mayor apertura (en relación con el acuerdo comercial entre Estados Unidos y Canadá) a la entrada en vigor del TLCAN, son:

- Industria editorial.- Anterior al TLCAN, se aceptaba la inversión extranjera con un 49% y/o 100 % en ese ámbito, incluyendo los periódicos con previa autorización de la Comisión Nacional de Inversiones Extranjeras (CNIE). Con

⁴⁷ Véase El Financiero, 27 de febrero 1992, pág. 15.

⁴⁸ Las asimetrías económicas y técnicas entre México y Estados Unidos son muy marcadas en las industrias culturales. El tema cultural que más interesaba a Estados Unidos era el de protección de la propiedad intelectual (patentes, marcas, diseños industriales, derechos de autor, *software*, derechos de transmisión y retransmisión), este interés ha sido cubierto por los cambios en las legislaciones mexicanas correspondientes, a lo cual los estadounidenses consideraron "ejemplares" debido a que igualan o incluso superan la protección que conceden los países desarrollados.

la entrada en vigor del TLCAN, se acepta la inversión extranjera hasta del 100% sin la necesidad de la autorización de la CNIE, pero en el caso de los periódicos se restringe al 49 %.

- **Televisión por cable.-** Esta actividad estaba reservada a mexicanos, pero con el TLCAN se permitió hasta un 49% de inversión extranjera.
- **Radio y televisión.-** Permanecen vigentes las disposiciones que reservan el sector a los mexicanos y a las sociedades mexicanas con cláusula de exclusión de extranjeros, así como las que exigen el empleo del idioma español en las emisiones. De igual forma, se mantienen las obligaciones del contrato de un mínimo de personal mexicano y de la obtención de la autorización por parte de la Secretaría de Gobernación para los locutores y presentadores extranjeros.
- **Cinematografía.-** En el pasado, el 50% del tiempo de pantalla se encontraba reservado para las películas mexicanas. Con el TLCAN el tiempo de pantalla se redujo a 30%. Además, el requisito de donación de una copia de toda película a la Cineteca Nacional se modifica para fijar la obligación de donar dos de cada cinco películas importadas.
- **Propiedad intelectual.-** La nueva Ley de Propiedad Intelectual continúa vigente con el TLCAN y se obtuvo protección para las antiguas películas mexicanas que se exhibían en Estados Unidos sin el pago de derechos.
- **Patrimonio cultural.-** El TLCAN incorporó al artículo XX del Acuerdo General de Aranceles Aduaneros y Comercio (GATT), que permitía las restricciones al comercio con objeto de proteger los bienes declarados tesoros nacionales, de valor histórico, artístico o arqueológico. Por esta razón, las disposiciones

recogidas en la Ley de Monumentos y Zonas Arqueológicas, Históricas y Artísticas permanecen vigentes.⁴⁹

Aún con la exclusión de las industrias culturales del TLCAN, sigue pendiente el diseño de un proyecto cultural nacional activo y participativo, que refleje la pluralidad de culturas, etnias y corrientes de pensamiento de un México con una riqueza cultural importante.

1.3.2. La experiencia canadiense.

Canadá es miembro de la Organización Mundial de Comercio (OMC), ha firmado varios acuerdos comerciales regionales --como el Tratado de Libre Comercio de América del Norte--, y es participante activo de negociaciones comerciales internacionales. En la mesa de negociaciones de la Ronda Uruguay del GATT (1986-1994), 123 países participaron y se beneficiaron de forma económica de este acercamiento comercial. En 1995 los países involucrados en las negociaciones de la Ronda Uruguay acordaron el establecimiento de la Organización Mundial de Comercio (OMC) con el propósito de integrar los nuevos acuerdos comerciales que habían sido negociados y firmados por los países miembros. Ningún desacuerdo podría ser resuelto sin el procedimiento especial de solución de controversias.

En las negociaciones de la Ronda Uruguay, los miembros no estaban de acuerdo con excluir a la cultura del acuerdo comercial. Canadá no aceptaba la inclusión de ningún compromiso en el sector cultural y defendió sus políticas culturales para promover las industrias culturales; bajo el argumento de que los productos culturales no pueden ser vistos como mercancías. En los acuerdos comerciales bilaterales y regionales (tales como el TLCAN, el Tratado de Libre Comercio

⁴⁹ "La cultura no se negocia ni se inscribe dentro del TLC" en Excélsior, 22 de septiembre de 1992.

Canadá-Israel y Tratado de Libre Comercio Canadá-Chile), Canadá siempre ha negociado la "excepción cultural". Como se sabe, las industrias culturales en Canadá cuentan con un amplio apoyo del gobierno, el cual considera que la producción cultural es una herramienta para sostener y promover la identidad nacional constantemente acosada por la penetración cultural de entretenimiento de Estados Unidos.⁵⁰ Con estas provisiones, tienen el derecho de excluir a las industrias culturales de la mayoría de los términos de los acuerdos comerciales.

Según datos del Ministerio de Patrimonio Canadiense, se destinan al año 20 millones de dólares estadounidenses tan sólo al Programa de Desarrollo de la Industria Editorial del Libro, cuyo objetivo es producir y promover libros de autores canadienses a nivel nacional e internacional. Asimismo, co-patrocina con bancos privados un fideicomiso que cada año canaliza créditos por 20 millones de dólares a editoriales para la edición de libros.⁵¹ Existen otros 18 programas federales y varios a nivel provincial que apoyan la producción literaria nacional tanto en inglés como en francés. Entre ellos destaca el Programa en Bloque de becas editoriales, el cual subsidia la publicación de libros para reducir sus costos, becas de subsidio a editoriales noveles, (con contribuciones anuales de hasta 25 mil dólares para apoyar su desarrollo), becas de traducción a cualquiera de los dos idiomas oficiales o a lenguas indígenas, financiamiento para viajes de promoción, becas de traducción a idiomas extranjeros, así como proyectos cooperativos de escritura y publicación.

Por otra parte, el Ministerio de Asuntos Extranjeros y Comercio Internacional asiste en la exportación y mercadotecnia de libros en el extranjero; el Ministerio de la Industria, aporta créditos y comparte riesgos en pequeñas empresas editoriales

⁵⁰ La Ministra del Patrimonio Canadiense, Sheila Copps, señaló en reiteradas ocasiones durante las negociaciones del TLCAN, que el gobierno considera una prioridad la defensa de su industria editorial y las demás industrias culturales, en cuya defensa ha librado varias disputas comerciales internacionales con Estados Unidos, en virtud de que la penetración de las publicaciones estadounidenses al mercado canadiense al igual que las películas y los programas de televisión amenaza constantemente a la industria nacional.

⁵¹ Statistics Canada, mayo de 2000.

y el Consejo Nacional de Investigación en Ciencias Sociales y Humanidades apoya la difusión y comercialización de trabajos editoriales para garantizar la independencia financiera de las editoriales que publican obras en esa materia.

Por otra parte, cabe señalar que la inversión y el comercio de servicios y la propiedad intelectual se ha incrementado, por lo que Canadá propone negociar una amplia excepción cultural como parte de un nuevo tratado comercial internacional, en el que la excepción se aplique a todas las partes involucradas en el acuerdo.

A fin de que la excepción sea efectiva, esta debe tener en cuenta: a) ser tecnológicamente neutral, es decir que pueda ser aplicable a todas las actuales y futuras tecnologías; b) ser suficientemente detallada en cuanto a la prevención de disputas; c) tener la capacidad de juzgarse; d) no permitir ataques o amenazas; e) no estar sujeta a obligaciones que no pueda cumplir, o que frenen su capacidad de acción y; f) ser lo bastante completa para cumplir con las obligaciones adquiridas.

Sin embargo, la experiencia canadiense muestra que aún cuando las industrias culturales quedaron excluidas del tratado, las disposiciones del acuerdo en otras materias, la amenaza de acciones compensatorias en caso de que los intereses estadounidenses se consideren afectados y el mayor poder de negociación estadounidense se han traducido en importantes concesiones canadienses en el sector de las industrias culturales. Como resultado, Canadá busca la creación de un nuevo instrumento internacional que le permita al igual que otros países mantener las políticas de promoción y defensa de sus industrias culturales y buscar medidas y prácticas aceptables para cada una de las industrias culturales, en lugar de tratarlas en su conjunto.

El nuevo instrumento internacional propuesto por Canadá establece la importancia de la diversidad cultural y señala que dicho instrumento deberá reconocer que los bienes y servicios culturales son muy diferentes a otros productos, el reconocimiento de que las políticas y medidas tomadas aseguren el acceso a una variedad de productos culturales, que son diferentes de las otras políticas y medidas, el establecimiento de reglas internas y otras medidas que puedan o no ser utilizadas para fomentar la diversidad lingüística y cultural, y establecer la forma en que el comercio puede o no ser aplicable a medidas culturales con las reglas establecidas en los acuerdos.

1.3.3 La experiencia estadounidense

Estados Unidos considera a los productos culturales como simples formas de entretenimiento, sujetas a las reglas comerciales de la oferta y la demanda por lo que ve a Canadá como un campo fértil para la industria estadounidense. En Estados Unidos el mercado de la cultura y la industria del entretenimiento constituyen sectores importantes en términos de valor económico, laboral y de generación de divisas; por lo que a menudo es difícil trazar una línea de demarcación.

Por otra parte, la cultura estadounidense desempeña de manera implícita una función de propaganda. La comercialización mundial de libros, discos, televisión, videos y películas contribuyen a la promoción de los productos estadounidenses (marcas y hábitos de consumo) en el extranjero. Asimismo, difunden los valores de la sociedad estadounidense como medio de penetración cultural que busca la aceptación de sus políticas en otros países. El mercado hispano a su vez es una oportunidad para las industrias culturales mexicanas, pero está protegido por barreras tanto a nivel federal como estatal y gremial. A pesar de que se considera

a Estados Unidos un mosaico cultural, al mismo tiempo se caracteriza por una homogeneidad a través del *American Way of Life*.

Los estudios y las investigaciones sobre las industrias culturales demuestran que estas industrias adquieren cada vez mayor importancia en los flujos comerciales, inversiones y tecnología en los países y que para una economía como la de Estados Unidos (cada vez más enfocada a los servicios) las industrias culturales ocupan un lugar destacado en la generación de ingresos, empleos y divisas, además del papel estratégico en su política exterior.⁵² Por lo anterior, Estados Unidos buscó tanto en la Ronda Uruguay del GATT, como en el Acuerdo con Canadá y el TLCAN, la eliminación de cualquier obstáculo a la libre circulación de productos e inversiones en el sector de la cultura y el entretenimiento, y ha pugnado por el fortalecimiento de las legislaciones nacionales que protegen la propiedad intelectual.

La nueva redimensión tecnológica y el compromiso de la mayor parte de los países con la libre circulación de cultura e ideas hacen cada vez más difícil la existencia de barreras efectivas a la circulación de productos y servicios culturales y de entretenimiento. El interés de Estados Unidos en incluir a las industrias culturales en el Tratado a pesar de la resistencia canadiense y mexicana mostraba su intención de establecer precedentes para futuras negociaciones con otros países que vincularan el comercio y la cultura.

⁵² De acuerdo con María y Campos "En 1987, el PIB de algunas de estas actividades en Estados Unidos era el siguiente: Teledifusión y radiodifusión 12.7 billones de dólares; ingresos cinematográficos 20.7 billones de dólares; ingresos por producción teatral, orquestas, bandas y similares 6.3 billones de dólares" en Mauricio de María y Campos "Las industrias culturales y de entretenimiento..." op. cit. p. 252.

CAPÍTULO 2

2. La industria editorial en México.

2.1 Breve historia de la industria del libro en México.

Los pueblos indígenas que habitaron México antes de la llegada de los españoles, registraron los acontecimientos vividos a través de la tradición oral o por medio de la escritura en los códices. Los códices se pintaban sobre tiras de papel amate⁵³, o en pieles de animales como las de venado o de jaguar, sobre estas pieles se aplicaba una fina capa de pintura. Los colores más usados eran el rojo y el negro pero también existieron códices policromos. Los colores eran mezclados con resinas o aceite de chía. Su preparación era tan perfecta que aún hoy se conservan los jeroglíficos con colores vivos. Al igual que en los pueblos asiáticos y europeos, los manuscritos formaban rollos o se doblaban en forma de libro. Actualmente, se les conoce como códices, y en maya *Anahté*. Su longitud era en general de 9 a 10 metros y se doblaban en forma de acordeón. Los extremos se cubrían con maderas labradas que les daba el aspecto del libro que hoy conocemos.

Los códices se clasifican en prehispánicos⁵⁴ y posthispánicos⁵⁵, históricos, calendáricos o religiosos. Se sabe que los códices prehispánicos que resistieron al

⁵³ El procedimiento para obtener el papel en la época prehispánica era el siguiente: Las pencas de maguey o de la corteza del amate eran golpeadas con mazo de piedra sobre una superficie plana y dura, después de macerar la corteza del árbol de amate y haberla ablandado con el mazo, las fibras de la pulpa se sometían a la acción del agua con ceniza de madera de algunas plantas, durante un periodo de 2 a 3 meses. Estas fibras vegetales con ceniza, una vez que eran tratadas se volvían a macerar hasta obtener una pasta espesa, que era la celulosa que se adhería con un pegamento natural extraído de raíces vegetales. Las hojas obtenidas eran pulidas con una plancha de piedra, la cual servía para afinar y pulir. Una vez pulidas se les aplicaba a las hojas harina de maíz y un barniz natural que las volvía lustrosas, finalmente se cortaban con cristales de roca y obsidiana al tamaño deseado. Véase Fernando Rodríguez Díaz *El mundo del libro en México*, México, Editorial Diana, 1992.

⁵⁴ Los misioneros españoles recogieron las historias y tradiciones del mundo indígena en escritos que contenían numerosas ilustraciones, realizadas por los tlacuilos (escribanos indígenas). Fray Bernardino de Sahagún en su Códice Florentino utilizó ilustraciones hechas por indígenas al igual que Fray Diego Durán y

tiempo y a la destrucción deliberada son 21⁵⁶, tres de la región central; seis del grupo denominado Borgia o Tlaxcala-Puebla; nueve mixtecos o del Grupo Nuttal; y tres mayas. Exceptuando 4, los otros se encuentran en el extranjero, en diferentes bibliotecas o museos.

En los códices históricos se registraron los sucesos más importantes de la comunidad: peregrinaciones, genealogías y acontecimientos en los que participaba la comunidad. Los códices calendáricos tenían una función astrológica y cronológica al consignar fiestas religiosas y establecer los rituales de las ceremonias de culto. Los códices religiosos contenían a las deidades, y los atuendos que los caracterizaban, estos códices representaban la mitología de los pueblos indígenas.

En la Nueva España la imprenta fue un instrumento necesario para la conversión de los indios; los primeros impresos fueron doctrinas cristianas, confesionarios y gramáticas o vocabularios en lenguas indígenas o en castellano. A pesar de que existen diversos estudios sobre el tema, no ha sido posible precisar la fecha exacta en que funcionó la primera imprenta en América. Según Joaquín García Icazbalceta (uno de los bibliófilos mexicanos más destacados del siglo XIX) la imprenta llegó a México en 1536 con el fin de imprimir cartillas y pequeños trabajos urgentes. A principios del año siguiente se imprimió el primer libro llamado: *La escala espiritual para llegar al cielo*, escrito por San Juan Clímaco. De este libro no se conserva ningún ejemplar.

los colegiales de Tlatelolco en su Códice Badiano, en el que aparecen representaciones de plantas medicinales. Entre los códices prehispánicos más importantes destacan: Tira de la Peregrinación; Matricula de tributos, Borbónico, Borgia, Vaticano B ó 3373, Cospi, Fejérváry-Mayer, Laud, Aubin o de 1576, Mixtecos o del Grupo Nuttal, Vindobonesis, Colombino, Bodleiano, Selden I y II, Bécker I, Bécker II, Fragmento Gómez de Orozco y los mayas (Dresden, Peresiano, y Códice Tri-Cortesiano).

⁵⁵ Entre los códices posthispánicos más bellos y representativos destacan: Azcatitlán, Azoyú, Baranda, Crónica X, En Cruz, Durán, Florentino, Huichapán, Humboldt, Lienzo de Jucutácato, Kingsborough, Lienzo de Tlaxcala, Códex Magliabecchianus, Matritenses, Mendocino, del Museo de América, Osuna, Mapa Quinatzin, la Relación de Michoacán, Códice Vaticano A, Códice Sierra, Jeroglífico de Sigüenza, Códex Telleriano Remensis, Códice ó Tira de Tepechpan, Códice Tlotzin, Códice Xólotl, Códice de Yanhuitlán.

⁵⁶ Véase Víctor M. Castillo Farreras en *El testimonio de los códices del periodo postclásico en la Historia de México*, Editorial Salvat, 1979.

El obispo Fray Juan de Zumárraga, durante su estancia por España en 1533, solicitó al Consejo de Indias, facultades y privilegios para los primeros impresores en Nueva España, manifestando que sería muy útil y conveniente que existiera una imprenta y molinos de papel. La petición le fue concedida por el virrey Antonio de Mendoza, quien negoció con Juan Cromberger, famoso impresor de Sevilla, el envío a México de una imprenta con todos los aditamentos y los oficiales necesarios con el objeto de imprimir libros de doctrina cristiana.

Algunos bibliógrafos afirman que Juan Pablos (Giovanni Paoli), de Brescia, Italia, fue el primer impresor en la Nueva España, el cual realizaba sus trabajos en un taller que pertenecía a Juan Cromberger, sucursal de otro taller que Cromberger tenía en Sevilla, España. Joaquín García Icazbalceta⁵⁷, sostiene que el 22 de septiembre de 1538 el Rey de España ordenó a Cromberger imprimir una doctrina cristiana y una cartilla en lengua indígena de Michoacán. Así, el 22 de junio de 1539 se efectuó un contrato entre Juan Pablos, cajista, y Cromberger, impresor, para trasladarse a la Nueva España y hacerse cargo de una imprenta. Juan Pablos recibió 120 mil maravedíes que se distribuyeron entre prensas, tinta, papel así como gastos de viaje de él y su esposa, un oficial de nombre Gil Barbero, y un esclavo negro llamado Pedro.⁵⁸

Entre 1539 y 1548 las publicaciones que se imprimieron llevaron el nombre de Juan Cromberger, pero se especificaba que éste no era el impresor, sino sólo el dueño de la casa. Años después, en 1548, ya no aparece el nombre de Cromberger y sólo el de Juan Pablos. Este último trae a México al fundidor Antonio de Espinosa y al impresor Diego de Montoya. En 1558 se le quita a Juan Pablos la exclusividad de imprimir y Antonio de Espinosa funda un taller tipográfico

⁵⁷ En *Bibliografía Mexicana del Siglo XVI*, México, Fondo de Cultura Económica, 1954.

⁵⁸ Con motivo del Cuarto Centenario de la Imprenta en México, la Asociación de Libreros de México editó un libro en el que se menciona que fue en 1539 cuando llegó a México Juan Pablos, quien se instaló en la Casa de las Campanas, (hoy Calle de Moneda y Licenciado Primo de Verdad, en el Centro Histórico de la Ciudad de México) en donde se imprimió el libro llamado *Breve y más compendiosa doctrina cristiana en lengua mexicana y castellana*.

que funciona hasta 1592. Espinosa es considerado el segundo impresor de la Nueva España.⁵⁹

El cronista español Gil González Dávila en su obra publicada en Madrid entre 1649 y 1655, llamada *Teatro eclesiástico de la primitiva iglesia de las Indias Occidentales* afirma que "el primer impresor fue Juan Pablos, y el primer libro que se imprimió en el Nuevo Mundo fue el que escribió San Juan Climaco con el título *Escala Espiritual para llegar al Cielo*, que fue traducido por el padre Fray Juan de Estrada". González Dávila señala que fue Antonio de Mendoza quien llevó la imprenta a la Nueva España en 1532, pero se sabe que el Virrey Mendoza llegó en 1535, por lo cual las afirmaciones de González Dávila pierden validez.

Lo que es un hecho es que en el taller de Juan Pablos se imprimió en 1539 "*La Breve y compendiosa doctrina cristiana en lengua mexicana y castellana, que contiene las cosas más necesarias de nuestra Sancta Fe Católica, para aprovechamiento destes (sic) indios naturales y salvación de sus ánimas*", por mandato de Fray Juan de Zumárraga, primer obispo de la Nueva España. Esta obra es fuera de duda, el primer libro impreso en el Nuevo Mundo y en la primera imprenta de América.

Entre 1574 y 1600 existieron 16 imprentas⁶⁰ y varios destacados impresores, entre ellas la de Pedro Ocharte, quien se había casado con una hija de Juan Pablos, (a

⁵⁹ Cabe señalar que existe una versión de que la imprenta existió en la Nueva España anterior a Juan Pablos. En efecto, se cuenta con una anotación en los registros de la Nueva España de que Esteban Martín en 1529 había solicitado un predio para la construcción de un taller de impresión y de su casa. Según un acta del Cabildo de la Ciudad de México del 5 de septiembre de 1539, Esteban Martín, es reconocido como impresor y vecino de la Ciudad, pero no existe ningún libro publicado por alguien con ese nombre, probablemente sólo contaba con un modesto taller con una pequeña prensa de madera en donde se dice se imprimió la obra de San Juan Climaco, *La Escala Espiritual*, traducida del latín por Fray Juan de Estrada. Gabino Fernández Serna y Omar Vite Bonilla *La evolución del libro. Breviario histórico*, México, Instituto Politécnico Nacional, 1986.

⁶⁰ Se fundaron imprentas en otras ciudades además de la Ciudad de México. En Puebla la primera imprenta se fundó en 1640 y fue dirigida por Juan Blanco de Alcázar; en Oaxaca la primera imprenta se fundó en 1720 por Doña Francisca Reyes de Flores; en Guadalajara en 1792, por Mariano Valdez Téllez Girón; en Veracruz, en 1793, por Manuel López Bueno; en Mérida, Francisco Bates, mandó traer de Europa en 1813 los materiales para montar una imprenta dirigida por Josefa Hernández Hidalgo; en Zacatecas, Nazario Espinosa

quien se considera la primera mujer editora del mundo), Pedro Balli, el italiano Antonio Ricardo (quien después realiza trabajos de impresión en Lima, Perú), Enrico Martínez y Melchor Ocharte.⁶¹

El comercio de libros se realizaba a través de la Casa de Contratación de Sevilla, en la misma provincia y el monopolio que estableció por algún tiempo la Casa Cromberger. La mayoría de los libreros españoles consignaban a una o dos personas los embarques de libros, que llegaban a México vía Veracruz y de allí a su comprador, que a su vez los revendía.⁶² El mercado de los libros se basaba en la oferta y la demanda, que cambiaba según el gusto y preferencia de los lectores, además de las exigencias y censura de la Iglesia. Los misioneros o viajeros españoles en ocasiones se desplazaban con varios libros, los cuales contribuyeron a acrecentar las bibliotecas de los monasterios y la bibliografía de la Nueva España.

Respecto a los libros más leídos en la Nueva España podemos mencionar que los libreros o comerciantes de libros además de la producción novohispana, vivían de los libros de importación que llegaban de Sevilla⁶³. Los libros de caballería fueron

funda la primera imprenta en 1862. Véase Ernesto de la Torre Villar Breve Historia del Libro en México, México, UNAM, 1999.

⁶¹ Más tarde destacaron otros impresores: Luis Ocharte Figueroa, 1600-1601; Diego López Dávalos, 1601-1615; Cornelio Andrano César 1602-1633; Jerónimo Balli, 1608-1610; Juan Ruiz 1613-1675; Diego Garrido, 1617-1627; Bernardo Calderón, 1641-1684; Antonio Calderón Benavides, 1645-1649; Francisco Rodríguez Lupercio, 1658-1673; Bernardo Calderón, 1684-1703; y Diego Fernández de León, 1690-1710. Algunos de ellos no tenían talleres propios, pero trabajaban como impresores en talleres establecidos.

⁶² Entre los más ilustres bibliófilos de la Nueva España destaca el obispo de Puebla, Juan de Palafox y Mendoza, que forma en esa ciudad la famosa Biblioteca Palafoxiana que contaba con más de ocho mil volúmenes. Años después el obispo Fernández de Santa Cruz enriqueció la biblioteca con varias aportaciones y en 1850 el canónigo José Francisco Yrigoyen donó once mil ejemplares. Esta biblioteca data de la primera mitad del siglo XVII. Otro bibliófilo destacado es Juan José Eguiera y Eguren, quien nació en 1696 y escribió Biblioteca Mexicana, una obra que para 1747 acumuló datos de dos mil escritores de América. Sólo publicó el primer tomo, su manuscrito se conserva en la Biblioteca Nacional de México. Véase Sinopsis Bibliográfica Mexicana, México, Secretaría de Hacienda y Crédito Público, 1958.

⁶³ Juan Cromberger obtuvo del Emperador Carlos V la concesión para el monopolio del comercio de libros en la Nueva España, desde 1525. En 1542, otros editores solicitaron contar con los mismos privilegios y además ofrecieron la creación de nuevas imprentas, pero no lograron poner fin al monopolio ejercido por Cromberger. El comercio de libros resultó ser muy rentable, las ventas ascendían a millones de ejemplares y mostraron un rápido crecimiento.

los más leídos y difundidos, este tipo de lectura tuvo gran popularidad y ejerció influencia sobre la conducta y moral de la época. El libro de caballería más popular fue el *Amadís de Gaula* que no sólo fue leído en la Nueva España sino que en toda América. La primera edición fue impresa en el año de 1508 en la ciudad de Zaragoza, España. Después del *Amadís*, apareció *Crónica de Don Florisel de Niquea*, *Espladián*, *Lisuarte de Grecia*, *Palmerín de Oliva*; *Leopremo o el Caballero de la Cruz*, *Don Cristalián de España*, que fue escrito por Doña Beatriz Bernal y publicado en 1545, *Espejo de príncipes y caballeros* y *el Caballero del Febo*.⁶⁴

Tiempo después, la picaresca ocupó el gusto de los lectores de la Nueva España, una obra muy leída fue la *Tragicomedia de Calisto y Melibea*, mejor conocida como *La Celestina*. La picaresca española ejerció un gran impacto en la Nueva España durante los siglos XVI y XVII con *El Lazarillo de Tormes* (anónimo) y *el Guzmán de Alfarache* (Mateo Alemán), gracias a estas obras el comercio de libros obtuvo ganancias considerables en otros virreinos y capitanías del Continente Americano.

El comercio de libros fue aumentando con la creación de nuevas obras, que incluían romances, poesía, así como poemas épicos y líricos que se extendieron por todas las ciudades de la Nueva España. Durante el Siglo XIX el hecho que contribuyó al incremento de la lectura fue el uso de las lámparas de aceite y de gas, que revolucionaron las costumbres de la sociedad, porque se podían aprovechar las noches para leer. En la época independentista la imprenta fue utilizada como un medio importante para la causa rebelde, al facilitar la impresión de propaganda y material político. En 1813, José María Morelos tomó una imprenta localizada en Chilpancingo para usarla con fines políticos.

⁶⁴ Fernando Rodríguez, op cit.

A principios del siglo XIX, María Fernández de Jáuregui, poseía un taller en la calle de Santo Domingo, en donde se publicaba el *Diario de México* de 1805 a 1806 en un principio y después de 1812 a 1813. Entre 1821 y 1852 el número de imprentas se incrementó al igual que la industria del libro⁶⁵. Mariano Galván Rivera, reconocido impresor entre 1826 y 1841, fue propietario de una librería y fundador de la primera compañía editora en México, su labor como librero fomentó el comercio de libros y promovió los géneros literarios de la época. Asimismo, exhortó a los escritores mexicanos a escribir y a traducir, con el fin de fomentar la lectura y tener una industria editorial rentable. Galván Rivera editó la primera edición impresa en México de *Don Quijote de la Mancha*; *el Periquillo Sarmiento* de Lizardi; el *Calendario de las Señoritas Mexicanas*; así como su mayor éxito editorial *el Calendario Galván*, que se conoce hasta nuestros días.

Don Ignacio Cumplido (1832-1887), fue otro editor de gran prestigio, debido a que fue el primero en introducir las prensas mecánicas en México y fundó una casa editorial con talleres de grabado y litografía, también un colegio de impresores para jóvenes inválidos, y editor del periódico *El Siglo XIX*, durante 55 años, al igual que una revista de literatura y arte. Joaquín García Icazbalceta (1825-1894), fue un notable editor, lingüista, filólogo, bibliógrafo, impresor y encuadernador de sus propias obras. Académico y fundador de la Academia de la Lengua y autor de *Bibliografía mexicana del Siglo XVI*.

En el siglo XIX existían varias librerías en la Ciudad de México, a mediados de siglo se contaban con más de 20 localizadas en el centro de la ciudad. También había agencias de libros y depósitos.⁶⁶ Don Mariano Galván Rivera es

⁶⁵ En la Ciudad de México existían alrededor de 200 imprentas; en Puebla existían 43, en Guadalajara 32, en Oaxaca 15; en Mérida 13 y en Guanajuato 10. Sin embargo, en 1845 una comisión encargada de analizar los costos señaló que era sumamente cara la impresión de los libros. Probablemente esto contribuyó a que en esa época se imprimieran en París varias obras mexicanas. Fernando Rodríguez Díaz. op. cit.

⁶⁶ Cabe señalar que existe una versión de que la imprenta existió en la Nueva España anterior a Juan Pablos. En efecto, se cuenta con una anotación en los registros de la Nueva España de que Esteban Martín en 1529 había solicitado un predio para la construcción de un taller de impresión y de su casa. Según un acta del

considerado el fundador del comercio de librería en México. En 1842 tenía su establecimiento en el Portal de Mercaderes, y en 1852 trasladó su imprenta al Callejón del Espíritu Santo, en donde vendía su famoso calendario y libros para niños.

Entre las bibliotecas más importantes del siglo XIX destacan:

- a) *Biblioteca de San Gregorio*, fundada por jesuitas. En 1843 pasó a formar parte de la Biblioteca Nacional. En su acervo se encontraban manuscritos mexicanos en lengua náhuatl, biografías y libros de lingüística.
- b) *Biblioteca de San Ildefonso* fundada en 1618. Al fusionarse la Biblioteca del Colegio de San Pedro y San Pablo. En 1815, recibió una donación del Marqués de Castañiza.
- c) *Biblioteca del Seminario de México*, fundada por el arzobispo Aguilar y Seixas, no se conoce el año de su fundación. Contenía manuscritos de la antigua Biblioteca de Tepetzotlán, manuscritos en lengua otomí y libros que pertenecieron a Sigüenza y Góngora. Los estudiosos afirman que había 24 incunables del siglo XVI, así como colecciones de derecho y religión. Fue destruida en el año de 1928 y sus libros desaparecieron.
- d) *Biblioteca de San Juan de Letrán*, se formó con la donación y compra de libros en la época del Rector José María Iturralde y Revilla. Al desaparecer el Colegio de San Juan de Letrán su acervo pasó a la Biblioteca Nacional.

Cabildo de la Ciudad de México del 5 de septiembre de 1539, Esteban Martín, es reconocido como impresor y vecino de la Ciudad, pero no existe ningún libro publicado por alguien con ese nombre, probablemente sólo contaba con un modesto taller con una pequeña prensa de madera en donde se dice se imprimió la obra de San Juan Climaco, *La Escala Espiritual* traducida del latín por Fray Juan de Estrada.

- e) *Biblioteca de la Real y Pontificia Universidad de México*, fue fundada en 1760, contaba con 1,566 autores y 3,410 volúmenes de todas las facultades.
- f) *El Archivo General y Público de la Nación* fue fundado en 1823. Formado con el fondo primitivo de la Antigua Secretaría del Virreinato, reorganizado por el Virrey de Revillagigedo en 1790. Después a la Independencia, fue organizado por Lucas Alamán y por José Lafragua. Durante la ocupación estadounidense sufrió grandes pérdidas.
- g) *La Biblioteca Nacional* se inauguró en 1884. Situada en el Templo de San Agustín, contaba con cerca de 116 mil volúmenes. Guillermo Prieto donó cuatro mil 931 libros y Don Antonio de Mier y Celis nueve mil 350. En su acervo se encontraban 200 incunables, y Biblias (Complutenses) de gran valor, así como ediciones mexicanas y una colección de manuscritos excepcionales⁶⁷. Desde su fundación contó con directores notables bibliógrafos y bibliófilos de gran valía, su primer director fue el Doctor Manuel Ignacio Beye de Cisneros. Cuando la Biblioteca Nacional quedó definitivamente establecida (como institución coordinadora y rectora del sistema bibliotecario en México), el director fue José Fernando Ramírez.

En el siglo XX la industria tipográfica mexicana, gracias a las nuevas tecnologías tuvo un desarrollo importante. No obstante, se buscó el apoyo de algunas editoriales europeas, que aseguraban un trabajo de calidad y de buena distribución. Esta es la razón por la cual muchos escritores de finales del siglo XIX buscaron imprimir sus libros en España o en Francia. La obra más importante de

⁶⁷ Otra biblioteca ilustre que fue incorporada a la Biblioteca Nacional fue la del Padre Basilio Arillaga, quien perteneció a la orden de los jesuitas; su biblioteca se encontraba en su casa y contenía 12,725 volúmenes. Al morir en el año de 1868, su biblioteca le fue confiscada. El Padre Arillaga fue el primer bibliotecario de la Biblioteca de la Universidad y se desempeñó además como catedrático de la misma.

historiografía mexicana del siglo XIX, *México a través de los siglos*, fue impresa en la Editorial J. Ballezá, de Barcelona en 1887 a 1889.

Aparecen varias editoriales independientes de las librerías. Algunas librerías tienen relaciones con editoriales europeas, como es el caso de la Librería Bouret, ligada a la librería francesa *la de Rosa*. Otras editoriales son nacionales; no obstante, algunas tienen inversiones de capital español o estadounidense.

El 26 de mayo de 1910 se fundó la Universidad Nacional⁶⁸, como una dependencia del Ministerio de Instrucción Pública, dirigida por Justo Sierra. Años después, se creó la Secretaría de Educación Pública, durante la presidencia del General Álvaro Obregón y dirigida por José Vasconcelos, quien promovió la publicación de las obras de la literatura universal para fomentar a la lectura, así como la creación de bibliotecas públicas. En 1946, durante la presidencia de Manuel Ávila Camacho, Vasconcelos fundó la Biblioteca México, siendo su primer director.

Cabe mencionar que la aparición de los libros de texto gratuito fue importante en la producción editorial, el Presidente de la República Adolfo López Mateos (1959-1963), estableció bajo su mandato un plan de once años para impulsar la educación primaria; este plan fue preparado por el entonces Secretario de Educación Pública Jaime Torres Bodet. El programa de trabajo contemplaba la creación de la Comisión Nacional de Libros de Texto Gratuitos, que incluyó programas técnico-pedagógicos para la elaboración de nuevos textos. Se editaron

⁶⁸ En 1958 se fundó el Instituto Bibliográfico Mexicano que estaba entonces adscrito a la Biblioteca Nacional. Este instituto se transformó en 1967 en el Instituto de Investigaciones Bibliográficas y comenzó a publicar la recopilación de la bibliografía nacional a partir de 1958. Se puede afirmar que es desde ese momento que se tiene registrada la producción bibliográfica de México. Su función es la de organizar, evaluar, preservar y poner al servicio de la nación, la producción bibliográfica, de manera que se pueda conocer la producción, el lugar y la manera de obtener la bibliografía nacional, así como la divulgación del tipo y la cantidad de títulos con los que cuenta.

libros de todas las materias contenidas en los planes de estudio y sus respectivos cuadernos de trabajo, los cuales fueron distribuidos por todo el territorio nacional.

