

Universidad Nacional Autónoma de México  
Facultad de Filosofía y Letras / Colegio de Letras Hispánicas

# Reglas no escritas del trabajo editorial

*Competencias y habilidades  
de una editora en ciernes*



Tesina que para obtener el título en  
Licenciatura en Lengua y Literaturas Hispánicas  
presenta la alumna

**Laura Diana López Ascencio**

Asesor: Lic. Hugo Alfonso Espinoza Rubio



Ciudad de México  
Abril de 2015





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 esta 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.







Universidad Nacional Autónoma de México  
Facultad de Filosofía y Letras / Colegio de Letras Hispánicas

# Reglas no escritas del trabajo editorial

*Competencias y habilidades  
de una editora en ciernes*



Tesina que para obtener el título en  
Licenciatura en Lengua y Literaturas Hispánicas  
presenta la alumna

**Laura Diana López Ascencio**

Asesor: Lic. Hugo Alfonso Espinoza Rubio



Ciudad de México  
Abril de 2015



López Ascencio, Laura Diana

*Reglas no escritas del trabajo editorial. Competencias y habilidades de una editora en ciernes* / Laura

Diana López Ascencio. – UNAM: La autora, 2015

142 p., il.: 17 x 21.5 cm.

Tesis licenciatura (Licenciado en Lengua y Literatura Hispánica) – UNAM.

Facultad de Filosofía y Letras 1.Publicación – Normas I. t.

Primera edición, marzo de 2015.

D.R. Laura Diana López Ascencio, La Alkachofa Voladora

alkalaura@gmail.com

**Ilustraciones y diseño de portada:** Antonio Rocha

anton\_rocha@hotmail.com

<http://anton-rocha.wix.com/loboilustrador>

**Diseño y maquetación de interiores:** María Deyanira Ballesteros Bonola

Uniendo Páginas

uniendopaginas@hotmail.com

<https://www.facebook.com/pages/Uniendo-Páginas/172828962914650>

**Corrección de estilo:** Cyntia Berenice Ruiz García

aitnyc78@yahoo.com.mx

**Lectura y corrección de galeras:** Lilia Carmina Villanueva Barrios

liliacarmina@gmail.com

Impreso en México.

El presente material es resultado de años de trabajo, pruebas y errores, muchas desveladas, lecturas, relecturas, falta de ejercicio y horas escasas en el sol. Puedes utilizarlo siempre y cuando cites la fuente original, no hagas de éste un uso comercial (como vender fotocopias o publicarlo con tu nombre o el de alguien más) y tengas interés en la edición de todo tipo de textos (los cómics también son textos y se incluyen en la categoría de publicaciones periódicas).

*A mi sacrosanta mamacita, Laura Paulina Ascencio Vargas, no sólo por las cualidades inherentes a toda buena madre, sino por las que destacan en ella como mujer y profesionista... además, por su muy arraigada creencia de que todo se puede curar con un caldito de pollo, desde la colitis hasta la loquitis.*

*A mi abuelita Consuelo Vargas Ontiveros, porque debes estar en una nube donde todos hacemos lo que quieres —rapidito y sin jetas— y en la que puedes ver por ti y tu bienestar, gracias a que no tienes que cuidarnos.*

*No hay momento más difícil que el de batallar con la propia desidia, esa parte fea de uno mismo que nos vence en estado consciente... por eso estas palabras están entre una dedicatoria y un agradecimiento...*

*A mi mamá, porque una no es ninguna.*

*A la Dra. Atlántida Coll-Hurtado, porque así quiero ser de grande.*

*A Lilia Villanueva, no sólo compañera de borracheras, malos y buenos momentos, sino por todo lo que aprendí y sigo aprendiendo de edición con ella.*

*A mi asesor Hugo Espinoza Rubio, quien nunca dejó de ser mi asesor en todos estos años.*

*A mi hermano Alejandro Eduardo Obregón Ascencio, mi cuñada Gabriela Alvarado, mis sobrinos Alex y Ulises.*

*A Alexbrije, el chico lindo.*

*Ahora sí y a todos en general... no por falta de ganas sino de espacio.*






# Índice

<b>Introducción</b>	13
<b>I. Fase de preproducción</b>	15
I.1. Recepción del manuscrito y dictaminación	15
I.1.1 Acercamiento autor/editorial	16
I.1.2 Normas para la entrega de manuscritos: texto impreso, respaldo electrónico (e-mail, CD o entrega en USB)	17
I.1.3 Recibo de entrega para dictamen	19
I.1.4 Tiempo de entrega del resultado del dictamen	23
I.1.5 Guardar el manuscrito, tiempo de espera	23
I.2. Dictamen	24
I.2.1 Resultado del dictamen	25
I.2.1.1 <i>Desaprobatorio</i>	26
I.2.1.2 <i>Aprobatorio</i>	26
I.3. Contrato	27
I.3.1 Derecho moral y derecho patrimonial	27
I.3.2 Cesión de derechos	33
I.3.3 Firma de contrato	34
I.3.4 Registro de contrato	37
<b>II. Fase de producción.</b>	39
<b>Trabajo editorial de obras con derechos libres (y sin autor)</b>	
II.1. Edición	44
II.1.1 Captura de textos	45
II.1.2 Errores más comunes durante la captura y cotejo	52
II.2. Corrección de estilo	57
II.2.1 Libros esotéricos y de temas religiosos	58

II.2.1.1	<i>Uso de altas y bajas</i>	61
II.2.1.2	<i>Problemas de interpretación en distintas versiones (textos religiosos)</i>	63
II.3.	Formación, corrección de galeras (primera lectura), cotejo	64
II.3.1	Tripa	67
II.3.2	Cornisa o encabezado y pie de página	69
II.3.3	Índice y capítulos	69
II.3.4	Portada	70
II.3.5	Colofón	70
II.3.6	Página legal	71
II.4.	Solicitud de números ISBN y ficha catalográfica	72
II.4.1	¿Qué es el ISBN?	73
II.4.2	Sistema de solicitud de ISBN: RISBN5.1	74
II.4.3	¿Cómo solicitar más números ISBN?	74
II.4.4	Solicitud de ficha catalográfica	78
II.5.	Segunda lectura o lectura de plotters	81
II.5.1	Maquetación o imposición	83
II.5.2	Capillas	86
<b>III.</b>	<b>Fase de posproducción</b>	89
III.1.	Depósito legal	89
III.1.1	Qué es el depósito legal	89
III.1.2	Procedimiento de entrega de materiales para el depósito legal	93
III.1.2.1	<i>Ejemplo de carta y lista para entrega de materiales para el depósito legal</i>	94
III.2.	Promoción	94
III.2.1	Base de datos del fondo editorial	96
III.2.2	Catálogos	98
III.2.3	Directorio de medios y comunicado de prensa	100
III.2.4	Presentaciones de libros: pros y contras	104
	<b>Conclusiones</b>	107
	<b>Fuentes</b>	109

<b>Anexos</b>	117
1. Diagrama general del flujo de producción editorial	118
2. Ejemplo de contrato	121
3. Ejemplo de hoja de solicitud de cotización para impresión de libros	127
4. Partes del libro y diferentes encuadernados	128
5. Clasificación: Dewey	133





# Reglas no escritas del trabajo editorial

---

*Competencias y habilidades  
de una editora en ciernes*



# Introducción

El trabajo editorial representa, para la mayoría de los egresados de las carreras de Letras (en cualquiera de sus especialidades), el principal campo laboral, además del periodismo, la docencia y la investigación. Al respecto Ricardo Martínez Luna dice lo siguiente:

Una de las principales preocupaciones del estudiante de la licenciatura en Lengua y Literaturas Hispánicas es la relacionada con el campo y mercado laboral actual y potencial. Como sabemos, los ámbitos de acción profesional del egresado de esta licenciatura comprenden tres áreas fundamentales: la docencia, la investigación y la difusión de la cultura (Martínez, *s/f*).

También hace mención a que son cada vez más los egresados que laboran en casas editoriales, como parte del perfil de difusión de la cultura, aunque “su participación se ha centrado en las etapas iniciales del proceso editorial como es la corrección de estilo, el cuidado de la edición o la asesoría editorial” (Martínez, *s/f*).

Sin embargo, las opciones para conocer y aprender las labores asociadas a la edición son escasas, sobre todo porque en México se han concebido como un oficio. Es sabido que si se aspira a entrar de lleno en el mundo de la edición de libros y revistas (cualquiera que sea su soporte), se debe comenzar “picando piedra” o “haciendo talachas”, es decir, labores que poco a poco nos vayan preparando para ser editores.

Existe una amplia bibliografía sobre el trabajo editorial, sin embargo, la mayor parte se trata de textos teóricos o bien manuales que, aunque resultan de una gran ayuda, no están escritos para el ámbito editorial mexicano, con sus particularidades y carencias. Por lo tanto, dar un panorama general de lo que el aspirante a editor enfrentará en el mercado laboral resulta importante, pues son pocos los egresados que saben manejar, al menos de forma básica, los principales programas de diseño, o los que saben cargar de forma correcta una fuente tipográfica en PC o Mac, capturar de forma rápida y con el menor número de errores un texto, preparar solicitudes de cotización para imprimir libros (u otros impresos), realizar trámites, etc. Dichas habilidades y conocimientos, como se ha tratado en infinidad de libros, han hecho,



al menos en las pequeñas editoriales, que el editor se convierta en un “todólogo no especializado”, es decir, alguien que debe saber, por ejemplo, en qué resolución y formato debe estar una imagen para que ésta salga bien impresa, para detectar posibles errores del diseñador, o bien a qué medios de comunicación deben mandarse ciertos libros y cómo promocionar el material al menor costo o, incluso, de manera gratuita, entre otras. Las nuevas tecnologías han hecho que el trabajo de edición se realice con mayor rapidez, y aunque han acortado el tiempo de producción del libro, el trabajo editorial sigue siendo —y a la vez no— el mismo: las erratas no están extintas, el editor sigue batallando con el diseñador, el diseñador no puede hacer entrar en razón al editor, el autor batalla con los que mal colocan su libro y todos vamos en el mismo barco.

Este trabajo se origina de una simple pregunta ¿cómo se hace un libro?, para la cual, en su momento, obtuve una respuesta inicial al tomar (en el año 2000) el Taller de técnicas de edición y diseño editorial; mucho tiempo después, los conocimientos adquiridos en dicho taller me ayudaron a conseguir mi primer trabajo en el mundo editorial como asistente. Sin embargo, y pese a todo lo que ya sabía sobre corrección de estilo y lectura de galeras, no estaba del todo preparada para desempeñar todas las labores, deberes y procesos de una editorial; mayor fue mi sorpresa cuando me di cuenta de que mi jefe, César Gutiérrez, no sólo estaba consciente de mis puntos débiles, sino que se asumió como mi “mentor” de esta profesión, y fue precisamente esa palabra, “profesión”, la que definió mi trabajo en esa editorial.

Al ir aprendiendo la profesión en una editorial de interés general tuve, tanto por obligación como por curiosidad, que involucrarme en todos y cada uno de los procesos de producción de un libro: trato con autores, corrección, lectura de pruebas, impresión, formación, diseño, promoción y ventas; del conocimiento de todos los procesos nace la inquietud por mostrar a los aspirantes a entrar al mundo editorial que, aunque suele ser considerada sólo como un “oficio”, se trata en realidad de una profesión.

La edición profesional implica el seguimiento de un proceso que, aunque cuenta con pasos específicos y delimitados, demanda habilidades que van más allá del estudio de la lengua y la aplicación de criterios editoriales, pues requerirá de una enorme capacidad de adaptación, tacto, rapidez para la resolución de problemas y, sobre todo, de sentido común, sin el cual difícilmente lograrán apreciar y conocer esta noble profesión.

# I. Fase preproducción

Se denominará fase de preproducción a la primera etapa del proceso de producción de un libro. Se llama de esta forma porque se trata de los primeros pasos que debe llevar a cabo el equipo editorial para editar una obra: desde contactar y relacionarse con los autores, recibir sus manuscritos, dictaminarlos (para aceptarlos o rechazarlos), y firmar los contratos requeridos para editar, distribuir y comercializar los libros. Enseguida se explican con detalle.

## I.1. Recepción del manuscrito y dictaminación

Esta etapa es de vital importancia, pues de ella depende la producción editorial de una casa editora, y el éxito o fracaso de la publicación y venta de un libro. Si las decisiones que se tomen en esta fase no son las adecuadas, una editorial puede caer en tropiezos lamentables. El éxito de un libro depende de múltiples factores que varían y que en muchas ocasiones son incomprensibles (existen libros cuya calidad es incuestionable, los cuales, sin embargo, no alcanzan las ventas esperadas, y peor aún, si se calcula de manera errónea el tiraje, sucede que queda en bodega un gran número de ejemplares que no circulan, y que dan como resultado pérdidas millonarias por los impuestos que generan y la lenta recuperación del capital invertido en ellos). Al respecto, Juan Carlos de León (2009, 77) afirma: “El enigma editorial no tiene solución: nadie sabe por qué un libro triunfa, por qué una novela se edita y fracasa o se rechaza, y con el tiempo, acaba vengándose de los editores que la tiraron a la basura”.

Ejemplos de novelas rechazadas que después fueron un éxito existen muchos en la historia de la literatura. Uno muy ilustrativo es el lamentable error en el que incurrieron doce editoriales cuando rechazaron la publicación de la hoy famosísima novela de la inglesa Joanne Kathleen Rowling: *Harry Potter y la piedra filosofal*, la

cual ha ganado múltiples premios, y generado millones de dólares en ganancias para la casa editorial y para la autora.

Sin embargo, es posible anticipar buenos resultados si el dictamen de un manuscrito es concienzudo, analítico y objetivo, que tome en cuenta al público lector, al mercado y a la competencia; esto a la par de la buena relación que se logre con los autores, como se expone en los siguientes apartados.

### 1.1.1 Acercamiento autor-editorial

El acercamiento a los autores es el punto de partida de un proceso que, en el mejor de los casos, terminará con la publicación, distribución y venta de un libro; se trata, además, del primer contacto del editor con la materia prima en la que se sustenta la industria editorial: los textos o manuscritos. Este primer eslabón de la cadena productiva es de vital importancia para que una editorial pueda subsistir: sin un autor dispuesto a acercarse y poner en las manos de un editor su manuscrito, la edición,<sup>1</sup> como proceso,<sup>2</sup> no existiría. Vale la pena aclarar que existen obras que suelen ver la luz sin el proceso mencionado, y cuando esto sucede, se puede hablar de autoedición, sucede cuando un autor publica su obra, realiza él mismo la edición.

Por lo regular, el primer contacto que un autor tiene con la editorial es vía telefónica o correo electrónico (*e-mail*). Dicho acercamiento suele servir para que el autor se presente y “tantee el terreno”, es decir, averigüe diferentes aspectos: si la editorial está recibiendo manuscritos, cuáles son los pasos a seguir para entregar su trabajo, y qué temáticas publica la casa editorial, entre otros; por ello es importante que el asistente editorial o encargado de recibir manuscritos conozca a fondo los procesos específicos de la recepción de manuscritos y el papel que le corresponde desempeñar en cada uno de ellos. Resulta de mucha ayuda que el encargado de tomar dichas llamadas o de recibir manuscritos sea la misma persona.

---

1 En el *Manual de edición literaria y no literaria*, Sharpe y Gunther (2005, xvii) afirman que por “editar”, entendemos el arte y el oficio de dar forma a un manuscrito y mejorarlo para convertirlo en un libro publicable.

2 Véase el diagrama general, anexo 1.

Para conseguir que la relación con los autores sea exitosa, debe considerarse que, según su experiencia en el ramo editorial, existen diferentes tipos:

- a.* Es un autor primerizo o novel, es decir que cuenta con una obra inédita, la cual nunca ha sido sometida a dictaminación y él mismo nunca ha publicado ningún trabajo en ninguna casa editorial.
- b.* Es un autor primerizo cuya obra ya ha sido dictaminada previamente, pero no ha sido publicado.
- c.* Es un autor que ya ha sido publicado, pero la cesión de sus derechos a otra casa editorial ya ha vencido.
- d.* Es un autor que ya ha sido publicado por otra casa editorial, pero presenta una nueva obra a dictamen.
- e.* Es un autor de casa, es decir que ya ha sido publicado por la misma casa editorial.

Es importante hacer hincapié —y será la principal consigna a lo largo de este trabajo— en que el trato con los autores debe ser amable y cortés en todos los casos enumerados; debe prevalecer el sentido común, pues si no se da con tacto y amabilidad, suele crear en los autores miedos, dudas, desilusiones y hasta rencores, sobre todo a quienes se les ha rechazado el manuscrito en otras casas editoriales. En el caso de los autores primerizos conviene guiarlos y hacerles las aclaraciones pertinentes con respecto al proceso de dictamen, así como del proceso editorial en general, pues existe un amplio desconocimiento en la mayoría de los casos. Con relación a aquellos autores a quienes se les han publicado obras con anterioridad, conviene hacerles saber que, en caso de que su manuscrito sea aceptado, deberán seguir las normas de la casa editorial con la que trabajarán, y especificarles que cada editorial tiene su propia forma de trabajo, pues a veces dan por sentado que los procesos son exactamente iguales. Sobre esto se abundará en el apartado y capítulos siguientes.

### 1.1.2 Normas para la entrega de manuscritos: texto impreso, respaldo electrónico (*e-mail*, CD o entrega por USB)

Cada editorial cuenta con sus propios criterios para entregar un manuscrito, a los que debe ajustarse cualquier autor que desee que su obra sea publicada. Dichos criterios, de inicio, se refieren a la presentación del manuscrito, que incluyen

aspectos del formato como la fuente, la alineación, el interlineado, los estilos para los títulos y subtítulos (negritas, cursivas, o identificados por jerarquías acompañados de T1, T2); la manera de colocar otros elementos periféricos al texto principal, como cuadros, tablas, gráficas, o textos en apostillas; los requerimientos de imágenes, y pies de foto. De igual manera deben solicitarse al autor los datos que debe contener la hoja o carta de presentación (nombre, dirección, correo electrónico del autor), así como su temática, pues de esta forma se puede saber si entra en la línea de la editorial. El último punto es el primero que debemos dejar claro a los autores —siempre de una manera respetuosa—, pues nunca faltará quien espere que una editorial dedicada a editar textos de temas relacionados con la superación personal, publique una novela, o que un libro de poesía se publique en una editorial de libros de texto. Una vez aclarado este punto, el autor deberá preparar su texto de acuerdo con las normas que se le indiquen; a grosso modo dichas normas suelen ser:

- fuente o letra Arial o Times New Roman,
- tamaño 12 puntos,
- interlineado 1,5,
- justificado,
- una versión impresa por un solo lado,
- todas las hojas engargoladas (ninguna suelta),
- páginas numeradas,
- figuras (si es que incluye) bien referenciadas, o con los requerimientos adecuados de resolución,
- pies de imagen en todas las figuras,
- tablas y cuadros numerados,
- incluir los datos completos del autor, y
- un respaldo electrónico.

Si el autor ya ha entregado su trabajo a alguna editorial puede recibirse ese manuscrito sin problemas, siempre y cuando no haya sido marcado de alguna forma por el dictaminador anterior, pues además de interrumpir la lectura, las anotaciones podrían influenciar al nuevo dictaminador.

Cabe mencionar que para muchas editoriales no resulta recomendable solicitar, en esta etapa del proceso, un respaldo electrónico, pues si la obra no será aprobada,

el autor sospecharía que su archivo ha sido copiado para su utilización, por esta razón se debe esperar el resultado del dictamen para solicitar dicho respaldo.

### 1.1.3 Recibo de entrega para dictamen

Resulta fundamental extender al autor cuyo texto se dictamina, un recibo en el que se asiente de manera clara y concisa que la editorial sólo ha recibido dicho material para dictaminar y que de ninguna manera su manuscrito ha sido aceptado para su publicación. Además, es recomendable que la persona encargada de recibir los manuscritos explique al autor, las veces que sea necesario, los pasos a seguir en el proceso de dictaminación, así como la fecha de entrega probable de su dictamen.

El recibo que se expida al autor por la entrega de un manuscrito puede estar impreso o tratarse de un correo electrónico institucional; esto es, en ambos casos, un acuse que debe llevar el logotipo de la editorial y en el que se asienten, al menos, los siguientes datos:

1. Fecha de entrega a la editorial.
2. Título de la obra.
3. Autor.
4. Probable fecha de entrega del resultado del dictamen.
5. Firma (si el autor no entregó personalmente su manuscrito deberá incluir además el nombre de la persona que lo llevó).
6. La leyenda: “Este recibo ampara única y exclusivamente la entrega de la obra para dictamen editorial, y no implica ningún compromiso por parte de la editorial para su publicación”, o alguna similar.
7. Una advertencia en la que se indique que a partir de la fecha en que se ha hecho del conocimiento del autor el resultado del dictamen, tiene un lapso —seis meses como máximo— para recoger su original en caso de haber sido desaprobado, indicando también que de no pasar a recogerlo, se procederá a su destrucción.

Siempre hay que aclarar a quien va a entregar el manuscrito la importancia de esas leyendas impresas en el recibo, pues así se evitan malos entendidos en el futuro, pues el autor puede dar por sentado que la editorial aceptó publicar su obra (figura 1).


		Núm. de control 0001							
		Fecha: _____							
Título del manuscrito									
Autor									
Correo electrónico		Teléfono							
Dirección									
Temática / Género									
Entregó	Impreso	no		sí		engargolado		carátula con datos	
	Digital	no		sí		e-mail		USB	CD
La obra ya fue registrada por el autor en el INDAUTOR		sí		no		registro adjunto			
Fecha de entrega del dictamen: _____									
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Este recibo ampara única y exclusivamente la entrega de la obra para dictamen editorial.</li> <li>• No implica ningún compromiso por parte de la editorial para su publicación.</li> <li>• En tres meses se le dará el resultado del dictamen.</li> <li>• A partir de la fecha de entrega del resultado del dictamen su manuscrito se guardará tres meses, si durante ese tiempo no lo reclama se procederá a destruirlo.</li> </ul>									

Figura 1.  
Ejemplo de recibo  
de entrega para  
dictamen

Se pueden agregar otros rubros al formato o correo, si así se desea —un número de seguimiento o folio— para no perder el manuscrito; sin embargo, existe un dato que nunca debe hacerse del conocimiento del autor y es el nombre del dictaminador, pues cuando esa información llega a las manos equivocadas genera incontables conflictos de interés, acusaciones y hasta la finalización de largas amistades; de estos datos, por desgracia, no hay estadísticas, pero anécdotas al respecto sobran. También es recomendable hacer una base de datos en la que se lleve el control y seguimiento de cada manuscrito entregado,<sup>3</sup> de esa manera, si el autor habla para saber en qué situación está su libro, la información estará a la mano (figura 2).

Después de entregar el recibo original, la copia deberá engraparse a la primera hoja del manuscrito para evitar que se pierda.

3 Otra función importante que puede tener la base de datos para dictaminación será la de crear estadísticas internas, como la cantidad anual de trabajos entregados, rechazados y aceptados, así como la eficacia terminal para publicar (para ver un ejemplo de base de datos, véase la figura 22).

ISBN	Título libro	Autor(es)	Edición y/o reimpresión	Colección / serie / sello editorial	Fecha de publicación	Tema / Género	Clasificación DEWEY	Tamaño	Número de páginas	Reseña

MESES
Enero
Febrero
Marzo
Abril
Mayo
Junio
Julio
Agosto
Septiembre
Octubre
Noviembre
Diciembre

Figura 2. Ejemplo de base de datos para dictamen

Hasta hace pocos años no era común, pero ahora se trata de una herramienta indispensable la entrega de manuscritos vía *e-mail* o correo electrónico. Sobre este punto hay que hacer algunas aclaraciones, pues el *e-mail* es idóneo para tener contacto con autores que radican en otras entidades federativas u otros países, por lo que es recomendable utilizar este medio cuando el autor no puede acudir personalmente a las instalaciones de la editorial; sin embargo, ocurre que por su misma naturaleza, y como se mencionó anteriormente, suele levantar suspicacias y sospechas en los autores. Por ello, cuando se vaya a recibir un manuscrito por esta vía deben considerarse tres aspectos e intentar, en la medida de lo posible, comentarlos con el autor, y ante todo, darles especial seguimiento para evitar problemas:

- la facilidad para utilizar indebidamente los archivos electrónicos,
- a veces los archivos por su gran tamaño pueden no llegar, y
- no existe forma tangible de demostrar que el archivo se eliminó.

Si el autor insiste en enviar a dictamen su obra por medio del correo electrónico, entonces deberá confiar en la ética del editor y en que éste no hará uso indebido



de su obra, asimismo, el editor deberá enviarle al autor un PDF<sup>4</sup> de su recibo por esta misma vía. Dicho sea de paso, son contadas las editoriales que aceptan manuscritos por esta vía, lo que nos conduce a plantear la interrogante de por qué esta parte del proceso editorial no ha cambiado: ¿por amor al texto impreso?, ¿por ahorrar dinero y no imprimir manuscritos que no se publicarán?, ¿por evitar que el dictaminador gaste su vista a la hora de leer en la pantalla?, ¿porque no se ha considerado la utilización de un medio electrónico (FTP<sup>5</sup> o similar) que sustituya a los manuscritos impresos?, ¿para evitar que el correo destinado a la recepción de manuscritos se sature? En realidad, todas éstas pueden ser razones válidas que justifiquen la mínima atención que ponen los editores en modernizar este aspecto, pero quizá se trata de un desinterés basado en la poca imaginación o desconocimiento que se tiene para aprovechar las nuevas tecnologías.

Mientras que ningún editor ponga la mirada en la modernización del sistema de dictaminación, se deberá tratar de convencer al autor de alguna de estas dos opciones:

1. Enviar su manuscrito por mensajería o correo tradicional, siempre haciendo hincapié en que ese gasto correrá por su parte y que la editorial no lo devolverá por el mismo medio, pues resulta un gasto extra, sobre todo si la obra fue desaprobada.
2. Enviar el manuscrito con algún conocido (amigo o pariente), opción que siempre es más conveniente.

Es pertinente agregar a este punto unas últimas líneas referentes a las observaciones que pueden agregar los autores a los recibos de entrega. En muchos casos (más de los que uno esperaría), existirán autores tenaces que ya han sido “rechazados” por otras editoriales, por lo que su experiencia, evidentemente, es mala, los ha hecho suspicaces y por lo tanto conocedores de los derechos que tienen como

---

4 PDF significa, por sus siglas en inglés, Portable Document Format o Formato de Documento Portátil. Se trata de archivos convertidos (documentos, formularios, gráficos y páginas web) cuya apariencia es igual a la que tendrían si estuvieran impresos, con la ventaja de que no pueden modificarse, y pueden compartirse en cualquier dispositivo electrónico que soporte Adobe Acrobat.