La labor editorial realizada por el gobierno de la República, ya sea mediante instituciones oficiales como la Comisión Nacional de Libros de Texto o mediante instituciones subsidiadas como el Fondo de Cultura Económica y a través de las universidades, es una labor necesaria para facilitar el acceso a los libros a la población de bajos recursos. Pues como señala De la Torre:

El libro representa un producto cultural de primera necesidad, que el Estado está obligado a difundir en la sociedad mexicana. Ésta se ha percatado de la excelencia de sus publicaciones, las estima, las consume adquiriéndolas en forma gratuita como es el caso de los libros de texto u obteniéndolas a precios bastante bajos, como los libros universitarios, y avalados por los más destacados especialistas.⁶⁹

Finalmente en 1958 se fundó el Instituto Bibliográfico Mexicano que estaba entonces adscrito a la Biblioteca Nacional. Este instituto se transformó en 1967 en el Instituto de Investigaciones Bibliográficas de la UNAM y comenzó a publicar la recopilación de la bibliografía nacional a partir de 1958. Se puede afirmar que es desde ese momento que se tiene registrada la producción bibliográfica de México.⁷⁰

2.2 Características de la industria contemporánea del libro en México.

La industria del libro en México comenzó a partir de 1930, después sufrió una reestructuración y consolidación de un gran número de empresas hasta conformar

⁶⁹ Ernesto De la Torre Villar, Breve historia del libro en México, UNAM, México, 1999. p.165

⁷⁰ Su función es la de organizar, evaluar, preservar y poner al servicio de la nación la producción bibliográfica, de manera que se pueda conocer la producción, el lugar y la manera de obtener la bibliografía nacional, así como la divulgación del tipo y la cantidad de títulos con los que cuenta.

la industria que conocemos hoy en día. A partir de los años treinta y hasta nuestros días los sectores de la industria editorial y el comercio del libro se han agrupado en organizaciones que defienden sus intereses y contribuyen a la solución de problemas que enfrenta el sector del libro. En 1946, en una Conferencia de Editores y Libreros que se llevó a cabo en Santiago de Chile, se decidió impulsar a organizaciones gremiales en el continente.

En México, desde 1942 funciona la Cámara Mexicana del Libro, apoyada por el regente de la ciudad, Javier Rojo Gómez, quien otorgó la exención del pago del Impuestos Sobre Ingresos Mercantiles en la venta de libros y revistas. Otra de las organizaciones gremiales fue la Asociación Mexicana de Editores y Libreros que se creó en los años treinta; así como la Asociación de Libreros de México, que desempeñó un papel importante en la celebración del Cuarto Centenario de la Imprenta en México. En 1938 la Asociación publicó *Bibliografía Mexicana* y en 1940 el *Anuario Bibliográfico Mexicano*, compilado por Julián Amo. Como resultado de la fusión de las asociaciones antes mencionadas, se fundó en 1946, el Instituto Mexicano del Libro, con el propósito de formar un grupo más sólido y así poder conjuntar esfuerzos en la política gremial.⁷¹

Un elemento que influyó en la industria fue el desarrollo de un gran número de editoriales dirigidas por exiliados españoles que fomentaron la publicación de libros. Esta situación favoreció el trabajo desarrollado por editores mexicanos facilitando su penetración a los mercados de habla hispana y portuguesa. Destacan, en ese sentido, la realización del Primer Congreso Iberoamericano de Asociaciones y Cámaras de libros y las ferias del libro en México. En efecto, el primero de ellos (el Congreso Iberoamericano) se celebró en la Ciudad de México del 19 al 23 de mayo de 1964 (organizado por el Instituto Mexicano del Libro) y

⁷¹ El Instituto otorgaba el Premio Ávila Camacho, instaurado para científicos y literatos por la asociación de libreros en 1944. Este premio fue otorgado a Enrique González Martínez, en 1953 se otorgó el premio a Don Alfonso Caso, Alfonso Reyes, y a Martín Luis Guzmán, quien siempre buscó la ayuda gubernamental para los editores de libros.

contó con la participación de todos los organismos gremiales de Iberoamérica y España; así como observadores internacionales y miembros del cuerpo diplomático.⁷²

En cuanto a las ferias del libro, cabe señalar que son uno de los instrumentos para dar a conocer la producción bibliográfica. La primera Feria del Libro fue celebrada en la Ciudad de México y tuvo lugar del 1 al 10 de noviembre de 1924, auspiciada por el Departamento de Bibliotecas de la Secretaría de Educación Pública en colaboración con organizaciones de las Artes Gráficas. La segunda Feria del Libro y Exposición Nacional de Periodismo tuvo lugar en 1942 y fue organizada por el Gobierno del Distrito Federal. La tercera Feria del Libro y Exposición Nacional de Periodismo y Primera de Cine y Radio se realizó en 1945 por iniciativa de la Asociación Mexicana de Libreros y Editores. La cuarta se celebró en 1946, la quinta en 1947, la sexta en 1954 (auspiciada por el gobierno de la República). Luego tuvieron lugar la séptima y la octava en la Ciudad de México. En 1964 se celebró la Exposición Editorial del Continente Americano en la Ciudad de México. En 1972 se llevó a cabo la Primera Feria Metropolitana del Libro, que continúa celebrándose anual y de manera ininterrumpida hasta el día de hoy. En 1979 se realizó el Primer Festival Mundial de la Lectura, como parte del programa del Día Nacional del Libro, instituido por decreto presidencial, se celebra cada 12 de noviembre.

En este contexto, cabe subrayar la participación de la Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana (CANIEM). Esta fue fundada en 1964⁷³, su primer Presidente fue Rafael Reynoso y Presidente Adjunto, Fernando Rodríguez Díaz.

⁷² Algunas de sus recomendaciones y conclusiones siguen teniendo vigencia como: la libre circulación del libro sin barreras fiscales y aduaneras, defensa del idioma, adhesión a la Convención de Ginebra de Derechos de Autor, estadísticas de importación y exportación, intercambio informativo, ampliación de la desgravación fiscal para la elaboración del libro, promoción del hábito de la lectura, tarifas mínimas para el comercio aéreo y repudio a la censura, entre otros.

⁷³ Los promotores fueron miembros del Instituto Mexicano del Libro y de las Asociación de Libreros de México. Aprobada la solicitud, se publicó en los diarios nacionales la convocatoria para la Asamblea General Constitutiva que tendría lugar del 14 de febrero de 1964.

En 1972, la CANIEM organizó la Primera Feria Metropolitana del Libro (la más antigua de América Latina). En el seno de la CANIEM se constituyó el 31 de julio de 1975 el primer centro de capacitación de la industria editorial en la región latinoamericana (que continúa funcionando y prepara cada año cursos de capacitación editorial). La Secretaría de Gobernación reconoce a la Cámara como la representante de los editores de publicaciones periódicas dentro de la Comisión Calificadora de Publicaciones y Revistas Ilustradas.

La CANIEM proporciona consultoría de carácter jurídico laboral, penal, fiscal, civil y técnico contable. Asimismo efectúa el registro de obras, de títulos, empresas, de registro de contratos de edición, de cesión de derechos y de traducción ante la Dirección General del Derecho de Autor, así como los trámites necesarios para obtener la licitud de títulos y de contenidos en publicaciones periódicas (revistas y diarios) ante la Comisión Calificadora de Publicaciones y Revistas Ilustradas, asimismo, el registro ante el Servicio Postal Mexicano para las publicaciones periódicas como correspondencia de segunda clase. Entre las actividades de la CANIEM destacan:

- La creación, en 1985, del Centro de Promoción del Libro Mexicano (CEPROMEX) que tiene como objetivo que las exportaciones de la industria editorial mexicana ocupen un lugar destacado⁷⁴.
- La creación de la Fundación Mexicana de Fomento a la Lectura A.C. en 1966.
- Participación en la organización del 22º Congreso de la Unión Internacional de Editores, encuentro a nivel mundial que se realiza cada cuatro años (y que por primera vez tuvo lugar en un país latinoamericano).

⁷⁴ El Centro de Promoción del Libro Mexicano (CEPROMEX), es el organismo que difunde y promueve los títulos de las empresas editoriales a través de las ferias nacionales e internacionales. Se organiza anualmente la Feria Metropolitana del Libro, desde hace 28 años y también colabora en la realización de las ferias internacionales del libro del Palacio de Minería, la Feria de Guadalajara y la Feria del Libro Infantil y Juvenil.

- El anteproyecto de la Ley General de Libro.
- La idea de crear un organismo para el control de los derechos de reproducción, y las gestiones para su constitución y acreditación ante las autoridades gubernamentales, que dio como resultado el Centro Mexicano de Protección y Fomento a los Derechos de Autor (CEMPRO).
- La utilización del pasaje Zócalo-Pino Suárez del Metro de la Ciudad de México, "Un paseo por los libros", que cuenta con 40 módulos permanentes con libros de las editoriales más conocidas del país, un auditorio y una cafetería para la venta y promoción de las publicaciones.

La CANIEM ha intercedido ante las autoridades gubernamentales en relación con los regímenes fiscales aplicados a la industria editorial mexicana; como resultado se obtuvo la reducción del 50% del Impuesto sobre la Renta (ISR) para los editores de libros. Asimismo, las empresas editoras de publicaciones periódicas consiguieron la expedición anual de reglas especiales de tributación del ISR desde 1976 hasta 1989.

A partir de 1990 y hasta 1993, la Cámara obtuvo de la Secretaría de Hacienda la aplicación del "régimen simplificado" en Impuesto sobre la Renta y se aplicó a toda la industria editorial. A partir de 1980, cuando entró en vigor la "ley del IVA" y hasta el día de hoy, los editores de libros, periódicos y revistas están exentos en la ley, y se ha obtenido de la Secretaría de Hacienda la expedición anual de un criterio de aplicación de la ley a los contribuyentes de tasa cero.

México participa a través de la CANIEM en ferias internacionales como la del Libro Infantil y Juvenil de Bolonia, Italia; la Feria del Libro de Buenos Aires; la de Santa Fe de Bogotá, Colombia; en las exposiciones de libreros y bibliotecarios estadounidenses (BEA); en la Feria *Liber* en Barcelona y Madrid; y, en la Feria del Libro de Frankfurt, Alemania.

Daniel Cosío Villegas afirmaba que cuando se hiciera la historia de la producción editorial en México se comprobaría que no era en esencia, diferente a la de cualquier otra industria. Diversos testimonios editoriales reafirman que esta actividad tiene requerimientos empresariales similares a los de otros sectores económicos. No obstante, pocos sectores como el editorial cuentan con un catálogo de productos en venta tan diversificados en sus contenidos, presentaciones y precios, cada título tiene características que lo determinan como único, se trata entonces de un producto muy diferente a otros productos industriales. Es un bien de consumo elaborado por una industria cultural y una mercancía colocada en el mercado por una estructura industrial y un aparato comercial específicos. El libro, es sobre todo un bien de "inversión estratégica", fomenta la formación del capital humano de la sociedad.

2.2.1 Descripción de las principales editoriales en México.

Cuadro 1
Principales editoriales en México

Nombre	Descripción	Categoría
<i>Editorial Patria</i>	Durante la Revolución Mexicana se estructuró la Sociedad de Edición y Librería Franco-Americana. Esta fue adquirida por Don Jacinto Lasa Sárriegui, quien cambió el nombre a Editora Nacional y más tarde adquirió el nombre definitivo de Editorial Patria, S.A., que fue fundada el 28 de enero de 1933.	Libros de texto de primaria y secundaria.
<i>Librería Porrúa</i>	Fundada en el año de 1900 bajo el nombre de Librería de Porrúa Hermanos, por Don Francisco Porrúa Estrada y sus hermanos José e Indalecio. Se localizaba en las calles de San Pedro y San Pablo, hoy el Carmen y San Ildefonso. En ese mismo año se cambiaron a Donceles y el Reloj (hoy Justo Sierra y Argentina). Por su prestigio se considera una institución para libreros y editores. El primer libro editado por la librería apareció en 1914, Las 100 mejores poesías líricas mexicanas, antología de Antonio Castro Leal.	El catálogo de esta editorial es fundamental para el desarrollo de la cultura en México, entre sus colecciones destacan: Colección de escritores mexicanos, Sepan Cuantos..., La Colección Porrúa de Leyes y Reglamentos de México, la Biblioteca de Derecho, la Biblioteca de autores mexicanos, Diccionario Porrúa de Historia, Biografía y Geografía de México, así como textos universitarios y de secundaria.
<i>Librería Herrero</i>	En el siglo pasado se llamó Herrero Hermanos, libreros editores. Fue fundada por los hermanos Herrero. En 1901 funcionó como Herrero Hermanos Editores; después Herrero Hermanos Sucesores y en 1927 se convirtió en Sociedad Anónima. Entre sus publicaciones se encontraron los escritores más prestigiados del siglo XIX, además de obras religiosas.	En los años sesenta cambió su proyecto editorial y fue la primera en promover la edición de libros de administración de empresas, así como los de diseño, botánica, economía y de interés general.
<i>Librería y Ediciones Murguía</i>	Fundada por el Señor Murguía en el siglo XIX.	Editora del Calendario Gaván.
<i>Librería y Ediciones Botas</i>	Fundada como librería en 1905 por Andrés Botas, comenzó a funcionar como editorial en 1911 y llegó a publicar más de dos mil títulos de autores mexicanos en los años cuarenta. Entre sus autores destacan Vasconcelos y Mauricio Magdaleno.	Libros de espiritismo, hipnotismo así como dos revistas, El libro y las letras, y Criminología.
<i>Editorial Libros y Revistas</i>	Fundada en 1925 por Don Francisco Sayrols.	Revistas populares y libros de educación para los negocios, psicología popular, novelas y libros de cocina.
<i>El Fondo de Cultura Económica</i>	Fundado el 3 de septiembre de 1934 por Don Daniel Cosío Villegas, Emigdio Martínez Adame, Jesús Silva Herzog, Eduardo Villaseñor y el	El catálogo del Fondo es muy amplio, contempla <i>Colección Popular</i> , <i>Breviarios</i> , <i>Letras Mexicanas</i> , <i>Biblioteca Americana</i> , y una sección

	Ingeniero González Robles, así como Adolfo Prieto y Manuel Gómez Morín, con fondos de algunos bancos y de particulares. Su primer director fue Daniel Cosío Villegas.	de obras de Economía, Historia, Ensayos. En sus primeros cincuenta años de vida había editado 3,848 títulos. En la actualidad cuenta con sucursales en varios países de habla hispana.
Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM)	La editorial universitaria ocupa una posición muy importante en el mundo editorial hispano. Inició sus actividades en 1935, y fue dirigida por Francisco Monterde, quien ocupó el cargo de director de la Academia Mexicana de la Lengua. La primera gran obra publicada por la UNAM fue <i>Impresos Mexicanos en el Siglo XVI</i> , escrita por Emilio Valtón.	Su catálogo es muy amplio, comprende las áreas de ciencias sociales, jurisprudencia, historia, lingüística, literatura, arte, economía y literatura, las cuales son editadas por la Dirección General de Publicaciones y Fomento Editorial.
UTEHA (Unión Tipográfica Editorial Hispano Americana)	Fundada por José González Porto en 1937, se convirtió en un emporio editorial, pues aprovechó la colaboración de los exiliados españoles.	Obras traducidas al español, y obras publicadas en México por españoles y mexicanos como el Diccionario Enciclopédico UTEHA.
El Colegio de México (COLMEX)	Nació en 1938 como la Casa de España, donde se publicaban trabajos de escritores y científicos españoles refugiados en México. En 1940 se convirtió en el Colegio de México, bajo la figura de entidad sin fines de lucro.	Publicaciones diversas, revistas especializadas.
Editorial Polis	Fundada en 1938 por el Doctor Jesús Guisa y Acevedo.	Se especializan en historia de México
Editorial Atlante	Se fundó en 1939. Es la antecesora de Editorial Grijalbo. En la actualidad es una de las editoriales con más amplia trayectoria.	Literatura, ciencias sociales, pedagogía, economía e historia.
Editorial Avante	Fundada en 1942.	Libros de texto, su edición más conocida fue la <i>Enciclopedia Escolar</i> .
Fernández Editores S. A.	Fundada en 1943 por Luis Fernández.	Libros de primaria y de apoyo pedagógico.
Editorial Jus S.A.	Entre sus autores destacaron Mendleto, Motolinía y Durán. En la actualidad continúa editando algunas obras que enriquecen la bibliografía mexicana.	Historia y ciencias sociales
Espasa Calpe Mexicana, S.A.	Editorial española que abrió sucursales en México y contribuyó al esfuerzo editorial y de fomento al libro en México.	<i>Enciclopedia, los Clásicos Castellanos, la Colección Austral</i> , libros de medicina.
Editorial Diana, S.A.	Fundada en 1946, Su mercado de exportación cobijó en Centro y Sudamérica. En los años cincuenta ocupaba uno de los primeros lugares debido al número de traducciones al español que publicaba. Al grupo Editorial Diana pertenecen Editorial Origen, Edición y Editorial Universo.	Literatura

<i>Editorial Labor Mexicana</i>	Fundada por Luis Roca, distribuye los libros de la Casa de Barcelona.	Libros científicos, técnicos y de otras especialidades.
<i>M. Aguilar Mexicana</i>	Fundada en 1947.	En su fondo editorial destacan la <i>Colección de Obras Eternas</i> , la <i>Colección de Premios Nobel</i> .
<i>Editorial Interamericana, S.A.</i>	Fundada por Eulogio Ripio. A Está afiliada a <i>The University Society Mexicana, S.A</i>	Libros de medicina
<i>Editorial Hermes</i>	Fundada en 1945, está asociada a Editorial Sudamericana Su director fue Antonio López quien editó <i>Historia moderna de México</i> , de Daniel Costo Villegas.	Historia, literatura
<i>Costa Amic Editores</i>	Fundada en 1942, por Bartolomé Costa Amic. En 1964, junto con la Librería Zaplana lanzó el programa <i>Año del libro del autor mexicano</i> , como un apoyo manifiesto al impulso y a la divulgación del libro mexicano.	Textos en inglés, francés, portugués, catalán y español y cuenta con un amplio catálogo de novela, cuento, ensayo entre otras especialidades.
<i>Editores Mexicanos Unidos.</i>	Fundada en 1954 por Fidel Miró Solanes.	Literatura universal contemporánea y manuales prácticos.
<i>Editorial Trillas</i>	Fundada en 1954 por Francisco Trillas, es considerada una de las empresas editoriales mexicanas más exitosa desde sus inicios.	Comunicación, administración, economía, derecho, psicología y literatura, además de textos de enseñanza secundaria y universitaria.
<i>Ediciones Era</i>	Fundada en 1960 por Neus Espresate.	Literatura, ciencias políticas, economía sociología y cine.
<i>Fondo Editorial de la Plástica Mexicana</i>	Fundada en 1961.	Libros de Arte.
<i>Editorial Joaquín Mortiz</i>	Fundada por Joaquín Díaz Canedo en 1962. Su objetivo fue promover a los narradores mexicanos que se iniciaban en las letras.	Entre sus colecciones destacan <i>Nueva Narrativa Hispánica</i> , la serie <i>El Volador</i> y <i>Novelistas Contemporáneos</i> .
<i>Editorial Limusa</i>	Fundada en 1962 por Carlos Noriega Milera, se ha colocado entre las primeras editoriales de lengua hispana.	Libros técnicos y científicos, así como libros de primaria, secundaria y profesional.
<i>Editorial Esfinge</i>	Fundada por Agustín Mateos.	Pedagogía y diversos.
<i>Editorial Siglo XXI</i>	Fundada por Arnaldo Orfila Reynal en 1966.	Diversos.
<i>Alianza Editorial Mexicana</i>	Fundada en 1966, hoy cuenta con más de mil títulos de bolsillo.	Diversos.
<i>McGraw Hill de México</i>	Fundada en 1969.	Libros de texto.
<i>EDAMEX (Editores Asociados Mexicanos)</i>	Fundada en 1973 por Octavio Colmenares.	Diversos.
<i>Editorial Médica Panamericana</i>	Fundada en 1975 y dirigida por Marcial Frigolet.	Libros de medicina.
<i>Ediciones G. Gili</i>	Fundada en 1978.	Arquitectura, diseño, dibujo,

		topografía, ingeniería, mecánica, arte y literatura.
<i>Editorial Planeta</i>	Dirigida por Homero Gayosso, es reconocida como una de las empresas editoriales españolas más sólidas. Fundó una sucursal en México y ha formado alianzas con otras empresas.	Diversos.
<i>Editorial Intermex</i>	Dirigida por Gustavo González Lewis, se dedica a la edición, compra-venta de libros y revistas. Cuenta con una distribuidora del mismo nombre y un grupo de editoriales que conforman un emporio editorial.	Libros diversos y revistas.
<i>Salvat Editores de México</i>	Fundada en 1977, se destacó por su estrategia de lanzamiento en tiendas de autoservicio.	Enciclopedias, diversos.
<i>Reader's Digest de México.</i>	Edita en México desde hace varias décadas, la revista <i>Selecciones</i> . La estrategia de esta compañía se basa en el sistema de ventas a plazos y de promociones de libros de interés general.	Diversos.
<i>Enciclopedia Británica de México</i>	Su estrategia es de ventas a domicilio. La <i>Enciclopedia Hispánica</i> ha logrado un importante éxito en el mercado.	Enciclopedias.
<i>Prensa Médica Mexicana</i>	Fundada en 1947, ha sido editora de libros de medicina. SU directora Carolina Amor de Fournier presidió el Instituto Mexicano del Libro.	Medicina.
<i>Editorial Las Águilas</i>	En los años cuarenta y cincuenta editó libros de texto.	Literatura infantil, libros de texto.
<i>Seix Barral, S.A., Cía</i>	Editorial fundada en 1974, cuenta con un amplio catálogo.	Diversos.
<i>HARLA (Harper and Row Latinoamericana)</i>	Pertenecía a la Oxford University. Hace 5 años fue vendida a intereses mexicanos. Cuenta con un gran volumen de libros de texto de Derecho.	Diversos, Derecho.
<i>Grupo Editorial Expansión</i>	Empresa editorial líder en el mercado mexicano dedicada a satisfacer las necesidades de información de empresarios, ejecutivos y todos aquellos interesados en información financiera, económica, legal y de negocios en México.	Economía, Finanzas, Derecho.
<i>Complejo Editorial Mexicano</i>	Edición de libros de texto gratuitos y generales, revistas, folletos y catálogos comerciales.	Libros de texto y revistas.
<i>Ediciones Altaya</i>	Empresa filial de Ediciones Altaya (España), especializada en la edición de coleccionables tanto a nivel nacional como internacional.	Literatura e Historia.
<i>Editoriales de reciente creación</i>	Selector, Plaza Valdez, Fontamara, Editorial PAC, Editorial Nueva Comunicación, EMECE y Editorial Paidós Mexicana (sucursales de editoriales argentinas), Colibri, Cal y Arena. Todas ellas buscan dar impulso al libro mexicano.	Diversos.

Fuentes: Fernando Rodríguez Díaz *El mundo del libro en México*, México, Editorial Diana, 1992; Ernesto de la Torre Villar *Elogio y defensa del libro*, México, UNAM, 1999; Agustín Millares Carlo *Introducción a la historia del libro y de las bibliotecas*, México, Fondo de Cultura Económica, 1986; Juan B. Iguiniz, *El Libro. Epítome de Bibliografía*, México, Editorial Porrúa, S.A. 1948.

2.2.2 Tirajes y volúmenes de venta

El incremento en tirajes y volúmenes de venta ha sido notable a lo largo del tiempo. Muestra de ello es que en el periodo de 1800 a 1900, la cifra aproximada de títulos se calcula en 15 mil⁷⁵ que contrasta con los trece mil 841 títulos publicados en 1992; los dieciséis mil 055 en 1993 y los doce mil 469 en 1994. El promedio anual para esos tres años es de catorce mil títulos. Estas cifras no contemplan los millones de libros de texto gratuitos que el gobierno mexicano produce desde hace varios años.

De acuerdo con José Moreno de Alba, Director del Instituto de Investigaciones Bibliográficas de la UNAM y miembro de la Academia Mexicana de la Lengua, en 1991, la producción mundial de libros fue de 863 mil títulos, de los cuales 635 mil corresponden a países desarrollados y sólo 228 mil a países subdesarrollados. Del total, 403 mil títulos fueron publicados en Europa y en América Latina sólo 42 mil, frente a los 102 mil de Estados Unidos y Canadá y 13 mil en África. En México, se calculan cerca de 15 mil títulos que representan el 1.7% de la producción mundial, y un 35.7 % de la producción de América Latina⁷⁶.

El número de empresas editoriales, instituciones y personas que editan en México no se puede establecer con seguridad (aunque deberían formar parte de los censos económicos y de las estadísticas de la Cámara Nacional de la Industria Editorial). Una de las razones es que muchos editores son ocasionales, algunos sólo participan en el proceso editorial como impresores, diseñadores, encuadernadores o distribuidores y trabajan por encargo, es decir no financian la publicación, otros no son censados y muchos no están inscritos en la CANIEM.⁷⁷

⁷⁵ Fernando Rodríguez Díaz. *El mundo del libro en...* op. cit. p. 29.

⁷⁶ Ponencia presentada en el Congreso de Zacatecas, México, abril 1997.

⁷⁷ La suscripción a la Cámara Nacional de la Industria Editorial dejó de ser obligatoria a partir de 1997.

Respecto a los títulos publicados en la industria editorial en México, las últimas estadísticas sobre la industria editorial son del año 1997 (la Cámara Nacional de la Industria Editorial se encuentra preparando las estadísticas recientes). El número de títulos de las publicaciones periódicas en 1997 disminuyó 26% comparado con el año de 1996, mientras que los libros publicados en 1997 se incrementaron en un 34% comparados con 1996; este incremento se debe en gran medida a las reimpressiones y primeras ediciones, a su vez la cantidad de libros registrados en el catálogo decreció en un 34% (véase cuadro 2).

Cuadro 2
Títulos publicados en México, 1994-1997

	Año	Año	Año	Año
	1994	1995	1996	1997
Libros publicados en el año	12 499	11 917	11 570	15 505
Libros en el catálogo	48 128	45 498	46 058	30 225
Primeras ediciones	4 674	3 075	3 624	4 786
Reediciones	1 162	1 414	998	1 134
Reimpressiones	6 663	7 428	6 948	9 585

Fuente: "Actividad Editorial 1997", CANIEM, diciembre de 1999.

En cuanto a ejemplares publicados, podemos mencionar que en 1997 disminuyeron 27% con respecto a 1996, sin embargo, la cantidad de libros aumentó 5% con respecto al mismo año pero decreció más del 50% respecto a 1994. (véase cuadro 3).

Cuadro 3
Ejemplares publicados en México, 1994-1997
(millones)

	1994	1995	1996	1997
Libros	92	93	88	92
Publicaciones periódicas	947	774	484	329
Ejemplares publicados en el año	1039	867	572	421
Libros en bodega	82	78	61	37

Fuente: "Actividad Editorial 1997", CANIEM, diciembre de 1999.

Respecto a la producción de libros, al hacer un análisis comparativo de la industria editorial en México en los últimos seis años no se observó una tendencia de crecimiento en casi ninguno de los rubros evaluados, a excepción de los títulos publicados, que cada año aumentan (véase cuadro 4).

Cuadro 4
Tendencia de producción editorial en México, 1992-1998

Año	Editores	Títulos	Ejemplares (millones)	Títulos por Editor	Ejemplares por editor	Ejemplares por título
1992	136	8 405	68.6	61.8	504 265	8 159
1993	136	9 052	90.2	66.6	663 456	9 968
1994	136	11 167	85.1	82.1	625 441	7 617
1995	136	10 763	75	79.1	551 691	6 971
1996	136	12 522	70.6	92.1	518 897	5 636
1997	136	15 505	91.9	114	448 448	5 929
1998	136	16 263	98.8	119.6	726 471	6 075

Fuente: "Actividad Editorial 1997", CANIEM, diciembre de 1999.

En cuanto a la producción editorial en 1997 las reimpressiones junto con las primeras ediciones constituyeron el 93% del total de la producción; lo que nos indica que existe una mayor demanda de novedades, las cuales deben ser reimpresas por lo menos una vez (véase cuadro 5).

Cuadro 5
Producción por grado de novedad en México en 1997

	Títulos	Porcentaje	Ejemplares (millones)	Porcentaje	Ejemplares por título
Primeras ediciones	4 786	31	27.2	30	5 683
Reediciones	1 134	7	14	15	12 306
Reimpresiones	9 585	62	50.8	55	5 298
Total	15 505	100	92	100	23 287

Fuente: "Actividad Editorial 1997", CANIEM, diciembre de 1999.

Respecto al papel consumido para la manufactura de libros en 1997, fue de 41 mil toneladas de papel nacional y 6 mil toneladas de papel importado (lo que representa el 9% y se usa sobre todo para la manufactura de libros en un 67%), en total en 1997 se consumieron 47 mil toneladas (véase cuadro 6).

Cuadro 6
Papel consumido en la producción editorial de México en 1997
(miles de toneladas)

	Nacional	Importado	Total
Publicaciones periódicas	45	3	48
Libros	41	6	47
Consumo de papel	86	9	95

Fuente: "Actividad Editorial 1997", CANIEM, diciembre de 1999.

El canal por excelencia para la venta del libro sigue siendo la librería genérica. Por cantidad de libros vendidos, le siguen en orden de importancia, las librerías de los propios editores, las escuelas, los locales cerrados y la venta directa. La exportación sólo es un canal importante para los grandes editores (véase cuadro 7).

Cuadro 7
Distribución de las ventas de libros por canal en México en 1997

	Porcentaje por editor	Porcentaje de los ejemplares	Millones de ejemplares
En librería(s) propia(s) o ventas de mostrador	22	8	7.8
En la editorial			
En otras librerías	28	42	38.6
En escuelas	8	9	8.6
En otros locales cerrados	7	13	11.8
En puestos de periódicos	0	1	0.5
Venta directa a bibliotecas	2	2	1.9
Venta directa a casa, oficinas o en salas de venta sobre ruedas con vendedores	9	5	4.9
Venta directa por correo	7	1	0.5
Ediciones contratadas íntegramente por instituciones y empresas	5	2	1.9
Otros canales nacionales	5	5	4.5
Exportaciones	6	12	10.9
Total	100	100	91.9
Directamente	73	72	65.9
A través de distribuidores	27	28	26
Total	100	100	91.9

Fuente: "Actividad Editorial 1997", CANIEM, diciembre de 1999.

2.2.3 Objetivos de la producción editorial del libro en México.

La definición del libro viene de latín *liber*, que significa "película". Juan B. Iguiniz lo define como "Término genérico que designa al conjunto de varias hojas de papel, vitela, pergamino u otra materia en blanco, manuscritas o impresas, cosidas o encuadernadas, con cubierta o pasta, y que forman un volumen."⁷⁸ Asimismo, lo considera "un producto genuino de la inteligencia del hombre" (sic). "Fórmase – dice Cabello Lapiedra – de espíritu y materia. Incorpora, el pensamiento que lo inspira, la labor intelectual que lo forja, en la que actúan entendimiento, memoria y voluntad, el alma con sus tres potencias. Corporal, la materia que lo viste, originada y originaria de la necesidad de imprimirlo y encuadernarlo para darlo a

⁷⁸ Juan B. Iguiniz, *Léxico bibliográfico*. México, UNAM. Instituto Bibliográfico Mexicano, 1959, 180.

luz, en una palabra, editarlo".⁷⁹ La UNESCO, por su parte, lo define como "...una publicación impresa no periódica, que consta como mínimo de 49 páginas sin contar las de la cubierta, excluidas las publicaciones con fines publicitarios y aquélla cuya parte más importante no es el texto".⁸⁰

La diferencia entre estas definiciones es que la primera considera a los libros antiguos pero no a los modernos, en tanto que la UNESCO pretende caracterizar al libro y diferenciarlo de otras publicaciones.

De acuerdo con su constitución material y funciones el libro recibe diversos nombres: *Álbum*. Libro en blanco que sirve para coleccionar diferentes objetos tales como fotografías, dibujos, cartas; *Atlas*. Libro de mapas; *Libro de bolsillo*. Edición económica, por lo general de formato pequeño y gran tiraje; *Manual*. Libro que contiene los elementos esenciales sobre una materia específica; *Monografía*. Tratado específico de una rama determinada de cualquier materia o ciencia; *Antología*. Colección de fragmentos representativos de una o varias obras o fragmentos de obras de diversos autores según un tema o una época determinada; *Diccionario*. Contiene las definiciones de las palabras de un idioma, o la terminología de una materia específica; *Vocabulario*. Diccionario abreviado que contiene las palabras más usadas en un idioma; *Libro de texto*. Se emplea para la enseñanza de diferentes materias y grados; *Enciclopedia*. Obra que reúne el conjunto de conocimientos humanos, o relativos a una materia específica, por orden alfabético o temático.⁸¹

Los libros también pueden reunirse bajo un mismo rubro por causas por lo general comerciales, bajo los siguientes nombres: *Obras completas*. Edición que reúne todas las obras escritas de un autor, en general son ordenadas de acuerdo con la

⁷⁹ Juan B. Iguiniz, *El Libro: Epítome de Bibliografía*. México, Editorial Porrúa, 1946, p. 9.

⁸⁰ Boletín de la UNESCO Sabor, Josefa Emilia. *La cooperación internacional en la formación de los bibliotecarios*. V. XIX, núm.6, noviembre.-diciembre de 1965.

⁸¹ Jorge E. De León y Penagos *El libro*, México, Editorial Trillas, 1980.

fecha original de aparición; *Obras escogidas*. Selección de las obras más representativas de un autor; *Biblioteca*. Equivalente a colección. Conjunto de obras de diversos autores; *Colección*. Sinónimo de biblioteca; *Sección*. Cada una de las partes en que se divide una colección; *Serie*. Sinónimo de sección.⁸²

Para Robert Escarpit⁸³, de acuerdo con las funciones que cumplan, los libros pueden clasificarse en los siguientes tipos conforme a su uso:

1. Libro objeto.
2. Libro funcional.
3. Libro literario.

El libro objeto. Cuando se da importancia a la presentación a los materiales utilizados y el valor económico, se utiliza al libro como objeto de consumo. En la actualidad, los libros objeto son el reflejo de una sociedad consumista, lejos de cumplir su función cultural y educativa se vuelven objetos de decoración. Los libros considerados objetos de consumo pueden cumplir con las funciones de inversión, elemento decorativo, símbolo de estatus o poder adquisitivo de una clase social. Al adquirir libros antiguos, o ediciones especiales algunos los consideran una inversión pero al mismo tiempo pueden ser decorativos y convertirse en símbolo de estatus para su dueño.

El libro funcional. Se considera al libro que cumple con las expectativas de su poseedor, al ser empleado para el aprendizaje, la formación cultural, la divulgación de la ciencia y la técnica. El libro funcional es el que obtiene mayor interés por parte de los editores, y representa un alto porcentaje de la producción editorial. Los libros de texto y los libros prácticos se encuentran dentro de esta categoría al cumplir con las necesidades educativas o de formación técnica.

⁸² *Ibid.*

⁸³ Robert Escarpit, El libro ayer, hoy y mañana, Barcelona, Salvat Editores, 1973.

El libro literario. Es el libro por excelencia, al no tener características utilitarias; es un fin en sí mismo. Su objetivo es satisfacer las necesidades culturales, no debe confundirse con los libros que sólo satisfacen las necesidades de entretenimiento y diversión. Su producción es menor comparada con la del libro funcional.