5 FTP son las siglas en inglés de File Transfer Protocol, o Protocolo de Transferencia de Archivos, el cual permite realizar transferencias de archivos, desde equipos remotos, hacia un servidor web, de manera segura, eficaz y rápida.

autores, así como los posibles “riesgos” a los que se exponen cuando se acercan a las editoriales, como el plagio de sus trabajos y el “robo de ideas”. Esto no debe molestar o inquietar a la persona encargada de recibir y tratar con los autores, más bien deberá tener empatía con ellos. Por empatía debemos entender darse el tiempo para hablar con ellos, para ayudar a tranquilizarlos, y en lo posible conversar al respecto, entablar una plática sencilla —que no comprometa ni a la casa editorial, ni a la persona que está encargada de esta labor— sobre derechos autorales básicos, e incluso orientarlos un poco sobre cómo realizar el registro de su obra en el Instituto Nacional del Derecho de Autor (Indautor). Esto puede ayudar a proyectar una imagen positiva de la casa editorial, finalmente recibir una obra registrada, no afecta. El proceso sobre los pasos a seguir para el registro de obras ante el Indautor se tratará en el punto cuatro de este trabajo.

#### 1.1.4 Tiempo de entrega del resultado del dictamen

Por lo regular, el resultado del dictamen se entrega en tres meses, tiempo suficiente para que el dictaminador acepte leer el manuscrito, entregue sus observaciones, y puedan ir preparándose los resultados para el autor quien, en la mayoría de los casos, espera un informe por escrito, sobre todo si el resultado fue desaprobatario; por ello es mejor entregarles una copia —cuidando eliminar el nombre del dictaminador—. Existe un solo caso en el que se deberá hablar con más tranquilidad con el autor sobre el resultado del dictamen y la publicación final del manuscrito en la editorial, y es cuando el dictamen fue aprobatorio pero no será publicado, pero esto se verá más adelante.

#### 1.1.5 Guardar el manuscrito, tiempo de espera

Una vez entregado el dictamen, y en caso de que el resultado haya sido desaprobatario, el manuscrito deberá guardarse un máximo de seis meses, o el tiempo que se le haya indicado al autor; lapso en el que debe pasar a recogerlo o enviar a alguien por él. Si el autor no recoge su original, se debe destruir, de preferencia triturándolo, jamás debe enviarse al archivo muerto o tirarlo a la basura, pues si llega a manos equivocadas generará un grave problema con el autor. También es recomendable hacer una última llamada al autor antes de proceder a la destrucción, pues de esa

manera estará bajo aviso y se reducen las probabilidades de futuros reclamos. En esa llamada se deberá señalar que la fecha señalada en el recibo de entrega a dictamen está a punto de expirar y que el texto impreso no se guardará por más tiempo.

## 1.2. Dictamen

Antes de iniciar de lleno con la definición de dictamen resulta importante hacer un par de notas. El tema más difícil en lo que se refiere al dictamen es el que hace alusión a la “calidad” del manuscrito. ¿Por qué es un asunto tan delicado?, ¿en qué se basa un dictaminador para evaluar un texto?, ¿hay aspectos no relacionados con el valor intrínseco de los manuscritos que hacen que, aunque el dictamen resulte aprobatorio, el manuscrito no sea publicado? Éstas y muchas otras preguntas suelen surgir en el momento en que inicia este proceso que se denomina editorial y que debe resultar, en el mejor de los casos, en la venta del producto libro —como ya se había adelantado—, pues ese último eslabón de la cadena productiva de la industria editorial nunca debe perderse de vista, ya que es precisamente por “la venta”<sup>6</sup> que suelen entrar en escena diversos intereses, los cuales van desde las posibilidades que tiene la obra para entrar en el catálogo de una determinada editorial, hasta las que tiene de ser comprada con éxito por un número sustancial de instituciones o lectores, sin mencionar las expectativas que, en la mayoría de los casos, el autor crea para sí mismo desde el momento en que entrega el original de su obra.

Se conoce como dictamen<sup>7</sup> a la valoración que una editorial realiza o solicita a un experto en la materia, de un manuscrito que le fue entregado para su posible

---

6 Aunque este trabajo considera la venta como el último paso en la cadena de producción del libro, cabe destacar que para muchos autores, como Thomas Woll (2003) y Herralde, citado en Pimentel (2007), sería lograr la lectura del texto. Por otro lado, es importante mencionar el caso particular de las publicaciones académicas (investigación científica), que en la mayoría de los casos pueden consultarse en línea y de forma gratuita, por lo que no entrarían en la valoración asociada con las ventas.

7 Otra definición de dictamen editorial es la que proporciona Zavala (1994, 43): “El dictamen editorial es el resultado del proceso mediante el cual un lector especializado en determinada materia lee un manuscrito con el fin de recomendar o no su publicación a la editorial que solicitó su evaluación”. Para conocer definiciones más detalladas de dictamen o lectura véanse Zavala (2007) y Stanley Unwin (1964).

publicación. Dicha valoración debe estar basada, idealmente, en la calidad de su contenido (ya sea literario, académico, de tema esotérico, superación personal, motivacional, etcétera).

No es conveniente intentar describir los motivos comerciales que tiene una casa editorial para determinar si el manuscrito es aceptado para su publicación, pues dichas razones no siempre resultan del agrado del autor. Sin embargo, debe hacerse hincapié en que el dictamen es sólo una valoración que en sí misma no demerita el texto que con gran esfuerzo se escribió.

Por otro lado, los encargados de tratar directamente con los autores que se acercan a entregar obras deberán aclararles los pasos, los criterios y la temática que maneja la editorial, de esa manera se podrán ahorrar una enorme cantidad de descalabros y malos momentos, sobre todo si el resultado del dictamen es desaprobatario.

### 1.2.1. Resultado del dictamen

Alguna vez escuché que los doctores prefieren dar a su paciente el peor de los panoramas para que, en caso de que algo saliera mal, él no cree falsas expectativas con antelación y esté preparado para lo peor. Trasladando esa idea al mundo editorial, resulta más que cierta, pues es un consejo aplicable a la hora de dar resultados de dictámenes, sobre todo porque, como veremos, existen otros factores que influyen en la publicación de la obra. Para sobrellevar de la mejor manera esta parte del proceso editorial es importante trabajar sobre los siguientes aspectos, independientemente del resultado final:

- el resultado del dictamen,
- las razones extra que apoyan la resolución final para la publicación, y
- la más importante: el tacto.

No está de más recordarles a los autores que se trata de un trámite y un paso a seguir sobre el cual no tenemos ningún tipo de control, que sólo somos un pedazo más y que la decisión que se tome con respecto al destino de su trabajo en la editorial no depende de nosotros, sino del comité editorial o del consejo editorial (normalmente integrado por el gerente de ventas, el encargado de comercialización, el gerente editorial y el editor, o sus equivalentes).

Pero aun así, las más de las veces seremos receptores de una serie de argumentos, historias y maravillas que los autores contarán con respecto a los prodigios de

su obra. Ante esta situación, ¿qué hacer? En primer término, se debe escuchar con paciencia y después, esperar el momento adecuado para cortar con delicadeza el discurso del autor, pues acabar de tajo con la conversación puede generar un gran disgusto a nuestro interlocutor y, a final de cuentas, es mejor escuchar las entusiastas palabras de alguien por un rato, que ser proclive a soportar su mal humor, o incluso groserías, aunque sea por poco tiempo.

#### 1.2.1.1 *Desaprobatorio*

El resultado que los autores temen y el que es entregado con mayor frecuencia por parte de las editoriales es el dictamen desaprobatorio. Estadísticas confiables sobre la cantidad de manuscritos que se rechazan en el país no existen, pero basta remitirse a la experiencia de diversos autores, como el caso de Joanne Kathleen Rowling, que ya mencionábamos al inicio de este capítulo.

Es precisamente en este punto en el que toda la labor que se hizo antes con los recibos de entrega para dictamen y las explicaciones del proceso editorial, nos sirven para amortiguar el peso de esta noticia a los autores.

Es redundante y hasta fuera de lugar mencionar hechos evidentes sobre el cariño y esperanza que tiene cada autor en su obra, por lo que no se abundará más en el asunto; sin embargo, se señala un punto que se considera importante, no sólo al inicio del proceso editorial, sino en todos los pasos que siguen y es que, en la medida en que respetemos el trabajo de cada autor (sin importar qué tan absurdo, carente de estilo o superflua nos pueda parecer su obra) y limitemos sus expectativas, mejor resultará para él, a la larga, poder publicar su trabajo. No olvidemos —como veremos más adelante— lo común que es ver a los autores —desde primerizos hasta los, digamos, experimentados— convertidos en “divas”, cuya soberbia y altivez entorpece el trabajo editorial en su conjunto, actitud que puede terminar por menoscabar nuestro buen ánimo para publicar el texto. No olvidemos que la frase “poner al autor en su lugar”, no sólo se refiere a marcarle los límites que tiene dentro del proceso, sino también hacerlo, si no participe, al menos conocedor del proceso en general y del estatus que tiene su obra.

#### 1.2.1.2 *Aprobatorio*

El resultado que todo autor espera escuchar y que sin embargo es menos común comunicar, es el aprobatorio. El trabajo del dictaminador suele ser bastante certero, sobre todo cuando el editor toma suficientes precauciones al momento de seleccionarlo

y antes de entregarle el manuscrito, como no elegir a alguien cercano al círculo del autor —desde amigos y conocidos hasta enemigos declarados—, no comentarle las impresiones que tiene de la obra (si es que le echó un vistazo con antelación), la impresión que le causó el autor, y mucho menos su nombre. Además, aunque no libre de interpretaciones, siempre se debe contar con la opinión de un experto en la materia que, incluso, puede ser alguno de los autores que tienen libros publicados en la casa editorial.

En algunas editoriales se acostumbra pasar el manuscrito por un filtro más si el dictamen fue aprobatorio. Se trata de una reunión en la que se presentan los resultados que entregó el dictaminador ante el consejo editorial para analizar las posibilidades de venta del libro, el probable tiraje, etcétera. En estas juntas se suele decidir el futuro de la obra dictaminada aprobatoriamente, como mencionábamos antes, el dictamen es sólo una valoración y aunque la obra sea aprobada, puede no “pasar” más allá de esta junta, pues ahí se analizan, al menos en muchas empresas privadas, las oportunidades reales de obtener una ganancia con su venta, por lo que muchas obras con buena calidad, sobre todo literaria, y con un dictamen aprobatorio, resultan finalmente rechazadas.

### 1.3. Contrato

Una vez que el dictamen de la obra fue aprobatorio, y se comunicó el resultado al autor, se procede a firmar el contrato con la casa editorial que publicará su obra, tal como se explica enseguida.

#### 1.3.1 Derecho moral y derecho patrimonial

Antes de continuar, cabe responder a la pregunta: ¿qué es el derecho de autor? De acuerdo con el Indautor es: “el reconocimiento que hace el Estado a favor de todo creador de obras literarias y artísticas, en virtud del cual otorga su protección para que el autor goce de prerrogativas y privilegios exclusivos de carácter personal y patrimonial”.<sup>8</sup> En palabras de Caballero (2004): “El derecho de autor puede definirse

---

8 Indautor, “Preguntas frecuentes generales”, consultado el 14 de noviembre de 2014 en <[http://www.indautor.gob.mx/preguntas/preguntas\\_generales.html](http://www.indautor.gob.mx/preguntas/preguntas_generales.html)>.

como el poder jurídico que corresponde al creador intelectual para ejercer derechos de naturaleza moral y patrimonial respecto de sus obras, independientemente del género a que éstas pertenezcan”.

De igual forma, es prudente aclarar un par de términos sobre derecho de autor que se escuchan constantemente en el mundo editorial: derecho moral y derecho patrimonial, los cuales están contemplados en la Ley Federal del Derecho de Autor, cuya última reforma fue incluida en el año 2003; la cual puede consultarse en <[www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/decre/LFDA\\_23jul03.doc](http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/decre/LFDA_23jul03.doc)>.

El derecho moral y el derecho patrimonial están definidos y dan fundamento a la(s) ley(es) de derechos de autor; no es tema de este trabajo ahondar en el derecho de autor, sus modalidades, alcances y derivaciones (los cuales se dan basados en la legislación estadounidense —anglosajona o *copyright*— o la vertiente europea —romana—)<sup>9</sup> sino dar un panorama general y al mismo tiempo aterrizar las ideas fundamentales que definirán el contrato de edición.

El derecho moral es inalienable al autor y a su obra desde el momento mismo en que ésta se materializa —es decir, dar soporte material a una idea, ya sea escribiéndola, grabándola, pintándola, en formato digital, etc.—; lo cual puede comprenderse mejor con la siguiente definición:

Al hablar sobre el derecho moral [...] se hace referencia a que el autor de una obra es el “único, primigenio y perpetuo titular”, porque este derecho está unido a él en forma inalienable, imprescriptible, irrenunciable e inembargable [...] Esto quiere decir que el autor de una obra no puede enajenar su derecho moral, ni tampoco renunciar a él, además de que éste no se extingue con el tiempo y no se le puede incautar.<sup>10</sup>

- 
- 9 Dentro del derecho de autor coexisten dos sistemas jurídicos: el de origen anglosajón o de *common law*, que tiene como centro el derecho de copia y en el que los derechos de autor se denominan *copyright*, y el sistema latino o de tradición continental europea —basado en el derecho romano o romanogermánico—, nacido de los decretos franceses, mucho más cercano en sus orígenes a los derechos personales. (Álvarez N., 2006, 23). Incluso la Unesco (1982, 19) reconoce tres sistemas jurídicos al respecto: Existen diversos sistemas nacionales de protección de los derechos de los autores, pero sólo tres ramas principales por lo que respecta a las leyes sobre derecho de autor: las leyes nacionales que proceden de la tradición jurídica basada en el derecho romano, las leyes nacionales que proceden de la tradición jurídica anglosajona y las leyes nacionales propias de los sistemas socialistas.
- 10 Esta definición y las subsecuentes fueron tomadas de <[www.edicion.unam.mx](http://www.edicion.unam.mx)> en el apartado cuatro. “El derecho de autor en las publicaciones universitarias” (consultada el 26 de febrero de 2014), y en el que se resumen de manera clara los aspectos más importantes sobre el tema de los derechos de autor.

De esta manera, el derecho moral nace con y por el autor<sup>11</sup> mismo y con aquella parte intangible de su mente en la cual se generan ideas creativas y originales,<sup>12</sup> es decir la inventiva; es por tanto un “derecho natural” (Loredo, 2001), que todo creador tiene sobre sus obras, sin importar la naturaleza que tengan (musicales, literarias, etc.), y se refiere a tres aspectos fundamentales: ser reconocido como el autor de la obra (incluso si utiliza un pseudónimo), a que su obra no sea modificada por terceros sin su consentimiento, y por último a decidir en qué forma(s) la dará a conocer, o simplemente a no difundirla. Delia Lipszyc (1993) dice al respecto:

En mayor o menor medida, todos los países protegen las facultades de carácter personal (o derechos de la personalidad del autor), pues para el creador son de capital importancia tanto las condiciones en que se utiliza su obra como el respeto a la integridad de ésta y el reconocimiento de su paternidad intelectual o la observación de su voluntad de valerse de un pseudónimo o de permanecer anónimo [...]

El derecho moral, de acuerdo con el Convenio de Berna (2013), se explica en el artículo 6 *bis*:

Artículo 6 bis

Derechos morales

1. Derecho a reivindicar la paternidad de la obra; derecho a oponerse a algunas modificaciones de la obra y a otros atentados a la misma [...]

Al respecto, y para precisar, están las siguientes definiciones:

Las facultades que integran el derecho moral del autor son las siguientes:

- El derecho a decidir sobre la divulgación de su obra, o sea, a determinar si la da a conocer o no, cuándo y en qué condiciones. Es también conocido como derecho de publicación.
- El derecho a exigir el reconocimiento a su condición de creador de la obra, es decir, al

---

11 Para definir el concepto autor y diferenciarlo, se presentan las siguientes definiciones: “Autor es el individuo (persona natural) que ha creado una obra literaria o artística. Por ser la obra de creación el resultado de la exteriorización del pensamiento humano, el carácter de autor sólo puede atribuirse a una persona física, dado que es la única capaz de expresar emociones, de plasmarlas en diversas formas, lenguajes y soportes materiales, y de divulgarlas a terceros mediante muy variadas formas o mecanismos” (Caballero, 2004). “Artículo 12.- Autor es la persona física que ha creado una obra literaria y artística” (Ley Federal del Derecho de Autor, 2013).

12 “Como creación de espíritu, la propiedad intelectual refleja la personalidad del autor. La obra forma parte de la persona humana y, por consiguiente, es más importante que la propiedad material, que se sitúa fuera de la personalidad” (Unesco, 1982).



reconocimiento de su paternidad mediante la cita del nombre del autor y el título cada vez que la obra sea utilizada. Es también conocido como derecho de paternidad (Álvarez, 2006, p. 26).

Puede entenderse mejor con la siguiente definición:

Al hablar sobre el derecho moral [...] se hace referencia a que el autor de una obra es el “único, primigenio y perpetuo titular”, porque este derecho está unido a él en forma inalienable, imprescriptible, irrenunciable e inembargable [...] Esto quiere decir que el autor de una obra no puede enajenar su derecho moral, ni tampoco renunciar a él, además de que éste no se extingue con el tiempo y no se le puede incautar (UNAM, 2013).

Por ello se debe entender que el autor de una obra siempre recibirá el crédito por la creación de la misma, es decir, siempre será reconocido por ser su creador<sup>13</sup> y será, hasta el momento de su muerte o en caso de incapacidad mental, el único que puede decidir sobre su manejo (si se publica o se mantiene inédita, en qué formato se dará a conocer, a quién le cederá los derechos patrimoniales, etcétera).

El derecho moral es, en otras palabras, el que aclara y da certidumbre al autor sobre el manejo total e intransferible sobre su creación, es decir:

En virtud de este derecho corresponde al autor determinar si su obra ha de ser divulgada y en qué forma, o la de mantenerla inédita; exigir el reconocimiento de su calidad de autor respecto de la obra por él creada y la de disponer que su divulgación se efectúe como obra anónima o seudónima; exigir respeto a la obra, oponiéndose a cualquier deformación, mutilación u otra modificación de ella, así como a toda acción o atentado a la misma que cause demérito de ella o perjuicio a la reputación del autor; modificar su obra; retirar su obra del comercio; y oponerse a que se le atribuya al autor una obra que no es de su creación (Indautor, 2013).

La protección de las obras está sujeta a los siguientes criterios generales:

- el derecho de autor protege las creaciones formales y no las ideas;
- la originalidad (o individualidad) es condición necesaria para la protección;
- la protección no depende del valor o mérito de la obra, de su destino o de su forma de expresión;
- la protección no está sujeta al cumplimiento de formalidades.

Desde los albores del estudio de la materia, existe una coincidencia generalizada en que el derecho de autor solo protege las creaciones formales y no las ideas contenidas en la obra. Las

---

13 Los derechos de autor están incluidos en las declaraciones de derechos humanos y no por mera coincidencia. Las creaciones intelectuales se vinculan a los derechos de personalidad y a los derechos laborales, ambos directamente asociados con la dignidad de la persona. El trabajo intelectual puede y debe ser reconocido social y económicamente... La obra es en consecuencia un hecho personal, el resultado de la proyección de la personalidad del autor; algo que hizo un hombre y deberá imputársele. La creación espiritual es obra del autor en un sentido más allá de la simple relación de dominio sobre una cosa: como proyección exterior de su personalidad (Loredo, 2006: 28-29).

ideas no son obras y, por ende, su uso es libre. No se puede adquirir sobre ellas protección alguna, aun cuando sean novedosas.

El derecho de autor está destinado a proteger la forma representativa, la exteriorización de su desarrollo en obras concretas aptas para ser reproducidas, representadas, ejecutadas, exhibidas, radiodifundidas, etc., según el género al cual pertenezcan, y a regular su utilización.

Sólo está protegida la *forma sensible* bajo la cual se manifiesta la idea y no la idea misma, ya sea que se encuentre expresada de manera esquemática o bien en una obra. El derecho de autor protege la expresión formal del desarrollo del pensamiento, otorgando al creador derechos exclusivos de carácter patrimonial a la publicación, difusión y reproducción de la obra y derechos de carácter personal.

El derecho de autor propugna la creación de obras. Si se otorgaran derechos exclusivos sobre las ideas consideradas en sí mismas, se obstaculizaría su difusión y con ello se impediría el desenvolvimiento de la creatividad intelectual [...] (Lipszyc, 1993, 61-62).

Resumiendo, el derecho moral da al autor las siguientes facultades:

- Decidir sobre la divulgación de su obra (derecho de publicación).
- Siempre ser reconocido como el creador (derecho de paternidad).
- Exigir el respeto a su obra (derecho de integridad).
- Tener la opción de arrepentirse de la publicación de su obra o bien dejarla inédita.<sup>14</sup>

El derecho patrimonial, por su parte, se refiere a la forma en que el autor decide, consciente y libre, la forma en que explotará (o no) su obra,<sup>15</sup> es decir, la manera y el o los formatos que se utilizarán para darla a conocer; ello implica, por supuesto, la remuneración que obtendrá.<sup>16</sup> Es decir, y a diferencia de los derechos morales, los derechos patrimoniales:

[...] están indisolublemente vinculados con la explotación económica de la obra, de cuyos frutos el autor debe siempre participar (Caballero, 2004, 13).

---

14 Véase Álvarez (2006, 25-26).

15 Resulta importante mencionarlo porque muchos autores dan a conocer sus obras sin ánimo de lucro y las divulgan, estos casos se dan sobre todo entre aquellos autores que optan por la autoedición (ya sea en formato tradicional o digital).

16 El derecho de autor se basa en la premisa de que no existe forma alguna de propiedad tan legítima como la propiedad sobre las creaciones del espíritu. El derecho de autor equivale a firmar, en el plano jurídico, que los escritores y autores tienen derecho a la propiedad sobre sus obras. Los escritores y autores tienen derecho a estar protegidos contra el uso no autorizado de sus obras y a recibir una parte de los beneficios obtenidos gracias a su utilización pública (Unesco, 1982, 18).

En términos generales, los derechos patrimoniales del autor son aquéllos que le permiten vivir de su obra. Las regalías percibidas por el autor no son otra cosa que la remuneración de su trabajo intelectual. Todas las leyes sobre el derecho de autor reflejan el principio esencial según el cual el autor tiene derecho a recibir una parte de los beneficios económicos derivados de la utilización pública de su obra (Unesco, 1982, 28).

En ambos sistemas jurídicos se reconoce un principio que constituye la característica del derecho de autor: el autor goza con exclusividad del derecho a realizar por sí —o autorizar a terceros— la explotación económica de su obra. Ello le permite convenir las condiciones en que se llevará a cabo la utilización y obtener un beneficio económico (Lipszyc, 1993, 50).

La Ley Federal del Derecho de Autor especifica sobre el derecho patrimonial lo siguiente:

En virtud del derecho patrimonial, corresponde al autor el derecho de explotar de manera exclusiva sus obras, o de autorizar a otros su explotación, en cualquier forma, dentro de los límites que establece la presente Ley y sin menoscabo de la titularidad de los derechos morales [...] (p. 6).

Los derechos patrimoniales tienen las siguientes características:

1. Son temporales,
2. renunciables y
3. transferibles.<sup>17</sup>

La característica de temporalidad se refiere a que el autor podrá permitir que un tercero, en común acuerdo, sea quien a su nombre explote y comparta con él las ganancias por la reproducción, venta, representación,<sup>18</sup> etc. de su obra. Es renunciable porque el autor es quien debe decidir en qué condiciones y a quién permite la utilización de su obra y/o, en su caso, retirar dicho permiso, es decir la transferibilidad.

Los derechos patrimoniales, aunque van de la mano con los morales, van cambiando con el tiempo y paralelamente con el avance de la tecnología; si antes un autor pensaba solamente en publicar un libro, ahora puede pensar en publicar una

---

<sup>17</sup> Caballero, 2004.

<sup>18</sup> Estas características de los derechos, las diversas formas de explotación, han sido llamadas “Sistemas de licencias”, véase Claude Colombet. *Grandes principios del derecho de autor y los derechos conexos en el mundo. Estudio de derecho comparado*. 3ª. edición, Unesco/Cindoc, trad. Petite Almeida. Madrid, 1997.

edición de lujo, de bolsillo o un *e-book* si así lo desea,<sup>19</sup> e incluso ir más allá de la mera palabra escrita permitiendo el formato cinematográfico, la radio, el teatro, etcétera. En lo que respecta al derecho patrimonial, existen una infinidad de derivaciones, modos y representaciones para una misma obra creativa, así como en qué países ha de distribuirse, a qué idiomas quiere ser traducida; y es facultad del autor decidir hasta qué punto permitirá la explotación de su obra.

De esta manera, respecto del derecho patrimonial podemos decir que en virtud de este derecho corresponde al autor el derecho de explotar de manera exclusiva sus obras, o de autorizar a otros su explotación en cualquier forma, dentro de los límites establecidos en la Ley Federal del Derecho de Autor.

Considerando las anteriores especificaciones encontramos una buena parte de las razones por las que la relación autor-editor no sólo se basa en un contrato, sino en un acuerdo en el que la confianza mutua es el mejor inicio para los trabajos de edición. También descubrimos por qué es tan importante que el editor consiga los derechos patrimoniales de las obras que ha de publicar.

En cuanto a la vigencia que tiene el Derecho de Autor vale aclarar que ésta depende de la duración de la vida del autor y, a partir de su muerte, cien años más. Cuando la obra pertenezca a varios coautores, los cien años se contarán a partir de la muerte del último, y cien años después de divulgadas.

### 1.3.2 Cesión de derechos

La cesión de derechos es, como su mismo nombre lo indica, el término que se usa para definir el acto mediante el cual un tercero adquiere el permiso del autor para

---

19 Los derechos patrimoniales generalmente corresponden a las diferentes maneras en que una obra puede utilizarse. Estos derechos son un reflejo de la tecnología de las comunicaciones. Con el transcurso de los años, el número de derechos específicos de los autores ha aumentado, como consecuencia de la evolución de la tecnología. El monto de beneficios obtenidos por el autor depende del grado de aceptación pública de su obra y de las condiciones de utilización (Unesco, 1982, p. 28). En la concepción jurídica latina los derechos patrimoniales del autor no están sujetos a numerus clausus: Son tantos como formas de utilización de la obra sean posibles, no sólo en el momento de su creación, sino durante todo el tiempo en que ella permanezca en el dominio privado, y no conocen más excepciones que las establecidas por la ley, pues las *limitaciones* son específicas, a diferencia del *copyright* en el cual los derechos de explotación son los tipificados en la ley (Lipszyc, 1993, 50-51).

explotar una obra original. Es decir, se trata de una transferencia de los derechos patrimoniales<sup>20</sup> (total o parcial) a un cesionario y mediante la cual éste “queda facultado para ejercerlos como si él fuera el autor” (Unesco, 1982). Esta cesión quedará manifestada con la firma del contrato<sup>21</sup> (sobre el cual se abunda en el siguiente punto de este trabajo) donde aparecerán todas las características de esta cesión o bien las “licencias” que se han obtenido (como se expone más adelante). Cabe destacar que aunque el autor puede negociar la forma en que su obra será explotada, por regla general un contrato de edición buscará no una licencia, sino la titularidad exclusiva, es decir, en vez de sólo editar un libro en pasta rústica para vender en México, buscará tener una edición en pasta rústica, cartoné, digital, etc., para comercializar en todo el territorio hispanoparlante.