Durante el Coloquio de Estrasburgo sobre Divulgación Científica, Manuel Calvo Hernando consignó una definición de divulgación:

La divulgación científica es una pedagogía para adultos, con particulares exigencias y servidumbres. La misión principal de la divulgación científica es educar a la humanidad para vivir y trabajar en el nuevo mundo creado por la revolución científica.⁸⁴

La divulgación tenía en el pasado dos objetivos fundamentales, uno de tipo intelectual: proporcionar a la gente sin formación científica la posibilidad de participar de la gran aventura intelectual del conocimiento humano a través de la comprensión del método científico y la búsqueda de la verdad de la naturaleza. El otro, de carácter práctico: suministrar a los profesionales, la información necesaria para comprender la importancia inmediata de los descubrimientos científicos. Por otra parte, al convertirse la ciencia en un factor decisivo para el desarrollo del futuro de la humanidad, otro objetivo de la divulgación científica fue ayudar al individuo y a la sociedad a entender los riesgos del progreso técnico y sus posibilidades para acabar con la hambruna, la miseria y la enfermedad.

A pesar de los esfuerzos en ese sentido que han emprendido varios países, son escasos los divulgadores de la ciencia. En México esta situación refleja el grado de desarrollo de la ciencia y la escasa importancia que se le ha otorgado a la educación como medio para resolver el atraso económico, político y social; asimismo, manifiesta el poco interés que se le otorga a la información. Sin

⁸⁴ Calvo Hernando, Manuel, "Objetivos de la divulgación científica" en Revista Latinoamericana de Comunicación, Chasqui, núm.60, diciembre de 1997.

embargo, México ya cuenta con una generación de divulgadores entre editores y autores que mantienen los libros y revistas de divulgación. La industria editorial mexicana cuenta con algunas colecciones que forman parte del acervo de la investigación científica en México, por ejemplo la publicación *La ciencia desde México*, del Fondo de Cultura Económica y la revista *Ciencia y desarrollo*.⁸⁵

La divulgación de la Ciencia en México tuvo un auge importante (paralelo al petrolero) en el país. Edmundo Flores, a la cabeza del CONACYT, impulsó la publicación de *Ciencia y Desarrollo (CyD)*, las revistas *R&D México*, *información científica y tecnológica (ICyT)* y *Comunidad CONACYT* en las que participan diversos intelectuales y periodistas mexicanos. Luego con la llegada de Héctor Mayagoitia, a la dirección del Consejo, a pesar de su reducido presupuesto, la política del CONACYT fue sostener los proyectos que funcionaban y mejorar los existentes, por ejemplo, aquellos que mostraban mayor rentabilidad y un éxito editorial.⁸⁶ En cuanto a los libros de divulgación, CONACYT tomó la decisión de mantener la política de no competir comercialmente con las editoriales de libros científicos o especializados. La estrategia fue buscar libros en donde la información científica resultara agradable, interesante y sobre todo accesible. De ese modo, se firmó un Convenio con el Fondo de Cultura Económica⁸⁷ para publicar libros de ciencia y tecnología en la Colección *Breviarios*, después se crearon colecciones y se compraron derechos de autor a fin de contar con un gran acervo de libros de divulgación de la ciencia y la tecnología, fomentando las colecciones de libros para niños.⁸⁸

⁸⁵ José Angel Leyva "Divulgación de la ciencia desde México" en *Revista Libros de México*, núm. 36, julio-septiembre 1994.

⁸⁶ Asimismo, durante su administración se llegó a tener veinticinco librerías que contaban con salas de lectura, a fin de que las personas que no podían adquirir los libros tuvieran la posibilidad de leerlos. Esas librerías desaparecieron, al considerar que no eran rentables y que no cumplían con los objetivos establecidos.

⁸⁷ El Fondo de Cultura Económica cuenta con la mejor colección científica mexicana, *La ciencia desde México*, por su parte, *Pangea* cuenta con su colección *Viajeros del Conocimiento*. Editorial Siglo XXI también ha publicado excelentes libros de divulgación científica y tecnológica, por su parte el CONACULTA cuenta con proyectos interesantes a través de coediciones.

⁸⁸ En 1985, se inició la coordinación de una serie entre el Fondo de Cultura Económica y la comunidad científica. CONACYT y la SEP fueron invitadas a participar financieramente en el proyecto y a cumplir con el

Una de las pocas editoriales que asumió el reto de publicar libros de divulgación fue *Pangea*, que contrató a científicos, periodistas y escritores mexicanos con el fin de que se encargaran de las obras de divulgación. La editorial *Pangea* publicó en coedición con el Consejo Nacional para la Cultura y las Artes una colección para niños bajo el nombre de *Sabermatas*, con un total de doce volúmenes programados. Otra de las editoriales de divulgación fue *Gatopardo*, que a mediados de los ochenta y hasta 1988 publicó coediciones con el CONACYT. La colección *La ciencia desde México* es el ejemplo más exitoso de los libros de divulgación científica, en un principio se pensaba que no iba a tener una buena respuesta. En el primer año del proyecto, se tenían ocho títulos, los pronósticos no eran favorables, no obstante la colección se mantuvo y logró tirajes de diez mil ejemplares anuales.⁸⁹ Una más de las organizaciones encargadas de la divulgación de la Ciencia, es la *Sociedad Mexicana de Divulgación de la Ciencia y Tecnología* (SOMEDICYT), la cual editaba las revistas *C y D* e *IcyT*.

En México se comienza a entender la importancia de la información científica y tecnológica. En consecuencia, CONACYT ha firmado varios convenios con la *National Science Foundation* de Estados Unidos y su equivalente en Canadá, la *Science Advisory Board*, con el propósito de crear la *Semana de la Ciencia y la Tecnología*. La formación de divulgadores es un proceso que requiere experiencia en el manejo de las técnicas periodísticas y narrativas y exige conocimientos científicos para la interpretación y transformación de la información científica.

compromiso de adquirir tres mil ejemplares. Como resultado se formó en ese entonces un comité de ciencia y tecnología con destacados investigadores.

⁸⁹ El libro de divulgación que más éxito ha tenido es el Luis Felipe Rodríguez, *Un universo en expansión*, el cual salió a la venta en 1986 y lleva más de 36 mil ejemplares vendidos; otro ejemplo es el *Océano y sus recursos* de Juan Luis Cifuentes, el cual lleva doce tomos, y ha tenido segundas y terceras ediciones.

La producción editorial y ventas en México durante 1998, se muestra en el cuadro 8, y en él se observa que los libros de texto de los niveles de primaria y secundaria son los que representan un mayor volumen de ventas y de producción; el valor de volúmenes de ventas por pieza es de 29 millones 270 mil con un valor de un millón 28 mil 494 pesos.

Cuadro 8
Producción editorial y ventas en México en 1998

Línea	Volumen de producción (pieza)	Valor miles de Pesos	Volumen venta (pieza)	Valor miles de pesos
Ediciones literarias	7,509,611	250,241	6,680,097	224,581
Ensayo y Crítica	1,055,258	44,240	956,913	37,399
Narrativa	6,454,353	206,001	5,723,184	187,182
Ediciones científicas	2,597,266	381,476	2,085,585	308,838
Biología	320,040	21,007	314,383	17,321
Matemáticas	791,591	50,976	692,344	44,477
Medicina	1,485,635	247,778	1,078,858	181,036
Otras ediciones		61,715		66,004
Ediciones humanísticas	3,537,945	392,927	3,090,760	331,448
Economía	968,620	62,237	996,375	66,493
Historia	675,309	33,309	629,188	31,102
Psicología	788,223	50,015	796,435	49,568
Derecho	1,104,793	173,888	668,762	109,956
Otras ediciones		73,478		74,329
Ediciones técnicas	3,409,101	381,709	3,885,878	423,151
Contaduría	1,251,349	119,424	1,576,701	151,239
Informática	1,288,563	142,737	1,575,799	165,923
Ingeniería	869,189	101,883	733,378	86,872
Otras ediciones		17,655		19,117
Ediciones de libros de texto	34,962,000	1,354,006	29,270,000	1,028,494
Primaria	9,458,000	378,493	10,798,000	370,696
Secundaria	25,504,000	975,513	18,472,000	657,798
Ediciones Especiales				
Diccionarios	3,318,157	116,160	2,701,881	93,310
Infantiles (excepto de texto)	4,436,620	108,178	4,745,588	118,793
Otros libros y ediciones		443,363		317,743
Otras ediciones		56,955		47,779
Otros productos secundarios		67,962		77,846
Otros productos no genéricos		235,173		241,695
Totales	59,770,700	3,788,150	52,459,789	3,213,678

Fuente: Encuesta Industrial Mensual, Resumen Anual 1998, INEGI

2.3 Importancia en la difusión cultural

El libro es el gran promotor de la lectura, un bien colectivo y un recurso importante para el desarrollo económico y social de los países. Asimismo, puede ser concebido como un recurso para el ejercicio de la democracia, al contribuir a que los sujetos desarrollen sus capacidades y continúen aprendiendo; desde el punto de vista económico es una herramienta para el mejoramiento de la productividad de la economía, además de una instancia que promueve la creatividad artística, el conocimiento científico y tecnológico, y puede contribuir a modificar el comportamiento de los seres humanos.

El hábito de leer ha sido signo de civilización y cultura. Sin la lectura no se puede concebir la evolución de las ideas, el progreso de las ciencias y las artes, la prosperidad de los pueblos y el perfeccionamiento de los individuos. Las estadísticas demuestran que los pueblos más instruidos y desarrollados, son aquellos en que la producción bibliográfica es considerable y tienen altos índices de lectura. Por otro lado, la lectura ilustra al individuo, eleva su nivel intelectual, suple las deficiencias de la educación y le proporciona el conocimiento que en ocasiones no es adquirido en las instituciones de enseñanza. En suma, la influencia que ejerce la lectura en el individuo es de tal trascendencia que ésta se refleja en sus ideas, en su carácter, en su moral y hasta en sus costumbres: *Dime qué lees y te diré quién eres.*

México, a pesar de no contar con una legislación⁹⁰ fue un gran promotor del libro, a diferencia de otros países como España, Argentina y España, en donde la promoción del libro y la cultura estaban en manos de particulares.⁹¹ En nuestro

⁹⁰ Se considera que Argentina es el primer país hispanoparlante que contó con una ley del libro, ésta fue promulgada en 1973. Chile, Costa Rica, España, Ecuador, Guatemala, Nicaragua, Perú y la República Dominicana, cuentan con una Ley del Libro.

⁹¹ En nuestro país, en 1993, la Cámara Nacional de la Industria Editorial (CANIEM), la Asociación Nacional de Libreros Mexicanos, EDUCAL y la Sociedad General de Escritores Mexicanos (SOGEM) propusieron la elaboración de un anteproyecto de "Ley General de Libro". Con este anteproyecto, sus impulsores buscaban

país, a partir de la época de José Vasconcelos, la promoción del libro y la cultura estuvo ligada a los hombres de estado y del sector público. Los libros fueron una de los primeros productos de exportación de México, cuando nuestro país sólo exportaba materias primas. Sin embargo, la política económica no apoyaba de manera importante la exportación del libro. En la década de los treinta y cuarenta, el gobierno, no apoyó un posible liderazgo editorial de nuestro país, por el contrario protegió a la industria del papel.

Durante mucho tiempo en nuestro país se pensó que el libro merecía un apoyo especial, permitiendo a los editores de libros la importación de papel de mejor calidad y mejor precio para luego exportarlo como libro; pero ese permiso no fue concedido durante décadas, con lo cual una industria con potencial exportador como la del libro se castigó y se subsidió a otra como la del papel.⁹² Bajo este contexto queda claro que el libro no era visto por las autoridades bajo una perspectiva comercial, económica o internacional, sino como social, nacional y de consumo sobre todo interno, se percibía como un servicio público del estado mexicano para atender las necesidades educativas y culturales del país. En el cuadro 9 se muestra el gasto en educación, cultura y lectura en México durante los 1996-1997.

estimular y proteger la producción de libros en México para satisfacer las necesidades educativas y culturales del país, a través de la estrategia de distinguir a la industria editorial dedicada al libro, de aquella comprometida con la publicación de revistas o periódicos. Ello con el propósito de conseguir estímulos fiscales y otros apoyos que redujeran los costos y el precio de los libros; incrementar los volúmenes de producción y hacerlos accesibles a los lectores. Luego de cuatro años de presentada esta iniciativa fue tomada en cuenta por el gobierno y en 1997 se sostuvieron reuniones con la Comisión de Cultura de la Cámara de Diputados. A finales de 1998, la Legislatura LVII de la Cámara de Diputados aceptó analizar el anteproyecto de la "Ley General del Libro", pero al ser turnada para ser dictaminada por las comisiones de Cultura y Educación la iniciativa original sufrió cambios cuando la fracción parlamentaria del Partido de la Revolución Mexicana (PRJ) consideró que más que incentivar a la industria editorial lo primordial era el fomento a la lectura, aún cuando el anteproyecto consideraba un capítulo al respecto. De ese modo, a pesar de los esfuerzos por tener una ley, el Congreso consideró que el anteproyecto era incompleto, pues no lograba bajar los precios en la industria editorial mexicana.

⁹² Después de la Guerra Civil Española, España recuperó su liderazgo como potencia editorial a nivel mundial, con un importante apoyo por parte del estado, (específicamente en el mercado de la novela traducida) con lo que dejó fuera al mercado mexicano que empezaba a traducir novelas y había consolidado una posición importante del libro en español. A finales de los ochenta, de todos los libros de literatura traducidos al español, España había traducido el 85%, México sólo el 12% y otros países el 3%.

Cuadro 9
Gasto en educación, cultura y lectura en México, 1996-1997
(millones de pesos)

Año	Total en educación*	SEP	Subsector cultura**	Fomento del libro y la lectura***
1989	19 673	13 390	369	73
1990	29 723	18 370	522	96
1991	40 644	27 056	778	116
1992	53 234	36 158	1 027	185
1993	66 257	46 242	1 378	201
1994	77 339	56 587	1 781	179
1995	90 113	68 837	1 746	278
1996	122 739	93 972	2 254	325
1997	155 943	118 444	3 072	400

* Federal, estatal, municipal y privada.

** CNCA, INAH, INBA, FCE.

*** Publicaciones y bibliotecas del subsector.

Fuente: Gobierno de la República. Cuarto Informe de Gobierno, 1998.

Dentro de las políticas culturales existe la del fomento a la lectura, destacando las tres formas principales de lectura: a) la lectura como hábito; b) la lectura como placer y, c) la lectura como necesidad.⁹³ Por otra parte, existen diversas razones por las que el fomento al libro y la lectura pueden ser vistas como prioridades dentro de las políticas culturales de una sociedad: a) *razones políticas*, contribuyen a la formación de ciudadanos, la creación de conciencia nacional, la consolidación de la democracia y los derechos ciudadanos; b) *razones económicas*, aportan elementos para la formación de recursos humanos, inversión en capital humano, aumento de la productividad, desarrollo científico y tecnológico y, c) *razones sociales*, coadyuvan a la apertura y distribución de oportunidades de aprendizaje; sus motivos engloban todas las áreas del sistema social, en especial políticas y económicas.

⁹³ *La lectura como hábito* pierde fuerza, su valor ha estado relegado hasta llegar a convertirse en simple difusión, se vincula ahora más al consumo y la demanda; *La lectura por placer* contribuye a ejercitar la memoria, es la lectura que promueve el gusto por los libros, fomentando la bibliofilia y los círculos de lectura. El libro puede ser visto como compañía; y *La lectura por necesidad*, el libro es considerado un necesidad social y cultural que se refleja en razones políticas, económicas y sociales para el fomento al libro y la lectura.

La industria editorial es una actividad que genera empleos, demanda materias primas y otros insumos, el pago de impuestos y prestaciones sociales. Por ejemplo, los editores que demandan mayor cantidad de personal ocupado (obreros y empleados) son los que se clasifican del estrato de más de un millón de ejemplares anuales. Los del estrato de 100 mil 1 a un millón son los que necesitan más personal externo, 42% del total del personal ocupado (véase cuadro 10).

Cuadro 10
Personal ocupado en la industria editorial en México, 1997

Ejemplares anuales	Obreros	Empleados	Externos
Hasta 10 000	204	316	264
10 001 a 100 000	104	792	548
100 001 a 1 000 000	176	1 933	1 105
Más de 1 000 000	714	4 211	719
Total	1 198	7 252	2 636

Fuente: "Actividad Editorial 1997", CANIEM, diciembre de 1999.

Como se observa, la comercialización de su producción y exportación sujeta a las normas del comercio internacional, convierte al sector en una industria que requiere la adopción de criterios, mecanismos y sistemas de gestión y evaluación que son aplicados en cualquier sector económico.

2. 4 Peso específico de la producción cultural (científica y artística)

El libro, al convertirse en un producto comercial, divide sus costos en los gastos de papel, autor, impresión y encuadernación según los tirajes, y los porcentajes de gastos generales de la empresa se reflejan en el costo final del producto. Esta cifra de costos se multiplica hasta convertirse en el precio de venta, en que se incluyen los gastos de distribución (libreros, mayoristas, intermediarios). Así, el factor económico en la venta se condiciona al éxito comercial. De esa forma, una

escasa venta se considera una operación poco rentable. En cambio, la venta de una edición completa permite las reediciones que reducen los gastos de producción. Una singularidad de la industria editorial es la aceptación de la mercancía por parte de los libreros, pero esto no implica una operación de venta. Un caso especial en el mercado, es que los libreros aceptan los libros debido a que estos pueden ser devueltos si no logran venderse. Este negocio se basa en la venta por comisión. En este sentido el editor no conoce el resultado de sus operaciones hasta en un plazo no menor de 90 días, pasado este plazo el librero puede devolver los ejemplares que no haya colocado. En los cuadros 11 y 12 se señalan la distribución de títulos por tema en 1996 y los libros publicados por la SEP durante el periodo 1993-1998, respectivamente.

Cuadro 11
Distribución de títulos por tema en 1996

	Títulos	Ejemplares Millones	Porcentaje de ejemplares	Tiraje Promedio
Libros de texto				
Preescolar	287	3.7	4	12 989
Primaria	938	13.7	15	14 609
Secundaria	969	26.9	29	27 697
Preparatoria	658	2.8	3	4 239
Profesional	1472	3.5	4	2 364
	4 324	50.6	55	61 898
Libros infantiles y juveniles	1 074	12.5	14	11 615
Libros de ciencia y técnica				
Ciencias de la salud	1 143	2.7	3	2 345
Otras ciencias	1 133	2.7	3	2 425
Ingeniería y diseño	301	0.4	0	1 4 68
Computación	662	1.8	2	2 666
Administración y negocios	745	1.5	2	1 956
	3 984	9.1	10	10 860
Libros de ciencias sociales y Humanidades				
	1 774	2.9	3	1 652
Libros de religión				
	351	2.1	2	6 021
Literatura				
Ficción	993	4.9	5	4 973
No ficción	520	0.8	1	1 576
	1 513	5.7	6	6 549
Libros de arte	71	0.3	0	3 668
Enciclopedias y diccionarios	168	2.1	2	12 552
Libros prácticos	1 778	5.5	6	3 070
Fascículos (series de)	6	0.3	0	126
Otros	463	0.9	1	1 918
Total	15 506	22	100	119 929

Fuente: "Actividad Editorial 1997", CANIEM, diciembre de 1999.

Cuadro 12
Libros publicados por la Secretaría de Educación Pública, 1993-1998
(millones de ejemplares)

	93/94	94/95	95/96	96/97	97/98
Libros y guías para:					
Educación preescolar	2	3.1	1.8	3.8	5.0a
Educación primaria	100.6	139.6	121	128.9	124.8*b
Educación secundaria	9.6	9.4		10.8	1.9**c
Educación para adultos	12.9	9		14.3	11.6d
Educación rural e indígena	0.7	3.9		1.5	1.0e
Educación de apoyo				0.9	n.d
Total	125.8	165	122.8	160.2	144.3
Publicaciones de:					
CNCA***					2.9f
FCE					2.7g
INAH					.084h
INI					n.d.
CONAFE					n.d.
INBA					n.d.
Total de libros culturales	4.7	4.2		8.8	5.6
Gran total	130.5	169.2	122.8	169	149.9

*Cifras de producción no de distribución.

***1997 fue el primer año en que la industria editorial privada participó en la elaboración de libros de texto para secundaria.

***Incluye sólo los libros que publican las instituciones coordinadas por el CONACULTA.

n.d. Cifra no disponible.

Nota: Las cifras que se presentan para 1997, se obtuvieron de fuentes diversas a las presentadas en años anteriores, en virtud de que el *Prontuario estadístico, cultural y presupuestario* de la SEP, fuente original de este apartado, ya no se edita.

Fuentes:

- Principales indicadores de educación preescolar, ciclos escolares 1999, página electrónica de la SEP, Anexo Estadístico, México 1999.
- Principales indicadores de educación primaria, ciclos escolares 1999, página electrónica de la SEP, Anexo Estadístico, México 1999.
- Comisión Nacional del Libro de Texto Gratuito, Dirección de Apoyos Técnicos.
- SEP, INEA, Dirección de Planeación y Evaluación.
- Dirección General de Educación Indígena.
- CONACULTA, Dirección General de Comunicación Social.
- FCE, Gerencia de Producción.
- INAH, Gerencia de Producción.

Como se observa en el cuadro de distribución de ejemplares por tema, el mayor porcentaje de títulos corresponde a los libros de texto. Los libros de texto constituyen el mayor número de ejemplares, sobre todo los de primaria y

secundaria, que cubren el 44% del total (véase también el cuadro 13). Otro rubro que llama la atención son los libros infantiles y juveniles con un 14%, los libros de arte, cuentan con el menor número de ejemplares.

Cuadro 13
Libros de texto gratuitos 1990/1998
(miles de libros)

Ciclo escolar primaria	Libros para el alumno	Libros para el maestro	Total
90-91	89 412	690	90 102
91-92	92 078	699	92 778
92-93	93 177	666	93 843
93-94	100 551	623	101 174
94-95	134 426	5 131	139 557
95-96	122 926	7 475	130 401
96-97	127 575	10 754	138 330
97-98	129 907	3 233	133 140

Fuente: Anuario Estadístico de los Estados Unidos Mexicanos, cuadro 4.27 1ª y 2ª parte, INEGI, 1998.

En el cuadro 14 y en la gráfica 1, presentamos la edición de títulos por tema para 1996 y el tiraje promedio por tema en 1997, respectivamente.

Cuadro 14

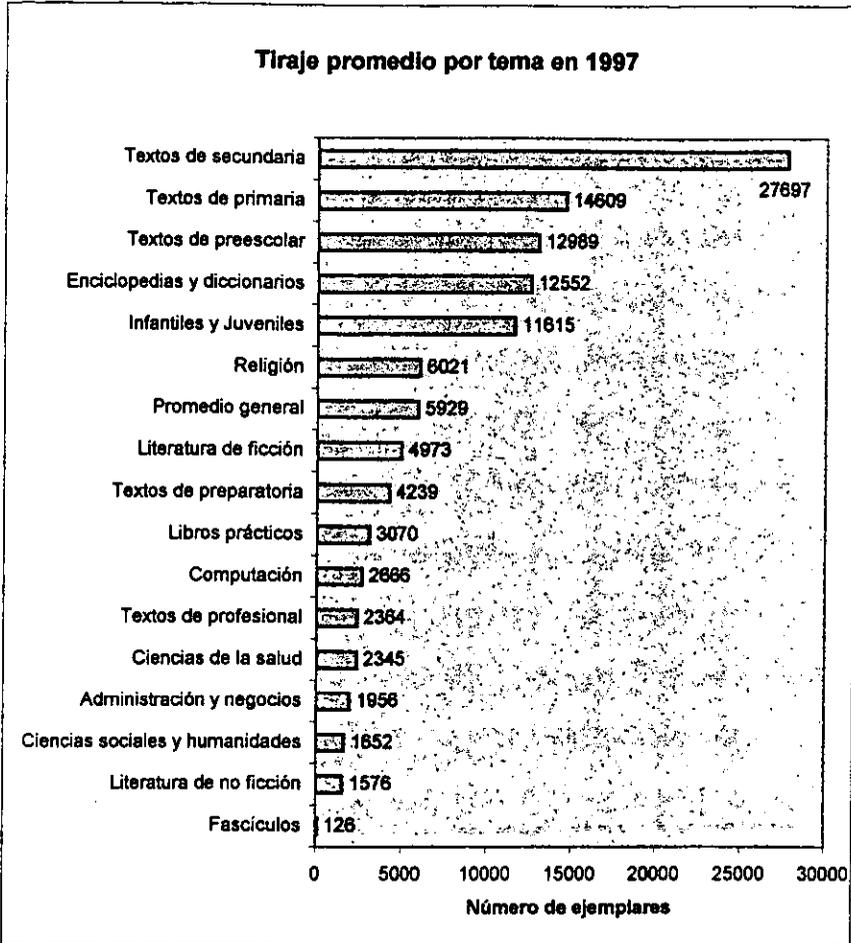
Edición de títulos por tema* en México en 1996

Libros de texto	Nuevos títulos	Títulos reeditados	Títulos Reimpresos	Total de títulos	Porcentaje	Porcentaje 1996
Preescolar	50	43	194	287	2	2
Primaria	159	304	475	938	6	6
Secundaria	269	165	535	969	6	5
Preparatoria	83	34	541	658	4	9
Profesional	273	56	1 143	1 472	9	10
	834	602	2 888	4 324	28	32
Libros infantiles y juveniles	404	21	649	1 074	7	5
Libros de ciencia y técnica						
Ciencias de la salud	312	29	802	1 143	7	5
Otras ciencias	258	30	845	1 133	7	2
Ingeniería y diseño	100	8	193	301	2	1
Computación	228	20	414	662	4	4
Administración y negocios	197	71	477	745	4	5
	1 095	158	2 731	3 984	26	17
Libros de ciencias sociales y Humanidades	1 054	80	640	1 774	11	14
Libros de religión	57	185	109	351	2	4
Literatura						
Ficción	438	9	546	993	6	7
No ficción	207	10	303	520	3	3
	645	19	849	1 513	10	10
Libros de arte	44	13	14	71	0	1
Enciclopedias y diccionarios	86	8	74	168	1	1
Libros prácticos	365	40	1 373	1 778	11	13
Fascículos (series)	6			6	0	1
Otros	197	7	259	463	3	3
Total	4 787	1 133	2 586	15 808	100	100

Fuente: "Actividad Editorial 1997", CANIEM, diciembre de 1999.

*En esta tabla, los libros de ciencias sociales y humanidades incluyen los de lingüística, geografía, historia, derecho, civismo, política, economía, sociología, psicología, filosofía. La literatura de ficción incluye novela y cuento. En la literatura de no-ficción está poesía, teatro, ensayo literario, historia literaria y crítica literaria. Los libros de arte también incluyen los libros de lujo. Dentro de los libros prácticos están las guías, recetarios, "autoayuda", pasatiempos, horóscopos, atlas y manuales, pero no los profesionales y administrativos; pues éstos están incluidos en los libros de ciencia y técnica.

Gráfica 1



Fuente: "Actividad Editorial 1997", CANIEM, diciembre de 1999.

ESTA TESIS NO SALE
DE LA BIBLIOTECA

Por otra parte, en cuanto a la distribución geográfica de las ventas de libros en el Distrito Federal se venden el 53% de los libros por editor; y el 43% por ejemplares, teniendo un total de 39.5 millones de ejemplares, en tanto que en el resto del país la venta de libros es del 40% por editor, con un 44% de los ejemplares con cifras de 40.1 millones, el 8% de los editores venden al extranjero, lo que representa el 13% y 12.3 millones de ejemplares (véase cuadro 15).

Cuadro 15
Distribución geográfica de las ventas de libros en México en 1997

	Porcentaje por editor	Porcentaje por ejemplares	Millones de Ejemplares
Distrito Federal y área metropolitana	53	43	39.5
Resto del país	40	44	40.1
Extranjero	8	13	12.3
Total	100	100	91.9

Fuente: "Actividad Editorial 1997", CANIEM, diciembre de 1999.

Cabe mencionar que las cadenas distribuidoras piden al editor descuentos de hasta el 45%, lo que lleva a elevar el costo de los libros que aunado al precario poder adquisitivo y crisis económicas provocan una baja demanda de libros que junto a la deficiente distribución sigue siendo una problemática clave en la industria editorial mexicana.⁹⁴

Una de las alternativas para mejorar la distribución y fomentar la lectura podría ser la creación de un Círculo de Lectores como los que existen en varios países (Estados Unidos, Francia, España, Gran Bretaña y Alemania), en donde ha

⁹⁴ En 1998, durante la Feria del Libro en Guadalajara, se mencionó que en nuestro país son muy elevados los costos de distribución del libro (más del 60% respecto al 50% en España) por lo que resulta difícil para los editores mexicanos editar en esas condiciones. Al respecto, Adolfo Castañón, Gerente Editorial del Fondo de Cultura Económica, señaló: "creo que podemos caracterizar a la industria editorial mexicana como una industria que está en despegue, en desarrollo, que tiene un gran potencial pero que en su momento preciso actual es una industria que tiene muchas deficiencias como sector industrial por distintas razones, yo no soy técnico, pero que tiene deficiencias en lo que hace a la capacidad instalada, a la mano de obra, al papel, a la distribución, a la exportación, y a la profesionalización de los recursos humanos". Entrevista realizada a Adolfo Castañón, octubre del 2000.

probado ser una de las mejores formas de difusión del libro. La UNAM aplica la estrategia de envío de catálogos de novedades y boletines a las universidades estadounidenses que cuentan con departamentos de español al igual que algunas en Iberoamérica, así como la incorporación de fichas bibliográficas a la red de Internet. A estas actividades se añade la participación en ferias del libro nacionales e internacionales. En el cuadro 16 mostramos la promoción de libros en México durante el periodo 1994-1997.

Cuadro 16
Promoción de libros en México, 1994-1997
(porcentaje de editores)

	1994	1995	1996	1997
Agentes vendedores locales	47	62	60	56
Agentes vendedores nacionales	38	41	46	38
Agentes vendedores internacionales	17	18	19	19
Lista de precios	59	56	58	58
Catálogo de publicaciones	45	49	54	32
Boletín de novedades	28	28	27	32
Promoción por correo	38	33	31	36
Promoción por fax	13	20	16	23
Distribuidor(es) para librerías en el D.F.	37	35	40	37
Distribuidor(es) para locales cerrados en el D.F.	23	24	25	26
Distribuidor (es) para el resto del país	41	33	41	39
Distribuidor (es) para el extranjero	17	21	24	24
Anuncios en revistas	39	39	34	38
Anuncios en diarios	34	27	22	32
Anuncio por radio	16	16	19	16
Anuncios por televisión	8	8	13	12
Ferias en el país	58	63	68	67
Visitas a escuelas	34	42	42	41
Presentación de libros	35	42	50	42
Ferias en el extranjero	20	25	26	30
Visitas o muestrarios a bibliotecas	21	25	26	21
Clubes de lectores	0	4	5	4
Envío de ejemplares de cortesía	46	48	51	45

Fuente: "Actividad Editorial 1997", CANIEM, diciembre de 1999.

2.5 Desafíos a la producción cultural.

El libro es un instrumento para el fomento de la cultura nacional, pero enfrenta una crisis económica, social y política. a) crisis económica debido a la falta de planificación de una política económica de fomento al libro, escasez y carestía del papel, medidas fiscales y tarifas inapropiadas; b) crisis social basada en las condiciones de marginación de amplios sectores de la población; c) crisis política debido a que intereses de grupos de poder impiden la libre expresión, a través de la manipulación del acceso al papel a quienes no acepten y avalen sus ideas.

Asimismo, la distribución se convierte en un proceso complicado ya que el apoyo publicitario puede resultar costoso porque en la industria editorial cada producto requiere de una promoción especial. Sin embargo, el factor de producción se convierte en un proceso fundamental en la industria editorial, razón por la cual se requiere de un aparato difusor y receptor bien organizado que lo haga llegar a todos los puntos de venta de un país.

En México, el proceso de distribución se considera deficiente a pesar de los intentos de las autoridades por llevar el libro a un mayor número de puntos de venta (a través de la actualización de catálogos y boletines) con el fin de dar a conocer su producción editorial. La UNAM a través de la Dirección General de Publicaciones y Fomento Editorial publicaba en 1998 alrededor de mil novedades editoriales al año, lo que la situaba en una de las entidades editoriales más importantes de Latinoamérica, aún cuando carecía de políticas editoriales unificadas y criterios homogéneos para orientar la actividad editorial. El libro universitario es especializado y la actividad editorial universitaria se mueve con márgenes de ganancia muy reducidos si se compara con la empresa privada.

Con el propósito de enfrentar la disminución de lectores, las entidades públicas recurren a diversos mecanismos como las coediciones con editoriales privadas, la

ampliación de las redes de distribución ya existentes, como es el caso de EDUCAL (la cual depende de CONACULTA), y el envío de sus ediciones a locales cerrados (como las tiendas departamentales y de autoservicio). Asimismo, recurren a los sistemas de las editoriales privadas, que cuentan con procesos innovadores. Por ejemplo, la Editorial Océano implementó un sistema de venta de puerta en puerta con facilidades de crédito, e incluyó en sus catálogos libros diversos además de las enciclopedias que por tradición ya contaban con este sistema. Sin embargo, a pesar de todas estas estrategias no existe una generación de lectores consumidores bien consolidada. Diversas editoriales ofrecen una diversidad temática en múltiples disciplinas del conocimiento en el ámbito social, cultural y científico, pero el acceso a esa producción desde hace muchos años se ha obstaculizado debido a una ineficiente distribución y difusión. Los directivos de las editoriales han reconocido el problema de la mala distribución como uno de los retos principales de la industria editorial mexicana. Además, al no existir la figura del distribuidor que existe en otros países, a las pequeñas empresas les cuesta trabajo colocar sus libros a lo largo del país. El costo por envío de pedidos desde la Ciudad de México a los estados resulta caro y esto se refleja en el precio final del producto.

No obstante que la historia nos ha enseñado que el libro es un instrumento indispensable para el fomento a la cultura, las nuevas tecnologías como la Internet y el CD ROM han cuestionado su permanencia. La definición tradicional del libro está asociada con la imprenta, con el papel. Un crítico literario del diario *Los Angeles Times* comentó:

Un libro electrónico no es un libro. El libro es un pedazo de escritura en papiro, celofán o papel. Esa es la historia del mismo. Puede ser que algo llamado de igual manera sea tan interesante como un libro. Si Shakespeare

hubiera contratado a alguien para que escribiera Hamlet con humo en el cielo, ¿sería eso un libro?⁹⁵.

El debate no es tanto una cuestión ideológica, el cuestionamiento es si se puede separar el contenido de la forma y si la existencia de un libro está basada en el uso de papel y tinta. A pesar de que los libros electrónicos todavía no logran grandes ventas, el mercado sigue creciendo. En la red electrónica cada vez son más las compañías que ofrecen sus obras en Internet, que es el único medio por el cual pueden ser adquiridas (muchas veces debido a que es la única alternativa para los autores que no pudieron publicar de manera tradicional).

2.5.1 El libro frente a las nuevas tecnologías

La industria editorial mexicana ha mostrado un cambio hacia la Internet, en un principio mostraba poco interés pero en la actualidad existen una serie de proyectos comerciales y de promoción de libros en la red. El interés por la Internet en México aumentó; por ejemplo durante junio de 1998 y agosto de 1999 el número de mexicanos conectados a la red se duplicó (más de 1.6 millones de usuarios) y el número de páginas de dominio, es decir, las páginas registradas con una dirección en México se incrementó de siete mil a 20 mil 500⁹⁶.

Los primeros en fomentar el comercio electrónico del libro fueron: Gandhi (www.gandhi.com.mx); Porrúa (www.porrua.com.mx); Libromex (www.feria.libromex.com.mx) y El Péndulo (www.pendolo.com.mx), que a través de sus catálogos y

⁹⁵ Eduardo Espina "La felicidad en el mundo digital", en *Crónica*, suplemento dominical, 3 de diciembre de 1999, p.4.