Este aspecto resulta de vital importancia, sobre todo cuando se trata de una obra por encargo en la cual, normalmente, el autor renuncia (por un pago anticipado) a recibir regalías y cede todos los derechos a la editorial.<sup>22</sup> La mayoría de los autores de obra por encargo están plenamente enterados y son conscientes de la naturaleza del contrato que firman y de la cesión de sus derechos patrimoniales, esto se debe a que prefieren un pago seguro por una obra que, aunque sea suya, no representa algo tan valioso o unido a su persona, de hecho muchos de ellos prefieren que la obra sea publicada con un pseudónimo.

### 1.3.3 Firma de contrato

El momento más esperado por los autores y el que significa para el editor el comienzo formal del trabajo editorial, es la firma del contrato, pues en éste se establecerán

---

20 También llamados “titulares derivados” y pueden obtener dicha titularidad:  
- por *cesión* (o sea convencional o bien, de pleno derecho por ministerio de la ley *-cessio legis-*);  
- por presunción de *cesión* establecida en la ley, salvo pacto en contrario;  
- por transmisión *mortis causa* (Lipszyc, 1993, 127).

21 El acuerdo de dos o más voluntades para producir un efecto jurídico se denomina lisa y llanamente *contrato*. En la teoría general de las obligaciones, se denomina contrato al instrumento a través del cual se crean o transfieren obligaciones y derechos, mientras que a través de un convenio se crean, transfieren, modifican y extinguen obligaciones (Caballero, 2004, 21).

22 Ninguna persona jurídica puede ser titular de los derechos sobre una obra si no es por un supuesto de cesión de su autor o autores originarios (Caballero, 2004).

las condiciones, tiempos y remuneración que tendrán ambas partes para sacar a la luz el texto en forma de libro o en cualquier otro formato que se desee y acuerde.

El contenido legal de cada contrato suele ser en esencia, igual en cada editorial, pues de esa redacción se desprenden derechos y obligaciones que adquieren ambas partes al momento de firmar. Es por esta razón que las editoriales invierten una buena cantidad de tiempo en su redacción —y si no lo hacen, deberían hacerlo—. Dada su misma naturaleza existen una infinidad de tipos de contratos, los más breves tienen una extensión de tres cuartillas y los más extensos 10 cuartillas.

Sobre todos los puntos legales que debe tener un contrato puede escribirse una tesis en derecho de autor, pero podemos decir que, en general, los puntos legales mínimos que un contrato debe tener son:<sup>23</sup>

1. Especificar que se trata de un contrato de edición o el carácter de la cesión de derechos patrimoniales de la obra (normalmente se habla de exclusividad para editar).
2. En qué países se venderá y distribuirá el libro terminado; es decir, la territorialidad del producto.
3. El tiraje, siempre especificando el mínimo y el máximo de ejemplares por edición y reimpresión.
4. El número de ejemplares destinados para el autor y promoción.
5. El porcentaje de ganancia destinado al autor —o regalías—, si se va a dar un adelanto, y la periodicidad con que se realizará dicho pago, o bien si se trata de una obra por encargo en la que se realizará un pago único.
6. El plazo que tiene el editor para publicar la obra (suele ser de un año mínimo y como máximo dos, a partir de que el autor entrega el original).
7. Especificar si la edición será en forma de libro impreso, *e-book*, audiolibro, en colección, es decir, la modalidad.
8. La lengua en que se publicará la obra.

Como habíamos mencionado, tanto el autor como el editor adquieren ciertas obligaciones al momento de firmar el contrato, y del incumplimiento de alguna

---

23 Para ver diferentes tipos de contratos véase: Mónica M. Boretto. *Contratos de edición. Guía de licencias y cesión de derechos, derechos de autor, e-books y el entorno digital. Contratos locales e internacionales, modelos de contrato*. Buenos Aires: B de F, 2010.

de ellas pueden derivar múltiples problemas o la anulación del contrato (en el mejor de los casos), y en el peor, una demanda, que dicho sea de paso suele ser más común de autor a editor, que de editor a autor. Todo esto puede suceder cuando no hay claridad y certidumbre en el momento de entregar “cuentas” al autor, en otras palabras, si hay dinero de por medio. Es normal que, en caso de presentarse discrepancias durante el proceso de edición, pueda llegarse a un acuerdo con el autor, me parece que esto es así porque todo autor espera ver su obra publicada, en tanto que si siente que de alguna manera se le está engañando, puede convertirse en un verdadero problema. Para evitar esta situación, el factor predominante siempre será cumplir con todos los términos que se acordaron en tiempo y forma (anexo 2).

Entre las obligaciones que el editor adquiere al momento de firmar el contrato están las siguientes:

1. No modificar la obra de ninguna manera sin la previa autorización del autor.
2. Proporcionar al autor las pruebas finales para su autorización.
3. Cumplir con los tiempos acordados para la publicación, difusión y distribución del libro.
4. Pagar en tiempo y forma las regalías correspondientes o el pago único por la cesión de los derechos. En el caso del pago de regalías, éste deberá ir acompañado por un informe de ventas e inventario —anual, mensual, trimestral, semestral— de las existencias en almacén.
5. Entregar al autor los ejemplares gratuitos que le corresponden por cada edición y reimpresión.

A su vez, el autor asume las siguientes obligaciones:

1. Entregar en tiempo y forma el original para empezar el trabajo editorial.
2. Dar certeza al editor de que la obra no ha sido publicada o está comprometida con alguna otra casa editorial.
3. Aceptar, dentro de los plazos estipulados, las correcciones que el editor le envíe, así como las que él crea convenientes, siempre y cuando no alteren drásticamente la obra o representen, por estar fuera de tiempo o alguna otra razón, algún costo extra para el editor.
4. Apoyar a la editorial, tanto con su presencia como con su tiempo, para la difusión de la obra.

Es muy probable que los autores primerizos no negocien alguna cláusula del contrato, en primer lugar por ignorancia, y en segundo lugar por falta de interés; sin embargo, deben saber que están en su derecho de hacerlo, así como la editorial en el suyo para negarse a cambiar sus términos antes de la firma. ¿Qué tan seguido sucede esto? Más de lo que uno piensa o sabe, pues los principales motivos de queja no suelen surgir precisamente en el momento de firmar el contrato, sino conforme el proceso va avanzando, y es por ello que algunas editoriales suelen ir agregando cláusulas a sus contratos conforme se van presentando problemas con los autores; esto lo demuestra el hecho de que en algunas existen contratos pensados exclusivamente para determinado autor en los que se prevén posibles puntos de desacuerdo.

Lo más importante sobre el contrato es que ambas partes estén de acuerdo con el contenido, y que si el autor está asesorado por alguien externo sobre las condiciones del mismo, la editorial no asuma una actitud negativa, pues eso no quiere decir que el autor buscará perjudicar de alguna manera a la editorial, sino más bien sacar el mejor provecho de su trabajo; al final ambas partes tienen dos fines comunes: ver publicada la obra y obtener una ganancia por ello.

#### 1.3.4 Registro de contrato

El registro de contrato es un trámite que toda editorial debe hacer ante el Indautor, se trata de hacer un registro legal que ampare ante una instancia externa los términos del contrato pactados por ambas partes. Este trámite ayuda a que, en caso de presentarse querrela(s) por incumplimiento de alguna cláusula, se pueda proceder conforme a lo estipulado y contando con un antecedente.

Se pueden registrar aquellos actos, convenios o contratos que en cualquier forma confieran, modifiquen, transmitan, graven o extingan derechos patrimoniales; los contratos relativos a los derechos conexos; y los contratos de interpretación o ejecución que celebren los artistas intérpretes o ejecutantes (Indautor, 2013).

El registro del contrato es de vital importancia para ambas partes (autor-editorial) y corresponde a la editorial realizarlo; sin embargo, no todas las editoriales lo hacen, dicha omisión puede deberse a que el costo es muy alto,<sup>24</sup> sobre todo si una

---

24 El costo hasta el día 23 de abril de 2015 era de \$ 1 173,00 (Indautor).



editorial publica entre cinco y diez novedades mensuales, y de todas hace un registro de contrato, se encarece el costo de producción.

Para realizar este trámite es necesario llenar el formato de RPDA-03 (disponible en línea) realizar el pago y presentar los documentos requeridos en las oficinas del Indautor.<sup>25</sup>

---

25 Para más detalles de cómo realizar este trámite consúltese la página <[www.inautor.gob.mx/formatos/registro/contrato.html](http://www.inautor.gob.mx/formatos/registro/contrato.html)> donde existe una guía detallada. También se puede llamar a los teléfonos del Indautor, donde se brindan asesorías gratuitas.

## II. Fase de producción. Trabajo editorial de obras con derechos libres (y sin autor)

Una vez firmado el contrato, el libro pasará a calendarizarse, la planeación del calendario no es algo que competa al asistente editorial, pero será informado de la fecha de aparición y, por tanto, del orden y prioridad de cada libro, todo de acuerdo a lo estipulado por la gerencia.<sup>26</sup> Es importante señalar que dependiendo del tipo de publicaciones que se editen dependerán los tiempos de la calendarización, por ejemplo, para una editorial de interés general la producción de un libro debe comenzar con dos meses de anticipación con relación a la fecha que se definió para su aparición (un mes para editar y otro para el proceso de impresión), en una editorial

---

26 La gerencia, en este caso, debe entenderse como el conjunto de departamentos que forman la casa editorial (cuadro 1). Aunque cada editorial se estructura de diferente manera con diversos departamentos, jefes y/o coordinadores, la gerencia como mínimo debe incluir al director editorial y al jefe de ventas, pues ellos, en conjunto, determinarán el inicio y prioridades del trabajo de edición informándose mutuamente de los temas de actualidad (si existe alguno coyuntural y se puede hacer una obra por encargo), las obras que fueron aceptadas por medio de dictamen editorial, reimpressiones, etc. Estos y otros factores como la promoción, los aspectos legales, la administración y capacidad de producción (incluyendo la capacidad del almacén para recibir novedades y devoluciones y las fechas de distribución), deberán ser analizados, o al menos ser conocidos, por ambos jefes pues este análisis da sentido al calendario y por tanto, al trabajo editorial. En pocas palabras, la calendarización se debe en gran medida al tipo de obra que habrá de publicarse, la colección a la que estará destinada, el público a la que está dirigida, el contexto y previsiones de ventas, y finalmente, aunque no menos importante, a la capacidad del departamento de edición de cumplir en tiempo y forma con la producción de un manuscrito en un libro. Aunado a esto, habrá que retomar lo dicho en la Introducción en la que se explica con un poco más de detalle que el calendario es el fundamento de la producción de una casa editora y que en su elaboración participan todos los departamentos que conforman una editorial.

de libros de texto las entregas de los bloques se realizan a lo largo de varios meses, y para las revistas la planeación de los contenidos por temporada se hace con un año de anticipación.<sup>27</sup>

Los pasos de producción del departamento editorial pueden verse en el diagrama general (anexo 1, Fase de producción), todos estos pasos suelen tener ligeras variantes entre editoriales, esto se debe a que internamente cada editorial puede contar con diversos departamentos, carecer de alguno o bien encargar por fuera (*free lance*) algunos o todos los procesos editoriales (los más comunes son la corrección de estilo, el diseño —portada e interiores— así como la distribución y almacenaje).

Tomemos como ejemplo una editorial que esté organizada como se muestra en el cuadro 1.<sup>28</sup> En la cual existe un departamento editorial que realiza desde la contratación de obras hasta el diseño y el seguimiento de la producción; un departamento de ventas que realiza el mercadeo y colocación del producto (libro) en los puntos de venta, un almacén que recibe los tirajes, realiza las entregas, maneja las devoluciones; un departamento de administración y/o contabilidad encargado de las finanzas, y una presidencia o dirección general que organiza a cada departamento; este modelo, aunque pequeño, resulta eficiente, pues cuenta con una mejor comunicación interna del seguimiento de los avances de la edición y requiere de menos “burocracia” ya que cuenta con menos personal para realizar todas las tareas; sin embargo, el hecho de contar con menor personal hace que la carga de trabajo sea mayor para cada uno de los involucrados. En mi experiencia, la editorial donde aprendí el oficio, el departamento editorial estaba conformado por dos personas: el editor en jefe (quien además de contratar, conseguir y dictaminar obras era quien hacía la corrección de estilo, formación, lectura de pruebas, seguimiento de la impresión y diseños varios) y el asistente editorial (en este caso yo hacía capturas, cotejos, corrección de estilo, trámites ante el Indautor, lectura de pruebas, promoción, boletines de prensa, envío de materiales a segmentos culturales o programas de radio y, algunas veces, seguimiento

---

27 Requieren mención aparte los periódicos, en los cuales la inmediatez y caducidad de contenidos “noticiosos” y la “información fresca” acelera la entrega de materiales a unas cuantas horas. La rapidez y eficacia editorial que se manejan en el ámbito periodístico —y el horario nocturno— hace de sus procesos y profesionales diferentes a otros ramos de la industria.

28 Este modelo de editorial es en el que la autora de este trabajo aprendió el oficio de editora, como asistente editorial, que es además un modelo organizacional utilizado en muchas editoriales medianas.

de la impresión, así como diagramación y diseño). En otras palabras, en este modelo de editorial se tiene que hacer de todo con eficacia, calidad, rapidez y sobre todo contar con mucha comunicación y respeto entre los involucrados, pues con tan poco personal y menos tiempo aún no existe atraso o duda que no valga; el sentido común y el criterio de todas las partes es fundamental para que la producción editorial y los casos que salen del programa original lleguen a buen término.<sup>29</sup>

---

29 Existen varios casos por los cuales una editorial cambia su calendario original, puede ser por la aparición de temas coyunturales —como lo fue en su momento la aparición del libro de Dan Brown *El código Da Vinci*, a la par del cual surgieron infinidad de libros relacionados a la masonería, códigos ocultos, evangelios apócrifos y similares—; libros que se deben publicar por “favores” o por compromisos morales, o bien el caso más común, el programa (concurso) Bibliotecas de Aula y Escolares. Este programa comenzó en el año 2000 y tiene como objetivo incrementar la cantidad de títulos para los Libros del Rincón (esta colección creada por la SEP en los años noventa, tiene la función de dotar a cada escuela de una pequeña biblioteca con libros literarios, científicos, diccionarios, atlas, y así promover la lectura entre niños y jóvenes). Este programa funciona mediante el modelo de coedición, en el cual una editorial somete a la consideración de un grupo de expertos elegidos por la SEP (entre los cuales hay profesores, pedagogos, intelectuales de renombre, científicos, promotores de lectura) parte de su catálogo de acuerdo con las categorías de cada año (grado escolar, género o temática). Una vez seleccionado, la SEP “compra” a la editorial el tiraje de dicho título (de al menos quince mil ejemplares) al precio mínimo, es decir, sólo paga los materiales (papel, impresión, encuadernación); la editorial gana, entonces, gracias a la “venta por volumen” una parte proporcional, resulta un programa muy atractivo porque es dinero que, de otra manera, no entraría a las arcas de la casa editorial.

	Departamentos (básicos)	Funciones básicas	Funciones específicas
Gerencia, dirección general y/o presidencia	Departamento editorial	Preproducción, producción editorial y algunos trámites de posproducción	Contratación de obras y/o obras por encargo
			Recepción de manuscritos
			Dictamen
			Traducción
			Corrección de estilo
			Diseño
			Lecturas y correcciones
	Contratación y seguimiento de la impresión		
	Departamento de ventas	Manejo del fondo editorial y promoción del fondo editorial	Promoción
			Colocación en puntos de venta
			Estudios de mercado
			Almacén
Administración y/o contabilidad	Manejo de las finanzas	Distribución	
		Presupuesto (anual, mensual, caja chica)	
		Compras/ventas/pagos	
		Regalías	
			Recursos humanos Servicios generales (papelería, equipo de cómputo, renta del local, mantenimiento)

Cuadro 1.  
Organización básica  
de una casa editorial

Elaboración propia con base en Sagastizábal, 2002.

La producción editorial es un trabajo en equipo, pero al mismo tiempo requiere que todos los involucrados cumplan cabalmente con su parte, no existe paso pequeño, rápido, más rápido o sencillo que el otro, tampoco conviene apresurar ninguno o negar los atrasos, fueran los que fueren, pues dentro de la lógica de una cadena —como lo es la edición de un libro— si hay un eslabón “débil” el producto final resulta manco, por así decirlo, cada paso tiene su razón de ser y del conocimiento de la importancia de cada uno nace el verdadero valor que una editorial tiene ante el autor (inicio inalienable de la cadena del libro) y el lector (consumidor final):

una obra bien editada y diseñada. Ninguno de los dos aspectos califica por si solo para que una editorial obtenga un buen renombre, un excelente diseño pero con un texto lleno de erratas o en el que falte el rigor en la aplicación de los criterios editoriales (como el aparato crítico, siglas y acrónimos, así como la coherencia interna que debe tener la temática de determinada colección, entre otros aspectos) o que aunque esté bien editada se presente con un diseño pobre, difícil de leer y con una portada sin atractivo, equivale a dejar el libro en el olvido.

No importa si la editorial publica libros de superación personal, manualidades, esotéricos, religiosos o inspiracionales, el deber del editor siempre será el mismo: no menospreciar ni a su autor ni a su público, es decir, entregar al almacén un producto bien terminado.

Pese a estas reflexiones y lugares comunes que acaban de ser señalados, la realidad es que no hay proceso libre de problemas, atrasos, detalles que hay que dejar pasar en aras de cumplir el calendario, la errata que siempre encuentra el primero que abre el libro en el almacén, la fuente que no se imprimió bien, el diseño por el que se pagó poco y que no vende o bien la insatisfacción casi eterna de los autores “porque el editor no hizo bien su trabajo”. Todo esto, no hay que negarlo, es parte de este oficio (todo buen editor en jefe debe entenderlo, pues finalmente él también fue asistente o corrector alguna vez) y localizar los puntos en los que se ha fallado, sin señalar culpables, resulta sano para el proceso en general.

El papel del asistente editorial en este punto del proceso será<sup>30</sup> hacer propiamente edición, es decir, trabajar con el texto haciendo capturas, cotejos, correcciones, diseño (en algunos casos), seguimiento de la producción y una infinidad de labores, que no está de más señalar serán aquellas que el editor, y el presupuesto que se le ha asignado, determinen lo que quiere decir, con todas sus palabras, cualquier cosa.

---

30 Aunque, como hemos visto, siempre ha sido hacer cualquier cosa que el editor le pida hacer, desde tratar con autores y hacer trámites (labores secretariales), corrección de estilo, lectura de galeras, diseño (tareas editoriales) y como se verá en el último capítulo, labores de promoción.

## II.1. Edición

Como ya se ha visto, las editoriales trabajan con dos tipos de obras:

1. Las que se contratan y *a)* cuentan con autor vivo o *b)* cuyos derechos patrimoniales son administrados por sus herederos (familiares) o cesionarios (personas físicas como agentes literarios u otras editoriales).
2. Las que son de derechos libres, es decir, aquellas que por haber pasado el tiempo determinado por la ley de cada país desde la muerte del autor, sus derechos patrimoniales han expirado y se han vuelto del “dominio público”<sup>31</sup> y por tanto se volvieron susceptibles de ser explotadas por terceros sin necesidad de una cesión de derechos.

Esta diferenciación es fundamental para el inicio del trabajo editorial por varias razones; la primera es sencilla y tiene que ver con la naturaleza misma del trabajo editorial y con uno de sus primeros pasos: la corrección de estilo (ver punto dos de este capítulo); la segunda, aunque no menos importante pero que en estos tiempos donde se da por sentado que las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) están más que aceptadas en la sociedad, no resulta tan obvia y se refiere a la obtención de los textos en sí.

La corrección de estilo, como se verá más adelante, se realiza cuando la obra es inédita y por ello jamás ha sido editada, pero aquellos textos que se han contratado de otras editoriales, las traducciones y las obras de dominio público no tienen que pasar por corrección de estilo, esto es algo básico que todo editor y asistente debe saber, pues es de lo más común que principiantes en este oficio o incluso editores, pese a sus “años de experiencia”, intentan realizar correcciones de estilo de textos como la Biblia, o de autores como José Saramago o Guillermo Cabrera Infante,<sup>32</sup> o que, en el desconocimiento de ciertas jergas (como la médica o de la abogacía) incurrir

---

31 Véase el capítulo 1, punto 1.3.2 Cesión de derechos, de este trabajo.

32 Menciono a este par de autores no porque sean los únicos que han realizado experimentos narrativos o que en sus obras hayan rebuscado o trastocado varias reglas gramaticales, sino porque en muchos casos se contratan “profesionales” para corregirlos.

en errores dignos de un libro de anécdotas chuscas, por llamarlas de alguna manera. El sentido común y el criterio no deben permitir que estas cosas sucedan y esto es todavía más importante cuando la obra que se va a publicar es del dominio público pues, tomando como base el respeto al derecho moral de cada autor y a la ética profesional del editor, dichos textos deben respetarse tal y como fueron publicados originalmente y si van a ser reeditados deberá recurrirse a un experto en el tema (académico reconocido) o bien conseguir el visto bueno de los herederos (si es que los tiene). Lo que sí se puede hacer es nuevas ediciones, que pueden obedecer a varios puntos:

- la aplicación de criterios “modernos” de algunos signos de puntuación,
- la modernización, sobre todo en las traducciones de obras muy viejas, de palabras en desuso o de ciertas formas gramaticales anquilosadas,
- presentar un manejo adecuado de la composición tipográfica,
- entre otros.

Resulta más sencillo para un editor trabajar adecuadamente una edición cuando el autor sigue vivo y se le puede convencer de cambiar ciertos aspectos de su trabajo previo a la publicación, que intentar hacer algún cambio en obras que no lo tienen, sin embargo no está de más que un editor presente nuevas y respetuosas propuestas de obras conocidas, al final quien agradece estos ajustes es el lector, cuyos gustos, formas de leer y contexto social van cambiando con cada nueva generación de escritores, sin olvidar que detrás de cada escritor, nuevo o clásico, siempre habrá un editor.

### II.1.1 Captura de textos

Como se mencionó en el primer capítulo de este trabajo, cuando un texto inicia el proceso de dictaminación, suele pedirse un impreso al autor, sin embargo una vez que se ha firmado el contrato sale a la luz que no existen archivos digitales con los cuales trabajar, en general, esto sucede cuando:

1. los autores no cuentan con archivos digitales, ya sea porque su trabajo es mecanografiado o, incluso, no saben usar una computadora. Aunado a esto



- muchos autores desconocen el proceso de producción editorial y tienen la idea de que su manuscrito se imprimirá tal y como se entregó;
2. al contratar una obra, en la mayoría de los casos, los cesionarios no proporcionan dichos archivos, simplemente firman un contrato y esperan recibir las regalías;<sup>33</sup>
  3. se trata de obras que al ser del dominio público no cuentan con un original oficial y digitalizado;
  4. es una obra en otra lengua y, por lo tanto, requiere ser traducida.

En el caso cuatro de la lista no debe haber problema para conseguir un original digitalizado, pues al contratar al traductor este debe entregar un original en un archivo de texto. Para los puntos uno, dos y tres<sup>34</sup> existe una simple solución que, además, será una labor para el asistente editorial y es la captura de texto.

En la actualidad, y a diferencia de otros tiempos en los que esta labor sería encargada a un(a) mecanografista (o capturista) que realizaría la captura en un procesador de textos, existen dos tecnologías que, conjuntas, ayudarán a esta labor: un escáner<sup>35</sup> y un programa OCR. Un escáner (no importa si es un multifuncional o si se usa una fotocopidora con este aditamento) es un aparato similar a una cámara

---

33 Es común que en muchos contratos se estipule que el cesionario se reserva el derecho de autorizar o rechazar portadas o incluso diseños de interiores, así como reservarse el derecho de elegir prologuistas y similares.

34 Para el punto tres existe una solución adicional y es la obtención de obras de dominio público digitalizadas en la web, por ejemplo en la Biblioteca Cervantes o el Proyecto Gutenberg, repositorios digitales cuya filosofía es que dichas obras estén al alcance de un público amplio y para futuras generaciones. Es importante señalar que también existe el otro lado de la moneda, y son aquellas páginas de internet que distribuyen obras digitalizadas pero con novelas de moda o que tienen un alto índice de venta; en el mismo tenor existen otros fenómenos curiosos que resulta importante señalar y son los que provocó en la red la saga de Harry Potter (mencionada con anterioridad) y que tienen que ver con la obtención de textos ilegalmente en la red. Más allá de la simple obtención de un PDF o archivo de texto en la red de estos libros, emergieron obras creadas por fans (conocidas como los apócrifos o *fans fiction*) que se distribuyeron como verdaderos adelantos en la red; el otro fenómeno se dio cuando se publicó el último libro en inglés, pues varios grupos de fans se dieron a la tarea de traducir y distribuir la novela en diversos sitios web.

35 “Un escáner de computadora (escáner proviene del idioma inglés *scanner*) es un periférico que se utiliza para convertir, mediante el uso de la luz, imágenes impresas o documentos a formato digital”, *Mastermagazine*, <<http://www.mastermagazine.info/termino/66t8.php>>.

fotográfica digital<sup>36</sup> especializado y pensado para el trabajo en un lugar fijo, la mayoría de los escáneres que existen en el mercado incluyen un programa de este tipo que ayudará a la captura de textos; pero si por alguna razón dicho programa no cumple con las características necesarias para esta labor, existen en el mercado varios programas OCR,<sup>37</sup> los más comunes son:

- Rea Read-Iris (<http://www.readiris.com/>).
- Omnipage (<http://www.omnipage.com/>).
- Fine-Reader (<http://www.finereader.com/>).<sup>38</sup>

Cada uno con su propia interfaz (figura 3) y detalles extras que lo diferencian de los otros. No es adecuado para este trabajo enseñar a escanear y capturar texto en cada uno de estos programas, pues resultaría demasiado largo y engorroso, sin embargo daremos los pasos elementales y consejos para que la captura sea más rápida, fluida y precisa, para que al momento del cotejo haya un mínimo de errores.