⁹⁶ Cabe mencionar que la mayoría de los usuarios de Internet en México tienen una conexión en su hogar y que apenas el 2% de las páginas disponibles están escritas en español. Véase Luis G. Coda "El editor mexicano en Internet en 1999", Revista *Libros de México*, No. 55, abril-junio de 1999, p.17.

puntos de venta electrónicos iniciaron una nueva estrategia para la promoción y venta de libros en la red.⁹⁷

Una editorial puede experimentar en Internet con un gasto mínimo y a corto plazo puede ampliar sus expectativas. La cuestión es la utilidad de un catálogo de Internet. Los usos pueden ser muy concretos, al tener puntos de venta que tengan acceso a la red y así ordenar los pedidos por correo electrónico. La experiencia en los Estados Unidos nos permite saber que un simple catálogo no es atractivo para los lectores, si se pretende atraer la atención de los visitantes a la página ésta deberá contener información sobre varios temas. En la medida en que ofrezca mayor información, se garantiza que el lector regrese a consultar la página y, en este sentido, el número de visitantes y de clientes potenciales aumentará. La información puede ser acerca de temas relacionados con las publicaciones de la empresa, un directorio especializado de páginas de Internet sobre la industria

⁹⁷ El proceso para aprovechar la Internet como medio de promoción y comercio editorial se realiza a través del uso del nombre del dominio que puede obtenerse con *NIC de México*, que es uno de los representantes del Comercio en Internet en México. Las opciones son:

- La renta de un espacio en el servidor de una empresa que tenga acceso a Internet y que opere en México. Sin embargo, el acceso a Internet en nuestro país todavía sigue siendo caro. Una conexión de alta velocidad de 1 ó 2 megabaudios (megabytes por segundo), cuesta varios miles de dólares al mes y eso se traduce en los precios elevados para la renta del espacio. Algunos de los servidores carecen del *software* necesario para el manejo de bases de datos que son indispensables para mantener un catálogo y para ofrecer servicios de comercio electrónico. En general, esta opción sólo sirve para colocar una página estática, con alto costo para la actualización del catálogo.
- En Estados Unidos, la renta de un espacio en un servidor especializado en *Web Housing*, para páginas de Internet, la renta y acceso al *software* ya instalado en el servidor tiene un costo bajo. Sin embargo, esta opción deja el costo y el trabajo del diseño y mantenimiento de las páginas a quien renta el espacio; varias empresas estadounidenses que tienen representantes en México manejan esta opción.
- Obtener espacios gratuitos en un servidor. En esta situación, el volumen puede ser desde 5 hasta 20 megabaudios, en la mayoría de los casos la empresa proporciona acceso a los programas que ayudan al diseño y mantenimiento de la página, pero carece del *software* para el mejoramiento de la base de datos y de comercio electrónico. Además de que no permite el uso de nombres de dominio propios; el nombre que aparece es el de la empresa que proporciona los programas seguido de una diagonal y el nombre escogido por el usuario.
- Instalar un servidor propio, o colocar una computadora propia en las instalaciones de un proveedor de acceso a Internet, con todas las ventajas de poner en ella el *software* más conveniente. Empero, la desventaja es el alto costo de la instalación, así como la renta mensual y la contratación de personal especializado para el mantenimiento del equipo.

editorial, una colección de obras literarias gratuitas, todo lo cual representa un proyecto editorial ambicioso.

La competencia por el espacio y la atención del lector es enorme, cuanto más atractivo sea un sitio mayor será el número de visitantes que consulten la página y que puedan conocer los productos de la editorial, a través de vínculos o publicidad. El número de visitantes a un sitio de Internet de una editorial implica la venta directa de los productos sin necesidad de intermediación. En México esta actividad es todavía incipiente (además de que nuestra legislación no contempla el comercio electrónico). Existen alrededor de unas 50 empresas que se han afiliado a grupos o tiendas virtuales que simplifican el proceso de activación del sistema y que operan a bajo costo. Por otro lado, existen empresas que ofrecen el establecimiento de una tienda virtual con renta variable, dependiendo del número de mercancías en el catálogo, lo que evita a la empresa vendedora los altos costos de mantenimiento del *software* que valida las transacciones en un servidor propio y facilita los contratos con las empresas de mensajería para la entrega al cliente final en compras al menudeo.⁹⁸

En cuanto a las limitaciones del comercio electrónico, una de ellas sigue siendo la desconfianza de los clientes en posibles fraudes. El proceso para descodificar una sola transacción procesada de comercio electrónico requiere tener computadoras que trabajen las 24 horas para obtener los métodos de codificación. La aparición de productos alternativos a la tarjeta de crédito, como por ejemplo el monedero electrónico, que ya es usado en el norte de México, podría contribuir a aumentar la confianza de los consumidores.

⁹⁸ En Estados Unidos la compañía *Istbooks*, fundada en 1996, ofrece por Internet una lista de mil doscientos títulos y cada mes agrega cien obras de autores, la gran mayoría desconocidos. Los autores que se quieran inscribir deben pagar una cuota inicial de trescientos a quinientos dólares para que su nombre pueda aparecer en el catálogo, y luego, cada mes deben pagar diez dólares. El precio de cada libro oscila entre 3 y 20 dólares. Sin embargo, se encuentran títulos de poca calidad literaria. (*Amazon*, es la más importante, en Canadá *Chapters e Indigo*).

No obstante lo anterior, uno de los más recientes elementos con que cuentan los editores es la posibilidad de vender libros sin necesidad de imprimirlos. El comercio de libros electrónicos ha aumentado de manera considerable en algunos sectores de la industria editorial, tal es el caso de la Enciclopedia Británica que anunció que dejará de imprimir su obra principal para vender la versión en disco compacto, además de la versión en Internet (esta acción contribuyó a que la empresa saliera de la bancarrota en sólo dos años).⁹⁹

En la actualidad, existen programas computacionales como *Adobe Acrobat*, *Corel Barista* y *Envoy* que facilitan la impresión en papel en un archivo digital muy compacto, ello permite convertir un libro o revista diseñado por computadora, que puede ser distribuido por Internet y ser leído en cualquier computadora o ser impreso en cualquier impresora, abriendo grandes posibilidades a la piratería. Sin embargo, no debemos olvidar que la fotocopiadora también es una amenaza que han enfrentado con éxito los editores.¹⁰⁰

La mayor parte de las empresas ven la Internet como una inversión publicitaria a mediano plazo. Sin embargo, una pequeña empresa puede obtener ventajas en los costos de desarrollo de páginas comparada con una empresa más grande. Las ganancias de empresas famosas en la red como *Amazon* o *Yahoo* no tienen su origen en las ventas directas ni tampoco de las ventas de publicidad, tales

⁹⁹ Algunas editoriales de revistas con temas de computación como *ZIF-Davies* y *Grupo IDG* lograron aumentos del 10 al 20% una vez que colocaron la edición completa de sus revistas en Internet, incluso antes de sacar la revista en papel a la venta al público. Esto no significa que en todos los casos funciona de la misma manera, lo que puede funcionar para una enciclopedia o para revistas computacionales extensas, no funcionará necesariamente para otras ediciones.

¹⁰⁰ El 10 de diciembre de 1997, la Comisión Europea adoptó el borrador de las "*Directivas sobre la armonización de ciertos aspectos del derecho de autor y derechos conexos en la sociedad de información*". Es indudable que este hecho marca un cambio importante en el sistema de los derechos de autor en el sector digital. El objetivo del documento es la aplicación de las nuevas legislaciones internacionales contempladas en el *Tratado de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (World Intellectual Property Organization, WIPO)* y en el *Tratado WIPO sobre Ejecuciones y Fonogramas*, con la intención de que sea conocido y puesto en práctica por la comunidad internacional y las necesidades del mercado interno de cada país. Se han dado algunos casos de empresas que ya explotan estas posibilidades de mercado, pero todavía no alcanzan utilidades importantes. Tal es el caso de www.ebooknet.com.

ganancias provienen de prácticas especulativas en la bolsa de valores que elevan el precio de sus acciones por encima del nivel de los activos y ganancias brutas que las respaldan¹⁰¹. De esta forma, la especulación se mantiene de las altas cifras de visitantes del sitio, pero el proceso para lograrlo no es por medio del anuncio en Internet, es a través de campañas en los medios de comunicación: radio, medios impresos y televisión. Esta estrategia ocasiona que el público tenga la idea de que son empresas importantes con ventas mayores a las reales.

La Internet es un medio que puede ofrecer oportunidades, pero al mismo tiempo existe el riesgo de que se cometan fraudes. Es una herramienta para la promoción y venta; sin embargo, si se considera su papel como nuevo canal de comercialización sabemos que aún es incipiente. Tal vez la fórmula para lograr éxito sea el aumento de publicidad y nuevos productos que cumplan las exigencias del público y de las nuevas demandas del mercado.

Diversas interrogantes sobre los libros y formatos que podrían interesar a los lectores aún se encuentran sin respuesta. Sólo los que están involucrados en los costos de diseño, el mantenimiento y la promoción de las páginas de Internet, que a su vez promueven los libros electrónicos, podrán dilucidar los alcances del mercado en este sector.

Otro de los avances tecnológicos a los que se ve enfrentado el libro lo constituye el CD-ROM. En la industria editorial de varios países se emplean términos en boga como: *Electronic Publishing*, *CD-ROM*, *CD-I*, *Multi-Media*. Varias editoriales ya publican bases de datos en discos compactos con programas de dominio público, lo que se considera "publicación electrónica". Sin embargo, muchos editores todavía no conocen este mercado a pesar de que en la actualidad millones de usuarios de computadoras utilizan programas profesionales de bases de datos con soporte electrónico, como los diccionarios y enciclopedias. De igual

¹⁰¹ Luis G. Coda op. cit.

forma, los editores no cuentan con una estrategia concreta, sólo un sector pequeño de la industria editorial ha comenzado a publicar de manera electrónica. La mayoría de las publicaciones electrónicas en disco compacto, es decir el 80%, son publicaciones de carácter institucional, de la administración pública, de universidades, de empresas multinacionales fabricantes de equipo y de programas.

En general, los editores apoyan al libro tradicional debido al desconocimiento de las posibilidades de publicación que ofrecen las nuevas tecnologías, así como el desconocimiento de que los productos electrónicos se pueden vender a un precio alto y el abaratamiento en papel, al "imprimir" en soporte electrónico. Muchos editores no quieren enfrentar los retos de la tecnología y prefieren continuar la forma tradicional de impresión y publicación de libros, debido a que muchos de ellos cuentan con gran experiencia y no quieren tomar riesgos que pueden ir en detrimento de sus ganancias y sus criterios de rentabilidad.

La tecnología del disco compacto funciona en las áreas en donde los medios de telecomunicaciones no funcionan de manera satisfactoria. En la actualidad, los precios de los discos compactos son vendidos a altos costos y en algunos casos son incluidos en paquetes promocionales, puesto que la publicación electrónica es más barata que la publicación tradicional (evita los altos costos del papel). Una de las ventajas que ofrecen las publicaciones electrónicas de catálogos es el ahorro de tiempo frente a los catálogos impresos. Asimismo, cuando en una librería se cuenta con equipo computacional de apoyo con el programa para el uso de discos compactos, las actividades de la venta (consejos al cliente, disponibilidad, etc.) contribuyen a aumentar las ventas y crean una mejor imagen de la librería, al ofrecer un servicio más rápido y eficiente. En este sentido, la relación librero-cliente ha mostrado un cambio significativo. Desde esa perspectiva, el libro electrónico resulta una oferta económica, pues se pueden conseguir libros inéditos hasta por menos de diez dólares. Los distribuidores argumentan que otro de los

beneficios del libro electrónico es que sus ediciones nunca se agotan; debido a que al estar archivadas se pueden comercializar en cuanto exista la demanda.

En México, el CD-ROM es utilizado como herramienta en diversos sectores, como la administración pública, universidades e instituciones de investigación y entre particulares. Sin embargo, no es tan accesible a todos los sectores de la sociedad. El libro tradicional sigue ocupando las preferencias de los lectores.

Finalmente, cabe mencionar la situación del libro frente a la red de impresión digital. Las nuevas tecnologías en impresión permiten crear un libro de 14 x 21 cm y 250 páginas en sólo 15 segundos.¹⁰² Además, se puede imprimir desde un ejemplar hasta los que necesite la editorial conforme los vaya vendiendo. Esta tecnología evita los costos de almacenaje, inventarios, devoluciones, desperdicios y maltrato, de ese modo, la industria editorial mexicana podrá revolucionar de una manera sin precedentes. En el mercado ya existen algunos equipos que son fabricados por *Xerox*, *IBM*, y *Océ*, los costos varían dependiendo del modelo.

A pesar de todas las bondades que parecen ofrecer estas tecnologías, en México resulta más "accesible" el libro impreso, ya sea por cuestiones económicas o simplemente por la falta de costumbre de leer hipertextos. Si bien existe en México una generación de "*cibernautas*", no todos los estratos sociales tienen acceso a una computadora, además de que la lectura del hipertexto no es fácil.

En México, el grupo editorial Carvajal (al que pertenece la editorial Norma) ya cuenta con un equipo instalado, la *IBM Infoprint*, con un valor aproximado de 1.2 millones de dólares. La casa matriz editorial cuenta con otros dos equipos en Bogotá, Colombia. La maquinaria es alimentada con bobinas de 43.5 cm de ancho y 250 kilos de pesos (siete mil metros lineales de papel), la capacidad de impresión es de 140 pies lineales por minuto en un formato de 42.5 x 33 cm,

¹⁰² "Red de impresión digital" en *OpCit*, México, Año IV, núm.42, marzo del 2000.

equivalente a 201 mil 600 pies; es decir seis mil 700 metros en 24 horas. Con este proceso, los libros quedan listos para ser refinados y enviados a una empresa encuademadora, la cual puede lograr cuatro mil 500 títulos por día. Sin embargo, las portadas se siguen imprimiendo de manera tradicional, puesto que por cuestiones prácticas es mejor almacenar un gran número de portadas que varios miles de ejemplares de un mismo título.

El sistema digital facilita a las editoriales la impresión día a día, es decir puede imprimir los libros conforme las necesidades con el fin de surtir los puntos de venta, con lo cual evita el almacenaje. Otra ventaja es que permite conocer el mercado sin riesgo de inversión. Uno de los beneficios que destacan los editores, es que podría abatir la reprografía (práctica muy recurrida) al reducir al mínimo el número de libros agotados.¹⁰³

En cuanto a las exportaciones, de acuerdo con la editorial Norma, esta tecnología puede ser la solución para la exportación de libros. Colombia imprime alrededor de 1.2 millones de ejemplares anuales, en México cerca de 400 mil ejemplares. Con este sistema, la editorial Norma utiliza su red de impresión digital a fin de acelerar el proceso de producción y ahorro de gastos; se manda el archivo a través de vía satélite, ahí se producen los libros que necesita y en 24 horas puede estar distribuyéndolos en los puntos de venta. Por medio de la forma tradicional, primero se tendrían que imprimir los libros, después consolidar el embarque, pagos de flete, pagos aduanales, impuestos correspondientes, pago de seguros y la espera de hasta un mes para que lleguen los libros, la otra opción es el envío por avión, lo que elevaría el costo.

¹⁰³ Los originales en el sistema digital, sólo ocupan un CD (*compact disk*), el cual es clasificado y almacenado en muy poco espacio, los libros se imprimen conforme a la necesidad. En el sistema offset, el costo por unidad se reduce a medida que aumenta el tiraje, en el sistema digital cuesta lo mismo imprimir un libro o mil. La diferencia promedio de un tiraje de mil 500 a dos mil ejemplares varía entre el 10 y el 14%. En este sentido la impresión tradicional obliga a las editoriales a publicar un mínimo de dos mil ejemplares para reducir los costos de producción. Pero incrementa los costos de almacenaje, inventarios, devoluciones y obsolescencia.

CAPÍTULO 3

3. La industria editorial en Canadá

3.1 Breve historia de la industria del libro en Canadá

En los tiempos coloniales no había una clara distinción entre la impresión y la edición, los impresores pioneros ejercían a su vez el papel de editores, distribuidores, libreros y vendedores. William Brown y Thomas Gilmore fueron los que establecieron la primera imprenta en la Ciudad de Quebec en 1764 y publicaron en ella el primer periódico de la provincia, *La Gazette de Quebec*. Asimismo, publicaron sus primeros libros (incluyendo el *ABC*), los trabajos de F.J. Cugnet, un catecismo de 180 páginas y la obra *Abraham's Plains*, un poema de Thomas Cary.¹⁰⁴ Años después, Hugh C. Thomson de Kingston, publicó 2 volúmenes de versos y de novelas, *El Convento de Santa Ursula* (1824), escrito por Julia Beckwith Hart, que fue la primera novela de ficción publicada. Más tarde, John Nelson, originario de Quebec, publicó en 1826 *History of Canada; from its first discovery to the peace of 1763*. Joseph Howe, originario de Halifax, publicó en 1836 el primer éxito literario de Norteamérica Británica: el libro de Thomas C. Haliburton, *The Clockmaker*, el cual se vendió con rapidez y logró ventas en Londres, Filadelfia y París.

Para 1851, existían varios impresores-editores en Montreal y Toronto, por lo que la industria editorial comenzó a tener auge debido al impetuoso interés por la historia canadiense. F. X. Gameau publicó entre 1845 y 1852, *Historia de Canadá* en 4 tomos; Robert Christie publicó *History of the Late Province of Lower Canada* (1848-1855), editada por Thomas Cary, Jr. y John Lovell; y John Mercier

¹⁰⁴ H. Pearson Gundy, Book Publishing and Publishers in Canada before 1900, 1965

McMullen, originario de Brockville, compiló y publicó su propia *History of Canada* (1855), que se vendió por más de dos décadas.¹⁰⁵

John Lovell e hijo, fueron los editores más originales del siglo XIX en Canadá. Lovell inauguró la editorial *Literary Garland* en 1838 en la que publicaron William Kirby, Michel Bibaud, Charles Sangster, Rosanna Leprohon, Catharine Parr Traill y las traducciones de F. X. Gameau. Su contraparte George Mclean Rose, fue un impresor quien junto con el tenedor de libros Robert Hunter fundó en la Ciudad de Quebec, la editorial *Hunter, Rose y Cía.* en 1861. Después se mudó a Ottawa en 1865 y después a Toronto en 1871. Rose se asoció con Alexander Belford, quien logró un gran éxito al publicar autores estadounidenses y penetró el mercado de Estados Unidos con ediciones baratas como *Tom Sawyer* de Mark Twain. Rose y Belford editaron el *Rose-Belford's Canadian Monthly* (1878-1882), que fue la continuación del *Canadian Monthly* (1872-1878). Tiempo después, Rose editó dos volúmenes de la *Cyclopaedia of Canadian Biography* (1886-1888).¹⁰⁶

En el año de 1891 una nueva ley de derechos de autor, y el subsecuente *Acuerdo de Derechos de Autor Anglo-americano*, contribuyó de manera eficaz a terminar con la piratería en Estados Unidos y Canadá.¹⁰⁷ La editorial canadiense más influyente hacia 1890 fue la *Methodist Book and Publishing House*, luego llamada la *Ryerson Press* en 1919 en honor de su primer administrador, Egerton Ryerson. Establecida en 1829, publicó libros religiosos y comerciales hasta que el Reverendo William Briggs tomó las riendas del negocio en 1879 y expandió el comercio editorial, publicando 37 nuevos títulos sólo en 1897. Briggs publicó a connotados escritores canadienses como Kirby, Traill, Nellie McClung, Charles G.D. Roberts, J.W. Bengough, Charles Mair, Isabella Valancy Crawford, Robert W. Service y Pauline Johnson.¹⁰⁸ La editorial Metodista publicó las novelas de Ralph

¹⁰⁵ *Ibid.*

¹⁰⁶ *Ibid.*

¹⁰⁷ *The Canadian Encyclopedia 2000 World Edition*, McClelland & Stewart Inc, 2000.

¹⁰⁸ *Ibid.*

Connor (Charles W. Gordon) para la *Imprenta Westminster*. Aunque Connor llegó a vender fuera de Canadá, el patrón establecido de ganancias era por las ventas de libros del extranjero, más que de los libros canadienses.

Los libros de texto también ocuparon un lugar importante. Los primeros textos fueron en su mayoría importados de Estados Unidos, pero en 1846 31 títulos fueron adoptados de la Serie Escolar de Irlanda. Esta serie fue empleada por varios años, al mismo tiempo que las series canadienses. Las series de libros de texto de John Lovell (1858), contenían algunos títulos canadienses y las Series Nacionales Canadienses de James Campbell incluían tanto autores locales como algunos británicos. Las ediciones canadienses de libros extranjeros continúan hasta nuestros días, como una importante rama de la industria editorial. Cuando la editorial *Ontario Readers* comenzó sus operaciones en 1884, el mercado de libros de texto a lo largo del país era controlado por Thomas Nelson, Edinburgh, William J. Gage e hijo.¹⁰⁹

Entre 1876 y 1913 se establecieron más de una docena de nuevas editoriales como *Museum Book Company* (1894); *G.N.Morang* (1897); *Mcleod&Allen* (1901), *University of Toronto Press* (1901); *Oxford University Press* (1904); *Macmillan Company of Canada Ltd.* (1905); *McClelland and Goodchild* (1906), que después se convertiría en *McClelland and Stewart, Casell and Company Ltd* (1907); *J.M. Dent and Sons* (1913) y *Thomas Nelson and Sons Ltd.* (1913). Varias de las nuevas firmas canadienses eran filiales de Estados Unidos o de editoriales británicas, y todos los editores canadienses eran agentes de libros extranjeros.¹¹⁰ Durante este periodo surgieron tres empresas importantes que publicaron la historia canadiense y biografías: *The Makers of Canada*, la cual contenía 20 volúmenes, publicados por la editorial Morang de 1903 a 1908; *Chronicles of Canada*, en 32 volúmenes editada por *Glasgow Brock and Company* entre 1914 y

¹⁰⁹ *Ibid.*

¹¹⁰ *Ibid.*

1916; y *Canada and its provinces*, en 23 volúmenes, también editada por *Glasgow Brock and Company* entre 1914 y 1917.

La década de los veinte trajo una sobreproducción en el campo editorial, pues emergieron tres importantes figuras en la industria editorial, Lorne Pierce, Hugh Eayrs y John McClelland.¹¹¹ Pierce se convirtió en editor de *Ryerson Press* en 1920 convencido de que el nuevo sentido de identidad nacional alcanzado por Canadá durante la Primera Guerra Mundial podría ser el conducto para el renacimiento literario, editó una antología y 12 volúmenes de *Makers of Canadian Litterature* en 1923. De igual forma, en 1927 compiló *An Outline of Canadian Litterature*.

Por su parte, Eayrs se convirtió en el presidente de la editorial *Macmillan* (una firma británica) y fue promotor de la literatura canadiense, entre los que destacan Mazo de la Roche y Morley Callaghan. McClelland publicó a más autores canadienses que cualquier otro editor. En esa misma década de los veinte, también surgieron otros dos nuevos editores fuera de Toronto: Henry C. Miller, editor de Ontario quien fundó *Graphic Publishers* en 1924 y el cual publicó 34 títulos antes de que cayera en bancarrota en 1932; y Louis Carrier quien fundó su editorial en Montreal. La editorial *Clarke Irwin and Company* fue fundada en 1930, en un principio como una agencia y después como una editorial bien establecida, es en este año cuando empezaron a publicar algunos nuevos autores canadienses como Hugh MacLennan y Sinclair Ross.¹¹²

Durante la Gran Depresión, de los años treinta, la industria editorial vivió tiempos difíciles, debido a los recortes salariales y la crisis económica que enfrentaron los editores canadienses, al igual que los extranjeros que gozaban de gran popularidad en ese momento. La recesión duró hasta la década de los cincuenta.

¹¹¹ *Ibid.*

¹¹² *Ibid.*

El mercado se vio inundado de ediciones de bolsillo británicos y estadounidenses a precios accesibles, y cada vez abrían más filiales de Gran Bretaña y Estados Unidos. No obstante, la industria del libro experimentó un crecimiento importante de los libros de texto debido a una población estudiantil en aumento.

3.2 Características de la industria editorial contemporánea en Canadá: dualidad y concentración.

Las industrias culturales, y en especial la del libro, constituyen desde el punto de vista económico la industria cultural más importante para Canadá. Las cifras hablan por sí mismas. La venta total de todas las editoriales de lengua inglesa y francesa nacionales e internacionales alcanzaron mil 640 millones de dólares en el periodo de 1993-1994. Las editoriales y distribuidoras de libros de Canadá emplean a 6 mil 862 personas de tiempo completo –si bien es considerable la cifra, ésta no refleja los miles de empleados independientes que emplea la industria por contrato–con un gasto total en personal de 278 millones de dólares en el mismo periodo.¹¹³ Es por ello que la política gubernamental canadiense ha implementado programas federales y provinciales para el fomento y desarrollo de ese sector.

Durante los años cincuenta la edición de libros canadienses en inglés estuvo dominada por los británicos y los editores se dedicaron en gran medida al mercado de libros de texto y a los títulos importados. Para contrarrestar esa tendencia, Jack McClelland lanzó un dinámico programa de autores canadienses. La era del dominio británico fue sucedida, en los sesenta, por la influencia de las firmas controladas por los estadounidenses. En esa época, a propósito de la celebración del Centenario de la Confederación Canadiense, se estimuló el surgimiento del nacionalismo y la literatura canadiense. De ese modo, una nueva

¹¹³ “Panorámica de la edición en Canadá y la política pública de apoyo” en Revista Libros de México, núm.44, julio-septiembre de 1996.

generación de editores jóvenes ingresa a la industria editorial canadiense. La editorial *McClelland and Stewart* se convirtió en el centro del renacimiento de la literatura canadiense, al publicar a autores como Irving Layton, Leonard Cohen, Mordecai Richler, Margaret Atwood y el poeta Al Purdy. Dicha editorial se encargó de publicar una serie de 18 nuevos títulos de la historia de Canadá, así como autores de best-sellers como Pierre Berton y Farley Mowat. Jack McClelland logró un gran éxito con varios best-sellers de autores indígenas, como *Comfortable Pew* de Berton (1965); y reimprimió la serie de *New Canadian Library* de 1958 y la serie *Carleton Library* (1963). Entre 1965 y 1969 el mercado interno de libros ascendió de 222 millones de dólares canadienses a 1.4 mil millones.¹¹⁴ No obstante, la industria editorial canadiense ha tenido a lo largo de su historia dificultades económicas.¹¹⁵

Durante los setenta, la Comisión Real de Ontario sobre la Edición de Libros¹¹⁶ subrayó la importancia de la propiedad canadiense. Una nueva ola de textos y ediciones canadienses se extendió entonces por todas las regiones del país, apoyados por políticas y programas editoriales practicados por los gobiernos federal y provinciales.

En los años ochenta, se vio un crecimiento exponencial y el reconocimiento internacional de la literatura y la edición infantiles canadienses. Fue una época donde las firmas canadienses buscaron mercados de exportación, en tanto que los programas gubernamentales aceleraron la computarización de la industria

¹¹⁴ El mercado para los libros canadienses en inglés es relativamente pequeño y enfrenta una competencia importante con los libros de Estados Unidos y Gran Bretaña. A medida que los costos se incrementan, las oportunidades para que un editor pueda imprimir y vender de 5 mil a 10 mil ejemplares de libros canadienses se reducen y las ganancias se vuelven inciertas.

¹¹⁵ En los años setenta, la situación de varias compañías canadienses era crítica. La prestigiosa editorial *Ryerson Press* contaba con una deuda de 2.8 millones de dólares, por lo que fue vendida a *McGraw Hill* una editorial de Estados Unidos.

¹¹⁶ La Real Comisión para la Publicación de Libros de Ontario (*The Ontario Royal Commission on Book Publishing*), dirigida por el abogado y escritor Richard Rohmer, fue creada con el objetivo de analizar la industria editorial canadiense. El gobierno de Ontario estableció por recomendación de la Comisión, el sistema de préstamos-garantía para los editores canadienses. Sin embargo, muchas otras recomendaciones no fueron realizadas. Aún con el sistema de garantías Clarke Irwin no pudo recuperar su editorial en 1983.

editorial. Asimismo, durante esos años el gobierno federal anunció la política *Baie Comeau*, por la que se estableció el aumento de la propiedad canadiense en la industria del libro. Ya en la década de los noventa se aplicó el Impuesto sobre Bienes y Servicios a los libros. De esa forma, el gobierno federal reemplaza a la política *Baie Comeau* por una política sobre inversión extranjera menos restrictiva, por lo que la industria editorial canadiense de lengua inglesa entra en un estado de fragilidad financiera, acrecentada en 1995 por el recorte al presupuesto federal en contra de la industria editorial canadiense. No obstante, nuevos programas federales estabilizaron este sector.

Cabe mencionar que los editores canadienses dependen en gran medida de las ventas de libros extranjeros para sobrevivir, aún en sus épocas más lucrativas e independientes. En el periodo 1996 a 1997 los editores con inversión extranjera y sus distribuidores contaban con el 35% de los ingresos por ventas netas. Los ingresos reportados por editoriales canadienses y sus distribuidores alcanzaron un monto por debajo de 1.3 mil millones de dólares, mientras que aquellos reportados por las compañías de control extranjero ascendieron a 690 millones. Las ganancias representaron el 3.0% de los ingresos para las firmas canadienses, frente a un 5.4% de las firmas extranjeras. Los recortes del gobierno también afectaron seriamente la rentabilidad de los editores canadienses, los cuales todavía producen alrededor del 80% de los nuevos títulos en Canadá. Los editores extranjeros cuentan con el 35% de las ventas totales y el 20% de los nuevos títulos en inglés. Las firmas controladas por extranjeros involucrados en la industria del libro en Canadá se han concentrado en el mercado del libro de texto, ya que éste implica menos riesgos, y debido a que varios gobiernos provinciales cuentan con políticas culturales que alientan libros de texto de autores canadienses, y son muy activos en el comercio de la industria editorial.

Resulta difícil separar los problemas generados por el control extranjero de los problemas que enfrentan los editores canadienses; además, los gobiernos todavía

no tienen muy claro cuál es la solución a la problemática. Existen programas en casi todas las provincias para financiar y promover la industria del libro, la mayoría vinculados con las firmas de origen canadiense (asumiendo que las firmas con capital extranjero están comprometidas con la venta de títulos extranjeros, las cuales regresan la mayor parte de sus ganancias a sus matrices). Varias compañías fomentan a los autores canadienses, aunque muchos de estos autores prefieren publicar en firmas de Estados Unidos.

El gobierno federal apoya a la industria editorial en Canadá a través del *Canadian Book Publishing Development Program* (Programa Canadiense de Desarrollo de la Industria del Libro), el cual fue establecido durante 1979-1980 y administrado por el Ministerio de Comunicaciones, por medio del *Canada Council* y el *Social Sciences and Humanities Research Council* (Consejo Canadiense y Consejo de Investigaciones en Ciencias Sociales y Humanidades). Una de sus principales inquietudes fue la soberanía canadiense en la industria de las revistas y periódicos. En 1979, el gobierno federal estableció como su objetivo principal que el sector controlado por canadienses de la edición de libros y sus agentes desempeñara un papel importante en los mercados de lengua inglesa y francesa. Para este fin, en 1997-1998 el *Programa de Desarrollo de la Industria del libro* desembolsó más de 20 millones para 194 editores de libros. Mientras el mercado educativo para los libros de texto canadienses se volvía más fragmentado que en el pasado. En el caso de Ontario se eliminaron los fondos específicos para la adquisición de libros de texto, se ofrecían mayor número de cursos con menores inscripciones y se proveían un mayor número de textos para cada curso.

En un principio, varios gobiernos provinciales continuaron demandando que los libros de texto canadienses estuvieran disponibles en el sistema educativo. Las firmas de origen canadiense continuaron su existencia precaria debido a la política de devolver cantidades ilimitadas de libros no vendidos, esta debilidad así como el control de firmas extranjeras sobre los Clubes de Libros (*Book Clubs*), la venta

masiva de libros de bolsillo, la distribución en mayoreo y la renuencia de los bancos canadienses para el préstamo a editores, han contribuido a la problemática que enfrenta la industria del libro en Canadá. Sin embargo, los canadienses de lengua inglesa no carecen de libros, cuentan con alrededor de 75 mil títulos publicados en Estados Unidos y Gran Bretaña al año. El continuo dominio de la industria de control extranjero sólo regresa un bajo porcentaje de sus ganancias a la industria del libro en Canadá, lo cual pone en riesgo la viabilidad de la expresión cultural canadiense.

Por lo que respecta a la industria del libro en lengua francesa, se sabe que William Brown y Thomas Gilmore fundaron las primeras imprentas en Quebec en 1764, así como la editorial *Fleury Mesplet* en 1776. Las imprentas eran empleadas para la publicación de periódicos, pero también se establecieron algunos convenios con el gobierno, la armada, el clero y varios comerciantes. Los primeros textos en lengua francesa o las publicaciones bilingües fueron libros de texto del gobierno, cartas pastorales, libros religiosos y libros de texto en general. Durante el siglo XIX la mayoría de los libros continuaron siendo importados y su comercialización era controlada por los británicos bajo las *Leyes de Navegación*, las cuales fueron abolidas en 1849. De ese modo, pocos trabajos literarios fueron publicados. La mayoría de la literatura del siglo XIX se publicaba en los periódicos o en revistas, salvo algunas excepciones como *Épîtres, satires* (1830), de Michel Bibaud, *L'influence d'un livre* (1837) de Phillipe-Ignace-François Aubert de Gaspé y, *Les Fiancés de 1812* (1844) de Joseph Doutre.

Debido a que los autores debían garantizar las ventas antes de poder obtener un contrato con los editores, muchos escritores se involucraron en la creación de revistas literarias, tal es el caso de J.O. Letourmeux, quien estableció *La Revue canadienne* en 1845, *L'Album* dedicado a la literatura y el periódico *La Minerve* de 1849. James Huston publicó en el periódico *Le Répertoire national* (1848-1850) una colección literaria la cual apareció en un principio en los periódicos, lo mismo

hizo Henri-Émile Chevalier quien fundó *La Ruche littéraire* en 1853 con similar propósito. Tiempo después, se crearon las revistas literarias nacionales como *Les Soirées canadiennes* (1861), *Le Foyer canadien* (1863) y *La Revue canadienne* (1864).

La creciente expansión de escuelas y universidades después de 1860 estimuló a la industria del libro. La editorial *Beauchemin* de *Montréal* fue fundada en 1842. Sin embargo, la ciudad de Quebec se convirtió en el centro editorial. Los libreros se convirtieron en editores y después en vendedores de libros. Georges-Hyppolite Cherrier fue uno de los primeros en definir la edición como profesión.

Cabe mencionar que el Estado otorgaba a la Iglesia la responsabilidad de la educación, las comunidades religiosas que consolidaron su posición a mediados del siglo XIX se encargaban de la producción y distribución de libros de texto. La orden "Hermanos de colegios cristianos" (*Frères des écoles chrétiennes*) fundaron su librería en 1877, seguidos por la "Congregación de Notre-Dame" (*Congregation de Notre-Dame*) que en 1887, fundaron la Librería Saint-Viateur, "Hermanos de la Enseñanza Cristiana" (*Frères de l'instruction chrétienne*) en 1900, y "Hermanos del Sagrado Corazón" (*Frères du Sacré-Coeur*) en 1902. Este patrón continuó hasta 1960, año en que los libros de texto se convirtieron en la actividad primordial de la industria editorial en Quebec, hasta que se estableció el Ministerio de Educación en 1964. Esta situación dio pie a diversos abusos enlistados en el *Reporte Bouchard*¹¹⁷ de 1964, el cual describía cómo los editores de libros de texto eran en reiteradas ocasiones los mismos que recomendaban que los textos fueran incluidos en las listas oficiales del "Comité católico de Instrucción Pública".

¹¹⁷ El *Reporte Bouchard* sobre la difusión de la cultura, establecido en 1964, sugería entre otras cosas la creación de una organización centralizadora del libro. En 1965 una ley establecía el marco para la acreditación de las librerías y se tomaron las primeras medidas hacia la creación de una política gubernamental del libro, pero no se contempló la eliminación de los mayoristas, esta circunstancia orilló al gobierno a tomar medidas más efectivas.

Con excepción del renacimiento del nacionalismo no hubo grandes cambios en la industria editorial de Quebec en los primeros años del siglo XX. Los fundadores de varios boletines y periódicos como *Le Nationaliste*, *Le Semeur*, *La libre parole* y en especial *Le Devoir* (1910), promovieron la literatura clásica. La culminación de este movimiento fue la creación de la editorial *Action Française* en 1917, fundada por Lionel Groulx. La librería de la Acción Francesa (*Librairie de l'Action Française*), pronto se convirtió en la distribuidora de las publicaciones de corte nacionalista. Sin embargo, Groulx tuvo que cesar sus actividades editoriales, cuando el Papa Pío XI denunció este movimiento en Francia. En 1926, Albert Lévesque retomó la causa y se convirtió en el principal editor de las obras nacionalistas.

El movimiento encontró opositores, en revistas como *La Relève* y *Les Idées*, ambas fundadas en 1934, pero salieron a la venta hasta enero de 1935. Ese mismo año, Albert Pelletier fundó *Éditions du Totem*, piedra angular en la historia de la industria editorial de Quebec, sus obras más importantes incluyen *Les Engagés du Grand Portage* de Léo-Paul Desrosiers, *Né à Quebec* de Alain Grandbois y *Trente Arpents* de Phillippe Panteón, todas publicadas en París.

La derrota de Francia en 1940 fue un suceso importante para la industria editorial en Québec. Muchos escritores franceses que huyeron del régimen de Vichy con el propósito de preservar su emancipación y libertad de expresión se acercaron a los editores de Nueva York, Sao Paulo, pero la mayoría prefirió a Montreal para establecerse. Entre 1940 y 1946, 21 millones de libros provenían de las imprentas de Montreal, las editoriales *FIDES* y *Éditions Varietés* dominaban el mercado, surgieron nuevas casas editoriales como: *l'Arbre- Robert Charbonneau*, *Les Éditions du Lévrier*, *Les Éditions du Lumen*, *Les Éditions du Mangin*, *Gérard Parizeau*, *Société des Éditions Pascal*, *Jean-Guy Pilon*, *Victor Serge*, *Bernard Valiquette*. Al término de la Segunda Guerra Mundial, algunos escritores franceses denunciaron el control ejercido por los editores de Montreal. Robert Charbonneau

en su libro *La France et nous* (1947) contestó esta denuncia. Aunque, los años de la posguerra fueron difíciles para los editores de Montreal, debido a que muchas editoriales cayeron en bancarota, esta experiencia resultó benéfica. Los editores de Quebec obtuvieron experiencia y se liberaron del control ejercido por los movimientos nacionalistas y del clero.

Con el regreso de la paz, la industria editorial una vez más se centró en las obras educativas. La prosperidad contribuyó al aumento del estudiantado, quienes eran los principales consumidores a todos los niveles. Editores establecidos como *Beauchemin*, *Granger* y *Fides* se anexaron al Centro Pedagógico en 1940, el Centro de Pedagogía y Psicología (1945), *Éditions du pelican*, Ediciones Pedagógicas (1960) y la Prensa Universitaria de Laval (1950). El éxito obtenido por novelistas como Gabrielle Roy y Roger Lemelin contribuyó a que los editores quebequenses produjeran libros que no fueran libros de texto. La editorial *Fides*, editó los libros de ficción, mientras que *L'Histoire de la province de Quebec* y los trabajos históricos de Guy Frégault, Marcel Trudel y otros formaron parte de las lista de trabajos publicados. Pierre Tisseyre fundó el *Cercle du livre de France*, que era un club del libro que garantizaba la producción de libros de ficción. Dicho club lanzó las obras de Françoise Loranger y André Langevin que se convirtieron en clásicos.

A pesar de estos éxitos, la industria del libro en Quebec enfrentó diversos problemas, al no contar con un sistema de distribución adecuado. La mayoría de las librerías se concentraban en Montreal y en la ciudad de Quebec, mientras que algunas ciudades de hasta 10 mil habitantes carecían de una librería. Las grandes editoriales como *Beauchemin*, *Fides*, *Librairie Granger Frères, Limitée* y *André Dussault*, así como otras nuevas, vendían más del 70% de su producción de forma directa a las instituciones educativas. Las librerías regionales no podían sobrevivir bajo este esquema, además las librerías públicas aún eran incipientes y las instituciones educativas controlaban el material educativo y las lecturas de los

estudiantes. El mercado del libro era demasiado pequeño para apoyar otro material que no fuera pedagógico.

Durante los sesenta, algunos editores jugaron un papel importante durante la *Revolución Tranquila*¹¹⁸. Gaston Miron, quien fundó *Les Éditions de l'hexagone* en 1953, reunió a varios poetas quebequenses quienes celebraron el hecho de pertenecer a "la Tierra de Quebec". *Les Écrits du Canada français* publicados a manera de revista, reunían varios trabajos literarios. Un número de editoriales pequeñas como *Éditions Erta* y *Éditions Orphée* concentraron su actividad en la poesía, en tanto que la editorial *Lémeac* sólo publicaba libros de teatro. Hubo otras editoriales que probaron los mercados no educativos, como ejemplo la editorial *Éditions de l'homme* y *Les Éditions du jour*, publicaban textos de política y novedades editoriales, contribuyendo a la literatura de masas en Quebec. A mismo tiempo, emplearon a las agencias como alternativa al mundo estrecho de las librerías, introduciendo su mercado en las tabaquerías, supermercados, farmacias y estaciones de trenes.

A finales de los sesenta, los editores dependían del gobierno más que nunca. Su asociación (fundada en 1940), tuvo un encuentro con el nuevo Ministro de Asuntos Culturales en 1951, y a raíz de esa reunión se garantizó la existencia de un Acta de apoyo a la industria del libro. Al mismo tiempo, se estableció la *Dirección de Letras y Artes* (*Direction des lettres et des arts*), la cual dirigía la formación de un *Consejo Superior del libro* y una *Federación de Asociaciones de Editores y Libreros*, con el propósito de asesorar al ministro en temas editoriales.

¹¹⁸ Esta consistió, en lo fundamental, en una pérdida importante de poder que hasta esa fecha tenía la Iglesia católica. Como se sabe, desde que Quebec fue conquistada por los ingleses, en 1760, la Iglesia católica se convirtió en un eje de poder político y social muy importante. Situación que duró hasta principios de los sesenta, cuando el Partido Liberal desplazó del poder al Conservador e inició un conjunto de reformas para imprimirle al Estado un sello laico. De ese modo, las escuelas públicas cobran mayor fuerza, el poder económico de la Iglesia disminuye y las costumbres cambian rápidamente tendiendo hacia una modernización acelerada. Véase Craig Brown (dir.), *Histoire générale du Canada*, Montreal, Éditions du Boréal, 1988.

Después de los sesenta, la mayoría de los editores franceses se interesaron en el mercado quebequense, el cual crecía con una tasa anual del 12%. En 1968, la editorial *Hachette* a través de su intermediario, *Messageries internationales* (MIL), forzó a todas las librerías a comprar libros franceses a su compañía, lo cual alarmó al *Consejo superior del libro*, el cual temía que las ediciones en lengua francesa y su distribución cayera en manos extranjeras. Estos temores se confirmaron cuando la editorial *Hachette* adquirió la cadena de librerías *Gameau*. El gobierno de Quebec no reaccionó sino hasta 1973, cuando a través de la legislación, se emitieron 3 leyes que obligaban a los establecimientos que recibían subsidios gubernamentales a comprar los libros extranjeros y de Quebec a las librerías acreditadas que contaban con más del 50% de propiedad quebequense.

Esta medida hacia una política oficial del libro alcanzó sus frutos en 1976, cuando en el *Libro Verde* publicado por Jean-Paul l'Allier se definían los problemas principales de la industria del libro en Quebec (penetración del mercado por grandes editoriales extranjeras, falta de ventas de exportación, una red inadecuada de librerías públicas y educativas, alto costo de los libros, escasa protección a los autores, falta de una red de distribución efectiva y la ineficacia del gobierno para el desarrollo de una política del libro eficaz). Este análisis se repitió en 1978 a través del *Libro Blanco* sobre *La Política Quebequense de Desarrollo Cultural*. La falta de recursos no logró la aplicación de estas recomendaciones, razón por la cual los editores empezaron a dirigir su atención hacia Ottawa más que a Quebec. Con el establecimiento del *Consejo Canadiense* en 1957 el gobierno federal había tomado una posición endeble en el campo de la cultura, hasta ese momento con jurisdicción provincial. En un principio el presupuesto era demasiado modesto, pero con el tiempo y en especial cuando surgió el movimiento separatista en Quebec los subsidios aumentaron y se convirtió en la fuente más accesible para el apoyo a la industria editorial. Los editores ahora se beneficiaban de dos fuentes de ingresos, a nivel federal y provincial, expandiendo sus catálogos de manera significativa durante los sesenta. En 1968 se publicaban

819 títulos; en 1977, la cifra aumentó a tres mil 997. No obstante, algunos analistas consideraron que la cantidad no había mejorado la calidad.

Después de 1968, la literatura cobró un auge creciente. La nueva generación de lectores, varios de los cuales eran egresados de las universidades, se desempeñaban en los campos educativo y cultural, tales como el servicio a la comunidad, radio, televisión, periódicos y universidades. Los libros especializados en administración y ciencia política ocuparon un lugar al margen de los trabajos literarios y pedagógicos. *Presses Universitaire* (luego *Gaëtan Morin*) ocupó una parte importante en este mercado, pero otros editores trataron de balancear sus catálogos con una mezcla de títulos teóricos, prácticos y de ficción. Nuevas casas editoriales como *La Presse*, *HMH*, *Quebec Amérique*, *Les Quinze*, *Alain Stanké* y *VLB editor*, promovieron la literatura, pero a su vez publican una gama de títulos de diversas áreas.

A pesar de la protección ofrecida por las políticas gubernamentales, los grandes subsidios y el creciente número de lectores, la industria del libro en Quebec sigue enfrentando serias dificultades, sobre todo por su mercado limitado, las recesiones económicas (como la de 1982 y la de 1990) que repercutieron de manera importante en varios editores.

En cuanto a la historia del libro contemporáneo en Québec, desde hace varios años la cultura quebequense ha tenido un impulso sin precedentes. Sin embargo, es a partir de mediados de los años setenta que ésta se expande a través del mundo, en particular en Francia y otros países de la *Francophonie*. La industria del libro en Quebec juega un papel importante, prueba de ello, es la participación de decenas de editores y escritores quebequenses participaron en el Salón del Libro de París, en donde Quebec tuvo el privilegio de ser el invitado de honor en 1999. Los visitantes descubrieron y fueron testigos de la literatura contemporánea, universal y variada, fiel a sus raíces y liberada de la imagen folclórica a la que

había sido reducida.¹¹⁹ Por otro lado, cabe mencionar que la edición quebequense atraviesa diversos conflictos como la emergencia de nuevas tecnologías, las leyes de mercado impuestas por la globalización de la economía, la presencia de la cultura estadounidense y de la edición francesa, y sobre todo la necesidad de diversificar el público lector.¹²⁰ Como en otros países, los tirajes promedio han descendido al igual que los recursos de difusión y promoción del libro. El debate se ha centrado en la necesidad de establecer un sistema de precio único para permitir que el libro sobreviva.¹²¹

La provincia de Quebec cuenta con alrededor de 130 editoriales reconocidas por el Ministerio de Cultura, 96 de estas editoriales son miembros de *l'ANEL* (Asociación Nacional de Editores de Libros), lo cual es el reflejo de la vitalidad de la industria editorial quebequense. La producción editorial es abundante y variada (alrededor de cuatro mil títulos aparecen cada año), ensayo, novela, libros juveniles, biografías, ediciones para bibliófilos, diccionarios, etc.¹²² Las ediciones gubernamentales, instituciones educativas y asociaciones diversas han contribuido para que el número de ediciones publicadas en Quebec ascendiera en 1996 a más de seis mil títulos (véase cuadro 17). La edición de libros escolares, siempre ha sido el bastión de la edición quebequense, ésta representa el 42,3% de la producción total; la literatura el 31,5%; la literatura juvenil en pleno crecimiento y representa el 17,3%.

¹¹⁹ Previamente, en el marco de la Feria Internacional del Libro de Frankfurt, en 1998, los editores quebequenses reconocieron la importancia de difundir y promover al libro, con este propósito organizaron en 1998 la "Cumbre de la lectura y el libro" con el apoyo del Gobierno de Quebec.

¹²⁰ *Breve Histoire du Livre au Québec*, Association Nationale des éditeurs de livres. 1998.

¹²¹ A raíz de la voluntad del Estado de apoyar y revitalizar todos los sectores del libro, en particular las librerías y las bibliotecas, varios editores, escritores y librerías encontraron respuesta a sus demandas. Existe el compromiso de construir en pleno corazón de Montreal, la Gran Biblioteca de Quebec (GBQ), una institución que servirá de motor a la industria del libro inspirada en la Biblioteca Nacional de París.

¹²² *Ibid.*

Cuadro 17
Edición de libros en Quebec en 1996

Categorías	Ediciones totales		Editores comerciales	
	Número	%	Número	%
Obras generales	19	0,3	15	0,4
Filosofía, Psicología y religión	535	8,9	490	13,2
Historia, geografía y antropología	633	11,4	441	11,9
Ciencias políticas y sociales, derecho	1 272	21,1	496	13,4
Educación	394	6,6	82	2,2
Música y Bellas Artes	176	2,9	95	2,6
Lengua y literatura	1 361	22,6	1 287	34,7
Ciencias, Medicina y Agricultura	979	16,4	502	13,5
Tecnología	572	9,5	261	7,0
Bibliografía	67	1,1	39	1,1
TOTAL	6 008	100	3 708	100

Fuente: *Statistiques de l'édition au Québec, à 1996*,
Biblioteca Nacional de Quebec (no se incluyen reimpresiones)

Teniendo en cuenta el número de habitantes de la provincia de Quebec, la producción editorial quebequense rebasa la de los países como Alemania y Francia, Italia y Estados Unidos. En Quebec se publican 502 títulos por cada millón de habitantes contra los 395 publicados en Francia y 200 en Estados Unidos. A pesar de la fuerte presencia extranjera, los editores quebequenses ocupan el 50% del mercado local del libro y entre el 30% y 35% en el sector¹²³. En los últimos 35 años, la provincia de Quebec ha logrado progresos importantes. En 1962 más del 90% de las obras vendidas en las librerías de Quebec eran importadas, en general provenientes de Quebec.¹²⁴

De acuerdo con una encuesta de 1997 sobre las prácticas culturales quebequenses realizada por el Ministerio de Cultura y Comunicaciones de la provincia, la lectura y la actividad de entretenimiento preferidas por la población quebequense. El porcentaje de lectores asiduos es significativo: 77% de la

¹²³ Francia acapara el 88% de su mercado del libro.

¹²⁴ Breve Histoire du Livre op. cit.

población lee periódicos, 63% revistas y el 57% libros. En 1983, la tasa de lectura era sólo del 6%. Ni la televisión ni la Internet han ocupado el lugar de la lectura; sin embargo, los desafíos son constantes.¹²⁵ En lo que respecta a la situación de *Québec Édition*, debemos mencionar que ésta fue constituida en 1986, como un organismo de la Asociación Nacional de Editores de Libros que tiene como misión promover la producción editorial de la provincia de Quebec y de Canadá de habla francesa en la escena internacional, así como el apoyar a las exportaciones de la industria editorial. En el cuadro 18 se muestra la evolución de la edición comercial de libros en Quebec en el periodo 1972-1996.

Cuadro 18
Evolución de la edición comercial de libros en Québec, 1972-1996

Año	1972	1975	1978	1981	1984	1987	1990	1993	1996
Número de títulos	1 297	1 018	1 732	2 614	2 405	2 178	2 613	3 028	3 708
Número de títulos/ 100 000 habitantes	21,4	16,5	27,5	40,6	36,7	32,17	37,4	41,8	50,2
Tiraje Total No. Ejemplares (000)	4 626	3,084	5 548	9 483	6,617	7,563	8 242	9 409	10 061
Tiraje promedio por Título	3 566	3 029	3 203	3 628	2 751	3 472	3 154	3 107	2 713

Fuente: *Statistiques de l'édition au Québec, 1972 à 1996.*

Biblioteca Nacional de Quebec.

Nota: Se trata de libros publicados por las editoriales comerciales en el curso del año, y que fueron depositados en la Biblioteca Nacional, se excluyen las reimpresiones.

La actividad principal de *Québec Édition* es organizar la representación colectiva de editores en las principales ferias internacionales y en los salones del libro más importantes del mundo de habla francesa. De esa forma, *Québec Édition* participa

¹²⁵ *Ibid.*

con cierta regularidad en las ferias y salones del libro de Frankfurt, Beirut, Boloña, Bruselas, Casablanca, Dakar, Ginebra, París y Guadalajara¹²⁶.

Québec Édition, en colaboración con la *Agence de la Francophonie* también dirige misiones de exploración de nuevos mercados y se encarga de administrar el Fondo ANEL/ACCT que tiene como objetivo apoyar los proyectos conjuntos entre los editores de Quebec y los del sur de Canadá. Todos los editores profesionales de Quebec y de las provincias con minorías de expresión francesa pueden participar en las actividades de *Québec Édition*.

¹²⁶ Por ejemplo, las actividades de Québec Édition en los últimos años fueron: Feria del libro de Francfort. Del 13 al 18 de octubre de 1999; Feria Internacional del libro de Guadalajara. Del 27 de noviembre al 5 de diciembre de 1999; Salón del libro didáctico de Dakar. Del 7 al 12 de diciembre de 1999; Feria del libro de Bruselas. Del 23 al 27 de febrero de 2000; Salón internacional del libro de París. Del 17 al 23 de marzo de 2000; Feria del libro juvenil de Boloña. Del 29 de marzo al 1 de abril de 2000; Feria del libro de Buenos Aires. Del 18 de abril al 8 de mayo de 2000; Salón internacional del libro y la prensa de Ginebra. Del 3 al 7 de mayo de 2000; Expo Libro America. Del 2 al 4 de junio de 2000; Feria Comercial de la Asociación de Libreros Canadienses. Del 16 al 19 de junio de 2000.

3.2.1 Descripción de las principales editoriales en Canadá

Cuadro 19
Principales editoriales en Canadá

Nombre	Ubicación	Categoría
<i>49th Avenue Press</i>	Columbia Británica	Educación
<i>Addison Wesley Longman</i>	Ontario	Educación
<i>Alta Press INC</i>	Alberta	Educación
<i>Alter Ego Editions</i>	Quebec	Literatura
<i>Althouse Press</i>	Ontario	Educación
<i>Amor Enterprises Inc.</i>	Ontario	Religión
<i>Anvil Press</i>	Columbia Británica	Literatura
<i>Aquila</i>	Québec	Educación, Francés
<i>Arsenal Pulp Press</i>	Columbia Británica	Literatura
<i>Art Gallery of Ontario</i>	Ontario	Arte
<i>Association of Canadian Map Libraries & Archives</i>	Ontario	Educación y ciencia
<i>Banff Centre Press</i>	Alberta	General y Cultura
<i>Ben Simon Publications</i>	Columbia Británica	Infantil y Cultura
<i>Benchmark Press</i>	Ontario	Educación
<i>Bibliographic Society of Canada</i>	Ontario	Educación
<i>Black Rose Books</i>	Québec	Cultura, Ciencias Sociales
<i>Boston Mills Press</i>	Ontario	General
<i>Breakwater Books</i>	Terranova	General, Educación
<i>Brick Books</i>	Ontario	Literatura, Poesía
<i>Cambridge University Press</i>	Ontario	Educación
<i>Canadian Almanac & Directory Publishing</i>	Ontario	Obras de Consulta
<i>Carleton University Press</i>	Ontario	General, Literatura y Poesía
<i>Cotaeu Books</i>	Saskatchewan	Educación

<i>Culture Concept Publishers</i>	Ontario	Educación
<i>Douglas&McIntyre</i>	Columbia Británica	General
<i>Duval House</i>	Alberta	Educación, Asuntos Indígenas
<i>ECW Press</i>	Ontario	Educación, Literatura Ficción, Poesía, General
<i>Education 2000</i>	Ontario	Educación
<i>Fraser Institute</i>	Columbia Británica	Ciencias Sociales
<i>General Publishing</i>	Ontario	General
<i>Golden Books Institute</i>	Ontario	Infantil
<i>Gutter Press</i>	Ontario	Literatura, general, ficción y poesía
<i>Harbour Publishing</i>	Columbia Británica	Regional, Humor
<i>Harcourt Brace Canada</i>	Ontario	Educación
<i>Harlequin Enterprises</i>	Ontario	Género
<i>Harper Collins Canada</i>	Ontario	General
<i>Heritage House Publishing Company Ltd.</i>	Columbia Británica	General, regional
<i>House of Anansi Press</i>	Ontario	Literatura, poesía y ficción
<i>International Development Research Centre (IDRC) Books</i>	Ontario	Libros de texto, Ciencias Sociales
<i>International Institute for Sustainable Development</i>	Ontario	Libros de texto, Ciencias Sociales, Medio Ambiente, Ciencia
<i>Inner City Books</i>	Ontario	Ciencias Sociales
<i>Irwing Publishing</i>	Ontario	Educación
<i>McClelland & Stewart</i>	Ontario	General
<i>McGill-Queen's University Press</i>	Ontario	Educación, Literatura, Poesía, General
<i>McGraw-Hill Ryerson</i>	Ontario	Educación
<i>Mother Tongue Press</i>	Columbia Británica	Literatura
<i>Multicultural Books</i>	Columbia Británica	Literatura
<i>National Library of Canada</i>	Ontario	Canadiana

<i>New Society Publishers</i>	Columbia Británica	Ciencias Sociales
<i>Oxford University Press</i>	Ontario	Educación
<i>Panorama Publications</i>	Saskatchewan	Regional
<i>Pas de Chance</i>	Ontario	Literatura, Arte, Ficción y poesía
<i>Penguin Books</i>	Ontario	General
<i>Playwrights Canada Press</i>	Ontario	Drama y literatura
<i>Prentice Hall</i>	Ontario	Educación, Obras de Consulta, General
<i>Queen's Printer</i>	Saskatchewan	Gobierno, Cuestiones legales
<i>Raincoast Books</i>	Columbia Británica	General
<i>Random House</i>	Ontario	General
<i>Reader's Digest Books</i>	Quebec	General
<i>Rocky Mountain Books</i>	Alberta	Regional
<i>Somerville House Books Limited</i>	Ontario	Literatura Infantil, Ficción, General
<i>TSAR Publications UBC Press</i>	Ontario	Literatura, cultura, poesía infantil, ficción
<i>UBC Press</i>	Columbia Británica	Educación General
<i>University of Calgary Press</i>	Alberta	Educación
<i>University of Saskatchewan Extension Press</i>	Saskatchewan	Educación, Ciencia
<i>University of Toronto Press</i>	Ontario	Educación, Obras de consulta
<i>Western Extension Saskatchewan College Publishers</i>	Saskatchewan	Educación, Regional
<i>Wilfrid Laurier University Press</i>	Ontario	Educación
<i>Wordstorm Productions</i>	Alberta	Ciencias Sociales, Humor
<i>Wuerz Publishing Ltd.</i>	Manitoba	Ciencia
<i>York Press</i>	Nueva Brunswick	Educación

Fuente: Base de Datos Citation CCSP www.oscar.cprost.sfu.ca/group/citation/index.php3? type= Book Publishers

Cuadro 20
Organizaciones y asociaciones de libros en Canadá

Nombre	Area
<i>Biographical Society of Canada</i>	Nacional
<i>Canada Council</i>	Nacional
<i>Editors Association of Canada</i>	Nacional
<i>Editors Associations of Canada (Prairie Provinces Branch)</i>	Nacional
<i>Indexing and Abstracting Society of Canada</i>	Nacional
<i>League of Canadian Poets</i>	Nacional
<i>Playwrights Union of Canada</i>	Nacional
<i>Publishing Organizations of North America</i>	Internacional
<i>Science Fiction Canada</i>	Nacional
<i>Aid to Scholarly Publications Programme</i>	Nacional
<i>American Booksellers Association</i>	Internacional
<i>A Palmer (Atlantic Provinces Associations of Library, Media& Educational Representatives)</i>	Nueva Escocia
<i>A Palmer (Atlantic Provinces Associations of Library, Media& Educational Representatives)</i>	Nueva Brunswick
<i>A Palmer (Atlantic Provinces Associations of Library, Media& Educational Representatives)</i>	Isla del Príncipe Eduardo
<i>A Palmer (Atlantic Provinces Associations of Library, Media& Educational Representatives)</i>	Terranova
<i>Association for the Export of Canadian Books</i>	Nacional
<i>Association of Book Publishers of BC</i>	Columbia Británica
<i>Association of Canadian Publishers</i>	Nacional
<i>Association of Manitoba Book Publishers</i>	Manitoba
<i>BC Book Prizes</i>	Columbia Británica
<i>Book Industry Study Group</i>	Internacional
<i>Canadian Authors Association</i>	Nacional
<i>Canadian Authors Association (Alberta)</i>	Alberta
<i>Canadian Authors Association (Manitoba)</i>	Manitoba

<i>Canadian Authors Association (Ontario)</i>	Ontario
<i>Canadian Authors Association (Quebec)</i>	Québec
<i>Canadian Authors Association (Columbia Británica)</i>	Columbia Británica
<i>Canadian Booksellers Association</i>	Nacional
<i>Canadian Children's Authors, Illustrators and Performers (CANSCAIP)</i>	Nacional
<i>Canadian Children's Authors, Illustrators and Performer</i>	Alberta
<i>Canadian Children's Book Centre</i>	Nacional
<i>Canadian Creators's Coalition</i>	Nacional
<i>Canadian Publishers Council</i>	Nacional
<i>Canadian Science Writer's Association</i>	Nacional
<i>Cnadian Telebook Agency</i>	Nacional
<i>CanCopy: Canadian copyright information</i>	Nacional
<i>Crime Writers of Canada</i>	Nacional
<i>Editors Associations of Canada</i>	Nacional
<i>Editors Associations of Canada (Prairie Provinces)</i>	Manitoba
<i>Editors Associations of Canada (Quebec/Atlantic Canada Branches)</i>	Quebec
<i>Editors Associations of Canada (Quebec/Atlantic Canada Branches)</i>	Nueva Escocia
<i>Editors Associations of Canada (Quebec/Atlantic Canada Branches)</i>	Nueva Bruswick
<i>Editors Associations of Canada (Quebec/Atlantic Canada Branches)</i>	Terranova
<i>Editors Associations of Canada (Quebec/Atlantic Canada Branches)</i>	Isla del Príncipe Eduardo
<i>Editors Associations of Canada</i>	Columbia Británica
<i>Federation of BC Writers</i>	Columbia Británica
<i>Inkspot's list of Canadian Writing Organizations</i>	Nacional
<i>Literary Press Group of Canada</i>	Nacional
<i>National Library of Canada: Services for Canadian Publishers</i>	Nacional
<i>PEN Canada</i>	Nacional

<i>Periodical Writers Associations of Canada (Victoria)</i>	Columbia Británica
<i>Publishers Marketing Association</i>	Internacional
<i>Publisher's Window on the Government of Canada</i>	Nacional
<i>Saskatchewan Playwrights Centre</i>	Saskatchewan
<i>Saskatchewan Playwrights Group</i>	Saskatchewan
<i>Saskatchewan Writer's Guild</i>	Saskatchewan
<i>Singapore Book Publishers Association</i>	Internacional
<i>Society for the History of Authorship, Reading & Publishing</i>	Internacional
<i>The Alberta League Encouraging Storytelling (T.A.L.E.S.)</i>	Alberta
<i>Writer in Residence</i>	Terranova
<i>Writer's Alliance of Newfoundland and Labrador</i>	Terranova
<i>Writer's Development Trust</i>	Nacional
<i>Writer's Federation of Nova Scotia</i>	Nueva Escocia
<i>Writer's Union of Canada</i>	Nacional
<i>Writer's Union of Canada, Pacific Regional Office</i>	Columbia Británica
<i>Young Alberta Book Society</i>	Alberta

Fuente: Base de Datos Citation CCSP www.oscar.cprost.sfu.ca/group/citation/index.php3type=Organizations

3.2.2 Tirajes y volúmenes de venta

Debido a sus relaciones históricas con el Reino Unido y Francia, así como a su proximidad con Estados Unidos, Canadá se considera un mercado importador de libros. A pesar de esta situación y de la creciente competencia de la televisión, los nuevos medios de comunicación y otro tipo de actividades recreativas, el sector editorial sigue siendo importante y sólido en la vida cultural de los canadienses. La función de las compañías editoriales es asumir los grandes riesgos que implica el proceso de edición: identificar el talento de los escritores, evaluar la calidad

editorial, interpretar la demanda del mercado y agregar valor mediante el desarrollo, financiamiento, producción, comercialización y distribución de sus productos. La producción de las editoriales canadienses es significativa, en el periodo comprendido de 1993 a 1994 se publicaron 9 mil 764 nuevos títulos en lengua inglesa y francesa, lo cual representó un aumento del 7.8% respecto al año anterior y el 16.3% respecto a los cinco años anteriores.¹²⁷

Si queremos comparar la producción de títulos con la de los mayores exportadores de libros en lengua inglesa y francesa de Canadá, debemos decir que Estados Unidos publica al año unos 50 mil nuevos títulos, mientras que Francia alrededor de unos 23 mil. El sector controlado por canadienses publica más del 80% de todos los títulos de autores canadienses, como consecuencia el sector editorial desempeña una función vital de investigación y desarrollo para la búsqueda de nuevos talentos canadienses.

No sólo las editoriales canadienses producen la mayoría de los nuevos libros canadienses sino que también las compañías pequeñas son muy productivas. Las compañías controladas por canadienses con ventas anuales inferiores a un millón de dólares publicaron en el periodo de 1992 a 1993, 2 mil 80 títulos, es decir el 27% del total producido por el sector. De los 9 mil 56 títulos propios publicados en Canadá en 1992-1993, 6 mil 466, es decir el 71% fueron escritos por autores canadienses, 3 mil 911 títulos fueron publicados en inglés (60%) y 2 mil 555 en francés (40%).¹²⁸ Durante el periodo de 1993 a 1994, 316 editores y 42 agentes exclusivos indicaron que habían obtenido ingresos por un monto de casi 1.7 mil millones de dólares. Estas editoriales brindaron empleo directo a 6 mil 862 personas y pagaron por concepto de salarios y beneficios un total de más de 278 millones de dólares.

¹²⁷ "Perfil resumido del sector editorial de Canadá" en Boletín de la Feria Internacional del Libro de Guadalajara, Asociación para la Exportación de Libros Canadienses, 1996.

¹²⁸ "Panorámica de la edición en Canadá... op. cit.

El número de obras publicadas por el sector editorial aumentó de manera sostenida en los últimos años. Durante el periodo de 1989 a 1990, se publicaron 8 mil 395 títulos y se reimprimieron 5 mil 826. Si se compara con el periodo de 1993 a 1994, el número de obras publicadas se incrementó un 16% mientras que las reimpressiones aumentaron un 34%.¹²⁹ La mayoría de las nuevas obras publicadas la conformaron libros con una diversidad de temas, mientras que los de texto representaron la mayoría de los títulos reimpresos. La actividad del sector se concentra en la provincia de Ontario ya que cuenta con 127 editoriales y 25 agentes exclusivos, que obtuvieron durante 1993-1994 ingresos por un monto de 1.2 mil millones de dólares, publicaron 5 mil 677 obras y reimprimieron 4 mil 318 títulos.¹³⁰

Durante 1993-1994, las editoriales en lengua inglesa capturaron el 79% de los ingresos totales, pero sólo representaron el 62% de las editoriales y el 67% de los agentes exclusivos. A su vez, las editoriales en lengua francesa, las cuales cubren un mercado diferente, desempeñaron un menor papel económico pero representaron el 31% del total de nuevas obras y el 52% de la reimpression total de nuevos títulos en ese periodo.¹³¹

En Canadá, los editores y los agentes exclusivos, o las empresas que actúan como ambos, distribuyen las publicaciones. Con cierta frecuencia, los editores canadienses actúan como agentes exclusivos de obras publicadas fuera de Canadá, sobre todo en Estados Unidos, Reino Unido y Francia. En los cuadros 21 y 22, y gráficas 2 y 3 presentamos los números de firmas, agentes exclusivos y editores en lengua inglesa y francesa en Canadá durante el periodo 1991-1997.

¹²⁹ "Perfil resumido del sector... op. cit.

¹³⁰ *Ibid.*

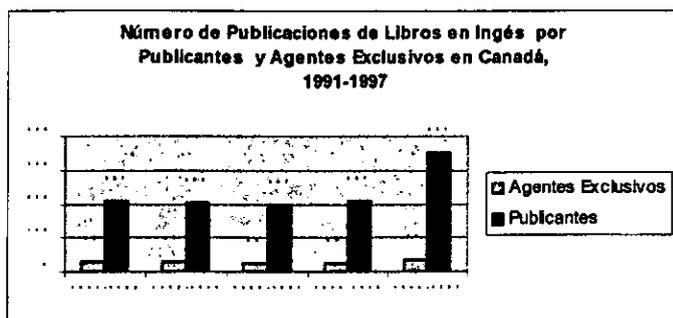
¹³¹ *Ibid.*

Cuadro 21
Número de firmas, agentes exclusivos y editores en lengua inglesa en
Canadá , 1991-1997

Firmas	1991-1992	1992-1993	1993-1994	1994-1995	1996-1997
Agentes Exclusivos	30	27	26	26	35
Publicantes	207	201	197	207	351

Fuente: *Statistics Canada*

Gráfica 2



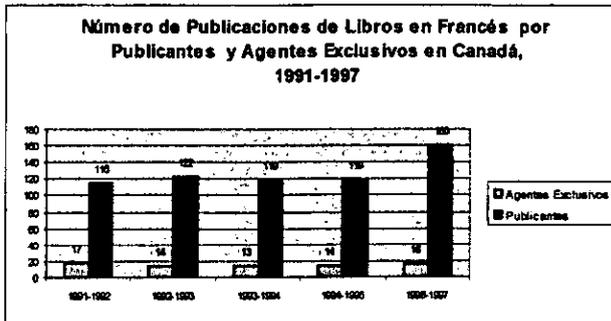
Fuente: *Statistics Canada*

Cuadro 22
Número de firmas, agentes exclusivos y editores en lengua francesa en
Canadá, 1991-1997

Firmas	1991-1992	1992-1993	1993-1994	1994-1995	1996-1997
Agentes Exclusivos	17	14	13	14	16
Publicantes	115	122	119	119	160

Fuente: Statistics Canada

Gráfica 3



Fuente: Statistics Canada

Podemos mencionar que el sistema de distribución de publicaciones difiere de manera importante entre las editoriales de lengua inglesa y francesa. En general, existe una variedad de participantes relativamente similar en el mercado en lengua inglesa. Los minoristas adquieren el 40% de las obras, las instituciones, (sobre todo las escuelas) representan el 24%. Las ventas directas a los consumidores (las cuales no incluyen los clubes de libros y colocaciones no específicas) constituyen el 26% de las mismas, mientras que los mayoristas representan el 10% restante.