---

36 Las fotografías tomadas con cámaras digitales e incluso con teléfonos móviles o inteligentes son susceptibles de pasar por el proceso de ocr, siempre y cuando tengan una buena calidad (300 dpi como mínimo).

37 “OCR (*Optical Character Recognition*). Lectura Óptica de Caracteres. Uso de un escáner para leer un texto ya impreso y convertirlo en un archivo digital de texto”. Campos S. y Orozco G. *Glosario de producción gráfica*. Universidad de Guadalajara, primera edición, 2009. Este proceso consiste en escanear un texto y, por medio de un programa especializado, obtener una imagen que logrará identificar: “...símbolos o caracteres que pertenecen a un determinado alfabeto, para luego almacenarlos en forma de datos, así podremos interactuar con estos mediante un programa de edición de texto o similar. Con frecuencia es abreviado en textos escritos en el idioma español...”, Wikipedia, 2014a. Los programas OCR funcionan mejor cuando cuentan con bases de datos de tipografías amplias y múltiples diccionarios (con amplio vocabulario y en diversas lenguas).

38 Esta lista fue tomada de la Biblioteca Digital Greenstone, del Papel a la Colección. Estos programas tienen la desventaja de tener un costo (a veces alto), pero existen programas de distribución libre que resultan ser una alternativa para estos, aunque tienen desventajas, como un número menor de diccionarios o diccionarios con menos palabras, menor capacidad para reconocer imágenes con baja calidad y capacidad limitada para reconocer ciertas tipografías.

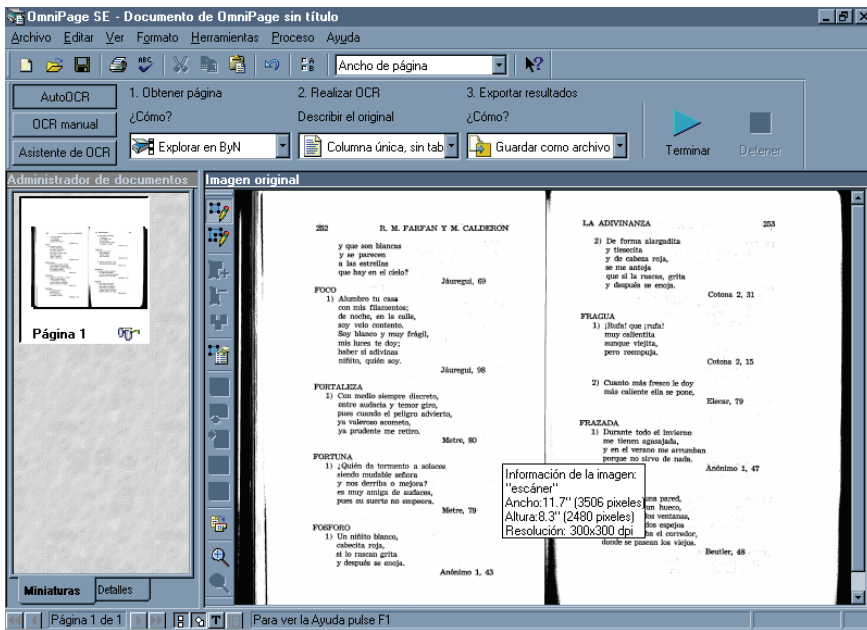


Figura 3. Ejemplo de programa OCR. Interfaz de Omnipage

Para iniciar con la captura es necesario contar con un original impreso, habrá que considerar que dada la misma naturaleza humana, y pese a las normas de entrega de originales, los originales pueden venir en una infinidad de tipografías (colores y tamaños), calidad de papel, imágenes,<sup>39</sup> márgenes, entre otros. En general podemos dividir los textos impresos para captura en dos tipos: hojas y libros; que a su vez se subdividen en varios tipos:<sup>40</sup>

- I. Originales impresos en hojas:
  - a) hojas mecanografiadas sueltas, sin ningún tipo de unión;

---

39 Cabe señalar que la mayoría de los autores que escriben en interés general y de texto (mantengamos a parte autores de libros infantiles), dependiendo de su trabajo, suelen incluir imágenes extraídas de internet o *clip art* (pequeñas imágenes que suelen incluirse en algunos programas, como Office, para complementar los textos), pero será deber del editor no incluirlas o investigar si pueden adquirirse los derechos de reproducción o si son libres de derechos.

40 Como se mencionó arriba, existe una variedad infinita de tipos de originales, en este caso, y para precisar lo obvio, se exponen aquellos tipos a los que la autora de este trabajo se enfrentó.

- b) hojas mecanografiadas, engargoladas o perforadas (en este caso unidas con broches metálicos Acco o de patitas);
- c) hojas impresas con una impresora de matriz y engargoladas;
- d) hojas impresas con una impresora de inyección de tinta y engargoladas, y
- e) hojas impresas con una impresora láser.

2. Originales libros:

- a) ejemplares muy antiguos o únicos (difíciles de conseguir);
- b) ejemplares deshojados o maltratados;
- c) ejemplares empastados (es decir, que tienen una encuadernación extra a la original, como las que suelen tener los libros de las bibliotecas).

Los originales en hojas sueltas suelen presentar problemas para ser capturados, el primero y más obvio de estos problemas es que suelen carecer de números de página, otro, aplicable a cualquiera de los dos tipos, es la calidad del papel, no hay que olvidar que el papel viejo se rompe con facilidad al ser manipulado y que es muy sensible a la luz y el calor (los escáneres utilizan luz —que genera calor— para capturar las imágenes) y aunado a esto el papel manchado, rugoso o con imperfecciones propias de la edad “ensucian” la captura. Por otro lado, los impresos en épocas más recientes suelen tener como problema el engargolado o encuadernado que dificultarán la manipulación hoja por hoja. Para evitar contra tiempos en este proceso, o la pérdida de materiales valiosos e irrecuperables se dan las siguientes recomendaciones:

- preguntar si el original impreso debe ser guardado, preservado y devuelto (al autor o dueño original);
- hacer saber al dueño o autor que lo más probable es que el original sufrirá algún grado de maltrato de manera irremediable (ya sea porque las hojas se manipularán o porque el libro se abrirá como si se estuviera fotocopiando);
- numerar a mano las hojas sueltas que así lo requieran;
- si es posible sacar un juego de fotocopias y escanearlo;
- si es posible sacar las hojas del engargolado, sobre todo si se trata de los broches de patita, ya que las hojas suelen romperse al doblarlas y desdoblarlas continuamente;

- tener un espacio amplio en el escritorio donde se trabajará, y
- no apresurar la captura.

Una vez listo el material, e independientemente del programa que se use, estas sugerencias son básicas para cualquier proceso de captura:

- a) escanear página por página (procure no hacer hoja doble) y coteje cada hoja al mismo tiempo;
- b) configure adecuadamente su escáner, sobre todo la resolución que debe ser de mínimo 300 dpi y escanear en tonos de grises (sobre todo si se trata sólo de texto);
- c) guarde un respaldo de cada hoja escaneada, esto para evitar volver a maltratar el original en el futuro;
- d) si su original cuenta con imágenes cuya inclusión en la nueva edición es fundamental, es recomendable escanear por separado cada imagen y con una mayor resolución o bien contratar a un fotógrafo profesional y especializado en este tipo de trabajo.

Finalmente siempre se deberán guardar los archivos capturados en un archivo de procesador de textos no profesional (en Word o similar), esto es muy importante sobre todo si se trata de una obra de la que la editorial tiene todos los derechos, si llegara a licenciarla ahorraría mucho trabajo para una nueva edición. Otro aspecto importante sobre el manejo de respaldos, tiene que ver con que actualmente uno de los activos más valiosos con los que cuenta una editorial son sus archivos digitales,<sup>41</sup> no hace demasiados años ese activo eran los negativos<sup>42</sup> de las obras (interiores y portadas), en la actualidad con el revelado directo a placas y, considerando que estas tienen una vida útil limitada, los archivos digitales son vitales para la subsistencia

---

41 Archivos digitales completos abiertos y PDF, es decir: 1) originales en procesador de texto (Word o similar), 2) imágenes originales por separado, no insertadas en Word (JPG, TIFF, vectorizadas), 3) texto formateado en programa profesional de diseño (Indesign, Latext), 4) fuentes digitales completas y 5) PDF de la obra completa (que incluya rebases, aunque no tenga color).

42 “Imagen fotográfica de originales sobre papel, película o vidrio en forma inversa a la del original inicial. Las áreas oscuras aparecen claras y viceversa” (Sánchez y Orozco, 2009).

de una editorial. Lo más recomendable es realizar respaldos digitales múltiples y paralelos, es decir en diversos soportes como CD o DVD, discos duros externos o en servidores externos<sup>43</sup> (en la nube), lo más recomendable es que no exista un solo respaldo de nuestros archivos en caso de contingencia.

En cuanto a la información que debe contener cada carpeta se recomienda no guardar el mínimo que se requiere, es decir, no sólo preservar el PDF que se usó para la pre prensa, por el contrario, habrá que guardar:

1. Archivo original capturado, traducido o corregido en procesador de textos no profesional (Word) de todos los textos (interiores y portada).
2. Archivos abiertos y formados en procesador de textos profesional (Indesign o similar) de interiores y portada (completos).<sup>44</sup>
3. Todo el material gráfico que se utilizó, en el texto final y portada, por separado (fotos, gráficas, ilustraciones).
4. PDF en alta resolución (con rebases y sangrías) de interiores y portadas.
5. Fuentes (tipografía) utilizada en todos los archivos.

El asistente será el encargado de verificar que dicha información esté completa y nombrada correctamente, por lo que deberá tener muy bien organizados todos los archivos, para esto se recomienda archivar en carpetas jerárquicas:

- A) Carpeta anual nombrada con el año respectivo y con número,
  - a) subcarpeta “Libros” por colecciones, serie, sello editorial,
  - b) subcarpeta “Dictámenes”,
  - c) subcarpeta “Trámites”,

---

43 Es importante señalar que la contratación de servidores externos, que almacenan en “la nube” información, no está del todo exenta de problemas, debido sobre todo a que la mayoría y más baratos servicios de este tipo son de empresas radicadas en el extranjero y sobre las cuales existe muy poca, o nula, vigilancia, además de que suelen desaparecer con rapidez provocando que nuestra información respaldada se pierda.

44 En las versiones más nuevas del programa Indesign existe una extraordinaria herramienta: Package, que no sólo guarda en una misma carpeta el archivo abierto, también “jala” fuentes y links (normalmente imágenes insertadas) para enviar a pre prensa.

- d) subcarpeta “Base de datos”,
- e) subcarpeta “Catálogo.

La estructura, disposición y contenido de la carpeta anual, y por tanto de cada libro, es responsabilidad del asistente editorial, por ello es recomendable que no se deje al último, sino que sea una labor diaria cuyo seguimiento y actualización se convierta en el fundamento de las tareas de asistencia. Para finalizar, se deben actualizar los archivos digitales al menos una vez cada dos años, o cada vez que salga una nueva versión de los programas (procesadores de texto y de diseño) y sistemas operativos; esto con el fin de mantener vigente el trabajo realizado en años anteriores.

## II.1.2 Errores más comunes durante la captura y cotejo

Pese a que los escáneres y los programas OCR han mejorado sus capacidades con los años siempre será necesario hacer un cotejo entre el texto impreso y lo que el OCR reconoce durante la captura. Para ayudar en este proceso los programas OCR pueden programarse de tal manera que nos auxilien con un diccionario; este diccionario avisará qué palabras desconoce —porque le resulta difícil reconocer los caracteres— y dará opciones —de acuerdo a un aproximado que obtendrá comparando con su diccionario—, aunque el cotejo hace lenta la captura, garantiza un texto limpio (figura 4) y un texto limpio ahorrará tiempo valioso del proceso de producción.

Sin embargo es importante señalar que:

- a) pese al diccionario, el OCR, como cualquier programa de procesamiento de texto, no puede dar un con texto de lectura humano, es decir, por ejemplo, si reconoce la palabra “pata” y verifica que existe en su diccionario dará como resultado “pata”, pero evidentemente no podrá saber si “pata” tiene contexto o sentido en la oración y texto que se está capturando (figura 5);<sup>45</sup>

---

45 Aunado a esto está el hecho de que si se está usando un diccionario en español y en nuestro texto existen palabras en otras lenguas, el programa nos dará un aproximado en español o bien avisará que esa palabra no está registrada.

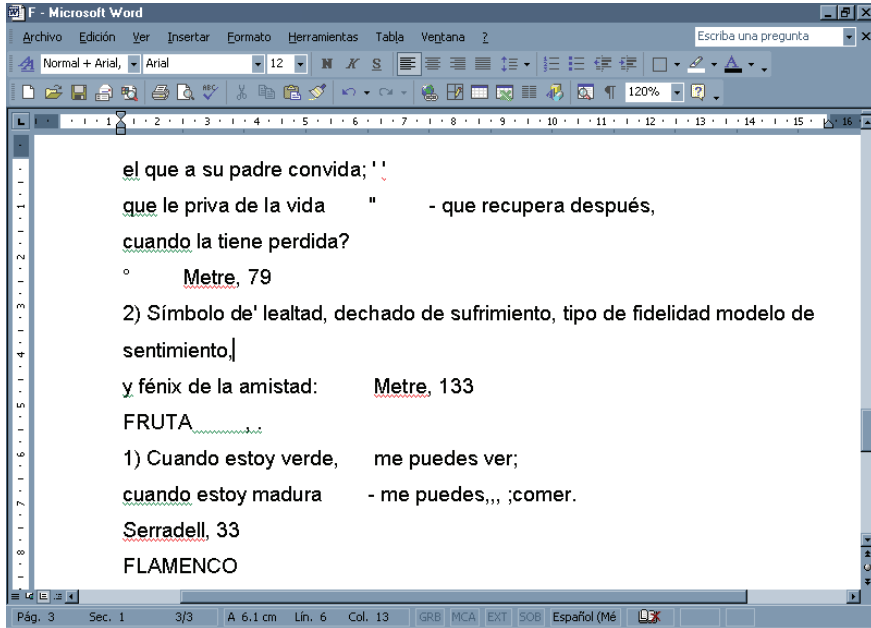


Figura 4. Texto capturado por medio de un programa OCR exportado a un documento de Word y que no ha sido cotejado

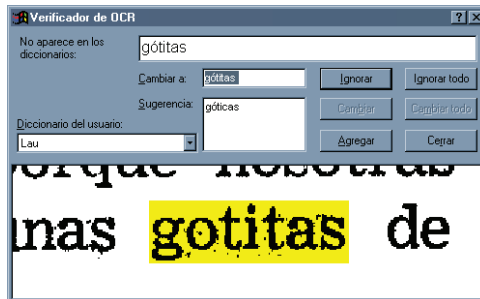
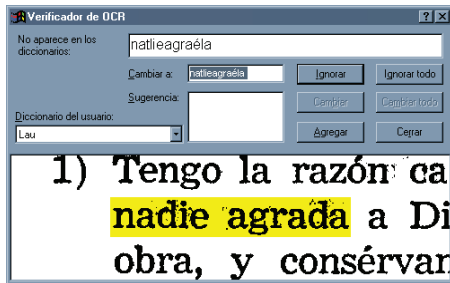


Figura 5. Sugerencia por manchas



- b) como ya se mencionó la calidad del papel y de la impresión influyen determinante en la captura de texto, las manchas, porosidades, tipografías demasiado “delgadas” o “gruesas” tergiversarán el texto irremediablemente (figura 6);

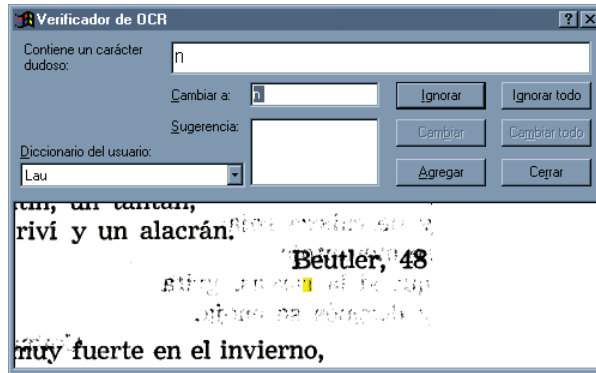


Figura 6.  
Manchas de captura

- c) el programa OCR permite que el usuario determine las zonas que se desean capturar, esto elimina zonas en blanco en las que muchas veces pequeñas manchas, pelusas o cabellos, pasan por letras, también cornisas, números de páginas y similares que son innecesarios para la nueva edición (figura 7);

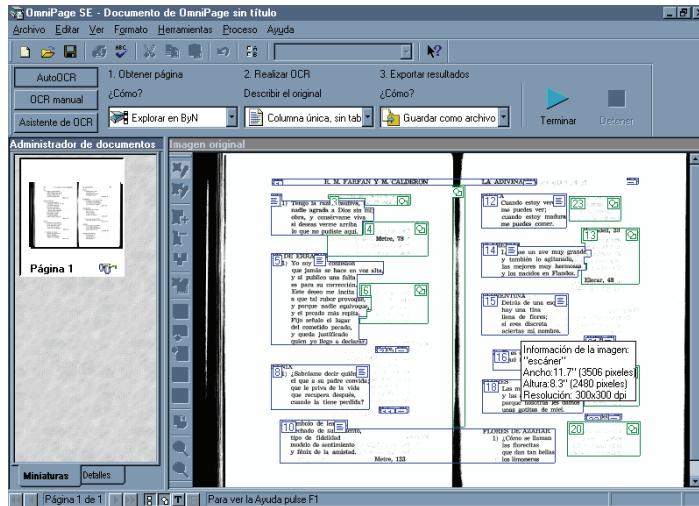


Figura 7.  
Página capturada y  
página capturada 2

- d) una vez terminada la captura, el programa OCR abrirá un archivo en el procesador de textos que se indique (Word es el que está predeterminado en casi todas las computadoras), dicho documento deberá cotejarse pues siempre saldrá sucio (figura 8).

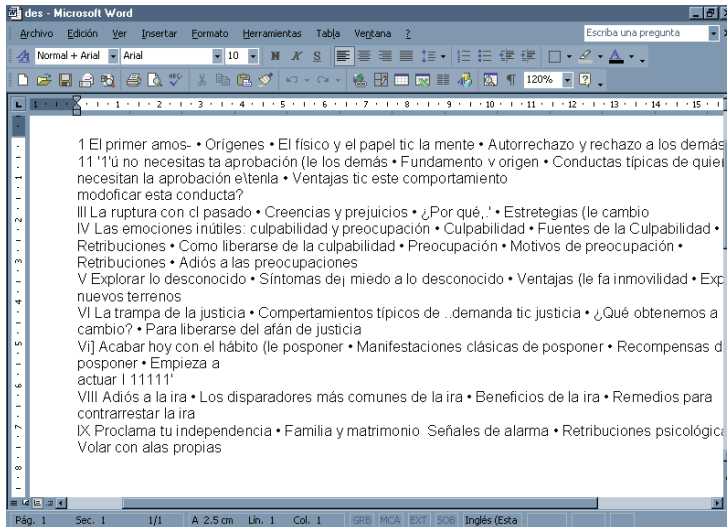
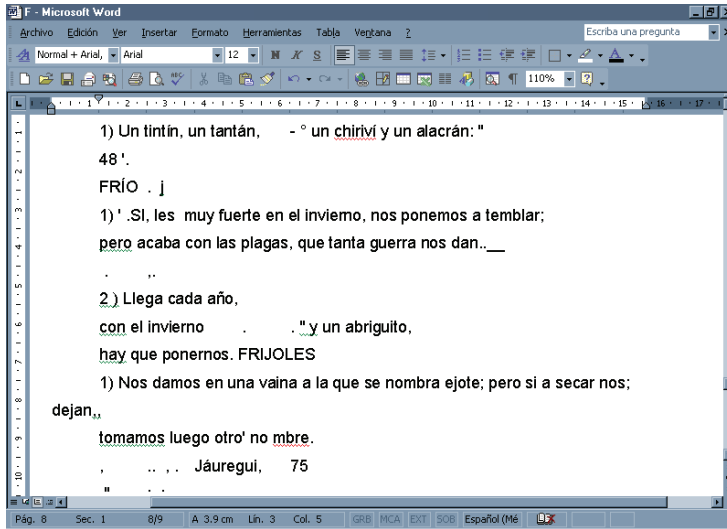


Figura 8.  
Archivo no cotejado  
y sucio. Manchas de  
captura transforma-  
das en texto

Una vez que se ha hecho un cotejo previo al archivo para el procesador de textos con ayuda del diccionario del programa OCR, el resultado tendrá una serie de errores propios de la automatización y, tal y como se mencionó arriba, será necesaria la intervención “humana” para solventarlos.

Los errores más comunes durante la captura de un texto en español se resumen en el cuadro 2.

Error	Ejemplo
Eliminación de espacios entre palabras	come la = comelo
Añadidura de espacios entre letras y creación de palabras	de = ale
Confusión de las letras “l” y “f” por “i” acentuada y viceversa	veía = vela beber-ía = beberla solfa = solía Olas = Oías habla = había
Confusión de la letra “l” por el número “1” (sobre todo en textos con tipografía de patitas)	e1, a1, 1a, 1e, 1o = el, al, la, le, lo
Unión de dos letras para hacer otra, o separación de una letra para hacer dos (sobre todo con la “r”, “n” y “m”)	riada = nada corno = como retomen = retornen tornarse = tomarse ele = de torno = tomo Tórnalo = Tómallo inundo = mundo marido = mando niega = ruego arios = año
Confusión y cambio de vocales (sobre todo en monosílabos)	cuanta = cuenta can = con parque = porque
Bajo reconocimiento en cursivas	! = l final (arenal / arena!) mego = ruego tono = fono

Cuadro 2.  
Resumen de errores  
más comunes  
durante la captura

En general la captura de textos, aunque en gran medida automatizada, requerirá de un tiempo adecuado y deberá realizarse con sumo cuidado por parte del asistente.

## II.2. Corrección de estilo

El proceso de corrección de estilo de un texto se lleva a cabo en aquellos casos en los que se tiene contacto con los autores de las obras que se publicarán; es decir, aquéllas que corresponden a las primeras ediciones.

La corrección de estilo es un tema rico, que por su extensión no es posible tratar en este trabajo. Sin embargo, al respecto puede decirse que ésta depende no sólo de las reglas gramaticales y ortográficas que debe presentar cualquier texto (uso de tercera persona, evitar solecismos, queísmos, repeticiones de palabras, oraciones y párrafos demasiado extensos). Se decide, además, en los libros académicos o de temas científicos, estilos de citación apegados a un solo sistema [*American Psychological Association* (APA), *Modern Language Association* (MLA), Harvard, Chicago] además de aquellos criterios que cada casa editorial elija para sus publicaciones.

Esto quiere decir que en cada editorial se toman una serie de decisiones respecto de criterios que tienen que ver con la unificación de los textos. De esta manera, se deciden cuestiones como jerarquías de títulos y subtítulos, agregarles números romanos o arábigos, letras, incisos; el empleo de la numeración (guarismos) en cantidades, fechas y cifras varias, desatar o no siglas y abreviaturas; una sola forma para escribir términos cuyas normas se aceptan de dos maneras distintas [por ejemplo, la tan polémica decisión de la Academia de la Lengua Española, en sus artículos enmendados, de agregar el acento diacrítico a sólo o seguir usando solo (sin acentuar) en casos de anfibología], castellanización de nombres propios de países y ciudades, uso de cursivas, negritas, subrayados, blancas, entrecomillados, y otros tantos más.

Dichas decisiones se toman para unificar los textos, previo a su formación. En cuanto a los textos formados, se toman otras decisiones que tienen que ver con el diseño, como el tamaño de las cajas de texto, la utilización o no de columnas auxiliares, la tipografía, el interlineado, la forma de disponer sangrías, colgados, citas, epígrafes; la colocación de cuadros, gráficas, apostillas (secciones o textos periféricos al texto central), las imágenes (en el cuerpo del texto o en la columna auxiliar), la referencia de éstas en el texto, la forma de numerar los pies de imagen, o en su caso, no numerarlos, el texto de las cornisas y de los pies de página, la colocación de los folios, de páginas en blanco, la portada, el texto de contraportada, y un largo

etcétera,<sup>46</sup> los cuales deben ser también revisados por el corrector de estilo, según el manual de estilo que rija a la casa editorial.

Al respecto, Tomás Granados afirma

Juan Luis Cebrián, director durante largo tiempo de *El País*, desde hace ya más de dos décadas dice que ‘un libro de estilo no es una gramática ni un diccionario al uso. Es simplemente el código interno de una redacción de cualquier medio informativo, que trata de unificar sistemas y formas expresivas con el fin de dar personalidad al propio medio y facilitar la tarea del lector en el caso de los periódicos’.

En el caso que está exponiéndose, en los libros esotéricos y de temas religiosos, esta corrección de estilo se centra, además de lo ya expuesto, principalmente en el uso de altas y bajas, sobre todo las relacionadas a deidades y términos sagrados o de índole hermética, como se expone más adelante.

## II.2.1 Libros esotéricos y de temas religiosos

Sobre el uso de altas y bajas se han escrito sendos y variados artículos dentro de gramáticas, manuales de redacción y similares, por esa razón este apartado no se dedicará a transcribir ni a comentar lo ya reiteradamente expuesto y comprobado por autoridades en el tema. Más bien se hablará sobre un “micromundo” (micro en tanto que ha sido poco comentado por la academia, pero bastante abundante en el mundo del libro): los libros de esoterismo y temas religiosos.<sup>47</sup>

El trabajo editorial y la unificación de este particular tipo de libro contradice en muchos momentos las reglas básicas tanto de la corrección de estilo como de criterios

---

46 Para ver a detalle cada una de las partes de un libro ver el anexo 4, y las de una página formada con todos los elementos mencionados arriba, ver figura II.

47 Los libros de esoterismo, autoayuda, metafísica, magia, terapias alternativas, etc. son toda una tendencia que abarca una buena porción del mercado editorial, no sólo mexicano sino mundial, y que por sus peculiaridades, en cuanto a edición se refiere, han pasado desapercibidos como si sobre ellos recayera una “maldición editorial”, que poco a poco los llevó a ser considerados algo así como “géneros menores”, “subgéneros” o “libros compra/tira”, reciben una mínima o nula atención por parte de sus casas editoras, lo cual ha ocasionado que la mayoría resulten en ediciones baratas, llenas de erratas, sin diseño y, por qué no decirlo, feas.

editoriales que se utilizan por sentido común (con base en la experiencia adquirida), no sólo en lo referente al uso de altas y bajas, cursivas, negritas, etcétera, sino de composición, citas (sobre todo de libros sagrados como la Biblia), entre otras. Esta particularidad se debe a una sola razón y es que este tipo de libro maneja una codificación textual y contextual distinta a la de cualquier otro. La abundancia de conceptos herméticos, mensajes crípticos y términos que, de acuerdo con el autor y sus creencias religiosas o espirituales, resultan fundamentales para entender la “enseñanza” que intenta exponer, provocan una profusión de hiperseñalamientos, mismos que hacen que la mancha tipográfica —valga la redundancia— se vea manchada, o saturada (figura 9).