En Quebec, provincia con predominancia francoparlante, existen 121 editoriales y 14 agentes exclusivos, los cuales obtuvieron ingresos por un monto de 487 millones de dólares, publicaron 3 mil 239 obras y reimprimieron 3 mil dos títulos en el mismo periodo. La distribución de libros se regula conforme a la Ley sobre desarrollo de las empresas quebequenses en el dominio del libro (*Loi sur le développement des entreprises québécoises dans le domaine du livre*). Este dispositivo legal establece que todas las ventas que cuenten con respaldo gubernamental (incluyendo el total de ventas institucionales) se deben efectuar a través de librerías acreditadas. Como resultado, la estructura de gran parte del mercado es bastante diferente para las editoriales en lengua francesa. Durante 1993-1994, los minoristas, en específico librerías legalmente acreditadas, representaron el 54% de las ventas de las editoriales en lengua francesa.

Con respecto a la influencia foránea en la industria editorial de Canadá, tenemos que las empresas bajo control extranjero principalmente las de Estados Unidos, Reino Unido y Francia juegan un papel de influencia importante en la industria editorial canadiense, tanto en lengua inglesa como en lengua francesa. Durante 1993-1994, las empresas bajo control extranjero constituyeron el 11% de las empresas existentes en el sector y obtuvieron el 36% de los ingresos totales (466 millones de dólares). Sin embargo, las empresas extranjeras sólo publicaron el 17% de los nuevos títulos y el 20% de las reimpressiones.¹³²

La mayoría de las empresas editoriales bajo control extranjero se ubican en la provincia de Ontario y concentran su actividad en la publicación de obras de carácter educativo, puesto que son las más rentables, las cuales representaron durante 1993-1994 casi la mitad de las ventas, mientras que las agencias de exclusividad bajo control extranjero representaron las dos terceras partes de las ventas totales. Por otra parte, el 49% de los libros vendidos de propiedad de las empresas bajo control extranjero fue por concepto de libros de texto. Sin embargo,

¹³² *Ibid.*

en los últimos años, las actividades de las empresas bajo control extranjero han disminuido a medida que las empresas bajo control canadiense han ido ganando mayor influencia en todos los segmentos del mercado nacional.

Las estadísticas señalan que las ventas netas de las editoriales de Canadá durante el periodo 1996-1997 fueron de un millón 191 mil 565 dólares. El número de editores en lengua inglesa en Canadá, durante ese mismo periodo fue de 351, frente a los 160 editores en lengua francesa. Asimismo, los títulos publicados en lengua inglesa alcanzaron los ocho mil 78, mientras que en lengua francesa fueron tres mil 322, lo que muestra que la industria del libro en lengua francesa supera en buen número a la de lengua inglesa (véase los cuadros 23 y 24 y gráficas 4 y 5).

Cuadro 23
Perfil de la industria del libro en lengua inglesa en Canadá, 1991-1997

	1991-1992	1992-1993	1993-1994	1994-1995	1996-1997
Títulos publicados	6,548.00	6,346.00	7,218.00	7,536.00	8,078.00
Títulos reimpresos	3,198.00	3,532.00	3,936.00	3,850.00	4,004.00
Total en impresión	38,621.00	39,313.00	42,299.00	44,306.00	52,113.00

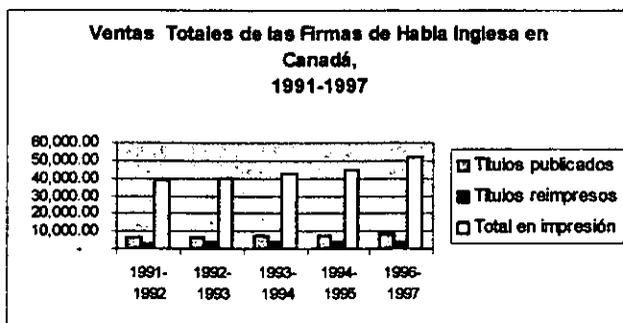
Fuente: Statistics Canada

Cuadro 24
Perfil de la industria del libro en lengua francesa en Canadá, 1991-1997

	1991-1992	1992-1993	1993-1994	1994-1995	1996-1997
Títulos publicados	2,604.00	3,155.00	3,039.00	3,084.00	3,322.00
Títulos reimpresos	2,867.00	3,249.00	3,312.00	3,483.00	3,537.00
Total en impresión	23,494.00	24,653.00	28,540.00	30,642.00	35,836.00

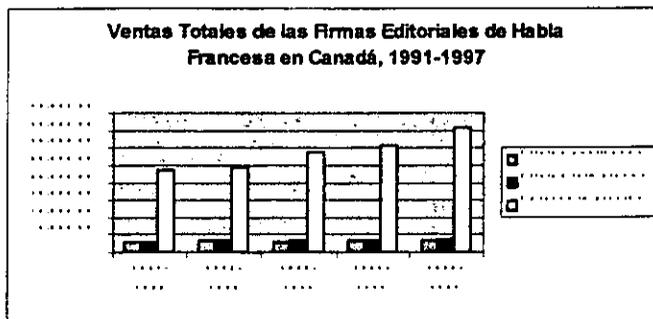
Fuente: Statistics Canada

Gráfica 4



Fuente: Statistics Canada

Gráfica 5



Fuente: Statistics Canada

Cuadro 25
Perfil* de la industria del libro y agentes exclusivos en editoriales de lengua inglesa en Canadá, 1991-1997

	1991-1992	1992-1993	1993-1994	1994-1995	1996-1997
Números					
Compañías					
Editores	207	201	197	207	351
Agentes exclusivos	30	27	28	26	35
Títulos publicados **	6,548	6,346	7,218	7,536	6,076
Libros de texto	1,146	947	1,243	1,356	1,226
Libros infantiles	X	X	x	x	x
Libros comerciales	3,209	3,319	3,822	3,895	3,782
Otros	2,193	2,08	2,153	2,285	2,559
Títulos reimpresos**	3,198	3,532	3,936	3,85	4,004
Libros de texto	1,488	1,59	1,743	1,9	1,543
Libros infantiles	X	X	x	x	x
Libros comerciales	1,213	1,45	1,61	1,419	1,29
Otros	497	492	583	531	681
Total de impresión**	38,621	39,313	42,299	44,306	52,113
Libros de texto	13,136	13,78	14,555	14,47	16,18
Libros infantiles	X	X	x	x	x
Libros comerciales	17,889	18,396	19,689	21,623	20,573
Otros	7,596	7,137	8,075	8,213	10,725
	1991-1992	1992-1993	1993-1994	1994-1995	1996-1997
Miles de dólares					
Ventas en Canadá	981,261	979,78	978,018	1,103,218	1,191,752
Editores de títulos propios**	437,655	439,158	443,751	529,94	577,772
Libros de texto	156,894	154,523	134,618	170,135	234,724
Libros infantiles	X	X	x	x	x
Libros comerciales	99,752	103,053	113,307	142,173	121,819
Otros	181,009	181,581	195,828	217,832	199,861
Agentes exclusivos	543,606	540,622	534,285	573,278	613,98
Libros de texto	165,894	152,475	158,999	152,845	155,22
Libros infantiles	X	X	x	x	x
Libros comerciales	293,202	331,606	316,173	373,103	337,082
Otros	84,51	56,541	59,093	47,331	46,7
Exportaciones	28,27	41,958	94,018	110,375	103,823
Otras ventas al exterior	177,863	202,494	228,284	247,015	284,224
Personal					
Cifras					
Empleados de tiempo completo	5,681	5,465	5,325	5,261	5,771
Empleados de medio tiempo	X	X	x	805	1,096
Miles de dólares					
Gastos totales en personal***	216,592	215,86	213,682	226,068	259,273
Ingresos totales	1,224,841	1,273,486	1,349,090	1,517,612	1,629,389
Costos de venta	562,169	577,12	626,825	729,199	797,342
Total de gastos operativos	622,128	642,84	650,383	688,147	761,929
Margen de ganancia antes de los impuestos	40,544	53,526	71,682	100,266	70,118
Porcentaje de ingresos	3.03	4.02	5.03	6.06	4.03
% de las editoriales con ganancias	56.01.00	54.08.00	60.01.00	69.05.00	50.03.00

X Datos no disponibles, no aplicables o confidenciales

* Incluyen compañías que publican en otras lenguas.

** Incluyen sólo las actividades de los editores.

*** Incluyen salarios del personal de medio tiempo y tiempo completo, así como gastos externos.

Fuente: Statistics Canada, Culture, Tourism and the Centre for Education Statistics.

Cuadro 26
Perfil de la industria del libro y agentes en editoriales de lengua francesa en
Canadá, 1991-1997

	1991-1992	1992-1993	1993-1994	1994-1995	1996-1997
Números					
Compañías					
Editores	115	122	119	119	160
Agentes exclusivos	17	14	13	14	16
Títulos publicados ¹	2,604	3,155	3,039	3,084	3,322
Libros de texto	821	946	1,031	1,114	1,175
Libros infantiles	X	x	x	x	x
Libros comerciales	1,427	1,861	1,644	1,643	1,202
Otros	356	348	364	327	419
Títulos reimpresos ¹	2,867	3,249	3,312	3,483	3,637
Libros de texto	1,866	1,926	1,893	2,125	2,333
Libros infantiles	X	x	x	x	364
Libros comerciales	847	1,185	1,304	1,157	616
Otros	152	138	115	201	224
Total de impresión ¹	23,494	24,653	28,540	30,842	35,836
Libros de texto	9,094	9,346	10,293	11,707	13,182
Libros infantiles	X	x	x	x	x
Libros comerciales	11,924	12,667	15,400	16,142	15,288
Otros	2,476	2,640	2,847	2,793	3,940
	1991-1992	1992-1993	1993-1994	1994-1995	1996-1997
Miles de dólares					
Ventas en Canadá					
Títulos propios ²	144,072	159,192	162,252	164,895	160,649
Libros de texto	84,814	94,923	94,198	104,090	98,197
Libros infantiles	X	x	x	x	x
Libros comerciales	42,862	47,172	50,441	48,061	35,413
Otros	16,395	17,097	17,613	12,744	14,635
Agentes exclusivos	120,049	118,380	125,368	141,579	143,618
Libros de texto	6,542	6,579	5,341	5,991	5,747
Libros infantiles	X	x	x	x	12,404
Libros comerciales	91,878	90,807	95,734	108,777	100,965
Otros	21,628	20,994	24,293	26,811	25,234
Exportaciones	20,222	29,764	21,677	12,373	17,729
Otras ventas al exterior					
Cifras					
Personal					
Empleados de tiempo completo	1,444	1,498	1,493	1,492	1,591
Empleados de medio tiempo	X	x	x	805	1,096
Miles de dólares					
Gastos totales en personal ²	53,296	64,143	64,789	63,676	67,700
Ingresos totales	300,244	325,787	328,326	341,925	342,746
Costos de venta	177,540	194,842	194,211	195,532	189,728
Total de gastos operativos	107,942	119,580	116,766	122,390	137,899
Margen de ganancia antes de los impuestos	14,762	11,346	17,349	24,004	5,118
		%			
Porcentaje de ingresos	4.9	3.5	5.3	7	1.5
% de las editoriales con ganancias	68.2	63.2	72.7	75.9	51.1

X Datos no disponibles, no aplicables o confidenciales

1. Incluyen sólo las actividades de los editores.

2. Incluyen salarios del personal de medio tiempo y tiempo completo, así como gastos externos.

Fuente: Statistics Canada, Culture, Tourism and the Centre for Education Statistics.

Cuadro 27
Ventas* en las compañías editoriales y agentes exclusivos de Canadá, 1991-1997

	1991-1992	1992-1993	1993-1994	1994-1995	1996-1997
	Miles de dólares				
Ventas totales ** de editoriales	981,261	979,78	978,016	1,101,955	1,191,565
Ventas al mayoreo	89,206	85,291	100,082	114,107	126,449
Ventas al menudeo	417,034	425,22	431,196	549,599	593,69
Librerías acreditadas	2,236	3,702	2,487	7,906	3,266
Otras librerías independientes	88,561	86,93	94,949	123,085	135,468
Librerías en los campus	98,126	105,73	96,181	141,485	143,603
Cadenas de librerías	101,826	110,785	122,387	161,341	176,711
Tiendas departamentales	14,815	14,135	13,22	13,069	16,521
Compañías de ordenes por Correo y clubes de libros	59,066	54,754	46,205	60,444	77,665
Otras tiendas al mayoreo	51,574	48,878	49,016	41,274	42,083
Instituciones	251,211	242,318	234,372	227,025	264,105
Librerías del gobierno y librerías especiales	22,213	24,566	25,242	24,87	27,649
Librerías públicas	15,569	14,41	12,812	17,31	26,036
Instituciones de educación primaria y secundaria	135,555	133,132	122,706	126,192	138,061
Instituciones de educación media superior	64,08	59,222	62,742	49,118	61,208
Otras instituciones	13,793	10,988	10,87	10,153	12,126
Otros	223,81	226,951	212,366	211,934	207,32
Ventas directas al público en general	135,585	138,118	119,087	132,868	126,195
Otros	88,225	88,834	93,279	79,066	81,119

* Las ventas netas incluyen los libros, y títulos publicados en microformato, formato audio-visual y de software y títulos vendidos bajo la forma de originales para ser reproducidos.

** Incluyen las compañías que publican en otras lenguas.

Fuente: Statistics Canada, Culture, Tourism and the Centre for Education Statistics.

3.2.3 Objetivos de la producción editorial del libro en Canadá.

Después de la Segunda Guerra Mundial, la escritura, edición y lectura de libros en Canadá sufrió una transformación importante. El libro, gran promotor de la cultura y lectura, ocupa un lugar importante dentro de la sociedad canadiense. La publicación de libros en Canadá ha sido una actividad controlada en gran medida en el extranjero, concentrada en libros de texto y en títulos importados. Hoy en día, la edición canadiense ha evolucionado y se ha convertido en una compleja industria cultural nacional con funciones más específicas, mejor desarrolladas y con un peso económico importante.

La creciente demanda de libros canadienses demuestra que la industria del libro sigue proporcionando una experiencia que ningún otro medio sustituye. Los títulos de autores canadienses están destinados a muchos sectores del mercado y más del 80% de esos títulos es publicado por firmas de propiedad nacional. De entre los más de 9 mil títulos que se publican al año para el mercado nacional y el de exportación, los más reconocidos a nivel internacional son, entre otros, los de: Margaret Atwood, Mordecai Richler, Alice Munro, Michael Ondaatje, Rohinton Mistry, Anne Hébert, Robertson Davies, Carol Shields, Robert Munsch, Margaret Laurence, Roch Carrier, Michel Tremblay, L. M. Montgomery y Sharon Butala. La gran mayoría de estos libros son de autores canadienses e impresos y fabricados en Canadá. Cabe señalar que el sector controlado por canadienses es administrado en su mayoría por los propietarios; la tendencia editorial y el tamaño de las compañías son diversos al igual que su distribución. Sin embargo, se puede observar que la mayoría de las editoriales más importantes se concentra en la provincia de Ontario.

La capacidad de producción, de alta calidad, y la rapidez de la expansión de las exportaciones tienen como objetivo contribuir a la nueva sociedad de información

y convierte a la industria editorial en un elemento significativo para la nacionalidad e identidad canadiense. Las editoriales de propiedad canadiense comprenden tanto a las de operaciones familiares con dos o tres empleados, pasando por las medianas empresas que cuentan con decenas de trabajadores, hasta las grandes editoriales que pueden llegar a tener ingresos superiores a los 30 millones de dólares canadienses. Algunas se especializan en los libros de literatura, novelas, infantiles, educativos, o libros de texto, mientras que otras abarcan diversos géneros. Mientras hace más de 30 años la industria se concentraba de manera exclusiva en las ciudades de Toronto y Montreal, ahora se empiezan a diversificar los mercados:

Las editoriales y distribuidoras controladas por extranjeros juegan un papel importante, en especial en el Canadá de habla inglesa, en donde controlan alrededor del 60% del mercado nacional. No obstante, de las 358 compañías que existen en el país sólo 24 no se encuentran bajo el control extranjero. A pesar de que la mayoría de las firmas canadienses son más pequeñas que sus competidoras transnacionales, esta diversidad garantiza a los lectores el acceso a una amplia y representativa gama de los títulos y autores canadienses, lo cual constituye un beneficio para todos los canadienses.

Uno de los foros por antonomasia para dar a conocer la producción editorial es el Día del libro en Canadá (*Canada Book Day*)¹³³. Este es un proyecto creado por el Fideicomiso de Escritores de Canadá (*The Writers' Trust of Canada*) en 1976. Dicho Fideicomiso fue fundado por Margaret Atwood, Pierre Berton, Graeme Gibson y Margaret Laurence para contribuir al desarrollo de los escritores y la

¹³³ Los objetivos del día del libro en Canadá son: celebrar la importancia del papel de la literatura en el pasado, presente y futuro de Canadá; alimentar el amor a la lectura en la juventud canadiense, con el objetivo de crear una nueva generación sólida de lectores; celebrar el éxito internacional de la literatura canadiense y rendir un homenaje a sus héroes; promover los libros canadienses y a sus autores, así como fomentar e invitar a los canadienses a comprar libros nacionales. En su última edición, para conmemorar el Día del Libro en Canadá 2001, se distribuyeron millones de cupones por un valor de 2 dólares canadienses de descuento en la compra con los vendedores de libros participantes. La validez del cupón era del 25 de abril al 13 de mayo del 2001. Estos cupones fueron distribuidos en todas las escuelas y librerías a lo largo del país.

literatura canadiense. En 1995, la UNESCO designó el 23 de abril como Día Internacional del Libro, una fecha simbólica para honrar a la literatura mundial.¹³⁴

La UNESCO declaró el día internacional del libro para reconocer que:

históricamente los libros han sido el factor más importante en la diseminación del conocimiento y el medio más efectivo de preservarlo. La promoción de libros desarrolla la colectividad de las tradiciones culturales alrededor del mundo e inspira la conducta basada en el entendimiento, la tolerancia y el diálogo.¹³⁵

Por otra parte, cabe mencionar que, por más de dos décadas *The Writer's Trust of Canada* ha estado dedicado a la promoción y desarrollo de la literatura, la escritura y los escritores canadienses¹³⁶. *The Writer's Trust of Canada* es una organización no-lucrativa a nivel nacional. Los programas, premios y eventos organizados son concebidos y apoyados por sus miembros, escritores, académicos y aquellos que comparten el mismo interés y pasión por la literatura canadiense.

3.3 Importancia en la difusión cultural

El Ministerio del Patrimonio Canadiense desarrolla, aplica y mantiene las políticas de la industria del libro a través de programas de apoyo con el objeto de crear una

¹³⁴ Como ya mencionamos, los libros juegan un papel irremplazable. Son medios de conocimiento, que profundizan el entendimiento y desarrollan la curiosidad, como medios de comunicación, perpetúan el lenguaje. Son medios de reflexión que provocan el ejercicio intelectual y la libertad del espíritu, como medios de placer, fomentan la imaginación, la creatividad, la relajación.

¹³⁵ *Canada Book Day*. The Writers Trust, abril 2001, Canada.

¹³⁶ Los objetivos de *The Writer's Trust* son: proveer ayuda financiera a los escritores canadienses que enfrentan una crisis económica; involucrar a las escuelas canadienses en programas educativos; incrementar el reconocimiento de la contribución de los escritores al enriquecimiento cultural de Canadá; reconocer y premiar la excelencia en la escritura y la creación literaria.

industria del libro sólida en Canadá. Por más de un siglo, el gobierno de Canadá ha contado con programas y políticas de apoyo a la producción, distribución y promoción a través de libros, revistas y periódicos que reflejan la cultura de Canadá. Este apoyo se da bajo la premisa de que los canadienses deben tener acceso a las historias y voces con contenido canadiense. En ese sentido, el gobierno considera que el sector cultural debe continuar adaptándose y beneficiándose de la cambiante economía global, por medio de la búsqueda de formas innovadoras para el apoyo a los editores con el propósito de que éstos puedan contar con oportunidades.

La industria del libro en Canadá es apoyada por diversos programas de asistencia y medidas regulatorias.¹³⁷ El gobierno canadiense estableció en los setenta, programas de asistencia directa tales como el *Block Grant Program* en el *Canada Council and* y el *Book Publishing Industry Development Program* en el *Department of Canadian Heritage*. Esta asistencia continúa para apoyar a las editoriales de propiedad canadiense y a las firmas controladas por canadienses, para facilitar que éstas se encarguen de producir y distribuir libros de autores canadienses.

Con el objeto de permitir a los editores tener acceso al capital de las instituciones financieras, y sus activos, el Ministerio del Patrimonio Canadiense desarrolló, en colaboración con el *Royal Bank*, un Programa de préstamos para editores de libros diseñado para facilitar a los editores el acceso a financiamiento incrementado a través de líneas de crédito. Otras medidas federales fueron diseñadas para apoyar a la industria del libro incluyendo el Fondo de Desarrollo de las Industrias Culturales (*Cultural Industries Development Fund*), administrado por el Banco de Desarrollo de Negocios de Canadá (*Business Development Bank of*

¹³⁷ Esta es una política estratégica que mantiene vigente el gobierno canadiense. De acuerdo con Sheila Copps, Ministra del Patrimonio Canadiense "La literatura canadiense es uno de los muchos vehículos para estas voces y el Gobierno de Canadá ha tomado una serie de medidas para asegurar que los autores continúen alcanzando audiencias en el país y en el extranjero". Entrevista realizada a la Ministra el 7 julio de 2000.

Canada BDC), el cual provee a las agencias culturales el acceso a capital a través de préstamos a plazos. Un apoyo más es a través de regulaciones a las importaciones por medio de *The Copyright Act* (Ley de Derechos de Autor), que regula los contratos para la distribución de libros en el mercado canadiense.

Las políticas de inversión extranjera para el comercio de libros apoya a la industria editorial de propiedad y control canadiense. El Acta de Inversiones de Canadá (*The Investment Canada Act*), requiere que la inversión extranjera en la industria del libro y el sector de distribución sean compatibles con las políticas culturales nacionales para que resulten en beneficio de Canadá y el sector controlado por canadienses. Dicha ley fue enmendada con la entrada en vigor del TLCAN. Para regular el comercio de libros existe la *Foreign Investment Guidelines for the Book Trade* (Lineamientos para la inversión extranjera en el comercio de libros), que define las condiciones para la inversión extranjera en la edición, distribución y venta de libros.

Los lineamientos de estas políticas son los siguientes:

- La inversión extranjera en las compañías nuevas está limitada a las sociedades de inversión (*joint ventures*) controladas por canadienses.
- La adquisición de negocios en manos de canadienses por un ciudadano no canadiense no está permitida. Sólo bajo circunstancias extraordinarias el gobierno puede considerar la excepción a este lineamiento.
- Si un ciudadano no canadiense desea vender un negocio independiente de origen canadiense, se espera que se asegure el potencial a inversionistas y compradores canadienses.
- Las adquisiciones indirectas son revisadas para determinar cuales son los beneficios concretos para Canadá y el sector controlado por canadienses

según las regulaciones de la Sección 20 del Acta de Inversiones de Canadá.¹³⁸

Estos lineamientos han sido revisados y negociados a través del seguimiento de los beneficios que pueden significar para Canadá. El Acta de Inversión de Canadá es aplicada por el gobierno en caso de ser necesario.

Por otra parte, la lectura de libros en Canadá es importante en la difusión cultural. Los canadienses están ávidos de leer libros escritos por sus compatriotas. Una investigación de mercado reciente demostró que los canadienses están leyendo más que nunca y que la mayoría de ellos están leyendo a autores canadienses. Este interés creciente ha traspasado a las generaciones y a las fronteras internacionales. En Canadá, los autores nacionales dominan las listas de *best sellers* durante la época navideña. A nivel mundial, los canadienses han sido nominados con cierta regularidad para recibir premios literarios prestigiosos y con frecuencia han sido merecedores de galardones literarios; por ejemplo: el premio *Booker* (Reino Unido), el *Pulitzer* (Estados Unidos) y el *Étranger* (Francia). La literatura canadiense se estudia en las secundarias y los programas de estudios canadienses en los que se emplean materiales con contenido canadiense se han publicado en varias universidades extranjeras.

Algunos estudios demuestran que la lectura está siendo cada vez más importante para los canadienses, en especial se lee cada vez más a autores canadienses, lo que pone de manifiesto el interés por las cuestiones e historia nacionales. El estudio *Book Reading in Canada* (Lectura de libros en Canadá) indica que la cantidad de tiempo que los canadienses dedican a la lectura de libros se duplicó entre 1978 y 1991, de 29 a 59 millones de horas por semana. Asimismo, de acuerdo con el estudio, once millones de canadienses leen libros de manera cotidiana (casi el doble de los que lo hacían en 1978) y el aumento no lo justifica

¹³⁸ Investment Canada Act en Communications Canada, 1992.

sólo el incremento de la población. Asimismo, el documento muestra que el canadiense promedio pasa 4.1 horas por semana leyendo libros, en comparación con las 3.3 horas destinadas en 1978.

Por otra parte, según el estudio, los autores y editores canadienses proveen una buena proporción de los títulos que satisfacen ese aumento de la demanda, lo que representa al menos una de cada cinco de todas las publicaciones de pasta dura y de los libros comerciales de bolsillo que se venden en Canadá. El trabajo mencionado afirma que el 50% de los lectores había leído un libro canadiense el año anterior (entre los lectores, el 42% de las mujeres y el 37% de los hombres se describieron como "lectores regulares de libros canadienses"). Los libros canadienses atraen un porcentaje mucho mayor que las películas canadienses (10% de los ingresos a los teatros) y el (13% de las ventas de discos).

3.4 Peso específico de la producción cultural (científica, artística)

Las razones para mantener el apoyo (financiero) a la publicación de libros canadienses son básicamente culturales, no industriales. Los autores y editores trabajando en conjunto reúnen la experiencia, identidades y valores canadienses para promoverlos tanto al interior como al exterior del país. Los libros canadienses que abarcan todos los géneros, contribuyen a entender la identidad, el papel y el futuro de la cultura canadiense. En un mundo globalizado, en el que dominan los grandes consorcios de medios de comunicación y de entretenimiento, los libros son las herramientas de expresión de la singularidad canadiense. Las editoriales contribuyen de manera directa a alcanzar las metas fundamentales de Canadá en el campo de las políticas sociales y culturales. Los libros canadienses en las escuelas y en el mercado, a su vez, ayudan a lograr los objetivos nacionales de alfabetización, educación y aprendizaje. Los libros con contenido canadiense, promueven el establecimiento de una nueva identidad en comunidades a lo largo

del país, sus autores logran que Canadá sea mejor conocido en el extranjero y atraen a otras nacionalidades hacia el país.

Los canadienses consideran que así como existen las políticas de radiodifusión destinadas a asegurar las opciones canadienses en un universo con multiplicidad de canales y estaciones de radio, de la misma forma deberían preservarse las opciones en el sector de los libros que llegan al mercado canadiense provenientes del extranjero. Con el fin de tener acceso a una diversidad de títulos que refleje el mosaico cultural canadiense y las diversas facetas de la identidad, es necesaria también una diversidad de editoriales. La decisión estratégica, adoptada de manera común por los encargados de las políticas culturales canadienses con el propósito de fomentar una industria editorial controlada por manos canadienses, y altamente diversificada a nivel regional, ha logrado ser exitosa en dar servicio a los nichos de mercado y en satisfacer las múltiples necesidades y preocupaciones de los lectores canadienses.

En su presupuesto de febrero de 1995, el gobierno federal abandonó su compromiso de nivelar las fuerzas entre el libro canadiense y el importado, en contraste con las reducciones del 5 al 8% aplicadas a los programas. Los dos programas del Ministerio del Patrimonio Canadiense destinados a la industria editorial fueron reducidos de manera importante. Las principales estimaciones del gobierno muestran una reducción de más del 50% en el caso del *Programa para el Desarrollo de la Industria Editorial* (PDIE) y en el del Programa de Ayuda a la Distribución de Publicaciones (PADP), que también está destinado a los vendedores de libros y a la infraestructura para la distribución y comercialización del libro.¹³⁹ La magnitud de las reducciones fue inesperada y sin precedentes. Resulta obvio que, al ser aplicadas dichas reducciones causaron estragos en los

¹³⁹ Después de haber anunciado su presupuesto, el Ministerio reveló que haría una reducción de más de 2 millones de dólares, lo que disminuiría el presupuesto de los programas en conjunto de 45 a 20 millones de dólares (una baja del 55%).

planes comerciales de las editoriales. Alrededor de 200 editoriales habían establecido compromisos financieros con los autores, empleados, impresores; acuerdos que habían sido a su vez entablados entre la industria editorial y el gobierno federal.

En este contexto, las editoriales se vieron obligadas a reducir su lista de títulos canadienses por publicar y a realizar un despido masivo de empleados, así como a la necesidad de renegociar los convenios crediticios con los bancos y los proveedores. A pesar de ello, las editoriales continúan trabajando de manera conjunta con el gobierno a fin de alcanzar el objetivo fundamental de la industria del libro en Canadá: satisfacer la demanda de libros canadienses. En ese sentido, los editores canadienses proponen varias opciones de nuevas formas de apoyo federal, a través de elementos complementarios de un plan de acción que beneficiaría tanto al escritor como al lector, fortaleciendo el posicionamiento de los libros canadienses en el mercado interno y mundial. Dentro del plan de acción se contemplan medidas que no exigen gasto gubernamental como la política de inversión extranjera, el derecho sobre distribución y el derecho de autor. En el sector de los negocios y comercio exterior, la propuesta consiste en pedir al gobierno que el gasto sea coherente con el compromiso establecido respecto a las políticas de apoyo a la industria editorial. En el sector de financiamiento, se propone evaluar la brecha de financiamiento entre los costos del libro canadiense y los ingresos por ventas. Estando inmersos en una época de restricciones fiscales, los canadienses se preguntan cuáles serían las formas que el gobierno federal podría encontrar para obtener los recursos necesarios y lograr sus propósitos.

Antes de la introducción del *Impuesto sobre Bienes y Servicios (IBS)*, establecido el 1 de enero de 1991, las editoriales canadienses estaban exentas del pago de su antecesor; el (*Impuesto sobre Ventas de Manufacturas* de carácter federal). La exención equivalía a decenas de millones de dólares al año, la cual fue sustituida

por el pago del IBS, que fue el primer impuesto al consumo aplicado a los libros en la historia de Canadá. De 1991 a 1996 se habían recaudado cerca de 150 millones de dólares anuales sobre las ventas de libros en Canadá, la cual representó un total de 750 millones de dólares.¹⁴⁰ Del total del IBS cobrado por concepto de libros, las ventas de títulos de autores canadienses publicados por editoriales controladas por canadienses generaron en ese periodo por lo menos 35 millones de dólares anuales. Los ingresos por ese concepto podrían representar de forma simbólica la fuente de fondos para restablecer el apoyo federal y asegurar que los libros canadienses sigan siendo publicados. Al reinvertir los ingresos por el IBS aplicado a las ventas de libros para la producción de un mayor número de libros se obtendrían importantes ganancias netas en las transacciones del sector.

Para asegurar un flujo continuo de nuevos libros canadienses que respondan a las necesidades de los lectores canadienses, se requieren medidas destinadas a cerrar la brecha entre los ingresos generados por los libros canadienses y sus costos de producción. Dos son las posibles alternativas: un crédito fiscal reembolsable para la inversión o un fondo de inversión para la producción. Cualquiera de estas medidas, si es diseñada en forma adecuada, garantizaría que el libro canadiense, con una amplia gama temática, fuera viable desde el punto de vista financiero. A éstas medidas básicas sería adecuado añadir cierto número de medidas complementarias destinadas a permitir a las editoriales crecer y producir tipos de libros de importancia cultural específica que pudieran requerir financiamiento adicional.

El mercado de habla inglesa, así como el de habla francesa, se encuentran saturados de libros, revistas y medios electrónicos de varios países. Debido a este hecho, la industria editorial canadiense se considera variada y dinámica. Si bien es cierto que los canadienses apoyan a los escritores nacionales mediante la compra

¹⁴⁰ “Panorámica de la edición en Canadá...” op. cit.

y lectura de sus libros, esta medida no es suficiente para constituir un mercado eficaz y rentable. Como consecuencia, muchos libros con contenido cultural importante no pueden ser publicados basándose sólo en los ingresos que se obtienen en el mercado. Los programas de financiamiento tanto federales como provinciales hacen posible la publicación de libros con contenido cultural, al complementar los ingresos por ventas; asimismo, contribuyen a compensar los déficit netos de publicación de este tipo de libros y ayudan a los autores y editores a llevar sus ideas creativas al mercado, lo cual permite a los canadienses contar con libros que reflejan su cultura y su identidad.

Desde el punto de vista federal, la agencia cultural más importante es el Consejo de Canadá (*Canada Council*), que a través de subvenciones a los escritores creativos ha suministrado los recursos que han permitido a la literatura canadiense su desarrollo y consolidación. Como se sabe, este Consejo tiene su antecedente en 1951, cuando la *Royal Commission on National Development in the Arts, Letters and Sciences*, conocida comúnmente como la Comisión Massey-Lévesque, presentó un reporte en donde recomendaba la creación y financiamiento de una organización nacional de artes bajo el argumento de que las artes fomentan la unidad nacional; asimismo, advertía sobre la amenaza cultural extranjera (específicamente la estadounidense) y recomendaba el control público sobre el sistema de radiodifusión. Así, en 1957, el gobierno federal emitió la *Canada Council Act*, la cual dio origen al *Canada Council*.

Asimismo, el *Consejo de Investigación en Ciencias Sociales y Humanidades*, a nivel federal proporciona un apoyo vital a la edición académica. Los gobiernos provinciales complementan los esfuerzos de estos dos Consejos, ya sea a través de consejos para las artes o programas ministeriales (ambos independientes).

3.5 Desafíos a la producción cultural.

La política editorial canadiense enfrenta un hecho fundamental: desde el punto de vista económico, es mucho más difícil publicar libros en Canadá que en los principales países exportadores de libros al país. En efecto, la publicación en Canadá es más costosa que en Estados Unidos, el Reino Unido o Francia; no por los precios de libros canadienses o los costos de manufactura, sino porque en Canadá se carece de los costos de producción por unidad (por ejemplar) más bajos que acompañan a los altos tirajes destinados a los grandes mercados.

El desarrollo del libro en Canadá exige de la editorial canadiense casi la misma inversión antes de que el libro pase a la prensa; mientras que la firma canadiense puede imprimir apenas mil ejemplares de una novela o 2 mil ejemplares de un título para venderlos en el mercado nacional, la editorial estadounidense puede imprimir 10 mil o más ejemplares para el mercado estadounidense. Esta diferencia genera a su vez una significativa brecha entre el costo por unidad del libro y en su margen de ganancia.

La edición de casi todos los libros importados a Canadá es más barata y lucrativa que la de un título canadiense comparable, pues aquellos recuperan los costos de desarrollo previos a la impresión en su mercado nacional. Por otra parte, la mayoría de los títulos canadienses llevan la carga de recuperar los costos de su pequeño mercado canadiense. Las excepciones a esta regla son los libros con ventas internacionales significativas, pero muchos títulos carecen de ese potencial pues están dirigidos sobre todo a los lectores canadienses. En este contexto, debido a los tirajes nacionales menores, los costos de desarrollo tienden a constituir una proporción mucho mayor del costo de edición de un título canadiense promedio. Estas desventajas competitivas significan que a menudo la edición de libros canadienses debe hacer frente a la competencia extranjera en el mercado interno que no cubre los costos. Desde un punto de vista estrictamente

comercial, en la actualidad tiene mucho más sentido distribuir títulos importados que publicar títulos canadienses.