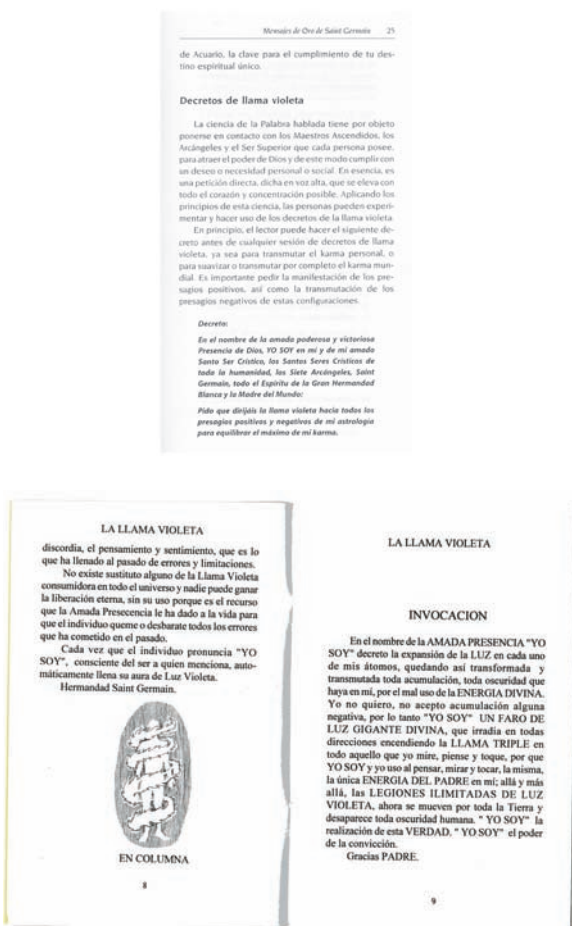


Figura 9. Ejemplo de mancha tipográfica del libro Mensajes de Oro de Saint Germain (arriba) y de La llama violeta de Emmet (abajo)

Este hiperseñalamiento —que sólo el iniciado o acólito puede entender de mano de quien escribe— puede ser enmendado en primer lugar por el autor, pues no debemos olvidar que si se siguió el proceso editorial al pie de la letra desde la entrega del manuscrito, éste debió estar adecuado a las normas de la editorial.<sup>48</sup> Debe considerarse que, aunque se trate de micromundo, no todos los libros de terapias alternativas, esotéricos y temas similares en particular deben llevar un exceso de señalamientos, pero es sólo el autor quien sabe en primer lugar a quién está dirigido su texto, y segundo, qué conceptos resultan verdaderamente valiosos para su lector. En todo caso hay que hacer una limpieza exhaustiva del texto y anotar en cada caso el criterio que se usó, hacerlo saber al autor y sobre todo tratar de que acepte las observaciones que se le hacen. El editor junto al corrector deberán tomar las decisiones respecto a la unificación de criterios editoriales, así como realizar una lista de cotejo o *check list*<sup>49</sup> para verificar que éstos se cumplan a lo largo del cuerpo del texto y, de ser posible, se conviertan en parte del manual de estilo de la casa editorial (que en muchos casos el asistente editorial actualiza) o de dicha colección.

Los problemas que surgen en este sentido, es decir, cuando necesariamente se debe utilizar un marcaje en especial en determinados términos o pasajes, se deben a dos situaciones:

1. Cuando la obra está protegida por los derechos de autor, que incluyen el uso de esas marcas.

---

48 Cabe señalar que la mayoría de los libros que están en el mercado están dirigidos a un público especializado o estudioso del tema, pues muchas de estas sociedades editan sus propios textos para su exclusivo círculo, y la razón por la cual no los editan para otros es simple: se trata de sociedades secretas (como los masones) que precisamente lo que buscan es que la “enseñanza” se mantenga secreta, de acuerdo a sus cánones y sistemas de creencias. Sin embargo, en los últimos años, y debido a la publicación de la famosa obra *El Código Da Vinci*, *best seller* mundial, escrita por Dan Brown en 2003, muchos miembros de dichas sociedades han querido dar a conocer su propia postura respecto de los temas que esta novela trata o bien intentan ganar nuevos adeptos dando a conocer “una parte” de su mundo.

49 En cada paso del proceso de edición, sobre todo en lo que se refiere a las lecturas, no siempre se leen ni se buscan el mismo tipo de errores, por ejemplo durante la corrección de estilo que se realiza antes de la formación no tiene ningún sentido marcar viudas o huérfanas (como suelen hacer muchos principiantes en el oficio) pues no se trata de una versión vaciada en la caja tipográfica; en la misma línea pero en otro momento de la lectura en las galeras sí se deberán buscar viudas y huérfanas, para más detalles sobre el tema ver punto 3 y 5 de este trabajo donde se abundará al respecto.

2. Cuando el autor ya falleció y sus derechos son libres, pues no hay que olvidar que los derechos morales no caducan.

En cualquiera de estos casos la ética y el profesionalismo del editor deberán dictar su proceder... y por supuesto deberá agotar todos los recursos disponibles de diplomacia, tacto, negociación e incluso, como sucede con frecuencia, enviar a hacer el “trabajo sucio” a su asistente... todo esto para que el libro sea finalmente publicado con la mayor de las dignidades.

#### 11.2.1.1 *Uso de altas y bajas*

A continuación se exponen algunas ideas acerca del uso de altas (mayúsculas o versales) y bajas (minúsculas) en este tipo de libros, recopiladas durante el proceso de edición de algunas de estas obras.

La primera referencia al uso excesivo de altas en los textos y que, de hecho, lo define y nombra acertadamente, lo encontramos en una crónica de Amado Nervo:

Mi amigo sufre una rara enfermedad.

Esta enfermedad no tiene nombre aún; pero voy a dárselo: se llama o se llamará, si el nombre se acepta y corre buena fortuna, el mayusculismo.

El mayusculismo es la tendencia a escribir con mayúscula una infinidad de palabras que no lo necesitan. Es decir, que no la necesitan para el común de los hombres. Porque sí la necesitan para los seres excepcionales que infunden a las palabras un alma misteriosa y tenue.

No existe en el mundo de la edición de libros seres más excepcionales que los autores de estos libros o misterios más herméticos que necesiten ser entendidos por el común de los mortales. Pareciera ser que Nervo, tal vez por el romanticismo que se respiraba cuando escribía estas líneas, atinó al ver en el mayusculismo una “manía” por dar a cada palabra, cargo, sustantivo o similar una diferenciación basada en algo sutil que radica en el éter metafísico del espíritu... o simplemente en la mente.

Se encuentra por ejemplo, que Zavala (2012, 286) llama al uso de mayúsculas y minúsculas “autoritarismo esbozado”, esto en razón de que afirma que el uso de las mayúsculas tiene que ver con la reverencia implícita que lleva una palabra que se escriba de esta manera. Así, cargos como presidente, rey, papa, obispo, o divinidades católicas como virgen, santo, dios (y sus sinónimos, padre, supremo hacedor,



omnipotente) implican figuras de autoridad que tradicionalmente se escriben con mayúscula, determinadas por el contexto histórico. Sin embargo, sostiene que esta costumbre tendente al “mayusculismo” debe ser eliminada con el objetivo de encontrar congruencia con el sistema laico que impera en la actualidad.

Al respecto, Tomás Granados Salinas (2006)<sup>50</sup> afirma:

[...] me bato con todas mis fuerzas contra el uso irreflexivo y untuoso de las mayúsculas, con las que muchos autores suelen enaltecer conceptos como estado, presidente y república, o periodos históricos como renacimiento e ilustración [...] ejerzo la tiranía de las minúsculas y me temo que aún me regocijo imaginando la irritación de un Torquemada al leer los textos que han pasado por mi escritorio y en los que dios, papa e iglesia se han escrito en bajas. Sé que no hace falta la mayúscula diacrítica y que la devoción puede ejercerse fuera del papel, por lo que no temo la excomunión al componer así tan sagrados vocablos.

Es en este punto en donde la corrección de estilo de los libros religiosos y de temas esotéricos se enfrenta con dificultades. Una vez que el editor y el corrector han decidido los criterios respecto del uso de mayúsculas, pueden permitirse licencias para colocar minúsculas o cursivas para resaltar una palabra, sin restarle el énfasis y la importancia que haya querido darle el autor (figura 10), pero sin saturar el texto con el uso excesivo de mayúsculas. Cuando la obra trabajada aún no está libre de derechos, es probable que el autor proteste por las decisiones de unificación editorial tomadas, pero éstas pueden argumentarse explicándole que se trata de criterios tomados por la casa editorial, los cuales no pueden ser sujetos a excepciones, de tal manera que el autor comprenda que se trata de las normas que la editorial impone en sus publicaciones, y como toda norma, debe ser acatada.

En todo caso es importante que todos los involucrados en la edición tomen una distancia prudente y busquen un equilibrio que no ofenda al autor; pues no se debe olvidar que se trata de una “creencia religiosa” y, por tanto, se encuentra bien alejada de la razón.

---

50 “Lecciones de estilo (editorial)” fue una ponencia dictada el 26 de agosto de 2006 por Tomás Granados Salinas en el primer Foro de Editores: Los retos de las Editoriales Universitarias en el siglo XXI en el marco de la Feria Internacional del Libro Universitario, en Xalapa, Veracruz.

los enfermos a su paso, por eso les decía: "No volváis a pecar". El grado de realización que tenga el estudiante, el practicante, al reconocer el Concepto Inmaculado en los demás, por encima o a pesar de la apariencia que estén manifestando, cura completamente o mejora la condición. Todo depende de su propia fe. (Recuerda que fe es conocimiento.)

El metafísico sabe que la enfermedad es una apariencia producida por una forma mental, creación del individuo. Es ignorancia y credulidad. Sabe que la Verdad eterna es VIDA. Sabe que se está manifestando una enfermedad porque aquel hermano está **creyendo** en realidad de la forma mental que él ha creado. (El Evangelio dice que está "embrujaado" por su propia creación). Vamos a decir que es **CREENCIA** en la **PERMANENCIA** de su propia creación que está viviendo. De acuerdo con el Principio que estamos estudiando, sabemos ya que es posible **POLARIZAR**, transmutar la creación propia, deslizando la mente hacia arriba, por la línea del positivo, pensando salud y vida. La Vida es VIDA, no puede convertirse en MUERTE. Se puede pensar en muerte y producirla, pero al pensar en Vida se transmuta la muerte en vida. La vida es indestructible. Está previsto que ella misma si las mentes humanas no le cierran el paso con sus falsas creencias, falsas pero que nadie se inmiscuye en el libre albedrío, que le permite a las mentes humanas creer lo que ellas quieran creer. Contra lo que tú escojas no puede nadie sino tú mismo. Si prefieres

— 60 —

Figura 10.  
Metafísica de  
Conny Mendez

### II.2.1.2 *Problemas de interpretación en distintas versiones (textos religiosos)*

En los textos religiosos y esotéricos el editor se enfrenta con un grave problema que tiene que ver con la edición profesional de dichos libros. Dada la naturaleza del contenido de esas obras, en las que la base del discurso son asuntos que tienen que ver con dogmas, doctrinas y sistemas de creencias, ha sucedido que la gran mayoría de ellas no han pasado por un proceso de edición profesional como tal. Sus autores, que son, la mayoría de las veces líderes religiosos o espirituales de las creencias con las que adoctrinan a sus fieles o seguidores, se han autopublicado y han distribuido por sí mismos sus libros o, en el peor de los casos, cuando sus arcas y cuentas bancarias hacinadas de ceros se los permiten defienden sus hipermarcajes con leyes autorales y contractuales a las cuales, por supuesto, el editor debe atenerse. Esto ha dado como resultado la impresión de obras que, al no haber sido trabajadas de manera profesional, no guardan unificación editorial, presentan múltiples erratas; usos indiscriminados de altas, cursivas, subrayados y negritas; tipografía poco legible; callejones, rosarios, etc.

Por otro lado, la naturaleza del contenido de estos libros también implica la subjetividad con la que cada autor lee diversos textos religiosos (situación con la que difícilmente el editor puede contender) y, al mismo tiempo con las diferentes versiones y/o traducciones que existen en este mundo de textos y con la que cada autor basa sus discursos y disertaciones de determinado tema religioso.

Es de destacarse también las traducciones de estos textos, pues algunas no son fieles, ni tampoco cercanas a las ideas originales, dada la misma interpretación, si se pudiera calificar así, subjetiva de los contenidos, dada por las mismas creencias religiosas.

### II.3. Formación, corrección de galeras (primera lectura), cotejo

Una vez que el texto ha sido capturado, cotejado, pasado por corrección de estilo y por unificación de criterios editoriales pasará al proceso de formación. La formación es el nombre con el que se llama al vaciado de texto en la caja tipográfica o diseño.<sup>51</sup> Este proceso debe estar a cargo de un diseñador editorial, un profesional especializado que, además de contar con una amplia preparación en diseño, sabrá resolver todo lo relacionado a la producción de un libro (tipo de papel, tamaños de libro, adecuada entrega de archivos digitales a pre prensa, contratación de servicios de impresión, entre otros); sin embargo, la eliminación de este puesto en muchas editoriales pequeñas y medianas, es una práctica común pues con ello suelen ahorrarse costos. Las formas más comunes de sustituir a este profesional se da de dos formas: contratando el servicio por fuera (*free lance*) o encargando dichas funciones al editor o al asistente editorial. Evidentemente, la contratación del diseño por fuera no resulta mala per se para la industria y el oficio (tanto el diseñador como la casa editorial ganan), no obstante encargar dichas labores a no diseñadores merece, al menos para este trabajo, una mención especial.

El editor (y por tanto el asistente editorial) lo mismo que el diseñador, son profesionales que deben contar con tres características indispensables para realizar este

---

<sup>51</sup> Parte del bagaje profesional que todo asistente debe tener es conocer a fondo las partes del libro y las partes de una hoja formada, así como sus sinónimos (figura 11).

trabajo: un amplio criterio, una enorme capacidad de adaptación y mucho sentido común. No se puede afirmar rotundamente, dadas las características antes mencionadas, que un editor no puede llegar a ser un buen diseñador o que un diseñador no puede llegar a ser un excelente editor, en muchas ocasiones el buen “ojo editor” de un diseñador ha ayudado a ver errores (dedazos dirían editores poco humildes o demasiado cargados de labores) durante la formación, contar con un diseñador capaz de ver lo que la ya desgastada mirada del editor no puede descubrir es invaluable; asimismo un editor con suficiente experiencia y espíritu curioso puede convertirse en un buen diseñador que podrá conjuntar la apreciación y distribución adecuada del espacio, y ver posibles mejoras, o errores, de diseño y en caso de emergencia y/o ausencia del diseñador, solventarlos. Dentro de una lógica de trabajo en equipo, es importante que cada miembro de éste conozca sus deberes y los de los otros involucrados en la producción editorial, este “involucramiento” es muy sano y contribuye en gran medida a unir al trabajo en equipo, sin embargo, lo que sí resulta pernicioso y mal sano es que la gruesa línea —aunque muchos dueños de editoriales se empeñen en verla delgada— que separa cada labor y, por tanto, cada puesto de trabajo en esta industria sea, cada vez con mayor frecuencia, asumida por personal que no cuenta con la capacitación adecuada y que al mismo tiempo se encuentra sumida en las propias, en el caso de la formación, por editores y asistentes. Además del obvio daño que está “asignación de labores” hace a la industria misma, en lo general, —es decir en el trabajo de determinada editorial— el resultado es avasallador pues todo lo que tiene que ver con la lectura correcta (una de las funciones básicas del editor y del asistente), termina por estar viciada, es decir, la lectura y relectura constante de un mismo texto provoca que la vista —forma elegante de llamar a la retención cognitiva (cerebral) que la mente hace de la forma y orden de las letras dispuestas en forma de palabras y oraciones— se acostumbre al texto, lo que da como resultado que se pasen por alto muchos errores, tanto obvios como difíciles en todos los pasos del proceso. Es en este punto que muchos asistentes se enfrentan a una disyuntiva entre conservar su trabajo y adaptarse a las exigencias de sus empleadores o simplemente negarse a tomar más responsabilidades por el mismo salario... la mayoría de las veces la opción de sobrevivir con el salario seguro gana.

Una vez que la obra ha sido editada, corregida y formada, el editor o el corrector de estilo debe realizar una primera lectura o de galeras, normalmente impresa en la misma editorial o bien sobre archivos PDF. Ésta incluye una corrección de aspectos generales que tienen que ver con la formación, el diseño y la disposición del texto

en la caja.<sup>52</sup> Para tener la seguridad de que se están cumpliendo los criterios de la casa editorial, se recomienda la elaboración de un *check list* o lista de cotejo en la cual se enumeren los aspectos a tomar en cuenta. En primer lugar debe realizarse un cotejo del Word contra el archivo formado para verificar que no haya faltado incorporar ningún texto, imagen u otro elemento; también se tienen que revisar los títulos o cabezales, sus jerarquías; las cornisas, las notas al pie de página, los pies de página, las citas textuales, las referencias, las secuencias de los números de pies de imágenes, cuadros, tablas y otros elementos anexos al texto, si los hubiera; la correcta secuencia en el foliaje (o numeración de páginas); sangrías, interlineados, blancos y colgados, así como callejones, viudas, huérfanas, rosarios; alineaciones, estilos y puntaje de tipografía, y la correcta correspondencia de paginación con el índice o tabla de contenido del libro, entre otros aspectos como la verificación de que no hagan falta versalitas, cursivas y negritas previamente indicadas en el Word. En su caso, deben también revisarse glosarios, y referencias cruzadas de otros elementos que se encuentren en el cuerpo del texto.

Es muy importante revisar también la página legal de la obra, la cual contiene la ficha catalográfica, el ISBN,<sup>53</sup> el número de la edición, y en su caso, la reimpresión, los créditos de las personas que participaron en la edición, fecha y lugar de impresión, *copyright*, derechos de imágenes utilizadas, y los datos generales de la editorial.

Especial atención merece también el colofón de la obra, en donde se especifica su tiraje, la imprenta, su dirección, el lugar y la fecha de publicación.

Una vez que estas correcciones hayan sido aplicadas (la mayoría de las veces por el diseñador) debe realizarse un cotejo para verificar que éstas hayan sido incorporadas y que ninguna palabra o elemento del texto haya sido movida al incorporar los cambios, especialmente las particiones silábicas.

Para ayudar a revisar cada una de las partes de un texto formado se puede tomar como referencia la figura II, ahí se exponen las partes principales de una página

---

52 No hay que olvidar el importantísimo papel que tiene el manual de estilo de la editorial, pues además de contener los criterios editoriales, debe incluir todos los aspectos de diseño, como tipografías, colores, uso de logotipos, colores determinados, interlineados, jerarquización de títulos.

53 Es importante señalar que en este paso del proceso de producción todavía no se cuenta con el número ISBN; la razón, cómo se verá más adelante, es porque para solicitarlo se debe contar con los archivos listos para enviar a la imprenta (véase el cuarto apartado de este segundo capítulo). Sin embargo, no se debe olvidar considerar el espacio donde se consignará.

ya formada; cabe mencionar que dependiendo del diseño, su disposición y uso suele variar, por ejemplo en la parte inferior o pie de página puede consignarse sólo el número de página o folio, dejarse en blanco o incluir el título del capítulo o de la obra. A continuación se exhibirán los seis principales puntos del *check list* para la lectura de galeras.

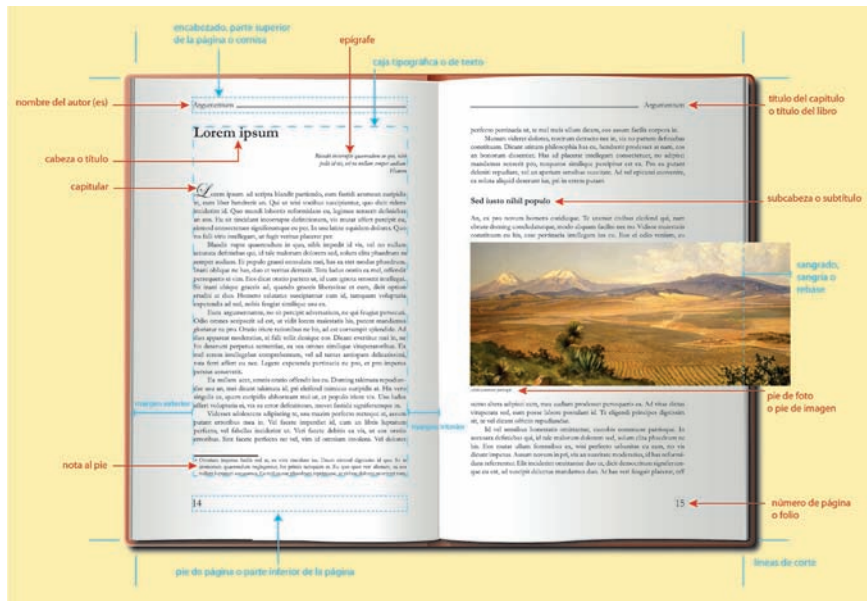


Figura 11. Partes de una página

### 11.3.1 Tripa

Se conoce como tripa a la línea imaginaria, en cuanto a visualización, pero real en cuanto a lectura, que va de la parte superior derecha a la parte inferior izquierda de cada página (de arriba hacia abajo) y que sigue la continuidad del texto entre páginas (figura 12).

La tripa, en sí misma, es simple; sin embargo su lectura —y, por tanto, su correcta verificación— es un trabajo que debe realizarse con minuciosidad y realizando un cotejo con el texto original en Word.

El último punto sobre la tripa, aunque uno fundamental, es el número de páginas, no solo con relación a la continuidad del texto, sino en lo que se refiere al pliego pues, como se verá con más detalle en el punto 5.1 de este trabajo, es de vital

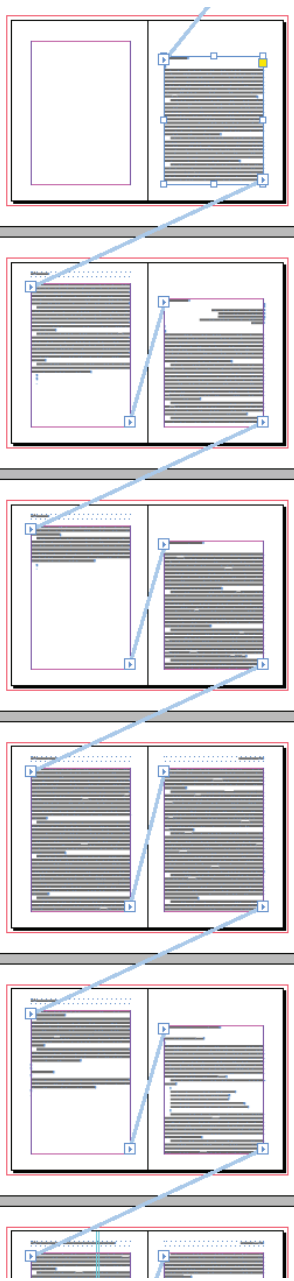


Figura 12.  
Ejemplo de tripa  
visualizada en la  
interfaz del programa  
Indesign. Nótese que  
la línea azul une por  
la parte superior iz-  
quierda y por la parte  
inferior derecha todas  
las cajas de texto  
(páginas pares, lado  
derecho, e impares,  
izquierda)

importancia que el número de páginas esté calculado en múltiplos de dieciséis (16, 32, 48, 64, 80, 96, 112, 128, 144, etc.) o de ocho (16, 24, 32, 40, 48, 56, 64, 72, 80);<sup>54</sup> si no es así se pone en peligro la impresión de nuestro libro y será necesario regresar los archivos a diseño.

### II.3.2 Cornisa o encabezado y pie página

La cornisa es la parte superior de la página, no forma parte de la caja tipográfica aunque suele contener texto. En general del lado izquierdo (página par), suele escribirse el nombre del autor o autores, y del lado derecho (página non) el título del libro o el del capítulo. El error más común en esta parte de la página es que el nombre del capítulo no corresponda con el que se está leyendo.

Por su parte, en el pie de página, se coloca el número de folio o página. No debe olvidarse que la foliación debe ser continua y que las páginas de cortesía forman parte de ésta. En algunos libros existe una numeración ajena a la del cuerpo del texto (normalmente usada para estudios introductorios, prefacios o similares) que es romana; esto se debe más a un estilo editorial que a una norma general.

### II.3.3 Índice y capítulos

El índice, tabla de contenido o simplemente contenido es una lista en la que se consignan las partes que componen el cuerpo o texto de nuestro libro (normalmente capítulos) por medio de su título y en orden de aparición. Dependiendo del tipo de publicación o del estilo editorial pueden consignarse desde el título, los subtítulos 1, subtítulos 2, etc. Dicha lista siempre debe estar numerada y habrá que verificar que coincida con el número de página en la que inicia el capítulo, además que los títulos sean los mismos y que, a menos que se trate de una excepción o estilo editorial, todos los capítulos inicien en página non. El índice puede colocarse justo después de la página legal o bien hasta el final de la obra y antes del colofón.

Existen también los índices analíticos, muy utilizados en obras de carácter académico y muy extensas, en los que se incluyen (en orden alfabético) los términos

---

54 Ésta es una regla general para la impresión en *offset*, para prensa plana puede variar, y en digital no tiene importancia.



más importantes o nombres de autores que se consideren sobresalientes. En estos índices siempre se deben incluir todas las páginas en las que aparecen mencionados dichos términos o autores; se coloca al final del texto y antes del colofón.

### II.3.4 Portada

Es muy importante poner especial cuidado en esta revisión, pues se trata de la primera impresión que tiene el lector de un libro. En la portada el título debe estar escrito con la mayor precisión (el cual previamente se eligió en la editorial, de acuerdo con los criterios, la colección a la que pertenezca y el impacto en el mercado que generará, cuidando que no sea parecido al título de otras obras publicadas). Las semblanzas curriculares del autor (normalmente colocadas en las solapas) deben ser concisas e impecables, cuidando resaltar aquellos aspectos relevantes que puedan interesar al lector, así como la mención de otras obras escritas por el autor. Deben cuidarse el resto de elementos que integran el forro, como los textos del lomo, de la contraportada o cuarta de forros, y si es el caso, de las solapas (ya sea que el forro sea una “camisa”, o no).<sup>55</sup> Éstos pueden variar de acuerdo con el estilo de la publicación. De esta manera, pueden incluirse, además de la semblanza curricular mencionada, textos como una breve reseña del contenido de la obra, de la colección a la que pertenece, logos institucionales, números de series, títulos del resto de la colección a la que pertenece la obra, ISBN (código de barras), página web de la editorial, etc.

### II.3.5 Colofón

El colofón es una de las partes del libro que contiene datos legales que no se incluyen en la página legal. Suele colocarse en la última página (de preferencia non) de todo libro y ésta no debe ir numerada. Los datos que debe contener son:

- Datos fiscales de la imprenta (nombre o razón social y dirección).
- Fecha del término de la impresión (este dato suele estar vacío hasta la entrega final de los archivos a imprenta, además debe coincidir con la fecha que se capturó en la solicitud de ISBN, ver punto 4.3 de este trabajo).

---

55 Para conocer las partes de un libro, entre ellas la portada, véase anexo 4.

- Tipo de papel y gramaje que se utilizó para interiores y portada.
- Tipo de impresión (offset, digital).
- Tipografía utilizada (interlineado y puntaje o tamaño).

Algunas editoriales suelen incluir en el colofón agradecimientos o hacen mención de los datos de formadores y diseñadores, así como el crédito de la foto de portada (si la hay), sin embargo, lo correcto es que la mención de este tipo de datos se coloque en la página legal.

También es importante señalar que, en la actualidad, no todos los países exigen en sus normativas para la publicación de libros un colofón, pues se considera redundante anotar aún más información si ya se cuenta con una página legal clara y concisa. Hay, por otro lado, un par de aspectos importantes sobre los datos que debe contener el colofón que las editoriales evitan consignar y son: el tipo de papel y la fuente utilizada. La razón, aunque simple, tiene implicaciones importantes, pues esos datos se consideran (pese a no serlo) una especie de “secreto industrial”, algo así como un equivalente a la receta de la salsa secreta que da el éxito a un determinado producto. Cierto o no, exagerado o no, no deberá sorprender al asistente la “omisión accidental” de esos datos en el colofón.

### II.3.6 Página legal

La página legal es el elemento que da identidad jurídica a nuestra publicación, en ella se manifiestan los derechos que tiene el autor y la editorial,<sup>56</sup> así como lugar y fecha en la que vio luz en esa forma.

Los elementos básicos que componen una página legal son (en orden de importancia):<sup>57</sup>

- Título de la publicación:
  - \* En español, si la obra fue escrita originalmente en ese idioma.
  - \* En inglés, si se trata de una traducción, acompañado de la leyenda “título original” y el título escrito en el idioma original.

---

56 Página legal: Página donde aparecen los datos bibliográficos y legales de un libro, suele ser la página par que sigue a la portadilla. *Manual de estilo. Publicaciones Universidad de Alicante*, p. 105.

57 Estos elementos pueden variar en cuanto al orden, pero todos deben aparecer.

- Número de la edición, seguida del mes y año en que fue realizada.<sup>58</sup>
- La leyenda “derechos reservados” (por lo general escrito D.R.), seguida del símbolo del copyright ©, seguida del año de publicación y el nombre de la entidad editora o editorial.
- Dirección fiscal de la editorial, suelen incluirse teléfonos, correo electrónico, página web, etc.
- Datos de los involucrados en la edición de la obra (diseñadores, traductores, correctores, fotógrafos, etc.).
- El ISBN que corresponde a la obra. Si hay otros como los de serie o colección, también deberán incluirse.
- La leyenda (u otra similar): “Se prohíbe la reproducción total o parcial de esta obra por cualquier medio, conocido o sin conocer, sin el permiso previo y expreso del titular de los derechos”.
- La leyenda (u otra similar): “Impreso en México”.

La figura 14 muestra una página legal completa.

## II.4. Solicitud de números ISBN y ficha catalográfica

Resulta común que, por desconocimiento, se crea que para que un libro pueda ser comercializado sólo se le debe agregar un código de barras,<sup>59</sup> lo cual —está de más decirlo— no es correcto. Lo que se conoce como código de barras, es una tecnología creada para identificar diversas mercancías por medio de una norma ISO conocida como EAN13.<sup>60</sup>

---

58 Si se trata de una reimpresión deberá indicarse, el número de ésta y el año en que se realizó, por ejemplo. 1ª ed., 12ª reimp., agosto de 2013.

59 El código de barras es un código basado en la representación mediante un conjunto de líneas paralelas verticales de distinto grosor y espaciado que en su conjunto contienen una determinada información, es decir, las barras y espacios del código representan pequeñas cadenas de caracteres. De este modo, el código de barras permite reconocer rápidamente un artículo de forma única, global y no ambigua en un punto de la cadena logística y así poder realizar inventario o consultar sus características asociadas. Actualmente, el código de barras está implantado masivamente de forma global. Wikipedia, 2014b.

60 EAN, *European Article Number*, por sus siglas en inglés.

Los EAN13 son códigos de barra que permiten identificar diversos productos por su tipo, país, fabricante, número de serie y un último dígito para evitar duplicidades. Partiendo de esa lógica se entiende por qué no cualquier código de barras sirve para identificar un libro. Para obtener un prefijo que asocie todas nuestras publicaciones a nuestra editorial, es necesario darse de alta ante Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP) y realizar una serie de trámites en el Indautor; dichos trámites no forman parte de las tareas de un asistente editorial, sin embargo, es necesario que éste conozca la forma en que se solicitan números subsecuentes para cada libro, lo cual se explicara a continuación.

#### II.4.1 ¿Qué es el ISBN?

Cómo se mencionó, a grandes rasgos el ISBN es un sistema numérico y visual que sirve para identificar, en este caso, al libro en el cualquier parte del mundo (figura 13).

Que el Número Internacional Normalizado del Libro (ISBN, International Standard Book Number, por sus siglas en inglés) es la identificación que se le da a un título o a una edición de un título de un determinado editor de acuerdo con la norma internacional, siendo el identificador que se designa internacionalmente a una publicación o edición monográfica de forma exclusiva, relacionado a un título y su editor, así como las características editoriales de la publicación, brindándole al libro una identificación numeraria particular para su comercialización o seguimiento bibliográfico a nivel internacional (Indautor, 2013).

El ISBN está compuesto por las siguientes partes:

1. Prefijo internacional para el producto libro: **978**
2. Prefijo identificador del país (en este ejemplo México): **607**
3. Prefijo identificador para la editorial: **1234**
4. Prefijo identificador (siempre es consecutivo) del libro: **37**
5. Dígito de control: **3**

Figura 13.  
Componentes de un  
código de barras



#### II.4.2 Sistema de solicitud de ISBN: RISBN 5.1

El software de administración de ISBN que se maneja a nivel Latinoamérica es el RISBN 5.1;<sup>61</sup> se trata de una plataforma en línea (vía internet) en la cual todos los editores capturan los datos de sus ediciones —como si se tratara de una ficha catalográfica—, la cual genera los códigos de barra que se necesitan para cada libro.

Se puede ingresar al sistema en la página web del Indautor, sin embargo, sólo las editoriales que están dadas de alta en SHCP y, por tanto, ante el Indautor (que forma parte del padrón de editores) tendrán acceso a la interfaz. Lo más probable es que el editor en jefe proporcione al asistente el nombre de usuario y contraseña para ingresar. Lo más recomendable es que el asistente cuente, con antelación, con toda la información de los elementos que componen el libro en una base de datos; para que sea más sencilla la captura de los datos se sugiere utilizar como base inicial el cuadro 3.

#### II.4.3 ¿Cómo solicitar más números ISBN?

Para solicitar números ISBN se debe llegar a la etapa en la que el libro esté terminado sin lugar a dudas; esto quiere decir que esté a punto de entrar a imprenta (número

61 <[http://www.cerlalc.org/libroaldia/libroaldia\\_4/secciones/noticias/noticia\\_02.htm](http://www.cerlalc.org/libroaldia/libroaldia_4/secciones/noticias/noticia_02.htm)>.

de páginas definitivo, título de la obra final, tipo de papel, tipo de impresión, datos de todos los involucrados, etc.), esto es porque el RISBN5.1 no permite avanzar en la captura de datos si hace falta alguno, además si algún dato proporcionado es incorrecto (no corresponde al producto terminado, libro impreso o digital) no existe forma de corregirlo en el sistema, lo que puede ocasionar que el Indautor multe o castigue a la editorial no proporcionando más ISBN.

De todos los datos que se deben consignar en el RISBN5.1 que son más difíciles de aterrizar son: el precio del libro (pues para tenerlo se deben de haber calculado con anterioridad los costos de producción), la fecha en que se terminará de imprimir y la fecha en que se comercializará, pues éstas deben coincidir con lo consignado en la página legal y el colofón, en cuanto al precio deberá ajustarse a las normas de precio único del libro.

Tipo de obra o publicación	
a) Independiente	Se refiere a una obra que no forma parte de ninguna obra completa, colección o serie
b) Completa	Se refiere a la denominación (nombre) que englobará o agrupará una obra completa, colección o serie
c) Volumen	Cuando se trate de un tomo o fascículo que se encuentre relacionado o incorporado a una obra completa, colección o serie
Información bibliográfica de la obra o publicación	
a) Publicación electrónica o digital	• Título de la publicación
	• Subtítulo de la publicación
	• Temática principal (utilizar la clasificación Dewey, anexo 5)
	• Subcategoría (utilizar la clasificación Dewey, anexo 5)
	• Denominación (nombre) de la colección (en caso de formar parte de una obra completa)
	• Número de la colección (en caso de formar parte de una obra completa)
	• Tipo de contenido
	• Nombre de la serie (en caso de formar parte de una serie)
• Idioma en que se realizará la publicación	

Cuadro 3.  
Información del libro que se requiere para llenar la ficha en el RISBN5.1

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Traducción (en caso de que la publicación resulte de una traducción se deberá indicar el idioma del que deriva —idioma original—, el idioma al que se tradujo y el título en el idioma original)</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nombre completo (sin abreviar) de los autores y colaboradores (como correctores, diseñadores, fotógrafos, ilustradores) que participan en la publicación</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rol que desempeñó toda persona que colaboró o participó en la publicación (traductor, corrector, ilustrador)</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Número de edición de la publicación</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Seleccionar el lugar de la edición, es decir el estado y ciudad donde fue editada la obra</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fecha de aparición de la publicación (fecha en que la publicación se encontrará a disposición del público)</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Indicar si se trata de una coedición</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• En caso de existir coedición indicar el nombre, denominación o razón social del o los coeditores</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tiraje o número de ejemplares para venta</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tiraje o número de ejemplares para oferta extranjera (si es que se planea vender en el extranjero)</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Indicar si la publicación es comercializable o no</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Precio de venta (en moneda nacional)</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Precio de la publicación en dólares americanos (este dato se debe proporcionar aún y cuando no se piense vender en el extranjero)</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Formato</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tamaño o peso del archivo</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Medio electrónico o digital</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Información del pago de derechos, el que se realiza en el banco con la hoja de ayuda que proporciona el Indautor. El recibo que da el banco suele ir por triplicado y es el que contiene la llave de pago, clave de referencia, cadena de dependencia y número de operación. No hay que olvidar que cada año el costo aumenta (en enero, suele ser retroactivo)</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Seleccionar si requiere la creación del código de barras para el título, lo más recomendable es hacerlo pues evita contratiempos con programas de creación de códigos de barra, además de estar validado</li> </ul>

b) Publicación impresa	• Título de la publicación
	• Subtítulo de la publicación
	• Temática principal (utilizar la clasificación Dewey, ver anexo 5)
	• Subcategoría (utilizar la clasificación Dewey, ver anexo 5)
	• Denominación (nombre) de la colección (en caso de formar parte de una obra completa)
	• Número de la colección (en caso de formar parte de una obra completa)
	• Tipo de contenido
	• Nombre de la serie (en caso de formar parte de una serie)
	• Idioma en que se realizará la publicación
	• Traducción (en caso de que la publicación resulte de una traducción se deberá indicar el idioma del que deriva —idioma original—, el idioma al que se tradujo y el título en el idioma original)
	• Nombre completo (sin abreviar) de los autores y colaboradores (como correctores, diseñadores, fotógrafos, ilustradores) que participan en la publicación
	• Rol que desempeñó toda persona que colaboró o participó en la publicación (traductor, corrector, ilustrador)
	• Número de edición de la publicación
	• Seleccionar el lugar de la edición, es decir el estado y ciudad donde fue editada la obra
	• Fecha de aparición de la publicación (fecha en que la publicación se encontrará a disposición del público)
	• Indicar si se trata de una coedición
	• En caso de existir coedición indicar el nombre, denominación o razón social del o los coeditores
	• Tiraje o número de ejemplares para venta
	• Tiraje o número de ejemplares para oferta extranjera (si es que se planea vender en el extranjero)
	• Indicar si la publicación es comercializable o no
	• Precio de venta (en moneda nacional)
• Precio de la publicación en dólares americanos (este dato se debe proporcionar aún y cuando no se piense vender en el extranjero)	
• Descripción física, es decir todas las características del producto libro terminado	
• Gramaje del papel de interiores	



	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tipo de encuadernación (puede ser pegada o rústica, cosida, wire-o, espiral y pasta dura o cartoné)</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Número de páginas (foliadas o numeradas)</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tipo de papel de interiores (bond, couché, cultural)</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Número de tintas de interiores, es decir, en cuántos colores se imprimirá (1x1, 4x4)</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tipo de impresión de interiores (offset, digital, plomo, serigrafía)</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tamaño en centímetros (ancho por alto)</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Información del pago de derechos, el que se realiza en el banco con la hoja de ayuda que proporciona el Indautor. El recibo que da el banco suele ir por triplicado y es el que contiene la llave de pago, clave de referencia, cadena de dependencia y número de operación. No hay que olvidar que cada año el costo aumenta (en enero, suele ser retroactivo)</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Seleccionar si requiere la creación del código de barras para el título, lo más recomendable es hacerlo, pues evita contratiempos con programas de creación de códigos de barra, además de estar validado</li> </ul>

Fuente: elaboración propia con base en DOF, 2013.

## II.4.4 Solicitud de ficha catalográfica

La ficha catalográfica es la presentación sistematizada de los datos bibliográficos de un documento, es decir, la descripción de una fuente de información.<sup>62</sup> Incluir una ficha catalográfica en la página legal de las publicaciones tiene varios fines:

1. Ayudar a que las publicaciones entregadas a depósito legal estén correctamente indexadas en los repositorios nacionales.<sup>63</sup>
2. Dar un extra a nuestras publicaciones.

62 Al respecto Gloria Escamilla dice lo siguiente: “La catalogación descriptiva parte del supuesto de que los usuarios del catálogo conocen de antemano algún rasgo de la obra en cuestión, que les va a permitir identificarla mediante la descripción que de ella haga el catalogador”. Escamilla, 1998, 13.

63 “La **función** primordial de esta organización bibliográfica es lograr que todo documento sea adecuadamente publicado, almacenado y registrado; en tanto su **objetivo** es permitir la identificación, selección y localización de esos documentos según las necesidades de los usuarios” (las negritas son del original). Escamilla, 1987, 19.

3. En algunos casos, es parte de diversas normativas sobre el libro.<sup>64</sup>

Se trata, por ende, de una parte importante del libro y deberá colocarse, de preferencia, en la página legal (figura 14).

Existen dos formas de conseguir la ficha catalográfica:

1. Solicitarla a la BNM.
2. Contratar los servicios de un despacho independiente.

Hasta hace aproximadamente tres años, el departamento de catalogación de la BNM catalogaba los libros manera gratuita a todas las editoriales mexicanas; sin embargo, ahora dicho servicio tiene un costo de cien pesos, pago que debe realizarse a una cuenta bancaria<sup>65</sup> y seguir el proceso indicado. Una vez que el pago se ha realizado y fue aceptado por el departamento de catalogación, se deberán enviar por correo electrónico o fax los siguientes documentos en PDF o JPG:<sup>66</sup>

- Portada.
- Contraportada.
- Página legal con ISBN.
- Tabla de contenido o índice.
- Solicitud debidamente llenada (figura 15).

Normalmente la entrega de las fichas catalográficas hechas por la BNM se realiza un día después de que fue entregada toda la documentación, por lo que resulta ser un servicio eficiente; sin embargo la gran desventaja que tiene la BNM son los periodos vacacionales, sobre todo los largos (verano e invierno) que, para un editor privado, se pueden convertir en un dolor de cabeza, debido a que su producción no se detiene en ninguna época del año. Por ello es importante contar con los servicios

---

64 Por ejemplo, para publicar libros en las colecciones de la SEP (bibliotecas de aula y escolares) es un requisito.

65 Los datos de la cuenta bancaria y el proceso de pago son proporcionados por el departamento de catalogación de la BNM una vez que el solicitante contacta con ellos. Para más información puede consultarse en la siguiente liga <<http://bnm.unam.mx/index.php/departamento?start=1>>.

66 Para mayores detalles se deberá consultar la siguiente liga <<http://bnm.unam.mx/index.php/departamento?start=1>>.

Comarca Lagunera : procesos regionales en el contexto global / coord. Álvaro López López, Álvaro Sánchez Crispín. -- México : UNAM, Instituto de Geografía, 2010.  
436 p. : il. ; 22 cm. + 1 CD-ROM – (Geografía para el Siglo XXI ; 66) (Serie Libros de investigación)  
Incluye bibliografías  
ISBN 978-607-02-1250-5

1. Laguna, Región (México) – Condiciones rurales. 2. Laguna, Región (México) – Condiciones económicas. 3. Laguna, Región (México) – Condiciones sociales. 4. Población – México – Laguna, Región. I. López López, Álvaro. II. Sánchez Crispín, Álvaro. III. Universidad Nacional Autónoma de México. Instituto de Geografía. IV. Ser.

333.335097213-scdd20

Biblioteca Nacional de México

*Comarca Lagunera. Procesos regionales en el contexto global*  
Primera edición, noviembre de 2009

D.R. © 2010 Universidad Nacional Autónoma de México

Ciudad Universitaria  
Coyoacán, 04510  
México, D. F.  
Instituto de Geografía  
www.unam.mx  
www.igeograf.unam.mx

Prohibida la reproducción parcial o total  
por cualquier medio, sin la autorización escrita  
del titular de los derechos patrimoniales.

La presente publicación presenta los resultados de una investigación científica y contó con dictámenes de expertos externos, de acuerdo con las normas editoriales del Instituto de Geografía.

Geografía para el siglo XXI (Obra general)  
*Serie Libros de Investigación*  
ISBN (Obra general): 970-32-2976-X  
ISBN: 978-607-02-1250-5

Impreso y hecho en México

Figura 14.  
Ejemplo de ficha  
catalográfica  
elaborada por la BNM y  
colocada en la página  
legal

comarca\_lagunera\_1.indd 6

31/05/2010 01:51:23 p.m.

de catalogación de un despacho privado —a los cuales se pueden enviar exactamente los mismos documentos solicitados por la BNM— el cual elaborará la ficha en cualquier época del año; la desventaja, el alto costo que suelen tener.

## II.5. Segunda lectura o lectura de *plotters*

Una vez que se tenga el ISBN y se integra al libro (página legal y portada) deben generarse los archivos PDF que se enviarán a imprenta con las especificaciones señaladas y acordadas entre ésta y la editorial. Después, ésta entrega al editor las primeras pruebas de imprenta (para realizar la segunda lectura), las cuales se generan dependiendo del tipo de impresión que se haya hecho (*offset*, impresión directa a placa o en formato digital), de acuerdo con esto, las primeras pruebas de impresión, pueden ser pruebas azules, maqueta (también llamadas “dummies”) o *plotters*.<sup>67</sup> Se trata de las pruebas finales que envía la imprenta antes de realizar la impresión de la obra para que sean revisadas por el asistente o por el editor, quienes se encargan de realizar un marcaje de los cambios. Es muy importante dejar claro en esta parte, que dados los costos de producción de la generación de estas primeras pruebas de impresión, las imprentas cobran un monto a las editoriales por cada cambio realizado. Por ejemplo, algunas imprentas permiten que el editor realice hasta diez cambios sin costo alguno; esto puede variar en función de las páginas que contenga cada *plotter*, prueba azul o maqueta. El resto de los cambios que la casa editorial desee aplicar significa un costo para ésta, el cual promedia los quinientos pesos. Es por esta razón que el proceso de cuidado de la edición es muy importante. Los archivos que se envíen a imprenta deben ser últimas versiones cuidadosamente revisadas, justamente, para que después no deban corregirse cuestiones que bien pudieron haberse detectado en la lectura de galeras.

---

67 Hace muchos años que las pruebas finas dejaron de usarse para realizar lecturas antes de la impresión, pues fueron sustituidas por una tecnología más barata y menos contaminante, los *plotters*. Existían dos tipos de pruebas finas, las azules (figura 16) y las *daylux* (figura 17); ambas eran un revelado fotográfico en positivo que se sacaba del negativo antes de quemar o revelar las placas.

**BIBLIOTECA NACIONAL DE MÉXICO  
CATALOGACIÓN EN LA FUENTE  
SOLICITUD**

**DATOS DEL EDITOR:**

1.- Editorial: \_\_\_\_\_

2.- Nombre de quien envía la solicitud: \_\_\_\_\_

3.- Número de fax para recibir respuesta: \_\_\_\_\_

**DATOS DE LA OBRA:**

1.- Medidas del volumen: \_\_\_\_\_ x \_\_\_\_\_ cm.

2.- Número de páginas:  
en números arábigos: \_\_\_\_\_  
en números romanos (si los tiene): \_\_\_\_\_

3.- De qué página a qué página abarca la bibliografía, si la tiene:  
de la página \_\_\_\_\_ a la página \_\_\_\_\_

4.- Tipo de ilustraciones (marque con una "X"):  
fotografías: \_\_\_\_\_ láminas: \_\_\_\_\_ mapas: \_\_\_\_\_ dibujos: \_\_\_\_\_ grabados: \_\_\_\_\_  
ilustraciones en general: \_\_\_\_\_ no tiene: \_\_\_\_\_

5.- Material complementario:  
disco compacto: \_\_\_\_\_ casete: \_\_\_\_\_ manual: \_\_\_\_\_ disquete: \_\_\_\_\_ otros: \_\_\_\_\_  
no tiene: \_\_\_\_\_

6.- Índices (además de la tabla de contenido):  
Analítico: \_\_\_\_\_ Cronológico: \_\_\_\_\_ De autores: \_\_\_\_\_ Temático: \_\_\_\_\_  
No tiene: \_\_\_\_\_

7. Palabras o frases que describan el contenido de la obra:  
\_\_\_\_\_

Figura 15.  
Solicitud de ficha  
catalográfica BNM  
(BNM, 2013)

## Los siete actores de una película evolutiva

*El hombre aún lleva impresa en su estructura corpórea la huella indeleble de su humilde origen.*  
Charles Darwin

El cerebro humano lleva impresa la historia de su evolución en su anatomía, pues sabemos que ya desde los primeros mamíferos, los cerebros empezaron a desplegar características funcionales muy complejas.

Los seres humanos tienen un cerebro extraordinariamente grande y complejo; no sólo es varias veces más grande (teniendo en cuenta el tamaño del cuerpo) que el de primates como el macaco, sino que es mucho más complicado en términos de estructura.

Todo lo que sabemos ahora de las funciones de cada estructura del cerebro es producto de varios siglos de estudio. En el siglo XIX, la frenología aportó una descripción notablemente detallada de la función del cerebro. Esta disciplina, fundada por Joseph Gall, trataba de esta-

15

La palabra *henequén* probablemente tuvo su origen en el apellido Hennequin, procedente de Artois, Francia, cuyo más antiguo progenitor fue Balduino Hennequin (1193). Durante el reinado de Felipe Augusto, la familia Hennequin se hizo poderosa y declaró ser enemiga de la monarquía, por ello el apellido se convirtió en sinónimo de ingrato.

El primero que estudió el vegetal y conoció la dificultad de su manejo en virtud de las espinas y de lo cáustico de su savia, lo llamó el "Hennequin de las plantas". Otros autores hacen derivar el nombre del término quichua *jeniquen* o del maya *yakki*. Cualquiera que sea el origen del vocablo, está comprobado que el henequén es originario de la zona oriental de la Península de Yucatán.

Los mayas lo aprovechaban y sabían diferenciarlo del sisal; a ésta le llamaban *Yav-ci* o variedad verde, por el color de las hojas, y a aquella *Sac-ci* o variedad blanca, por su tonalidad verde ceniza; *tsootqij* al agave y *quij* a la fibra.<sup>31</sup>

De esta manera, históricamente se considera al henequén como uno de los agaves conocidos por los



pueblos prehispánicos desde hace muchos siglos y especialmente los mayas lo emplearon en la fabricación de textiles y cuerdas o lazos, ya que eran magníficos navegantes en el Mar Caribe, tal como lo demuestra la existencia de un puerto

122

### II. 5.1 Maquetación o imposición

La lectura de los *plotters*, suele ser complicada debido a que éstos se entregan formados para impresión (figura 18). La formación para impresión o maquetación es conocida como "imposición", suele realizarse en la pre prensa y responde al tipo de impresión que se realizará, pero comencemos por explicar paso por paso la elaboración de las maquetas.

Hasta este momento las lecturas que se realizaron siempre estuvieron pensadas para no perder la continuidad del texto y por tanto de la lectura, es decir, se privilegiaba la linealidad y funcionalidad para controlar todos los cambios realizados, tanto en pantalla como en papel, de los elementos del libro. Sin embargo, el proceso de impresión final está supeditado a la maquinaria (imprenta) y al tipo de papel (en pliegos o rollo) con los que cuenta el taller elegido para trabajar.

Figura 16. Ejemplos de pruebas azules, también conocidas como cianotipo, ozálidas o *blueprint*

... hay algo como un muy poderoso y astuto engañador que usa de todas sus mañas para tenerme constantemente engañado...