Una investigación realizada por el antiguo Departamento de Comunicaciones (*Book Industry Policy: A Review of Background Information and Policy Options*) demostró que durante un periodo de cuatro años, en promedio, las editoriales controladas por extranjeros que operan en Canadá generaron márgenes netos mayores sobre las ventas que las editoriales controladas por canadienses; diferencia que es producto de los costos de venta más bajos de las sucursales con un 48.5% en comparación con el 57.7% de las firmas controladas por canadienses. La diferencia representa las ventas mayores de libros importados de las compañías controladas por extranjeros (más del doble del promedio de las empresas controladas por canadienses), así como el mayor compromiso de las nacionales con la publicación de títulos de autores canadienses.

Debido a que los costos de operación promedio, tanto de las firmas controladas por extranjeros como de las controladas por canadienses fueron casi iguales, la diferencia del 10% en el margen de ganancias bruto representa la diferencia en el rendimiento. La baja rentabilidad global de las editoriales controladas por canadienses se ve confirmada por la base de datos del Programa para el Desarrollo de la Industria Editorial del Departamento del Patrimonio Canadiense. Las cifras agregadas de 107 editoriales que publican en lengua inglesa y que participan en el programa muestran que las ganancias totales de esas compañías fueron de 6.4 millones de dólares en 1994-1995, si bien sólo después de haber contabilizado las subvenciones y contribuciones federales y provinciales, las cuales sumaron 22.8 millones de dólares. Antes de contar con dichas subvenciones y contribuciones, las 107 editoriales en conjunto tuvieron una pérdida de 16.4 millones de dólares.

En el sector de lengua francesa controlado por canadienses, la situación fue más prometedora. Las editoriales de Quebec enfrentan menos competencia multinacional que las editoriales en Canadá en lengua inglesa; como consecuencia, las subvenciones y contribuciones totales de 16.5 millones de dólares otorgadas a las 86 editoriales en lengua francesa contaron con una rentabilidad de 19.4 millones de dólares.¹⁴¹

Cabe mencionar que el presupuesto para los programas del Departamento del Patrimonio Canadiense se ha reducido de manera considerable, con lo que se han empeorado las perspectivas financieras de los libros y las de los autores publicados por editoriales canadienses. Debido a las dificultades estructurales de la industria del libro en Canadá, las editoriales nacionales se han visto envueltas en una lucha financiera para poder cumplir con su función cultural como principales proveedores de autores canadienses. Respecto al financiamiento público, podemos señalar que entre el capital de inversión requerido para desarrollar y publicar a los autores canadienses y los ingresos que sólo el mercado puede generar hay una gran brecha de financiamiento. Con el propósito de mantener un flujo amplio de libros canadienses para lectores nacionales, Canadá considera necesario que el financiamiento público se asocie al privado.

En comparación con los ingresos que las editoriales pueden generar una vez que logran introducir sus libros al mercado, la brecha de financiamiento se vuelve más pequeña. La base de datos del Programa para el Desarrollo de la Industria Editorial nos muestra la ampliación del financiamiento. En conjunto 193 editoriales en lengua inglesa y francesa publicaron 4 mil 900 títulos durante 1993-1994 y generaron 274.5 millones de dólares en ventas (de títulos de autores canadienses) elegibles por un total de 38 millones de dólares en subvenciones y contribuciones de todo tipo.¹⁴² Lo anterior fue una inversión pública necesaria para hacer que una

¹⁴¹ "Panorámica de la edición en Canadá...." op.cit.

¹⁴² "Perfil resumido del sector editorial de Canadá" op.cit.

industria editorial en lengua francesa con ganancias marginales, se convirtiera en rentable y para que la industria en lengua inglesa se saneara y pasara de números rojos a negros. La reducción de la brecha de financiamiento se nivela entre el libro canadiense y el importado. Es la diferencia entre una cultura editorial rica en diversidad y capaz de correr riesgos de creatividad con nuevos escritores e ideas, y una cultura editorial basada sólo en cuestiones de rentabilidad económica.

En cuanto al ámbito de los préstamos, cabe mencionar que el gobierno federal proporciona préstamos a las editoriales controladas por canadienses a través del Fondo para el Desarrollo de las Industrias Culturales (FDIC), el cual es administrado por el Banco Canadiense para el Desarrollo Industrial conforme a un memorándum de entendimiento con el Ministerio del Patrimonio Canadiense. Muchas editoriales de diversas regiones del país han podido recurrir a ese programa con el propósito de financiar su desarrollo. El gobierno federal tiene en consideración un aumento substancial de la cartera de préstamos del FDIC, si la evaluación de la efectividad y los resultados financieros del programa es positiva. Sin embargo, al alentar a las editoriales a endeudarse en un momento en que no existe ninguna medida adecuada destinada al apoyo de la economía básica de la industria editorial plantea graves problemas. Sólo a través de medidas adecuadas, como lo serían el *Fondo para el Desarrollo de la Industria editorial*, el *Fondo de Inversión para la Producción* o el actual *Crédito fiscal reembolsable para la inversión*, tendría sentido el aumento del financiamiento para un mayor endeudamiento de las editoriales.

En lo que respecta al Crédito Fiscal Reembolsable para la Inversión (CFRI), éste fue introducido en el presupuesto federal para 1995 con un incentivo fiscal para la inversión en la producción de películas y programas de televisión canadienses y reemplazó a la antigua *Asignación para costos de capital*. Tanto el Ministerio del Patrimonio del Canadiense como las asociaciones de la industria editorial han considerado la idea de adaptar ese incentivo a la publicación de libros. El CFRI

reembolsaría una parte específica de la inversión que las editoriales controladas por canadienses hicieran en la producción de títulos de autores canadienses. La elegibilidad de las editoriales para recibir la asignación sería examinada por el Ministerio del Patrimonio Canadiense, mientras que el crédito sería administrado a través del sistema del impuesto sobre la renta por *Revenue Canada*, la cual es la agencia fiscal canadiense.

Las ventajas del CFRI como herramienta para el apoyo a la decisión radicaría en que el crédito saldría de la propia inversión de las editoriales, por lo tanto, sería un mecanismo más comercial que un programa de financiamiento directo y, al estar incluido en el sistema impositivo, se volvería menos vulnerable a las reducciones que el financiamiento directo. Las desventajas incluyen la dificultad de armonizar una medida fiscal con los propósitos de las políticas culturales, la exclusión de las compañías no lucrativas, como las editoriales universitarias, de todo mecanismo que implicara el sistema impositivo y el hecho de que en su estructura el crédito fiscal para la producción de películas y programas de televisión no constituye un modelo adecuado para la edición de libros, debido a que las operaciones financieras de las dos industrias son muy diferentes. Un CFRI para la industria editorial tendría que ser modificado de manera importante.¹⁴³

Como ya mencionamos, desde el punto de vista económico, la edición de libros es la industria cultural más importante de Canadá. Las ventas totales de todas las editoriales en lengua inglesa y francesa, nacionales e internacionales, alcanzaron una cifra récord de mil 640 millones de dólares en 1993-1994. Esto significó que la edición de libros fuera dos veces mayor a la subsidiada industria fílmica y de la televisión en Canadá, cuyos ingresos fueron de 734 millones de dólares en ese

¹⁴³ A pesar de todo, un CFRI adecuado y modificado podría servir para terminar con las diferencias entre los costos de producción de los libros canadienses y los ingresos generados. El financiamiento directo con propósitos culturales a un nivel adecuado seguiría siendo necesario para garantizar que se pudiera continuar con las ediciones especializadas. Los funcionarios gubernamentales y los representantes de la industria editorial han analizado el CFRI para evaluar su impacto probable antes de decidir los términos en que sea medida sería recomendada al Ministerio de Finanzas.

mismo año. Cerca de mil 300 millones de dólares de ventas de los editores de libros provinieron del mercado nacional (embarques a librerías, bibliotecas, clubes de libros, instituciones educativas). En precios al menudeo, estas ventas equivalieron alrededor de dos mil millones de dólares, cifra sumamente considerable en comparación con los 222 millones de dólares alcanzadas cuando el gobierno federal hizo la primera encuesta sobre las ventas de la industria en 1970.¹⁴⁴ En cuanto a la generación de empleos, las editoriales y distribuidoras de libros en Canadá emplean a 6 mil 862 personas de tiempo completo. Si bien es considerable, esa cifra no refleja los miles de empleados independientes (escritores, editores, diseñadores gráficos, publicistas, representantes de ventas, etc.) que emplea la industria por contrato. Los gastos totales en personal alcanzaron los 278 millones de dólares en 1993-1994, lo que refleja un aumento del 17% en salarios y honorarios a trabajadores independientes durante los cuatro años anteriores.

Estas estadísticas no incluyen tampoco a los miles de empleados adicionales de los sectores relacionados con la industria que dependen de la publicación de libros. Varios tipógrafos, impresores y encuadernadores canadienses afirman que el crecimiento de sus empresas fue resultado en gran parte del volumen de sus negocios con las editoriales. De manera similar, un gran número de empleos en los sectores de ventas al menudeo y del transporte arrojó como resultado 606 millones de dólares de ventas nacionales de títulos canadienses publicados y de los 691 millones de dólares de ventas de importados. Sólo cuando se toma en cuenta el volumen de empleos secundarios, se puede apreciar por completo el impacto económico de la industria editorial canadiense.

El Ministerio del Patrimonio Canadiense del gobierno federal es la fuente principal de apoyo a la infraestructura para la industria del libro. Durante los últimos 20 años, los programas del Ministerio han desempeñado una importante función en el

¹⁴⁴ "Panorámica de la edición en Canadá... op. cit.

mejoramiento de la eficacia operativa de las compañías controladas por canadienses. Dos de esos programas, el *Programa de Desarrollo de la Industria Editorial* y el *Programa de Ayuda a la Distribución de Publicaciones*, se han expandido al uso de nuevas tecnologías destinadas a la edición, el diseño, la organización y la contabilidad; con lo que se ha mejorado la efectividad de la comercialización y la distribución, y se han incrementado los niveles de liquidez y capital. Como resultado de esos programas, las editoriales propiedad de canadienses han podido invertir en programas de edición y comercialización más ambiciosos y que empleen a un mayor número de canadienses.¹⁴⁵

El noviembre de 1997, el Ministerio del Patrimonio Canadiense anunció un incremento adicional para el *Fondo para el Desarrollo de Programas de Edición de Libros*, el incremento fue de 15 millones de dólares canadienses al año. El gobierno federal aprobó el financiamiento adicional para los editores de libros canadienses de acuerdo con el compromiso contemplado en el documento emitido por el Ministerio mencionado, *Securing Our Future Together Red Book II* (Asegurando nuestro Futuro Juntos Libro Rojo II. En esa ocasión, la Ministra del Patrimonio Canadiense, Sheila Copps, declaró que el apoyo del gobierno a la industria del libro contribuye a un contexto más benigno para la creación literatura y ha ayudado a que los autores canadienses sean reconocidos en Canadá y en el exterior. De ese modo, a través de ese fondo se reconocería el rol esencial que desempeñarían los editores canadienses en el futuro de Canadá, en términos económicos y culturales.

Por otra parte, el Ministerio del Patrimonio Canadiense y el *Royal Bank* establecieron el Programa de Préstamos a Editores de Libros (*Loan Program for*

¹⁴⁵ Una encuesta efectuada en mayo de 1995 por la Asociación de Editores Canadienses (AEC) puso de manifiesto que después de haber sido introducidos los dos programas mencionados, en 1992 y 1993 los miembros de la AEC aumentaron su producción de títulos en 17%, los empleos de tiempo completo en un 20% y los trabajadores independientes en un 43%. Asimismo, la encuesta puso de manifiesto que ese importante crecimiento fue eliminado por las reducciones hechas a los programas anunciadas en el presupuesto federal de 1995.

Book Publishers LPBP) con el fin de incrementar el acceso de los editores al capital operativo. El programa entró en vigor a mediados de diciembre de 1998. El *Royal Bank* puso a disposición más de 20 millones de dólares a través de líneas de crédito financiero para los editores. El Ministerio del Patrimonio Canadiense hizo una contribución de 2 millones de dólares para cubrir el pago por posibles pérdidas.

Esta iniciativa dio como resultado grandes líneas de crédito las cuales están disponibles para los editores que han tenido dificultades para obtener suficiente capital debido a sus requerimientos de flujo de efectivo o que buscan una expansión financiera. El acceso al programa está restringido a los editores de propiedad canadiense o controlados por editores canadienses. El Ministerio del Patrimonio Canadiense es el encargado de supervisar las actividades de este programa, pero la toma de decisiones de los préstamos está a cargo y es responsabilidad del *Royal Bank*. Las líneas de crédito están disponibles con plazos comerciales (*prime plus* de 2 a 4%) con revisión anual. Para las compañías con ingresos menores a 3 millones de dólares, el monto máximo de préstamo es de 250 mil dólares por persona, las compañías cuyos ingresos exceden los 3 millones de dólares, el préstamo máximo es de 500 mil dólares y el mínimo es de 50 mil dólares.

La *Asociación de Editores Canadienses* ha considerado que un financiamiento similar al de *Telefilm Canada* podría beneficiar a la industria editorial canadiense. *Telefilm Canada* invierte más de dos millones de dólares anuales en la producción de películas y programas de televisión canadienses, el financiamiento de esa agencia ha sido la clave para el desarrollo su producción. Si en la industria editorial se invirtiera sólo un pequeño porcentaje con un enfoque similar se aseguraría una producción continua de una amplia variedad de autores canadienses. Un fondo revolvente haría que el dinero público destinado a la inversión se sumara de manera proporcional al dinero que las editoriales de

propiedad canadiense invierten en la producción de nuevos títulos de autores canadienses. Las editoriales someterían una vez al año los detalles de sus planes de producción de libros canadienses y recibirían un financiamiento comparable al fondo para la producción. Los ingresos generados por los libros publicados serían utilizados para repagar la inversión de la editorial y después, la del fondo para la producción.

Las ventajas de ese enfoque son que el desembolso del fondo inicial sería una inversión y no un gasto, y que el fondo garantizaría una dedicación continua a los libros publicados por empresas de propiedad canadiense que demostrasen un compromiso probado con los títulos de autores canadienses. El rendimiento de la inversión no siempre sería del 100%, lo que reflejaría la brecha entre los costos de publicación en Canadá y los ingresos que pueden ser obtenidos. Sin embargo, la tasa de rendimiento sería mayor que el rendimiento de la inversión en películas canadienses. Como los fondos para la producción de películas, un fondo para la producción de libros permitiría alcanzar el objetivo de garantizar la producción de una amplia gama de obras canadienses y el mantenimiento de los consumidores de libros de autores canadienses.

3.5.1 El libro frente a las nuevas tecnologías

El mayor acceso del público a las tecnologías digitales ha traído como consecuencia que los medios electrónicos se conviertan en parte de nuestra vida cotidiana. Los editores de libros en Canadá están respondiendo a esta evolución, mediante la inclusión de contenido canadiense. Las empresas editoriales han comenzado a darse cuenta del potencial de los nuevos medios para la adaptación y extensión electrónica de sus libros. La compañía McClelland & Stewart desarrolló una versión en CD-ROM de los cuatro volúmenes de la *Canadian*

Encyclopedia; y la editorial *University of Toronto Press* hizo lo mismo con los catorce volúmenes de la *Dictionary of Canadian Biography*.

Algunas editoriales de libros infantiles, como *Kids Can Press*, han emprendido la adaptación de sus títulos al CD-ROM con especial atención al aspecto visual, a través de empresas conjuntas con los productores de programas para computadoras. Esas alianzas se vuelven más comunes a medida que las editoriales buscan socios con los cuales elaborar paquetes con contenidos específicos. Hasta ahora, el mercado para esos productos sigue desarrollándose, y se espera que el uso de la tecnología sea más generalizado.

Internet es el otro mercado electrónico que cuenta con un potencial enorme. La edición y distribución electrónicas de obras se harán cada vez más comunes en un futuro muy cercano, una vez que se diseñe un método viable para vender a los consumidores el derecho para recibir en su computadora el material publicado. Algunas editoriales que publican obras literarias pequeñas, pero que cuentan con equipos sofisticados, han desarrollado sus "catálogos electrónicos" para anunciar sus títulos y solicitar pedidos a través de Internet. Entre las editoriales que cuentan con estas tecnologías destacan: *Beach Holme Publishers*, que se encuentra en Victoria, Columbia Británica; *Coteau Books* en Regina; *Turnstone Press* de Winnipeg; *Goose Lane Editions* en Fredericton, y *Gutter Press* de Toronto.

Los editores ya están desarrollando productos en forma de programas multimedia para computadora y explorando las variadas posibilidades de edición y comercialización de Internet. Varias empresas involucradas con sociedades innovadoras han creado programas de computación y fuentes institucionales de materiales audiovisuales, han dado resultados muy positivos.

El interés del sector público por las cuestiones relacionadas con el contenido canadiense aumentó en los últimos años debido, en gran medida, al informe del

Consejo Consultivo para la Autopista de la Información del gobierno federal (1996). El informe señala la importante función que desempeñan los editores como proveedores de contenido canadiense en la evolución de las comunicaciones. Al mismo tiempo, defiende los incentivos de largo plazo a la inversión en la industria editorial y el acceso de las editoriales al financiamiento, con el fin de desarrollar programas multimedia.

CAPÍTULO 4

4. Similitudes y diferencias entre las industrias del libro en México y Canadá.

México difiere de Estados Unidos y Canadá en varios aspectos sobre políticas culturales. Como lo señaló Bonfil Batalla, al comentar el contenido del Tratado comercial entre los tres países, parecería ser un pacto entre sociedades muy distintas a la mexicana. "No sólo por su riqueza o grado de desarrollo tecnológico, sino ante todo por su cultura, resultado de historias diferentes. Entre norteamericanos (sic) y canadienses, si bien hay distinciones evidentes, hay ante todo en su trato cultural común, un terreno compartido en el que los intereses y los objetivos son mutuamente inteligibles. No es la misma situación con México".¹⁴⁶ Esto se evidencia, por ejemplo en nuestro tema de estudio, en donde Canadá cuenta con una política de promoción y apoyo directo a las industrias culturales. Estados Unidos, aunque en apariencia deja en manos de la iniciativa privada el sector de la cultura, tiene una política de apoyo considerable a la cultura (ya sea por vía directa o a través de la iniciativa privada) tanto a nivel federal como a nivel estatal. Por lo que respecta a México, éste no cuenta todavía con una política económica activa en el sector cultural, aunque antes del TLCAN la industria editorial de alguna manera gozó de cierto apoyo. En la última década, el gobierno mexicano ha disminuido de manera importante los apoyos directos a la educación, la cultura y las industrias culturales, así como los recursos destinados al apoyo de la industria editorial.

Cabe mencionar que no sólo el Estado es capaz de impulsar un proyecto cultural editorial, la participación de las editoriales comerciales privadas tienen un papel destacado en ambos países. Sin embargo, para efectos de este estudio la importancia primordial reside en el papel que desempeñan los gobiernos en el

¹⁴⁶ Guillermo Bonfil Batalla, "La Cultura Nacional y el TLC" en México Indígena No. 24, septiembre de 1991.

impulso, difusión e intercambio culturales, pues son aquellos los articuladores de políticas a través de las cuales los diferentes actores (gubernamentales y privados) se desenvuelven.

Los objetivos de la industria editorial en Canadá y México han sido desarrollados de distinta manera. En el primero es más un asunto de "soberanía", de "seguridad" y/o "supervivencia cultural"¹⁴⁷; mientras que en México es simplemente una cuestión de difusión y promoción de ese sector, similar a la de otros ámbitos. Esta es una discusión de suma importancia que no debemos olvidar al tratar de comprender la industria editorial y del libro en ambos países. En efecto, gran parte de la discordancia, y debate, entre las posturas de México y Canadá tiene como origen esta posición. Dichas posturas son disímiles y tienen consecuencias político-económicas –y obviamente culturales– de gran magnitud. Para Canadá las industrias culturales no deben ser tomadas como cualquier otra mercancía ya que, según ese país, éstas tienen consecuencias culturales importantes por lo que en la negociación del Tratado de Libre Comercio argumentó que su inclusión incrementaría la "invasión" cultural por parte de los Estados Unidos.

Por el contrario, para México este sector no tiene demasiada relevancia dentro del ámbito de las relaciones comerciales. En parte, porque para México al

¹⁴⁷ Esta posición tiene raíces históricas innegables, como señala Kevin Dowler, el Estado canadiense, en su lucha por convertirse en nación, estuvo obligado a operar en dos frentes. Por un lado, la protección de sus fronteras físicas y geográficas, y por el otro asegurar la fronteras culturales internas. Respecto al primero, en una de las primeras etapas del desarrollo nacional, la construcción de un sistema de transporte se hizo necesario para mantener la soberanía y asegurar los alcances del Estado. Sin embargo, esta estrategia no resultó, más bien creo mayor dependencia. El segundo frente que fue abierto para contrarrestar los efectos del sistema de comunicaciones, fue la cultura. "La racionalidad de la política cultural canadiense se encuentra en los intereses de seguridad del Estado (...) El discurso político, según lo reflejan varios reportes, enmarca su mandato en términos de construcción de la identidad canadiense (...) No obstante, la estructura y procedimientos del aparato estatal promueven la seguridad nacional y no la definición de identidad." De ese modo, la administración de la cultura en Canadá puede ser vista como una serie de estrategias para incrementar la seguridad nacional y asegurar la continua reproducción del estado canadiense. En ese sentido, para Dowler, para entender los mecanismos de la administración de la política cultural en Canadá, es necesario comprender primero el funcionamiento del aparato de seguridad nacional. Véase Kevin Dowler "The Cultural Industries Policy Apparatus" en Michael Dorland (ed.) The Cultural Industries in Canada. Problems, Policies and Prospects, Toronto, James Lorimer & Company Ltd., Publishers, 1996.

considerarse poseedor de una cultura milenaria no cree que la apertura de sus fronteras pueda hacer mella en la cultura mexicana. Además, para México el ámbito de las industrias culturales no fue tema fundamental para la negociación del Tratado – como por ejemplo el petróleo –, por lo que su inclusión o no era poco relevante.

Estas posiciones disímiles, en especial la de Canadá, contrastaron con la de Estados Unidos quién las consideró como simples formas de entretenimiento, sujetas a las reglas comerciales de la oferta y la demanda. Esta postura tiene como sustento el hecho de que para ese país el mercado de la cultura y la industria del entretenimiento constituyen sectores importantes en términos de valor económico, laboral y de generación de divisas; por lo que a menudo es difícil trazar una línea de demarcación. Por lo demás, se considera que la cultura estadounidense desempeña de manera implícita una función de propaganda y de difusión de los valores de la sociedad estadounidense como medio de penetración cultural en otros países.

Es así que, las industrias culturales adquieren cada vez mayor importancia en los flujos comerciales, inversiones y tecnología en los países; y en el caso de Canadá y Estados Unidos, como ya señalamos, las industrias culturales ocupan un lugar destacado en la generación de ingresos, empleos y divisas. En ese sentido, la nueva redimensión tecnológica y el compromiso de la mayor parte de los países con la libre circulación de cultura e ideas hacen cada vez más difícil la existencia de barreras efectivas a la circulación de productos y servicios culturales y de entretenimiento.

La industria editorial en Canadá y México tienen distinto origen que, aunado a otros factores (por ejemplo, las políticas gubernamentales) han marcado su posterior evolución. Por ejemplo, en el caso de Canadá, debido a sus relaciones históricas con el Reino Unido y Francia, y a su proximidad con Estados Unidos, se

considera un mercado importador de libros, de tal suerte que Canadá cuenta con uno de los mercados más abiertos para los productos culturales extranjeros en el mundo; en parte, debido a que ha sido una labor difícil para las compañías canadienses pequeñas competir con las grandes y bien capitalizadas para colocarse dentro de su propio mercado. En efecto, la producción para un mercado pequeño es costosa por lo que las compañías canadienses tienen pocas oportunidades para mejorar los precios y los costos de producción son una barrera importante.

A pesar de ello, en México y en Canadá existe una amplia publicación de títulos como lo ilustra el incremento del tiraje y los títulos en los últimos años, a pesar de un entorno marcado por crisis económica y escasez de recursos y mecanismos institucionales para su desarrollo. En el caso de México, el modesto crecimiento de la industria editorial del libro se debe aún a problemas estructurales del subdesarrollo económico y social. Como ya señalaba Wimer, en México, el libro es un objeto de lujo, caro y de demanda escasa debido a los bajos tirajes y precario ingreso de la población, así como por el analfabetismo.¹⁴⁸ Por lo que uno de los factores que ayudarían a la industria del libro es la evolución económica, educativa y cultural del país.

La estrategia utilizada por Canadá ha sido la combinación de incentivos financieros, medidas fiscales, requerimientos de contenido canadiense, regulación a la inversión extranjera y herramientas de propiedad intelectual para la promoción de la cultura canadiense. El trabajo conjunto del gobierno y el sector cultural ha permitido políticas regulatorias que permiten a los canadienses tener acceso a la cultura a nivel mundial pero manteniendo la identidad de la cultura canadiense.

En las negociaciones de acuerdo, Canadá ha tenido dos opciones para la política cultural comercial. La primera, es una estrategia de exención cultural empleada en

¹⁴⁸ Javier Wimer "El libro mexicano y el TLC" La Jornada, 13 de septiembre de 1991.

el pasado, la cual excluye a la cultura de la mesa de negociación en los acuerdos internacionales comerciales. La segunda, una nueva estrategia que involucre la negociación de un nuevo instrumento internacional que se refiera en específico a la diversidad cultural y al conocimiento del verdadero rol de las políticas culturales internas.

Canadá, respecto a México, cuenta con uno de los mercados más abiertos para los productos culturales extranjeros. Lo que ha provocado que sea extremadamente difícil para las compañías canadienses pequeñas competir con las grandes y bien capitalizadas empresas extranjeras para colocarse dentro de su propio mercado. En ese sentido, en México como en Canadá las compañías pequeñas tienen pocas oportunidades para mejorar los precios y los costos de producción que tienen las grandes. Por otra parte, La proximidad con Estados Unidos y el hecho de compartir un mismo lenguaje contribuye para que los canadienses de habla inglesa sean una extensión para el mercado estadounidense y sus productos (a pesar del mercado canadiense de habla francesa). En cierta forma, esta mayor apertura del mercado canadiense tiene que ver con que no existe la barrera idiomática de la magnitud que existe en México.

Por otra parte, cabe señalar que en Canadá y México, existe una participación de capital extranjero considerable. Por ejemplo, la inversión extranjera en la industria editorial mexicana, al igual que en la canadiense, ha ido en aumento en los últimos años, lo cual se ha traducido en la consolidación de grandes grupos editoriales internacionales. Considerando el tamaño y la apertura de su mercado, Canadá ha desarrollado un sector cultural relativamente fuerte. Sin embargo, a pesar del gran consumo las industrias culturales canadienses no mantienen sus finanzas de esos productos, sino que obtienen sus ingresos de la distribución y representación comercial de compañías extranjeras que importan productos culturales que se venden a través de subsidiarias de las compañías productoras o distribuidoras

extranjeras.¹⁴⁹ Para enfrentar estos retos, el gobierno canadiense ha promovido una serie de medidas para fortalecer a las industrias culturales a través de apoyos a la promoción industrial y cultural, regulación de nuevos sistemas de distribución y la revisión de la Ley de Inversión Extranjera.

En Canadá durante mucho tiempo existió un fuerte monopolio inglés, mientras que en México la participación extranjera siempre ha sido diversa. La industria editorial mexicana se caracterizó en los años cincuenta por contar con el apoyo gubernamental, así como por el desarrollo de un gran número de editoriales dirigidas por exiliados españoles que fomentaron la publicación de libros. Lo que favoreció el trabajo desarrollado por editores mexicanos facilitando su penetración a los mercados de habla hispana y portuguesa. Por su parte, la industria editorial canadiense en inglés durante los años cincuenta estuvo dominada por los británicos, sucedida por la influencia de las firmas controladas por los estadounidenses; época durante la cual se estimuló el surgimiento del nacionalismo y la literatura canadiense motivando el surgimiento de una nueva generación de editores jóvenes que ingresan a la industria editorial canadiense. Durante los setenta, una nueva ola de textos y ediciones canadienses se extendió por todas las regiones del país, apoyados por políticas y programas editoriales implementadas por los gobiernos federal y provinciales. En los siguientes años las firmas canadienses buscaron mercados de exportación, en tanto que los programas gubernamentales aceleraron la computarización de la industria editorial.

En ambos países la publicación de libros de texto ha sido importante en el desarrollo de la industria editorial (en parte debido al incremento de una gran población estudiantil); aunque debido a las características de Canadá, el fenómeno es distinto en ese sector al que existe en México. En el caso de nuestro

¹⁴⁹ Una excepción son los medios masivos de comunicación que están regulados por leyes que exigen un 80% de participación de propiedad nacional, y son competitivas porque emplean programación extranjera para financiar la programación nacional.

país, el Estado ha desempeñado un papel muy activo, aunque su producción ha creado polémica no sólo por razones ideológicas sino también por razones económicas, debido a que el libro de texto gratuito constituye el mercado principal de la industria editorial mexicana, es en parte a los subsidios estatales de que son beneficiados. Resulta pertinente señalar que en ambos países el libro de texto representa gran parte del volumen de libros publicados. De tal suerte que en nuestro país las ediciones de libros no escolares, en su mayoría no sobrepasan los tres mil ejemplares. En 1997, el total de títulos de libros de ciencias sociales y humanidades fue de mil 774; los de religión 351; de literatura mil 513; los libros de arte 71; y enciclopedias y diccionarios 168.¹⁵⁰

En México el número de títulos de las publicaciones periódicas en 1997 disminuyó 26% comparado con el año de 1996 (de 881 en 1996 se pasó a 648 en 1997), mientras que los libros publicados en 1997 se incrementaron en un 34% comparados con 1996 (de 11 mil 570 en 1996 se pasó a 15 mil 505 en 1997). En México, la edición de libros, revistas y periódicos es reducida, a finales de los ochenta se publicaron cerca de 10 mil títulos y 76 millones de ejemplares; es decir menos de un libro por habitante. Las estadísticas más recientes señalan que las ventas netas de las editoriales de Canadá durante el periodo 1996-1997 fueron de un millón 191 mil 565 dólares. El número de editores en lengua inglesa en Canadá, durante ese mismo periodo fue de 351, frente a los 160 editores en lengua francesa. Mientras que, los títulos publicados en lengua inglesa alcanzaron los 8 mil 78, en lengua francesa fueron 3 mil 322, lo que muestra que la industria del libro en lengua inglesa supera de manera cuantitativa a la de lengua francesa.

Por otra parte, cabe señalar que, en ambos países la industria editorial del libro ha pasado por periodos de auge, estancamiento y en ocasiones de franco declive. Por ejemplo, la industria editorial mexicana, después de haber logrado un lugar privilegiado en el sector de las exportaciones y ser una importante generadora de

¹⁵⁰ Actividad Editorial... op. cit.

divisas, se convirtió en los últimos años en un sector deficitario, como consecuencia de la crisis financiera y el peso de la deuda externa, la pérdida del poder adquisitivo y la disminución de estímulos al sector, entre otros.

El peso específico de la producción cultural en nuestro país refleja el grado de desarrollo de la ciencia y la importancia que se le asigna a la educación como medio para coadyuvar a superar el atraso en ese ámbito Y a pesar del escaso interés que se le otorga a la información, desde hace algunos años México cuenta con una generación de divulgadores (editores y autores) que mantienen los libros y revistas de divulgación. De ese modo, la industria editorial mexicana cuenta con material que forman parte del acervo de la investigación científica en México.

Al respecto, cabe mencionar que uno de los desafíos que presenta este sector en México es el deficiente proceso de distribución, a pesar de los esfuerzos del gobierno para llevar el libro a un mayor número de puntos de venta con el fin de dar a conocer su producción editorial. Así, escasos lectores y distribución ineficiente, entre otros, constituyen un obstáculo al desarrollo del sector de la industria del libro en México.

En cuanto a Canadá, su política editorial enfrenta un hecho fundamental desde el punto de vista económico: es mucho más difícil publicar libros en Canadá que en los principales países exportadores de libros al país. En efecto, la publicación en Canadá es más costosa que en Estados Unidos, el Reino Unido o Francia; no por los precios de libros canadienses o los costos de manufactura, sino porque en Canadá se carece de los costos de producción por unidad (por ejemplar) más bajos que acompañan a los altos tirajes destinados a los grandes mercados. Por su parte, el desarrollo del libro en Canadá exige de la editorial canadiense casi la misma inversión antes de que el libro pase a la prensa; del mismo modo, mientras que la firma canadiense puede imprimir apenas mil ejemplares de una novela o dos mil ejemplares de un título para venderlos en el mercado nacional, la editorial

estadounidense puede imprimir por lo regular 10 mil o más ejemplares para su mercado interno.

Por otra parte, la edición de la mayoría de los libros importados a Canadá es más barata y lucrativa que la de un título canadiense comparable, pues ya ha recuperado los costos de desarrollo previos a la impresión en su mercado nacional. Las excepciones a esta regla son los libros con ventas internacionales significativas, pero muchos títulos carecen de ese potencial pues están dirigidos sobre todo a los lectores canadienses. Estas desventajas competitivas significan que a menudo la edición de libros canadienses debe hacer frente a la competencia extranjera en el mercado interno que no cubre los costos. Desde la óptica comercial, en la actualidad tiene mucho más sentido distribuir títulos importados que publicar títulos producidos en Canadá.

Por último, se hace hincapié en la situación de la industria del libro frente a las nuevas tecnologías en ambos países. En el caso mexicano, ésta ha mostrado un cambio respecto a su posición inicial, en la que mostraba escaso interés; en la actualidad existen una serie de proyectos comerciales y promoción de libros en la red. El interés por la Internet en México es reciente y aumentó de manera considerable entre junio de 1998 y agosto de 1999. Durante ese periodo el número de mexicanos conectados a la red se duplicó (llegando a más de 1.6 millones de usuarios); al igual que el número de páginas de dominio, es decir, las páginas registradas con una dirección en México, aumentó de 7 mil a 20 mil 500. No obstante, hay que subrayar que la mayoría de los usuarios de Internet en nuestro país no tienen una conexión en su hogar y que apenas el 2% de las páginas disponibles están escritas en español. Cifras ínfimas respecto a los casi 100 millones de habitantes del país.

Por lo que respecta a Canadá, el mayor acceso del público a las tecnologías digitales ha traído como consecuencia que los medios electrónicos se conviertan

en parte de su vida cotidiana. Los editores de libros en Canadá están respondiendo a esta evolución, mediante la inclusión de contenido canadiense. Las empresas editoriales han comenzado a darse cuenta del potencial de los nuevos medios para la adaptación y extensión electrónica de sus libros. De tal suerte que la compañía *McClelland & Stewart* desarrolló una versión en CD-ROM de los cuatro volúmenes de la *Canadian Encyclopedia*; y la editorial *University of Toronto Press* hizo lo mismo con los catorce volúmenes de la *Dictionary of Canadian Biography*.