Descartes

Los ministros fueron sacados de sus camas por llamadas telefónicas del Doctor Peralta —trasmochados como lo estaban por la cena oficial que, en sus casas, se había prolongado con digestivos en buena copia, amarillos de izarras, verdes benedictinos y amarantos de sherry-brandy— para acudir a un Consejo de urgencia, a las 8 y 30 de la mañana, cuyas bandejas de café serían lo bastante numerosas como para sacar a los soñolientos de la resubida de sus licores. A medida que llegaban mascando mentas, sudando aspirinas, aclarados los ojos por oportunos colirios— eran llevados por la Mayorala Elmira al baño del Presidente, para indignarse ante el espectáculo de porcelanas rotas, espejos estrellados, escombros de pomos y jaboneras en charcos de Colonia, y un bidet con llaves sacadas de rosca que arrojaba sus aguas, en irrefrenable chorro de surtidor, hasta un cieloraso descalabrado por la explosión...—“Horrible... Espantoso... Inconcebible... Y pensar que por poco...”—“No he querido entrar ahí!”—declaró el Primer Magistrado, con algún dramatismo en la voz, cuando todos estuvieron sentados—“porque tengo miedo a mi propia ira”. Hubo una larga pausa cargada de amenazantes posibilidades. Y luego, en serenado tono: “Trabajemos, señores.” El Secretario abrió la sesión informando acerca del suceso, hora exacta, circunstancias, etc. El Capitán Valverde, jefe de la Policía Judicial, había abierto ya las investigaciones. Ayer, con motivo de la inauguración del Capitolio, por haberse trasladado la guardia presidencial al Gran Hemiciclo, la custodia de Palacio, en verdad, había sido insuficiente, cubriéndose las postas de rigor con soldados inexpertos en tal menester. Pero nadie, sin embargo, que fuese ajeno a la servidumbre y personal de confianza había penetrado en el edificio después del relevo de la guardia. —“Aparte de eso”—apuntó el Presidente—“la bomba que aquí estalló no es de las que pueden traerse en un bolsillo. Hacia

zaba de pastor protestante, de capuchino franciscano, ciego fingido un día, falso policía al otro —labriego, minero, arreador de reccas, médico con maletín, turista inglés, arpista ambulante, cargador de huacales— y mientras todos los cuerpos de Seguridad del Estado lo buscaban con gran estruendo de motocicletas y asedio de barrios enteros, estaba acaso el buscado, el emplazado, descausado en un banco del Parque Central, con peluca de anciano, barbas blancas y gafas negras, metida la cara en el periódico del día, en tanto que unos partidarios suyos—no se sabía realmente si eran partidarios suyos— empezaban a cantar, allí lejos, en las comarcas del maguey y la tuna, en clima de algas y reles; de trigales en cumbres y cras entre nieves, una copla que mucho se había cantado en el México de años atrás:

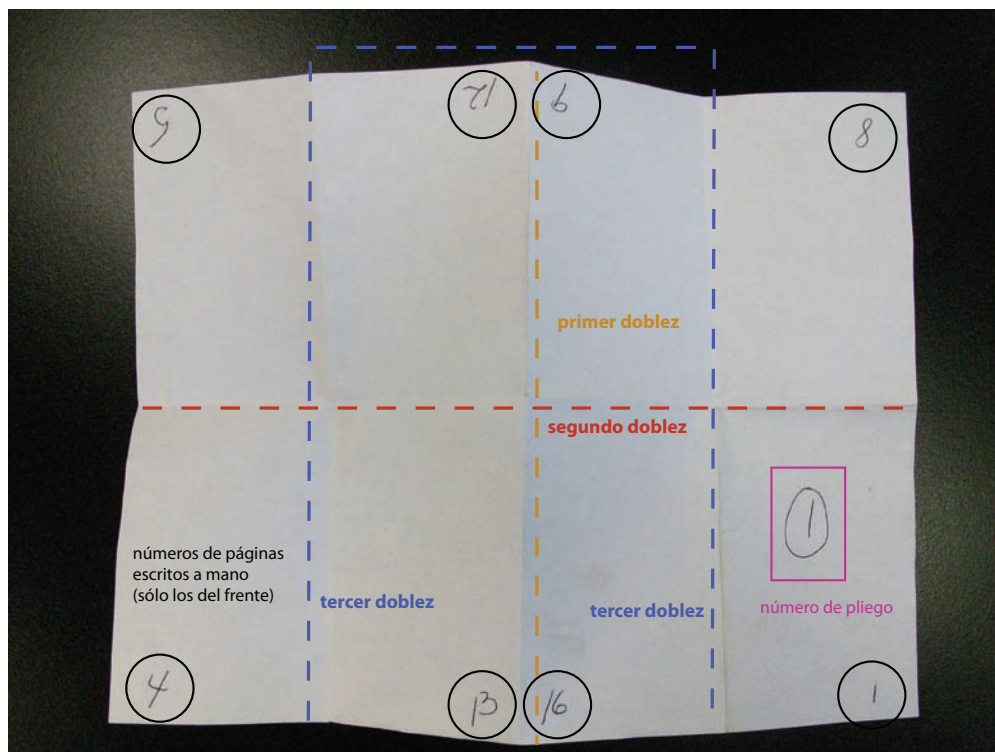
*Dicen que los agonistas somos  
una tanda de ladrones  
porque no queremos ser  
los lueyes de los patronos.*

—“No quiero mitos”—decía el Primer Magistrado, ante la realidad creciente del Estudiante, cuyo supuesto—desconocido— perfil se le atravesaba, cada mañana, entre el ventanal de su despacho y la teléfrica presencia del Volcán Tutelar—“No quiero mitos. Nada camina tanto en ese continente como un mito.”—“Cierro, muy cierto”—opinaba el profesor liceísta que a menudo emergía en Peralta—“Moctezuma fue derribado por el mito mesiánico-azteca de Un-Hombre-de-Tez-Clara-que-habría-de-venir-del-Oriente. Los Andes conocieron el mito del Paraclete Inca, encarnado en Tupac Amaru, que buena guerra dio a los españoles. Tuvimos el mito de la Resurrección-de-los-Antiguos-Dioses que nos valió una Ciudad Fantasma en las selvas de Yucatán, cuando París celebraba el advenimiento del Siglo de la Ciencia y rendía culto al Hado Electricidad. Mito de un Auguste Comte a la brasileña, con mística boda de la Bancauda y el Positivismo. Mito de los gachos invulnerables a las balas. Mito del haitiano ese —Mackandal, creto que se llamaba— capaz de transformarse en mariposa, iguana, caballo o paloma. Mito de Emiliano Zapata, subiendo al cielo, después de muerto, en un caballo negro con aliento de fuego.”—“Y en México”—obser-

Figura 17. Ejemplos de pruebas daylux, llamadas así por el tipo de papel en el que se imprimían

El papel que se utiliza para imprimir suele venderse en grandes paquetes llamados camas, cada cama está integrada por un millar (o más) de hojas de papel llamadas pliegos;<sup>68</sup> el tamaño de los pliegos varía mucho dependiendo del tipo de papel y del país donde fue elaborado, aunque el más común es el de 841×1189 mm. Cada pliego de papel, al ser este un material orgánico, tiene un determinado factor de durabilidad y de flexibilidad; lo más importante en este punto es el factor flexibilidad, pues cada pliego se dobla sobre sí mismo varias veces hasta crear un

68 Pliego es una hoja grande de papel extendida o doblada, impresa o en blanco. En el papel ya impreso, en frente y vuelta, los dobleces para formar pliego determinan la cantidad de páginas. Zavala, *El libro y sus orillas*, nueva edición, FCE, 18.



“cuadernillo”<sup>69</sup> (figura 19), la norma es que cada pliego puede doblarse hasta tres veces, lo que da como resultado una hoja con ocho caras por cada lado, dieciséis en total. Es decir, cada pliego nos da un total de dieciséis páginas para imprimir.

Lo más recomendable para que esto pueda entenderse a cabalidad es hacer un ejercicio doblando una hoja tamaño carta primero a la mitad, por el lado más angosto, una vez más a la mitad, por el lado más angosto y, finalmente, otra mitad por el lado más angosto (figura 18) Una vez realizados los dobleces se pasará a numerar cada cara, frente y vuelta, en la parte inferior derecha (equivalente al número de página); por último se le pondrá un número, encerrado en un círculo, que nos indicará el número del cuadernillo (o número de pliego, figura 19).

Figura 18. Ejemplo de maqueta o imposición casera para simular la realizada para impresión, se utilizó una hoja tamaño carta.

69 Cuadernillo: papel plegado que forma parte de un libro, puede constar de 4, 8, 16 o 32 páginas. *Manual de estilo. Publicaciones, Universidad de Alicante*, 102.





Figura 19.  
Ejemplo de una  
maqueta casera  
formada por  
17 pliegos de  
16 páginas cada uno

Al desdoblar el cuadernillo y tomar la hoja vista de frente, se revela que los números de página están, en algunos casos, boca arriba y en “diferentes esquinas”, dicho acomodo es lo que se conoce como formación de maqueta para impresión y nos da una idea muy clara de cómo se acomodarán las páginas de nuestro libro y porqué resulta tan difícil de seguir la tripa (ahora más enredada que nunca) en la lectura de *plotters*.

## II.5.2 Capillas

Se conoce como capillas a los pliegos ya impresos, doblados y normalmente sin refinar, que el impresor suele entregar para visto bueno antes de encuadernar<sup>70</sup> (figura 20). Para dar el visto bueno de capillas simplemente hay que verificar la continuidad del número de páginas y de la tripa, así como el color final de la impresión. No está de más decir que si se detecta algún error de edición en las capillas el costo por reimprimir todos los pliegos correrá por parte del editor, por el contrario, si el error es de impresión será el impresor quien deberá poner nuevamente el material y reiniciar el trabajo.

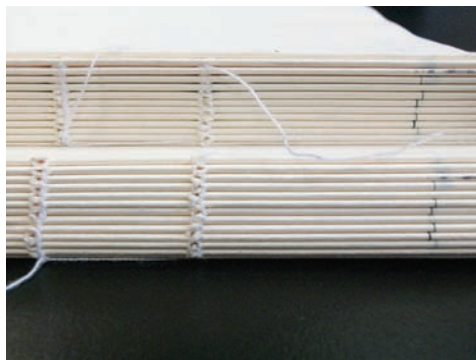
---

70 El refine o corte se realiza una vez que las capillas están pegadas a la portada (que tampoco debe cortarse antes), para que ambos elementos encajen a la perfección.

Para finalizar —y siendo muy negativos—, si pese a todas las lecturas y relecturas que se realicen, pese a la revisión de *plotters*, de PDF, de capillas y de todo lo demás, se encuentra una errata imposible de ignorar, un desliz de la vista o un karma endemoniado materializado en una portada mal impresa (tal vez llena de piojos o cuyo plastificado no secó como debía), un pliego mal acomodado, el nombre del autor mal escrito o cualquier barbaridad imperdonable, cuando el libro ya fue entregado al almacén... existe —sí, existe— una posibilidad de “componer” ese horror de errores a un “bajo costo”. Se trata de reimprimir la parte o sección en la que se encuentra la errata y unir la corrección (cualesquiera que sea) a lo ya impreso y volver a refinar... el inconveniente es más que evidente, pues al volver a refinar, el tamaño del libro no será el mismo, además del maltrato que sufre lo ya impreso al arrancar y volver a pegar todos los pliegos y portada. Aunque desesperado, este recurso es de lo más común, por lo que hay que conocerlo, siempre en el entendido de que ningún editor espera recurrir a él.



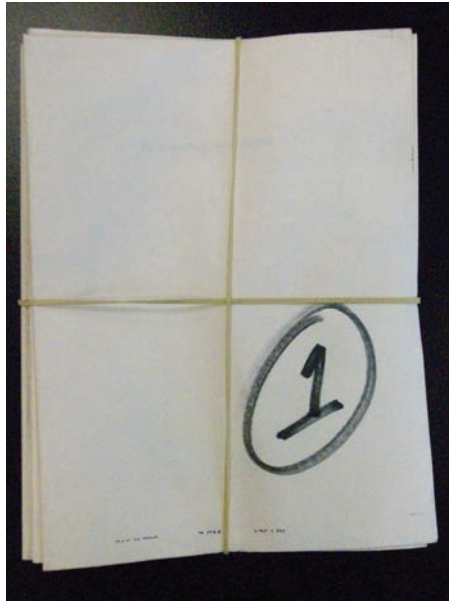
a)



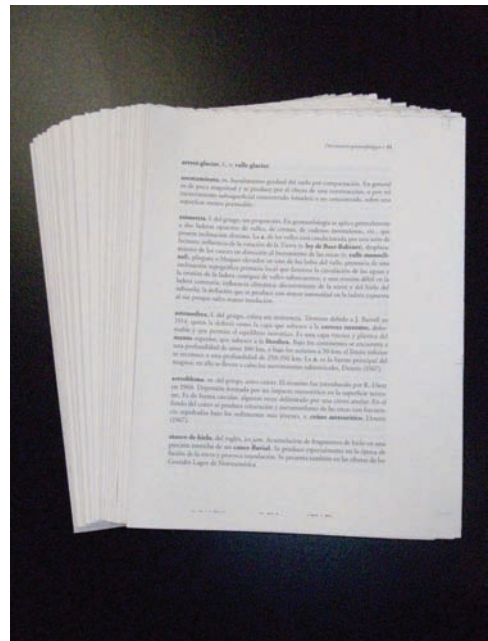
b)

Figura 20.

- a) capillas cosidas;
- b) detalle del cosido;
- c) capillas sin coser;
- d) capillas alineadas.



c)



d)

# III. Fase de posproducción

## III.1. Depósito legal

### III.1.1 Qué es el depósito legal

Una de las responsabilidades legales y administrativas, y por qué no decirlo, social, que todo editor debe cumplir es el depósito legal. Se puede entender por depósito legal la entrega que toda casa editora<sup>71</sup> debe hacer de sus publicaciones, impresas o digitales (libros, revistas, periódicos), a uno o más repositorios determinados tanto por el gobierno federal (central) o estatal (local). A continuación, y para precisar el concepto, se presentan las siguientes definiciones:

El término Depósito Legal es definido como “la obligación señalada por el Estado a todos los autores, editores, impresores y productores de obras de entregar en los lugares que en cada caso se señalan (generalmente las Bibliotecas Nacionales) un determinado número de ejemplares de sus publicaciones”, es decir es un “... requisito legal de propiedad intelectual según el cual uno o más ejemplares de una publicación deben de entregarse al organismo o biblioteca designada para ese efecto”, en México tiene el carácter del decreto.<sup>72</sup>

---

71 Habrá que considerar que el *Decreto de Depósito Legal* tal y como está redactado no especifica que se trate exclusivamente de editoriales registradas ante la Secretaría de Hacienda, pues incluye el término “productores de materiales bibliográficos”, Artículo segundo: “Para los efectos del artículo anterior todos los editores y productores de materiales bibliográficos y documentales, están obligados a contribuir a la integración del patrimonio cultural de la Nación”. Por lo que consiste en toda aquella empresa o persona que publique algún trabajo, sin importar si es independiente o no.

72 Tomado de <[http://www.diputados.gob.mx/cedia/biblio/depleg\\_con.htm](http://www.diputados.gob.mx/cedia/biblio/depleg_con.htm)> consultado el día 5 de noviembre de 2013.

[...] El depósito legal es una obligación establecida por la ley, con arreglo a la cual toda entidad, ya sea ésta comercial o pública, y toda persona que produzca cualquier tipo de documentación en múltiples ejemplares ha de depositar uno o varios ejemplares en una institución nacional reconocida.<sup>73</sup>

Se trata pues de una ley cuya finalidad es que el patrimonio cultural escrito que se produce en cada país tenga un resguardo y se encuentre disponible para esta y futuras generaciones; por lo tanto, debe entenderse como una política tan importante como la creación de catálogos de obras de arte nacionales, zonas arqueológicas o de recursos naturales. Para la Organización de las Naciones Unidas para la Educación y la Ciencia y la Cultura (Unesco), el depósito legal (y por lo tanto la ley que lo implementa y regula) debe ser de interés público y formar parte de la política de cualquier democracia que busque garantizar el derecho que tiene toda persona a la libertad de opinión y expresión, entendiéndose que una ciudadanía no sólo bien informada sino que por cuenta propia busque enriquecer su bagaje cultural y que “tenga acceso” a “todo tipo” de conocimiento es lo adecuado para el mantenimiento y preservación de los valores que ésta sustenta:

acopiar, registrar y conservar todo el material publicado de un país, el depósito legal garantiza a todos los ciudadanos el acceso al patrimonio publicado de la nación, sin formular juicio alguno, ya sea éste de índole moral, política, artística o literaria, sobre el valor intrínseco de los materiales.<sup>74</sup>

velar por la adquisición, el registro, la preservación y la disponibilidad del patrimonio de obras publicadas de un país. Una colección nacional de ese tipo es sin duda alguna uno de los principales componentes de la política cultural de cada país y también debe considerarse como el fundamento de la política nacional de libertad de expresión y acceso a la información. La función del sistema de depósito legal es garantizar la creación de una colección nacional de material publicado en diferentes formatos. También debe favorecer la compilación y la publicación de una bibliografía nacional para garantizar el control bibliográfico de una colección de depósito completa.<sup>75</sup>

Para lo cual se establecieron dos repositorios principales: la Biblioteca Nacional de México (BNM) —bajo el resguardo de la Universidad Nacional Autónoma de México— y la Biblioteca Francisco Zarco del H. Congreso de la Unión (BHCU) —

---

73 Jules Larivière. *Legislación sobre depósito legal: directrices*. Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura, 2000, p. 3.

74 *Ibid.*, p. 14.

75 *Ibid.*, p. 4.

bajo el resguardo de la Cámara de Diputados—. Cabe señalar que también existen depósitos legales de carácter estatal y local (por ciudad) que obligan a los editores establecidos en dichas entidades a entregar sus materiales.

La idea de comprometer, por no decir obligar, a los editores (impresores en la antigüedad) a entregar sus productos a un repositorio o biblioteca (aunque este no fuera público) es vieja. En Occidente el primer antecedente del depósito legal es la “Ordenanza de Montpellier”.<sup>76</sup>

Haremos tres llamados de atención con respecto al depósito legal en México

- Aunque se trata de una política añeja, no existe una efectiva regulación de la misma, y pese a que el decreto estipula multas para aquella editorial que no lo cumpla, muchas lo pasan por alto y jamás son sancionadas.
- El crecimiento exponencial de las publicaciones a nivel nacional y mundial durante todo el siglo xx provocó que las bibliotecas saturaran sus estantes de materiales bibliográficos, fenómeno que en gran medida ha propiciado que las bibliotecas dejen de solicitar nuevos materiales e incluso omitir el seguimiento del depósito legal en aras de crear colecciones más selectas en vez de convertirse en verdaderos repositorios.
- Por último, un punto que va de la mano con la ineficacia de las actuales leyes que rigen en nuestro país los asuntos en materia cultural, en general, y por tanto editorial, en lo particular, así como el avance tecnológico que ha sobrepasado tanto el concepto “repositorio” e incluso biblioteca tanto materialmente (soportes digitales, acceso al material por parte de los usuarios).

No existe una efectiva vigilancia para la entrega de materiales a depósito legal, ni a nivel federal ni local ¿por qué?, me atrevo a sugerir una respuesta con múltiples causas, mismas que tienen un origen en común: el desinterés gubernamental en las políticas culturales, en la correcta aplicación de la ley, así como en la creación de leyes con alcances suficientes, pensadas para abarcar el crecimiento y cambios que se han suscitado en la industria editorial.

---

76 “El sistema de depósito legal, cuya misión es crear y preservar una colección nacional de material publicado, se puso en práctica por vez primera en 1537 cuando Francisco I, rey de Francia, promulgó la “Ordenanza de Montpellier” El decreto real prohibía la venta de todo libro del que no se hubiera depositado una copia en la biblioteca de su castillo”. Larivière, 2000, 5.

Tal y como se vio en el capítulo II de este trabajo, la SEP es la institución que administra al Indautor, que a su vez maneja la base de datos nacional del registro de ISBN e ISSN. El escalafón de responsabilidades en materia de depósito legal se fundamenta en lo estipulado en el decreto de 1991, en el se prevé que la SEP envíe mensualmente la lista de los materiales que cada editorial ha publicado, tomando como base la solicitud y comprobación de los ISBN y los ISSN,<sup>77</sup> a la BNM y a la BHCU<sup>78</sup> para que éstas a su vez “detecten” qué casas editoriales han incumplido y avisar a “la autoridad superior de la cual dependa” que será la encargada de solicitar a la SHCP que las editoriales que incumplieron, además de ser sancionadas conforme a lo estipulado.

En los casos en que los editores y productores no entreguen los materiales, en los términos del artículo cuarto del presente Decreto, la biblioteca afectada lo comunicará a la autoridad superior de la cual dependa, para el efecto de que la misma solicite a los responsables el cumplimiento de su obligación, dentro del plazo de los treinta días naturales siguientes a la recepción de la petición. En caso de que en dicho término no se cumpla con la referida obligación, las propias autoridades lo comunicarán a la SHCP, a efecto de que esta dependencia haga efectivas las sanciones que correspondan conforme a las disposiciones legales aplicables.

---

77 Existe además la interrogante sobre aquellos materiales que se imprimen y de los cuales no hay ningún registro oficial y regular como pequeños folletos, boletines, gacetas de editoriales independientes o de incipiente aparición, que no pueden acceder al registro ante Hacienda por tratarse de algo menos que empresas y ser más proyectos culturales alternativos, característica que los excluye del acceso al ISBN o similar, materiales todos de igual importancia para preservar el patrimonio cultural; se sabe sin embargo que en muchas bibliotecas personales y por tanto gracias a la manía de lectores empedernidos, promotores culturales o simplemente a la mera suerte, muchos de estos materiales llegan a bibliotecas o bibliófilos vía compra/venta de librerías de viejo. Una última mención a las licencias de Creative Commons muy útiles y que han abierto un nuevo campo para el manejo de los derechos de autor y reproducción y los cuales en teoría deberían entrar bajo la jurisdicción de las leyes del depósito legal y aunque la filosofía base del Creative Commons es la libre distribución de las obras no deben estar exentas, sin embargo, tampoco realizan el depósito legal en forma.

78 La Dirección General del Derecho de Autor de la Secretaría de Educación Pública, enviará mensualmente una relación de las obras registradas en esa dependencia, a la Biblioteca Nacional y a la Biblioteca del Congreso de la Unión, para la verificación del cumplimiento de la obligación consignada en el artículo segundo de este Decreto. Artículo noveno, *Decreto de Depósito Legal*, 1991.

### III.1.2 Procedimiento de entrega de materiales para el depósito legal

Para hacer entrega de los materiales publicados por una casa editorial a la BNM y la BNCU, simplemente se necesita hacer una carta en la que se especifique a qué responsable de dicha entrega (considerando que el depósito legal se diferencia de una donación particular por tratarse de una obligación por ley), qué persona (física o moral) está haciendo la entrega y una lista de los materiales entregados que debe contener:

3. Título completo de la publicación (libro, revista).
4. Nombre completo del autor, recopilador, coordinador (tal y como aparece en la página legal y portada del libro, incluso si se utilizó un pseudónimo).
5. ISBN, ISSN u otro código identificador (en caso de contar con él).
6. Nombre de la colección, serie o sello a la que corresponda (puede ser época, periodo, volumen).
7. Y la fecha de publicación (como mínimo mes y año, pues no se debe olvidar que el depósito legal se debe cumplir mensualmente).

Además se debe especificar claramente el número de ejemplares que se están entregando,<sup>79</sup> esto es porque los encargados de recibir los materiales harán un cotejo (para reportar el ingreso al inventario y catálogo del repositorio) y harán saber a la editorial si hace falta o sobra material, en relación a la lista que se les entregue. Este pequeño cotejo resulta de gran importancia pues de esa forma se puede detectar la extracción de material.<sup>80</sup> Para facilitar la elaboración de esta lista se sugiere la utilización de la base de datos que se ha venido manejando desde el inicio del proceso de edición (esta lista se analizará en el capítulo III, punto 1.2.1, de este trabajo) de ahí se

---

79 La razón de esto es simple, en muchos casos la bodega de la editorial puede no contar con la cantidad solicitada de materiales, sobre todo si ha pasado mucho tiempo desde que se publicó el material hasta que se entregó a los repositorios, en este caso pueden enviarse reimpressiones y no primeras ediciones (como en teoría debe ser), y especificar con asterisco o recuadro dicha situación. Esto no será aplicable en el caso de nuevas ediciones dado que una nueva edición requiere de un nuevo ISBN y, en teoría, deberá cumplir con un nuevo depósito legal, Artículo segundo, *Decreto de Depósito Legal*, 1991.

80 El robo hormiga de libros u otros, genera pérdidas que, contabilizadas al año, pueden ascender a miles de pesos y una salida de materiales del almacén en la cual, por razones de logística, no interviene la entrega de una contrafactura y por lo tanto puede poner en alerta sobre algún empleado por parte del almacén, el departamento de ventas y/o el de cobranza.



podrán extraer los datos necesarios para su elaboración sin necesidad de tener en el escritorio todos los ejemplares que se enviarán.

Por último, la carta y la lista deberán enviarse por duplicado, original y copia, a la dirección indicada, es importante señalar que puede darse el caso, como en la BHCU, los materiales se entregan en oficinas anexas al repositorio, en alguna puerta anexa, e incluso la copia hará las veces de contrarrecibo y los encargados de la recepción de los materiales harán alguna anotación sobre los materiales, la cantidad y en algunos casos sobre su estado físico.

### III.1.2.1 *Ejemplo de carta y lista para entrega de materiales para el depósito legal*

La figura 21 muestra un ejemplo de carta para el depósito legal (todos los datos enlistados son ficticios).

## III.2. Promoción

Sin duda alguna la promoción es el paso más importante que toda editorial debe realizar si desea obtener ganancias por sus productos y jamás debe ser menospreciada. En la actualidad la mayoría de las editoriales no utilizan el término “promoción” sino *marketing*,<sup>81</sup> concepto que amplía en gran medida el trabajo que se realiza (desde la contratación y rentabilidad de títulos, hasta el diseño y distribución de las obras). Sin embargo, y pese a la importancia e impacto que tiene el marketing como un plan de trabajo enfocado a obtener ganancias, la realidad es que las editoriales pequeñas e incluso las medianas, no suelen utilizar este tipo de planes de trabajo cabalmente,<sup>82</sup> por lo que el resultado (o lo más parecido al marketing que se hace) es la promoción.

---

81 Puede traducirse como mercadotecnia o mercadeo. Para David Cole (2003) “todo es *marketing*” y subraya la diferencia fundamental entre vender (en este trabajo se nombra promoción) y marketing, poniendo el ejemplo de aquellos editores o autores que le presentan su libro terminado para recibir de su parte “ayuda para *marketing*”, a lo que él suele responder “Querrá decir que, habiendo dejado de lado la portunidad de recibir algún asesoramiento de marketing, usted quiere que yo lo ayude a *vender* este libro” (Cole: 2003, 1).

82 Esto se puede deber en gran medida a que un asesor en marketing o un departamento que cumpla con dichas funciones en su totalidad resulta oneroso de primera instancia, aunque se sabe que a la larga repercutirá en verdaderas ganancias.