4.1 Influencia de Estados Unidos.

Estados Unidos a lo largo de la historia ha mantenido una tradición de activismo cultural que ha sido la piedra angular en el desarrollo de varias instituciones e industrias culturales. El papel del Estado como promotor y regulador se expandió a partir de la década de los sesenta, aún a pesar de la desregulación y los importantes recortes presupuestales a los subsidios federales destinados a la cultura. Las asignaciones federales en el sector cultural en la década de los ochenta no fueron significativas comparadas con los apoyos a la cultura a nivel estatal, los cuales se duplicaron en la misma década. Sin embargo, es importante destacar que en Estados Unidos el financiamiento a través de subsidios y exenciones de impuestos con el propósito de estimular el patrocinio cultural por parte de particulares y empresas privadas juega un papel fundamental. Si se compara con Canadá este tipo de apoyos tiene un porcentaje menor, el tipo de exenciones es a través de impuestos prediales, tarifas postales preferenciales y concesiones gratuitas en el sector de comunicaciones. La mayoría del apoyo indirecto es a través de exenciones o deducciones fiscales de inversiones.

La función reguladora del gobierno estadounidense en el sector cultural disminuyó de manera significativa en la década de los ochentas (en especial durante la administración Reagan), contrariamente a lo que sucedió en Canadá en donde las

regulaciones sobre la inversión extranjera, las concesiones, las licencias, los contenidos canadienses todavía desempeñan un papel importante. No obstante, cabe destacar que aún subsisten en Estados Unidos facultades regulatorias importantes sobre todo en el sector de las comunicaciones, la televisión y la radio. Por ejemplo, la nacionalidad estadounidense es un requisito para la solicitud de licencias para radio y televisión. Una excepción es la televisión por cable, en donde la creciente participación extranjera, en particular la japonesa, ha fomentado la regulación de la participación extranjera en ese sector. En este sentido, es pertinente mencionar que la legislación estadounidense sobre los monopolios, al igual que la canadiense, está regulada. En México existen importantes monopolios en las áreas de telecomunicaciones y algunos sectores culturales tienen el monopolio estatal.

La postura de Estados Unidos respecto al marcado interés canadiense por la defensa de las industrias culturales podría explicarse debido a la poca participación en programas de cooperación cultural frente a la europea. Sin embargo, no debe desconocerse el papel que Estados Unidos asigna al sector de la cultura tanto a nivel económico y cultural. Las industrias culturales son estratégicas para Estados Unidos debido a su valor económico intrínseco. De ese modo, las industrias culturales, en especial la editorial, representan un gran mercado tanto al interior del ese país como en el extranjero. La contribución neta de divisas de las industrias culturales a la balanza comercial de Estados Unidos es significativa, a finales de los ochenta según estimaciones de la Oficina del Manejo Presupuestal de Estados Unidos (*USA Office of Management of Budget*) el saldo fue favorable en 4.5 mil millones de dólares en ingresos de divisas de las industrias culturales y de entretenimiento. Esto, a nuestro juicio, constituye el meollo de la posición estadounidense: la importancia económica que representan para su economía las industrias culturales. Por ello, este país las considera como simples formas de entretenimiento, sujetas a las reglas comerciales de la oferta y

la demanda. En ese sentido, los Estados Unidos ven a Canadá, y claro está a México, como un campo fértil para la industria estadounidense.

Por otra parte, aunado al valor económico, la cultura a través de la comercialización mundial y la distribución de productos culturales estadounidenses contribuye a la promoción y el estímulo de los hábitos de consumo. Asimismo, difunde los valores estadounidenses como una manera de penetración cultural y fomenta la aceptación de las políticas de Estados Unidos. Como es sabido, la proximidad con Estados Unidos (80% de los canadienses viven cerca de la frontera) y el hecho de compartir un mismo lenguaje contribuye para que los canadienses de habla inglesa sean una extensión para el mercado estadounidense y para sus productos.¹⁵¹ Es un hecho que la competencia extranjera domina el mercado cultural canadiense.

México, al igual que otros países, padeció las consecuencias del proceso de privatizaciones, eliminación de subsidios y desregulación de las industrias culturales que comenzó en la década de los ochenta. Lo que se tradujo en un recorte presupuestal a la educación, la ciencia y la tecnología. Así, ante la disminución de subsidios y la escasa participación estatal, en México la participación privada se dirigió hacia los proyectos culturales dirigidos a los mercados masivos y de elites, que pudieran garantizar una rentabilidad inmediata. La eliminación o reducción de subsidios trajo como consecuencia la desaparición de programas culturales y condujo a la bancarrota a empresas que eran patrocinadas por el Estado mexicano, situación que contribuyó al aumento de tarifas en los productos culturales, en particular el encarecimiento de los libros, con lo que los sectores de bajos ingresos vieron mermadas la posibilidad de adquirir diversos productos culturales.

¹⁵¹ Incluso lo que podría considerarse una barrera natural, el mercado canadiense de habla francesa, no es obstáculo para la influencia estadounidense. Al respecto véase, Yvon Lamonde Allégeances et dépendances. Histoire d'une ambivalence identitaire, Montreal, edit. Nota Bene, 2000.

Es importante destacar que desde hace más de cinco décadas la vinculación comercial y política de México con Estados Unidos ha jugado un papel predominante. Estados Unidos han representado hasta el 80 % de los flujos comerciales ya sea a través de la inversión extranjera, las importaciones, exportaciones o transferencia de tecnología. En el sector educativo y cultural, la relación también ha sido significativa, a pesar de los esfuerzos por diversificar las relaciones con Europa y Latinoamérica.

4.2 Incidencias del régimen del TLCAN en la industria del libro en México y Canadá.

La globalización a motivado un mayor intercambio comercial entre las naciones y ha afectado las formas de producción industrial de las economías, al mismo tiempo ha demandado nuevos requerimientos para tener un desempeño sociocultural adecuado con el mundo globalizado. En ese sentido, el incremento de las exportaciones requiere un conocimiento más sofisticado de los hábitos de vida, comercio y consumo de otras sociedades. En un contexto de globalización se modifican los hábitos de consumo, en especial los relacionados con las culturas locales, nacionales e internacionales. De ese modo, la globalización como nuevo orden mundial no se agota en los factores económicos.

El Tratado de Libre Comercio de América del Norte marcó un giro notable en las estrategias económicas y en las relaciones de México y Canadá con Estados Unidos. En un periodo relativamente corto las economías de ambos países cambiaron de una economía mixta con tendencias proteccionistas a una economía de corte neoliberal. El tema de la cultura ya se había tratado en la Ronda Uruguay del GATT y se hizo referencia a él en el TLCAN, en cuanto a desgravación arancelaria de productos culturales, así como de servicios y propiedad intelectual. Como ya se mencionó, la experiencia canadiense mostró que aunque las

industrias culturales quedaron excluidas del Tratado, las acciones compensatorias, en caso de que los intereses estadounidenses se afecten, condujo a concesiones importantes en el área de las industrias culturales.

El Tratado ha ampliado las posibilidades de intercambio comercial de todo tipo de bienes, no sólo económicos, y se ha aprovechado la complementariedad entre las economías de los tres países. Como se esperaba, el acceso a tecnologías de punta y redes internacionales de comercialización han afectado los campos educativos y científicos. De manera especial los cambios en las comunicaciones, la informática y la tecnología han transformado las formas tradicionales de producción, distribución y consumo de la cultura. Esto en gran medida, provocado por el cambio del modelo de intervención del Estado en esta área; una nueva revaloración de los bienes culturales como mercancía y el creciente papel de la cultura electrónica a domicilio (televisión, videos, computadoras). De ese modo, las industrias culturales han experimentado cambios tecnológicos importantes que han transformado a su vez las características técnicas, la producción, distribución, consumo y calidad de los productos y el marco geográfico en donde se llevan a cabo. Como ya mencionaba Canclini:

manifiesta un reordenamiento a largo plazo de la producción simbólica, generado por las nuevas tecnologías, los mayores costos de financiamiento en la producción, sobre todo de las artes interpretativas; cambios en las reglas de circulación y gestión de la cultura debidos a su distribución masiva e internacional; transformaciones en el consumo derivadas del acceso generalizado a un mayor número de bienes, su rápida obsolescencia y la aparición de nuevos mecanismos de diferenciación entre los grupos sociales.¹⁵²

El ingreso de México al TLCAN no implicó automáticamente la superación de las diferencias que existen entre los estratos sociales y económicos en el país. No

¹⁵² Néstor García Canclini "Prehistoria económica y cultural..." op. cit. p.13.

obstante, los problemas estructurales de la economía mexicana y sus problemas socio-culturales encuentran en el marco del Tratado de Libre Comercio con Canadá y Estados Unidos un contexto más propicio para superarlos. De hecho, en el marco del TLCAN están dadas las condiciones para que México acceda a tecnología de punta, mayores inversiones foráneas y se incremente su poder exportador de bienes diversos.

En cuanto al peligro que podría correr nuestra cultura por una mayor apertura de nuestras fronteras culturales, es innegable que México cuenta con una riqueza cultural que se ha mantenido a lo largo de los siglos a pesar de las influencias culturales de otros países y de la invasión de bienes culturales extranjeros a que se ha visto sometido nuestro país; por lo que no se han visto transformaciones significativas al respecto. Como señaló, en su momento, Guillermo Bonfil:

las publicaciones norteamericanas en español ya están aquí, sin mayores obstáculos; las que llegan en inglés tienen un mercado comparativamente restringido por la barrera del idioma, y la posibilidad de ampliarlo publicándolas en español tal vez no resulte suficientemente atractiva para los editores estadounidenses, por la inversión requerida. Discos, cintas y videos circulan ya sobre las transnacionales, o sin que los aranceles mexicanos parezcan afectar negativamente su presencia en el mercado. Si se estudia la cartela cinematográfica o la programación de las emisoras de televisión, difícilmente se puede imaginar que la inclusión de estos rubros en el TLC empeore la situación.¹⁵³

De igual manera señala, que la incidencia vendría no tanto de una generación de nuevas casas editoriales sino en el proceso de producción (papel, maquinaria, etc.). No obstante, en el contexto de la globalización es necesario que se preserve la cultura mexicana a través de regulaciones adecuadas y el apoyo directo a las políticas e industrias culturales tal como lo han hecho Canadá y los

¹⁵³ Guillermo Bonfil "Dimensiones culturales..." op. cit. p.166.

Estados Unidos; aunque las políticas neoliberales no le permiten al gobierno mexicano mayor margen de acción, algo debería de hacerse.

La industria editorial mexicana, aún anterior a la firma del TLCAN, ha sido un sector al que el gobierno mexicano ha otorgado una importancia estratégica en la promoción de la cultura nacional, a pesar de su modesta participación económica en el Producto Interno Bruto Nacional (0.45%), y a pesar de su reducido porcentaje en las exportaciones (0.56%).¹⁵⁴ En México, la importación de libros, periódicos y revistas por tradición ha estado libre de aranceles y regulaciones al comercio exterior. Con excepción de algunos períodos en los sesenta, cuando se establecieron cuotas a las importaciones de libros españoles, las cuales no tuvieron gran éxito, el propósito era fomentar que las editoriales españolas imprimieran en México. Este hecho confirma que aún antes de la firma del TLCAN, la industria editorial mexicana ya se había abierto al libre comercio, puesto que se contaba con la posibilidad de importar libros editados en otros países o imprimir en el país que con viniera a sus intereses.

La incidencia o desarrollo de la industria del libro en México, en el marco del TLCAN, se puede observar en las siguientes cifras. De 12 mil 499 libros publicados en 1994 pasamos a 15 mil 506 en 1997. De estos, el rubro que mayor cantidad de ejemplares posee es Libros de Texto, seguido por Libros de Ciencia y Técnica. Las publicaciones periódicas han decrecido; de 912 en 1994 a 648 en 1997. Lo mismo sucede con los libros en catálogo, de 48 mil 128 en 1994 a 30 mil 225 en 1997.¹⁵⁵

Las exportaciones pasaron de 82 en 1993 a 77 en 1997; tuvieron un aumento considerable en 1995 (215), pero cayeron al año siguiente (54 en 1996). Las

¹⁵⁴ Néstor García Canclini "Las industrias culturales" en Gilberto Guevara Niebla y Néstor García Canclini (coords.) op. cit.

¹⁵⁵ Actividad Editorial 1997, México, CANIEM, 1998.

importaciones de otras lenguas se han mantenido constantes. De 1,391 en 1993; 1,085 en 1994; 944 en 1995; 1,428 en 1996 y 1,340 en 1997.¹⁵⁶

Al respecto, cabe señalar que los editores que exportaron libros propios impresos en México se mantuvieron constantes: 47 en 1995; 50 en 1996; y 51 en 1997. Similar situación sucedió con los editores que exportaron libros de otros editores: 15 en 1995; 17 en 1996; y 13 en 1997. En cuanto a los editores que importaron libros propios impresos en el extranjero este fue de 8 en 1995; 15 en 1996; y 14 en 1997. Y los editores que importaron libros de otros editores fueron 22 en 1995; 23 en 1996 y 24 en 1997.¹⁵⁷ Finalmente, en cuanto al papel consumido en los libros, éste se ha incrementado notablemente de 133 toneladas por editor en 1992 paso a 347 en 1996, de las cuales el 87% es de toneladas nacionales.

En cuanto a Canadá, en el periodo de 1994-95, la industria del libro en lengua inglesa y en lengua francesa reportaron 326 editores, los cuales publicaron 11 mil nuevos títulos por un monto de aproximadamente 1.8 mil millones de dólares. Durante ese mismo periodo, las ventas por exportación de libros alcanzaron 125 millones, un incremento del 300% comparado con 1990-91. La importancia de la industria del libro es más evidente para el periodo 1996-1997, en donde reportó mayores ingresos que la industria del cine y televisión. Mientras que éstos alcanzaron un monto de 1.3 mil millones, la industria del libro reportó 1.8 mil millones.¹⁵⁸

Las industrias culturales canadienses no mantienen sus finanzas de esos productos, sino que obtienen sus ingresos de la distribución y representación comercial de compañías extranjeras que importan productos culturales que se venden a través de subsidiarias de las compañías productoras o distribuidoras

¹⁵⁶ *Ibid.*

¹⁵⁷ *Ibid.*

¹⁵⁸ Statistics Canada, Canada's Culture, Heritage and Identity. A Statistical Perspective, 1997.

extranjeras.¹⁵⁹ Para enfrentar estos retos, el gobierno canadiense ha promovido una serie de medidas para fortalecer a las industrias culturales a través de apoyos a la promoción industrial y cultural, regulación de nuevos sistemas de distribución y la revisión de la Ley de Inversión Extranjera.

Por otro lado, si bien el Tratado no afecta ni beneficia de manera directa a las industrias culturales, y en especial a la del libro, estas industrias se han visto afectadas de manera indirecta por la serie de recortes a las subvenciones y diversos apoyos gubernamentales. El Tratado trajo como consecuencia el fenómeno de las megalibrerías con capital extranjero.¹⁶⁰ En contraparte, una de las condiciones favorables ha sido que esta industria resulta atractiva a los mercados extranjeros y de igual manera estimula la exportación.

De otra parte, al margen de su inclusión en un Tratado de Libre Comercio, es evidente que lo que se ha mostrado hasta ahora es que el desarrollo de las industrias culturales gira más en torno a los avances tecnológicos y de las comunicaciones, así como en las relaciones comerciales que mantienen por su cuenta los editores y empresas de libros que un Acuerdo de Libre Comercio. Tal es el caso de las oportunidades y/o retos que le presentan las nuevas tecnologías como la Internet y el CD ROM, quienes han cuestionado el futuro del libro impreso.

La industria editorial mexicana, al igual que la de Canadá, ha mostrado un cambio hacia la Internet, en un principio mostraba poco interés pero en la actualidad existen una serie de proyectos comerciales y de promoción de libros en la red. De ese modo, una editorial puede experimentar en Internet con un gasto mínimo y a

¹⁵⁹ Una excepción son los medios masivos de comunicación que están regulados por leyes que exigen un 80% de participación de propiedad nacional, y son competitivos porque emplean programación extranjera para financiar la programación nacional.

¹⁶⁰ "La industria editorial canadiense también enfrenta un reto frente a la formación de grandes conglomerados (...) las megalibrerías están interesadas en la venta a través de espacios en los principales mercados para colocar las mercancías que tienen ventas seguras y una mercadotecnia detrás de ella". Entrevista al Dr. Rowland Lorimer, Director del *Canadian Centre for Studies in Publishing* de Vancouver, Canadá, 25 de mayo de 2000.

corto plazo puede ampliar sus expectativas. La cuestión es la utilidad de un catálogo de Internet. Los usos pueden ser muy concretos, al tener puntos de venta que tengan acceso a la red y así ordenar los pedidos por correo electrónico. Sin embargo, la experiencia en los Estados Unidos nos permite saber que un simple catálogo no es atractivo para los lectores, si se pretende atraer la atención de los visitantes a la página ésta deberá contener información sobre varios temas.

No obstante lo anterior, uno de los más recientes elementos con que cuentan los editores es la posibilidad de vender libros sin necesidad de imprimirlos. El comercio de libros electrónicos ha aumentado de manera considerable en algunos sectores de la industria editorial, tal es el caso de la Enciclopedia Británica que anunció que dejará de imprimir su obra principal para vender la versión en disco compacto, además de la versión en Internet (esta acción contribuyó a que la empresa saliera de la bancarrota en sólo dos años).

CONCLUSIONES

La discusión sobre el tema de la cultura y, en especial, de las industrias culturales tiene una historia reciente. Si bien es cierto que el término encuentra sus orígenes a mediados del siglo XX, es hasta hace apenas unos años que el concepto de industrias culturales ha captado el interés de los actores involucrados. Las transformaciones ocurridas desde hace un par de décadas, sobre todo en los ámbitos económico y tecnológico, han incidido en su desarrollo dentro de cada país. De ese modo, el tema de las industrias culturales tiene distintas aristas, acrecentadas por el variado significado que los países considerados en este trabajo le otorgan, tal y como se evidenció en la discusión sobre su inclusión o no dentro del contenido del TLCAN. En efecto, durante la negociación del Tratado entre los tres países, Canadá y Estados Unidos mantuvieron posiciones encontradas respecto a la naturaleza y características de la llamada industrias culturales mientras que México defendió una posición, en cierto modo intermedia. En todo caso, los países reconocieron la importancia que detenta la cultura en un contexto de globalización de la economía e interdependencia de las naciones.

En la experiencia del TLCAN podemos observar que las industrias culturales son controversiales debido a que no son claros los límites de lo económico, social y político, como consecuencia, en parte, de sus evidentes implicaciones sociopolíticas. Esto es evidente en la percepción que cada país tiene de ellas, pues ésta decide posturas y estrategias. Como se pudo observar, el debate de las industrias culturales tiene como antecedente el Acuerdo firmado entre Canadá y Estados Unidos en 1988, en el que el primero logró, después de arduas negociaciones, excluir las industrias culturales del Acuerdo por medio del artículo 2005. No obstante, se incorpora una cláusula en ese mismo artículo que deja vía libre a los Estados Unidos para tomar medidas de represalias.

Canadá se mostró reacio a incluir el tema de las industrias culturales en los acuerdos comerciales signados primero con Estados Unidos y después en el TLCAN. Para México el tema de las industrias culturales no resultó fundamental para signar el Tratado, debido a que para nuestro país la inclusión de las industrias culturales no resultaba un peligro para la identidad cultural del país en vista de su historia y riqueza cultural. Por el contrario, para Canadá las industrias culturales son estratégicas pues contienen un alto contenido simbólico y cultural. De hecho, las instituciones canadienses a lo largo de su historia se han caracterizado por buscar estrategias, símbolos y hasta un lenguaje para proteger su cultura nacional, así como para defenderse de la "inevitable cercanía" cultural y geográfica estadounidense.

Desde el punto de vista económico, las industrias culturales, y en especial la del libro, constituyen industrias importantes para la economía canadiense (y estadounidense) debido a los montos de dinero considerable que generan y movilizan. Sin embargo, el tema de las industrias culturales no puede ser visto en términos puramente económicos, a pesar de su importancia en las economías de Canadá y Estados Unidos. El problema es más complejo, pues implica la transformación de los modos de producción cultural tradicionales, una mayor interdependencia del binomio local-global, una modificación de la cultura del trabajo industrial, agrícola y artesanal y una mayor vinculación de la cultura-mercancía con el ciudadano-consumidor.

Por otra parte, podemos observar que el desarrollo de las industrias culturales, en específico la del libro en México y Canadá, tiene orígenes disímiles, los cuales influyeron de manera importante en la evolución del sector. Las características particulares de Canadá (un singular federalismo y la existencia de un Canadá francófono y otro anglófono) incidieron en las peculiaridades que ostenta la industria cultural en ese país. Por ejemplo, a diferencia de Canadá, México ha desarrollado una escasa reflexión en torno a la cultura como industria y a las

implicaciones sobre identidad cultural. Por otro lado, la industria del libro en Canadá se caracteriza por su dualidad (inglés y francés) y concentración (Ontario y Quebec), situación que no sucede en México.

En México, el apoyo a las industrias culturales se da a través de instituciones gubernamentales junto a organismos como la CANIEM. A pesar de ello, dicho apoyo ha sido poco eficaz. En México, a diferencia de Canadá, la industria del libro se orienta por criterios de rentabilidad inmediata. Como resultado se ha marginado la difusión cultural y científica privilegiando la producción de manuales y libros de "autoayuda". Por el contrario, Canadá cuenta con una política cultural activa en cuanto a promoción y apoyo directo a las industrias culturales. Esto, como se pudo observar, en parte debido al distinto significado que le otorgan ambos países a las industrias editoriales. En efecto, en el primero es más una cuestión de "soberanía", de "seguridad" y/o "supervivencia cultural"; mientras que en México es una cuestión de difusión y promoción de ese sector, similar a la de otros ámbitos. Esta es una cuestión de suma importancia que no debemos olvidar al tratar de comprender la industria del libro en ambos países

En México y Canadá, las industrias del libro enfrentan diversos retos en común. Ambos sufren un desafío principal, el de la supervivencia frente al aumento de la mercantilización del libro y la cultura. La atención a este infortunio es prioritaria e inmediata. De igual manera, la conformación de conglomerados editoriales a nivel internacional, cuyas políticas se rigen por criterios de rentabilidad económica es, sin duda, uno de los factores a considerar en detrimento de la industria editorial de ambos países. Por otro lado, cabe destacar que a través de la globalización, los lectores mexicanos y canadienses cuentan con la posibilidad de una vasta apertura a una serie de opciones editoriales internacionales.

Una de las consideraciones sobre el impacto del TLCAN en las industrias del libro en México y Canadá, es que el Tratado no ha afectado ni beneficiado a éstas,

pues el fenómeno de la globalización ha creado un impulso que permite el desarrollo de las industrias culturales a pesar del escaso tratamiento que estas han tenido en el TLCAN. Por ejemplo, a pesar de que las industrias culturales quedaron excluidas del TLCAN de manera explícita, hubo aspectos --como los referidos a derechos de autor y telecomunicaciones-- que tenían relación con el sector audiovisual (cine, televisión y video).

Es decir, en el caso de las industrias culturales audiovisuales, la liberalización y apertura de los mercados entre México, Estados Unidos y Canadá (aunado a la modernización, adopción y generalización de nuevas modalidades tecnológicas de distribución de señales), aceleró el desarrollo de ese sector. Asimismo, no obstante esa ausencia, el Tratado ha incentivado una amplia interacción de nuestro país con Estados Unidos y Canadá posibilitando oportunidades para la televisión mexicana, su industria filmica y editorial en esos países.

Cabe destacar, que la serie de recortes a las subvenciones y diversos apoyos gubernamentales es, de manera indirecta, un efecto del TLCAN y sus políticas de corte neoliberal. En Canadá, el Tratado trajo como consecuencia el fenómeno de las megalibrerías con capital extranjero. En contraparte, una de las condiciones favorables ha sido que esta industria resulta atractiva a los mercados extranjeros y de igual manera estimula la exportación. En el caso específico de México, en el marco del TLCAN están dadas las condiciones para que nuestro país acceda a tecnología de punta que le permita mejorar la competitividad de la producción de las industrias culturales, y en casos más concretos, accesorios e insumos que requiere ese sector, que sin el Tratado serían de difícil acceso.

Por otra parte, frente a las nuevas tecnologías, el libro impreso ha sabido adaptarse a los avances tecnológicos en ese sector, lo que ha contribuido a mantener su papel como importante difusor de la cultura.

Es necesario que las instituciones científicas apoyen los esfuerzos de las editoriales independientes, para que se forme una cultura editorial que tenga posibilidades de crecimiento. CONACYT y CONACULTA son dos de las instancias principales para fomentar la política editorial en el sector de la divulgación. Los editores y libreros son una pieza fundamental para la difusión de la ciencia, la tecnología y la investigación.

Una de las causas por las que se tiene una escasa labor editorial en el campo de la divulgación científica y tecnológica en México es la naturaleza propia de la actividad científica y del peso que se le otorga a la investigación.

Pese a todo, el libro continuará su labor de promotor cultural y educativo. Por lo que las sociedades y los gobiernos, deben reconocer el lugar que merece el libro en el desarrollo de los pueblos y las culturas.

BIBLIOGRAFÍA

Adorno T.W. y M. Horkheimer, La producción industrial de bienes culturales. La Dialéctica de la razón, Paris, Gallimard, 1974.

Anverre Ari, Albert Breton, et al Industrias Culturales: el futuro de la cultura en juego, México, Fondo de Cultura Económica-UNESCO, 1982.

Arpin, R. "Notes sur les industries culturelles", en D. Saint Jacques y R. de la Garde (eds.), Les pratiques culturelles de grande consommation, Québec, Nuit Blanche 1994.

Audley, Paul Canada's Cultural Industries. James Lorimer Company, Publishers, Toronto, 1983.

Barbero, Roberto Historia de un libro de texto, México, SEP, 1963.

Bell, Daniel et al Industria cultural y sociedad de masas, Venezuela, Monte Avila Editores, 1992.

Blais, J.E., "L'influence culturelle américaine" dans La dualité canadienne à l'heure des États-Unis, Quebec, 1965.

Book Reading in Canada, Supply and Services Canada, 1992.

Boletín de la Feria Internacional del Libro de Guadalajara, México, 1996.

Bonfil Batalla Guillermo: "La Cultura Nacional y el TLC", en México Indígena, núm. 24, septiembre de 1991.

----- "La querrela por la cultura" en Nexos, núm. 100, México, 1986.

----- Pensar Nuestra Cultura, México, Alianza Editorial, 1991.

Brown, Craig (coord.), Histoire générale du Canada, Montreal, Éditions du Boréal, 1988.

Calvo Hernando, Manuel, "Objetivos de la investigación científica" Revista Latinoamericana de Comunicación, Chasqui, núm.60, diciembre de 1997.

Canadian Culture in a Global World: New Strategies for Culture and Trade. Ottawa, The Cultural Industries Advisory Group on International Trade, febrero de 1999.

Canadian Encyclopedia. 2000 World Edition, McClelland & Stewart Inc, 2000.

Canadian Government Printing Office. The Canada U.S. Free Trade Agreement. Text and Explanatory Notes. 2a. Edición 1 febrero 1988.

Canadian Publishers & Canadian Publishing. Royal Commission on Book Publishing, The Queen's Printer for Ontario, 1973.

CANIEM, Actividad Editorial 1997, México, diciembre de 1999.

Carr, Graham: "Trade Liberalization and the Political Economy of Culture: An International Perspective of FTA" Canadian-American Public Policy, núm. 6, junio de 1991, The Canadian-American Center.

Castillo Ferreras, Víctor M. El testimonio de los códices del periodo postclásico en la Historia de México, México, Editorial Salvat, 1979.

Coda, Luis G. "El editor mexicano en Internet en 1999", Revista Libros de México, núm. 55, abril-junio de 1999.

Communications Canada. "Strengthening Canadian Competitiveness: Through Communications and Culture," febrero 27, 1991.

Comor Edward: "The Department of Communications Under the Free Trade Regime". Canadian Journal of Communication, Vol. 16, 1991.

Dahí, Svendh Historia del libro, México, Alianza Editorial, 1998.

De León Penagos, Jorge El libro, México, Editorial Trillas, 1993.

De Koninck, M.C. "Quand la culture se fait strategie" Questions de culture, núm.10, Institut québécois de recherche sur la culture, 1986.

De la Torre Villar, Ernesto Breve Historia del Libro en México, México, UNAM, 1999.

----- Elogio y Defensa del Libro, México, UNAM, 1999.

Desrochers, E. La corporation et la politique du livre, Montreal, Corporation de bibliothécaires professionnels du Québec, 1976.

Dorland, Michael (ed.) The Cultural Industries in Canada: Problems, policies and prospects. Lorimer, Toronto, 1996.

Ernst & Young Report, Department of Industry, Trade and Commerce, Canadá, 1970.

Escarpit, Robert El libro ayer, hoy y mañana, Barcelona, Salvat Editores, 1973.

Espina, Eduardo "La felicidad en el mundo digital " en Crónica, suplemento dominical , 3 de diciembre de 1999.

Fafard, Patrick C. y Douglas M. Brown (eds). Canada: The State of the Federation 1996, Kingston, Institute of Intergovernmental Relations, Queen's University, 1996.

Fernández Serna, Gabino y Vite Bonilla Omar La Evolución del libro, México, IPN, 1986.

----- García Canclini, Néstor "Las Industrias Culturales" en García Canclini, Néstor (coord.) Educación y Cultura en el Tratado de Libre Comercio, México, Fundación Nexos, 1990.

----- García Canclini, Néstor Culturas híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad, México, Editorial Grijalbo, 1993.

García Canclini, N., Piccini M. Y Safa P. El Consumo Cultural en México, México, Fundación Nexos, 1991.

García Canclini, Néstor y Moneta Carlos Juan Las Industrias Culturales en la Integración Latinoamericana, México, Grijalbo, 1999.

Gobierno de la República Cuarto Informe de Gobierno, México, 1998.

Gómez Maza Francisco: "Preferible dejar fuera del acuerdo con la Industria Cultural, en El Financiero, jueves 27 de febrero de 1992.

H. Pearson Gundy, Book Publishing and Publishers in Canada before 1900, 1965.

Iguiniz, Juan B. El Libro: Epítome de Bibliografía, México, Editorial Porrúa, S.A. 1946.

Ilin, M Historia del libro, México, Editorial Quinto Sol, 1984.

INEGI, Encuesta Industrial Mensual, Resumen Anual 1998.

Informe sobre la Comisión Mixta Canadá-México sobre Cultura y Educación, Ottawa 21-22 feb, México, SRE, 1994.

Lacroix, J.G. Lévesque, B., "Industries culturelles canadiennes et libre-échange avec les Etats-Unis" dans P. Hamel (dir.), Un marché, deux sociétés? LIBRE-échange : aspects socio-économiques, 2e. partie, Montréal, ACFAS, 1987.

Lamonde Yvon Allégeances et dépendances. Histoire d'une ambivalence identitaire, Montreal, edit. Nota Bene, 2000.

Lemire, M. (éd), Les poids des politiques: livres, lectures et littérature, Québec, Institut québécois de recherche sur la culture, 1987.

Leyva, José Angel " Divulgación de la ciencia desde México" en Revista Libros de México, núm. 36, julio-septiembre 1994.

Libros de México "Panorámica de la edición en Canadá y la política pública de apoyo" núm. 44, México, julio-septiembre 1996.

Litton, Gastón, Los lectores en sus libros, Argentina, Bowker Editores Argentina, 1971.

Machlup, F., The Productions and Distribution of Knowledge in the United States, Princenton University Press, 1966.

McLuhan, Marshall The Gutenberg Galaxy: The making of Typographic Man, Univeristy of Toronto Press, Toronto, 1962.

Millares Carlo, Agustín Introducción a la historia del libro y las bibliotecas, México, Fondo de Cultura Económica, 1986.

Morin, M., L'Amérique du Nord et la culture, Montreal, Hurtubise HMH, 1979.

Martínez-Zalce Graciela (ed.) ¿Sentenciados al aburrimiento? Tópicos de Cultura Canadiense. Centro de Investigaciones sobre América del Norte, México, UNAM, 1996.

Mattelart, Armand, en colaboración con Michele Mattelart: Pensar sobre los medios, comunicación y crítica social, París, Fundesco, 1987.

Mattelart Armand: "Unequal voices. The Unesco courier: a window open on the world", UNESCO, París. Vol. XLVIII, febrero 1995.

Miller, Johnatan McLuhan, Barcelona, Grijalbo, 1973.

Mouliner Pierre Programme de l'Unesco en matière de développement culturel: Présentation des travaux réalisés depuis 1960, Paris, UNESCO, 1994.

OpCit, México, Año IV, núm.42, marzo del 2000.

Paz, Octavio El laberinto de la soledad, México, Fondo de Cultura Económica, 1982.

Perales Ojeda, Alicia Las obras de consulta: reseña histórico-crítica, México, UNAM, 1962.

Pompa y Pompa, Antonio. 450 años de Imprenta Tipográfica en México, México, Asociación Nacional de Libreros, 1988.

Quebec Édition, Actividades de 1999-2000.

Ramos, José María : "TLC, pero sin que México quede supeditado a decisiones de EU", en Excélsior, México, 10 de noviembre de 1992.

Ramos, Samuel, El Perfil del Hombre y la cultura en México, México, Editorial Espasa Calpe, Colección Austral, 1947.

Rebetez, René. El libro de hoy, México, Diana, 1968.

Renán, Raúl. Los otros libros: Distintas opciones en el trabajo editorial, México, UNAM, 1999.

Revista Focal "Consultative session on a North American Free Trade Agreement". Cameron, Maxwell y Laura McDonald, septiembre 28, 1990; p.15

Reyes Coria, Bulmaro Metalibro: Manual del libro en la imprenta, México, UNAM 1999.

Rodríguez Díaz, Fernando. El mundo del libro en México, México, Diana, 1992.

Rojas, Carlos A. "Las diferencias culturales entre EU, México y Canadá", en Reforma, 3 de octubre de 1994.

Sánchez Ruíz, Enrique "Globalización y convergencia: retos para las industrias culturales latinoamericanas" Dossier Medio siglo de televisión en México. Revista Universidad de Guadalajara, 2000.

Secretaría de Hacienda y Crédito Público, Sinopsis Bibliográfica Mexicana, México, 1958.

Serra y Oliveres, Antonio Manual de la tipografía española, Madrid, Edición facsimilar, 1852.

- Shils, Edward en La sociedad de masas y su cultura, Caracas, Monte Avila, 1997.
- Statistiques Canada. Annuaire du Canada, Ottawa, Ministère des Approvisionnements et des services, 1994.
- Statistics Canada, mayo 2000.
- Statistics Canada, Septiembre de 2000.
- Statistiques de l'édition au Québec, à 1996.
- Teather, Lynne: "Federal policies for the arts in Canada" en Book Review, MQ November 4, 1989.
- Terrazas, Ana Cecilia "Ven incompleta a la Ley del Libro" en Reforma, 31 de marzo de 2000.
- Tovar y de Teresa Rafael: "La cultura no se negocia ni se inscribe dentro del TLC", en Excélsior, 22 de septiembre de 1992.
- UNESCO, Boletín de la UNESCO Sabor, Josefa Emilia. La cooperación internacional en la formación de los bibliotecarios. V. XIX, no. 6 (nov.-dic. 1965)
- Vital Links, "Canadian Cultural Industries". Trade Negotiations Office, Research Centre, Gobierno de Canadá, Abril 1987.
- Von Bertrab Hermann, El redescubrimiento de América: Historia del TLC, México, Nacional Financiera--Fondo de Cultura Económica, 1996.
- Williams, Raymond Keywords: A Vocabulary of Culture and Society, Flamingo, Londres, 1983.
- Wimer, Javier "El libro mexicano y el TLC" La Jornada, 13 de septiembre de 1991.
- Zavala Ruíz, Roberto El libro y sus orillas, México, UNAM, 1998.