México D.F. a \_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ del \_\_\_\_

Nombre del encargado (revisar datos anualmente) Jefe(a) del Departamento de Adquisiciones Biblioteca Nacional/UNAM Presente	o	Cámara de Diputados H. Congreso de la Unión Departamento de Adquisiciones y Registro del Centro de Documentación, Información y Análisis (CEDIA ) A quien corresponda
--	---	---

Por este medio y cumpliendo con lo establecido en el “Decreto por el que dispone la obligación de los editores y productores de materiales bibliográficos y documentales, de entregar ejemplares de sus obras a la Biblioteca Nacional y a la Biblioteca del Congreso de la Unión”, publicado en el *Diario Oficial de la Federación* del 23 de julio de 1991, hago llegar a su resguardo dos (2) ejemplares de los (libros, revistas, periódicos, o lo que sea) que fueron publicados por esta casa editorial en el periodo de  (mes/año) a (mes/año) .

Título	Autor/compilador/coordinador	ISBN	Colección / serie / o lo que sea	Fecha de publicación
<i>Las maquinaciones del papa</i>	Sobrio Ledezma Angulo (autor)		Espionaje	19/02/01
<i>Cómo hacer que su hijo ame la escuela sin morir en el intento*</i>	Gumersinda Buena Mata (autora)		Madre digna	20/02/01
<i>Ungüento (manifiesto de la nueva poesía naif en México)</i>	Estrodoberito (escuela de la nueva poesía naif mexicana)		<i>Omni et libris</i>	21/02/01
<i>Te quiero... pero bien lejos**</i>	Cástulo Ardilla Rojo		Llueve sobre mojado	
<i>La verdad sobre la misteriosa alza del maíz: la conspiración para desestabilizar el mercado de abasto mexicano</i>	Ingenuo Silvestre de Alma Blanca		Espionaje	
<i>Conejito blanco, conejito azul dime cuántos pelos tienes tú (resolución de problemas abstractos para niños)</i>	Perfecta Absuma Choice		π	
<i>Reglas no escritas del trabajo editorial, competencias y habilidades de una editora en ciernes</i>	Laura Diana López Ascencio		Profesión: editar	

\* Un ejemplar es de la primera impresión y otro de la segunda reimpresión, ambas del mismo año.

\*\* Un ejemplar es de la primera impresión (1999) y otro de la segunda reimpresión (2001).

Sin otro particular le envío un cordial saludo.

Atte.

Apoderado legal  
ALKA ediciones

Figura 21.  
Ejemplo de carta para depósito legal

Se debe entender, por ende, por promoción una serie de pasos que se realizan una vez entregado el libro al almacén, y cuya función es dar a conocer el producto a un público amplio. Como se verá más adelante se privilegiarán aquellos pasos que impliquen los siguientes aspectos:

- a) gratuidad, es decir, que no generen costos para la editorial;
- b) visibilidad y
- c) eficacia.

Sobre estos aspectos es importante señalar que la promoción gratuita, pese a lo que se puede pensar, abunda, desde suplementos de libros, reportajes de periodistas culturales, redes sociales, blogs especializados, programas de radio, etc. Sin embargo los últimos aspectos son los más difíciles de conseguir: que nuestro libro sea visto en la blogosfera y que dicha reseña genere una venta real no es algo que sea fácilmente calculable con las herramientas que suele tener un asistente (en quien seguramente recaerán estas labores propias de mercadólogos).

### III.2.1 Base de datos del fondo editorial

El compendio de todas las publicaciones de una casa editorial se conoce como fondo editorial. Para llevar un buen control del fondo editorial, que dicho sea de paso se engrosará año con año, es necesario contar con una base de datos. Ésta siempre debe estar al día, pues no sólo sirve para hacer el catálogo, sino que tiene varias finalidades (como apoyo para solicitar ISBN, para llevar un mejor control de las fechas de término de los contratos, etc.), lo recomendable es que se actualice en el momento mismo de solicitar ISBN y que se complete en cuanto el libro llegue al almacén.

La base de datos del fondo editorial debe contener no sólo información bibliográfica (título, autor, clasificación temática), sino también de producción (como tipo de papel, de impresión). Lo más recomendable es utilizar la información que se utilizó para solicitar el ISBN (capítulo II, cuadro 2) y acomodarla por columnas en un archivo Excel,<sup>83</sup> de esa manera toda la información estará compilada en un

---

83 No se recomienda el uso de tablas de Word debido a dos cosas: la primera es que una tabla de Word está restringida por el tamaño de la página y porque una tabla en Word no permite que se puedan realizar análisis de datos.

mismo lugar y estará a la mano para futuras reimpressiones, nuevas ediciones o para fines estadísticos. Otro tipo de información que es importante que la base de datos contenga es una reseña de la obra —puede ser el texto de la cuarta de forros— y el precio, tanto de producción como de venta.

También se recomienda incluir las fechas de inicio y término de los contratos, aunque lo más común es que esta información, por considerarse confidencial, no se ponga en manos del asistente.

El mantenimiento de dicha base de datos, será uno de sus principales deberes. A diferencia del catálogo (como se verá más adelante), la base de datos debe ser acumulativa y nunca deben borrarse datos de ningún libro, aunque haya dejado de venderse (figura 22), también se recomienda dividir las publicaciones por meses usando una clave de color, y que al terminar cada año se guarde una copia sólo con lo que se publicó ese año.

a) Datos editoriales

ISBN	Título libro	Autor(es)	Número de edición o de reimpresión	Colocación / serie / sello editorial	Fecha de publicación	Género	Clasificación DEWEY	Reseña

b) Datos técnicos

ISBN	Tipo de impresión	Tipo de papel	Tamaño	Peso	Número de páginas	Precio pesos / precio dólares (al momento del lanzamiento)

MESES
Enero
Febrero
Marzo
Abril
Mayo
Junio
Julio
Agosto
Septiembre
Octubre
Noviembre
Diciembre

**ALKA**  
ediciones

Figura 22. Ejemplo de base de datos básica para un fondo editorial, a) datos bibliográficos, b) datos técnicos o de producción

Esta base de datos servirá, en más de una ocasión, para hacer labores de promoción no sólo externas, sino con el cuerpo de ventas de la editorial. Hasta ahora los procesos realizados por el departamento editorial no habían tenido alguna repercusión fuera del mismo, pero ahora será necesario generar información hacia fuera en forma de presentaciones, pláticas o comunicados para los vendedores y para los medios de comunicación para promoción.

### III.2.2 Catálogos

Como se ha visto, la elaboración de una base de datos completa ayuda a llevar la información total de nuestros libros en un solo documento. El mantenimiento de esa base de datos es esencial para elaborar el o los catálogos de la editorial.

El catálogo de una editorial es un muestrario o compilación de todas las publicaciones que se tengan disponibles y es una de las principales herramientas para el cuerpo de ventas. El catálogo se debe renovar año con año, y resaltar las novedades anuales y dar avances de las obras que se publicarán y el mes en que verán luz (dicha información debe tomarse del calendario editorial). Una editorial altamente organizada y con una excelente planeación es capaz de mostrar en su catálogo anual no sólo adelantos de títulos para presentarse, sino de la portada e incluso parte de los interiores.

Es necesario que el cuerpo de ventas tenga a la mano no sólo una copia digital del catálogo (para enviar por correo), sino varias copias impresas para llevar en su recorrido por librerías y puntos de venta (como restaurantes, cafés, tiendas departamentales) en toda la república. La razón por la que se menciona este aspecto es porque para un vendedor, sobre todo si es foráneo (provincia), resulta muy difícil llevar muestras de todos los libros de la editorial,<sup>84</sup> y el catálogo es su mejor aliado para colocar el producto libro en las estanterías. Por esta razón el catálogo debe cumplir con las siguientes características:

---

84 Muchos vendedores de libros no trabajan solo para una editorial. Sobre la forma en que se venden libros en México, se puede —y debe— hacer un extenso estudio, es importante porque, así como pasa con los muchos editores, los vendedores de libros no cuentan con formación específica alguna para su labor. Normalmente se trata de vendedores “a secas”, que lo mismo venden licuadoras que ropa. Por el contrario, y por mencionar otro ejemplo, el cuerpo de ventas para libro de texto está altamente especializado pues se trata del mercado más grande de venta de libro en el país.

- Ser de un tamaño no mayor al carta. Para que pueda caber en una maleta o portafolio.
- Ser ligero. Debe estar hecho con un papel durable, de poco gramaje y poco volumen, para que no pese demasiado.
- Contar con todos los títulos de todas colecciones y sellos. Se recomienda que solo se incluyan portadas de novedades y *best sellers*, y que el resto del fondo editorial se encuentre enlistado.
- Lista de novedades por aparecer (como ya se mencionó), aunque no tengan una portada, número de páginas u otro dato.
- Información completa de la editorial. Esto incluye correos electrónicos, página web, directorio y números de teléfono (del departamento de ventas y de edición), así como dirección fiscal.

Un buen catálogo se debe organizar de la siguiente manera:

- a) Estar dividido por colección o sello editorial.
- b) Colocar las novedades al inicio y por orden de aparición (de preferencia por mes).
- c) Resaltar los *best sellers*, aunque ya no sean novedades.
- d) Enlistar alfabéticamente el resto de la colección.

Cada libro que esté en el catálogo debe contar con la siguiente información (sobre todo las novedades)

- a) Imagen de la portada (a color).
- b) Título del libro.
- c) Subtítulo (si es que tiene).
- d) Autor(es).
- e) Colección o sello al que pertenece.
- f) Temática.
- g) Género.
- h) Número de páginas.
- i) Tamaño final (ancho y alto).
- j) ISBN.
- k) Número de edición o, en su caso, de reimpresión.
- l) Peso (esto es para calcular el costo por envío).

- m) Precio (en pesos y dólares).
- n) Una reseña (puede ser el texto de la cuarta de forros).

Para finalizar es muy importante que toda editorial cuente con un catálogo en línea. No sólo se trata de subir a la web un PDF del catálogo impreso, lo cual también es necesario, sino de tener un sistema que permita que el librero o encargado del punto de venta, haga pedidos vía internet y que permita saber la cantidad de producto que existe en el almacén en tiempo real.

### III.2.3 Directorio de medios y comunicado de prensa

Para realizar la promoción de nuestros libros, además del trabajo del cuerpo de ventas, es necesario contar con un directorio de medios. Este es una herramienta básica para realizar todo tipo de promoción de nuestros libros y debe contener información de contacto de todos los medios de comunicación externos (como suplementos de libros, programas de radio, blogs) o internos (redes sociales) que servirán para dar a conocer las novedades de la editorial (cuadro 5).

Aunque, en apariencia, su conformación sea simple, detrás de este directorio se encuentra en gran medida la clave de la visibilidad —y por tanto de la supervivencia— de una editorial, y al mismo dan claves del tipo de publicaciones que ésta maneja y de su público —tanto cautivo como potencial—. Cada uno de los medios de comunicación debe estar pensado para una colección o libro específico, no se debe, por ejemplo enviar una obra esotérica a un suplemento cultural, o un libro de ensayos políticos a un programa de radio inspiracional o tipo revista. Por otro lado, y aunque en la actualidad, las redes sociales son uno de los mejores escaparates para darse a conocer, no se deben descuidar otros medios, sobre todo la radio.

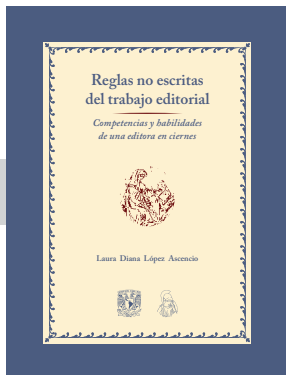
Una vez definido qué libro será enviado a determinado medio, hay que elaborar un comunicado de prensa: es un documento sobre algún evento relevante que, en una sola hoja, condensa la información más importante. Se trata de una herramienta eficaz que ayudará al comunicador (reportero, titular de programa de radio, bloguero) a darse una idea general del tipo de libro que se promueve, así como su relevancia (figura 23).

<b>Directorio de medios</b>					
<b>Medios impresos</b>					
Nombre	Tipo	Nombre del contacto	Teléfono	Correo	Dirección
¿Cómo ves?	Revista impresa	Gloria Valek / Jefa de Redacción		glvalek@universum.unam.mx	Dirección General de Divulgación de la Ciencia, Subdirección de Medios de Comunicación, Circuito Mario de la Cueva s/n, Ciudad Universitaria, Delegación Coyoacán, C.P. 04510, México, D.F.
Ciencia y tecnología (Excélsior)	Periódico	Paul Lara Galicia	51 28 30 00, ext. 222		Periódico Excélsior, Bucareli núm. 1, piso 2, Col. Centro. C.P. 06600 México, D.F.
Ciencias (La Jornada)	Periódico	Fabrizio León	91 83 03 00		La Jornada, Av. Cuauhtémoc núm. 1236, Col. Santa Cruz Atoyac, México, D.F. C.P. 03310
Ciencia (El Universal)	Periódico		57 09 13 13		
Ciencia (Milenio)	Periódico				
<b>Medios digitales</b>					
Nombre	Tipo	Nombre del contacto	Teléfono	Correo	Dirección
Imagen en la ciencia	Programa de radio		50 89 90 00		
El Explicador	Programa de radio	Enrique Ganem y Ma. de los Ángeles Aranda			
Primera Emisión	Programa de radio	Carmen Aristegui			
Fronteras del conocimiento	Programa de radio	Federico Lamont	36 40 52 10	jesus@asilodicelamont.com federico@asilodicelamont.com	Basilio Badillo 29, colonia Tabacalera, delegación Cuauhtémoc, C.P. 06030 México, D.F.
Hoy por Hoy en la Ciencia	Programa de radio	Ángel Figueroa			Espacio dedicado a la información científica, cuenta con el soporte de la UNAM a través de la Dirección General de Divulgación de la Ciencia.
Eureka	Programa de televisión				
La dichosa palabra	Programa de televisión				

Cuadro 5.  
Ejemplo de directorio de medios.



México D.F. a 12 de mayo de 2013



Alkaediciones tiene el gusto de presentar, dentro de su colección

PROFESIÓN: EDITAR

el libro

*Reglas no escritas del trabajo editorial.  
Competencias y habilidades de una editora en ciernes*

Existe una amplia bibliografía sobre el trabajo editorial, sin embargo, la mayor parte se trata de textos teóricos o bien manuales que aunque resultan de una gran ayuda no están escritos para el ámbito editorial mexicano, con sus particularidades y carencias. Por lo tanto dar un panorama general de lo que el aspirante a editor enfrentará en el mercado laboral resulta importante. Dichas habilidades y conocimientos, como se ha tratado en infinidad de libros, han hecho, al menos en las pequeñas editoriales, que el editor se convierta en un "todólogo no especializado", es decir alguien que debe saber, por ejemplo, en qué resolución y formato debe estar una imagen para

que esta salga bien impresa, para detectar posibles errores del diseñador, o bien a qué medios de comunicación deben mandarse ciertos libros y cómo conseguir promocionar el material al menor costo o incluso de manera gratuita, entre otras. Las nuevas tecnologías han hecho que el trabajo de edición se realice con mayor rapidez y aunque han acortado el tiempo de producción del libro, el trabajo editorial sigue siendo, y a la vez no, el mismo: las erratas no están extintas, el editor sigue batallando con el diseñador, el diseñador no puede hacer entrar en razón al editor, el autor batalla con los que mal colocan su libro y todos vamos en el mismo barco.

### Sobre la colección

Profesión: editar es una colección pensada para los profesionales de la edición que aborda temas que van desde la recepción de manuscritos hasta la logística en almacenes. Escritos por profesionales con años de experiencia, estos libros indagan y dan luz sobre el quehacer editorial en México, además de dar un amplio y realista panorama de los puestos de trabajo y sus funciones en la industria editorial mexicana.

### Sobre la autora

Laura Diana López Ascencio cursó la licenciatura en Lengua y Literaturas Hispánicas en la Facultad de Filosofía y Letras. Ha trabajado en el sector editorial desde el 2004.

### Difusión:

Esther Guajardo Godínez (asistente editorial)  
Alkaediciones, asistente\_editorial@alkaediciones.com.mx  
Sin nombre #1, Col. El sifón, C.P. 9400, Delegación Iztapalapa

Figura 23.  
Ejemplo de comunicado de prensa para promoción de libro

Los elementos esenciales que deben conformar un buen comunicado de prensa son

- 1) Logos institucionales (tanto de la editorial como del sello o colección a la que pertenece el libro).
- 2) El encabezado “Comunicado de prensa”.
- 3) Fecha y lugar.
- 4) Una frase o balazo que indique de qué se trata el comunicado.
- 5) Información general del libro como: título, nombre de colección o serie, nombre del autor.
- 6) Reseña. Es muy importante que esta reseña no sea igual a la cuarta de forros, se trata sobre todo de dar información sobre la relevancia de la obra, su importancia o cualidades, con un lenguaje claro y usando frases, de preferencia, en positivo (evitar iniciar con palabras como: no, nada).
- 7) Información sobre el autor, como su trayectoria literaria, otras publicaciones, méritos académicos.
- 8) Información sobre la colección.
- 9) Datos de contacto con la editorial (sobre todo de la gente de promoción, en este caso del asistente).
- 10) Información sobre la presentación del libro.

Toda esta información deberá caber en una hoja tamaño carta, esto es porque los comunicadores, sobre todo los reporteros, no tienen el tiempo suficiente para leer toda una explicación pormenorizada de un libro que, dicho sea de paso, no es el único que diariamente llega a sus escritorios. En otras palabras, un comunicado de prensa breve, conciso y bien diseñado es, además de una cortesía para nuestro contacto, una excelente carta de presentación para la editorial.

Una vez enviado el comunicado lo más probable es que pase desapercibido en el muy competitivo mundo noticioso; sin embargo, nunca hay que dejar de enviar comunicados de prensa, la razón es simple y tiene la misma lógica que la de crear perfiles en Facebook, Twitter o Instagram, eso ayuda a que se sepa que la editorial sigue existiendo. Además de esta, hay otros motivos —que suelen dar resultado a largo plazo— por los cuales es importante mantener el envío de comunicados de prensa:

- Los reporteros o titulares de programas de radio suelen preparar notas o programas especiales sobre temas coyunturales o por encargo, y si nuestro libro tiene cabida será reseñado o mencionado aunque ya no sea una novedad.
- Suelen canalizarlo con otros colegas, tanto de otras secciones como de otros medios.

En otras ocasiones, aunque las menos, cuando un reportero está interesado en reseñar nuestro libro nos lo hará saber (con una llamada o correo electrónico) entonces se le deberá enviar un ejemplar del libro para que pueda leerlo, es muy común que acompañando a la reseña se realice una entrevista al autor —no hay que olvidar que en el contrato se puede estipular que el autor está obligado a ayudar con la promoción del libro—, lo cual ayuda a posicionar a la editorial.

Para los programas de radio (y de hecho es la tradición) se deben enviar, además del comunicado de prensa, unos cuantos ejemplares (no más de cinco) para que se puedan regalar al público, esto es de gran ayuda porque el comunicador antes de regalar los libros suele hacer alguna mención sobre el mismo o, del mismo modo que los reporteros, entrevistar al autor.

### III.2.4 Presentaciones de libros: pros y contras

Como se ha visto, la cantidad de posibilidades para promocionar un libro que nos dan las redes sociales, los programas de radio, los suplementos culturales de los periódicos, hacen que la promoción sea, digamos, amplia. Sin embargo, para los autores (sobre todo para los noveles), siempre existe la inquietud de hacer una presentación de su libro.

En términos generales, la presentación de un libro más que una efectiva herramienta de promoción suele tratarse de un acto meramente protocolario al que la editorial no se puede negar, sobre todo si el autor desea que se realice dicho evento o si se encuentra contemplado en el contrato. Sin embargo, la mayoría de las editoriales evitan realizarlas, pues resultan onerosas y su organización engorrosa. Aunque suele haber excepciones a esta regla:

- Cuando la obra es de un autor ampliamente conocido.
- Cuando se trata de una obra cuyo tema es coyuntural.
- Si la obra fue galardonada o ganadora de algún premio.
- Si el autor cuenta con un buen “padrinazgo”.

La organización de la presentación de un libro corre por cuenta de la casa editorial, desde la invitación a medios de comunicación o reporteros, hasta la compra del vino de honor; labores que recaen en el asistente editorial. A grandes rasgos, se deberán contemplar estos aspectos:

- 1) Elección, reservación y pago de la sede de la presentación. Para este punto es necesario considerar la cantidad de invitados (sobre todo habrá familiares), si hay alguna institución que apoye la publicación y que facilite algún espacio, el costo y las fechas libres. En todo caso, y a modo de sugerencia, siempre es mejor realizar las presentaciones en ferias de libros y en bloque, es decir, varios libros a la vez, pues en dichos eventos existen descuentos y la editorial se ahorra varios costos de logística (como la renta de proyectores, sillas).
  - Alguna casa de cultura.
  - En algún centro cultural.
  - En alguna feria del libro.
  - Museo u otro recinto.
- 2) Diseño y difusión de la invitación. Hay que considerar que los reporteros culturales suelen ser muy selectivos, por lo que es difícil que asistan a este tipo de eventos si no se trata de una obra que han considerado con antelación o de gran relevancia.
  - Dirección de la sede del evento.
  - Fecha y hora.
  - Nombre del autor.
  - Nombre de la obra y, si tiene, datos de relevancia como el premio que ganó u otro.
  - Nombre del o los presentadores.
  - Logotipos. De la editorial, el sello o colección y de la sede del evento.
  - Si habrá brindis después del evento.
  - Y si se trata de un evento abierto al público o es privado.

El día del evento habrá que llevar una lista de los invitados de prensa que confirmaron su asistencia, porque en este tipo de eventos siempre se presenta un tipo especial de “colados” (personas que rondan cerca de casas de cultura, museos, para obtener bocadillos y libros gratis, haciéndose pasar por reporteros).

Si las presentaciones de libros forman parte un buen plan de *marketing*, y no son sólo un acto promocional o protocolario, pueden redundar en grandes beneficios para la editorial como:

- Posicionamiento de la marca (editorial o sello).
- Contacto con los medios de comunicación.
- Dar a conocer a nuevos autores.
- Obtener prestigio.

Todos estos elementos que, aunque no tienen un impacto inmediato, a largo plazo ayudan a mantener no sólo a un público específico o canales de venta buscando los libros que se publican, sino también a autores, fundamento de la cadena productiva del libro.

# Conclusiones

El proceso de edición de libros, como se ha visto, requiere del cumplimiento de una serie de fases concatenadas, las cuales deben cumplir con determinados parámetros de calidad. La función del editor es primordial para cumplir este cometido, pues es la persona que se encarga de tomar las decisiones pertinentes durante la elaboración de los textos, verificar que éstas se ejecuten por el equipo de trabajo y dar el visto bueno final a los textos antes de enviar a la imprenta. En este sentido, los egresados de la Licenciatura en Lengua y Literaturas Hispánicas no sólo tienen ante sí un rico y vasto campo para desempeñarse profesionalmente, sino una labor que, sin temor a equivocarme, les dará grandes satisfacciones tanto laborales como personales.

Editar libros en nuestro país suele considerarse como un oficio, sin embargo es una profesión que se debe aprender y ejercer al lado de personas que ya tienen experiencia en ella (correctores, diseñadores, impresores, vendedores, editores, jefes de almacén, administradores). Asimismo, es deseable que los jóvenes que deseen trabajar en la edición de textos lo hagan gradualmente, como asistentes o correctores, pues de esa manera podrán dimensionar y calibrar el grado de dificultad de las etapas que la componen, medir los tiempos que conlleva cada paso, conocer sus propias capacidades y sus preferencias en el trabajo (leer, redactar, corregir, contratar obras, buscar nuevos autores, dictaminar, coordinar, dar seguimiento a la impresión, entre muchas otras especialidades).

La profesión de editar encamina, a los que en ella trabajan, a nuevos retos en la producción y venta del producto libro, alimenta y consolida la cultura general de todos los involucrados e induce a la continua actualización de conocimientos sintácticos, gramaticales y ortográficos. Pero aún hay más: es posible adentrarse en el campo del diseño, tipografía, fotografía, impresión, encuadernación y, a fin a las nuevas tecnologías, producir en formato digital.

Las labores editoriales tienen su razón de ser en la difusión del conocimiento y la información, así como en el entretenimiento; todas ellas partes fundamentales del espíritu humano.



*Fuentes*



- ÁLVAREZ NAVARRETE, L. (2006). *Derecho de ¿autor? El debate de hoy*. La Habana: Editorial de Ciencias Sociales.
- BORETTO, M. M. (2010). *Contratos de edición. Guía de licencias y cesión de derechos. derechos de autor. e-books y el entorno digital. Contratos locales e internacionales. Modelos de contrato*. Buenos Aires: B de F.
- CABALLERO LEAL, J. L. (2004). *Derecho de autor para autores*. México: FCE/CERLALC.
- CAMPOS, S. Y G. OROZCO (2009). *Glosario de producción gráfica*. Guadalajara: Universidad de Guadalajara.
- CAVALIERE, A. (2005). *El libro impreso y el libro digital. Estudios sobre los modos de producción editorial en el cambio del milenio*. Alicante: Publicaciones de la Universidad de Alicante.
- COLE, D. (2004). *Marketing editorial: la guía*. México: Librería/FCE.
- COLOMBET, C. (1997). *Grandes principios del derecho de autor y los derechos conexos en el mundo. Estudio de derecho comparado*. Madrid: Unesco/Cindoc.
- DOF (2013). *OFICIO-Circular INDAUTOR-09 mediante el cual se dan a conocer los Lineamientos para el funcionamiento del Registro del Número Internacional Normalizado del Libro, así como las modificaciones a dos formatos y la eliminación de otros dos formatos para realizar trámites ante el Instituto Nacional del Derecho de Autor*. <29099.131.59.1.Oficio Circular 10 ISSN (21 mar 13).docx> [consultado el 23 de abril de 2013].
- DECRETO DEL DEPÓSITO LEGAL (1991). *DECRETO por el que se dispone la obligación de los editores y productores de materiales bibliográficos y documentales, de entregar ejemplares de sus obras a la Biblioteca Nacional y a la Biblioteca del Congreso de la Unión*. <[http://sintaxismx.net/bnml/imagenes/132\\_DECRETOS.pdf](http://sintaxismx.net/bnml/imagenes/132_DECRETOS.pdf)> [consultado el 30 de abril de 2014]
- EDICIÓN UNAM. “*El derecho de autor en las publicaciones universitarias*” Edición UNAM. <<http://www.edicion.unam.mx>> [consultado el 26 de febrero de 2014].
- ESCAMILLA GONZÁLEZ, G. (1987). *Interpretación catalográfica de los libros*. México: UNAM/Instituto de Investigaciones Bibliográficas.

- ESCAMILLA GONZÁLEZ, G. (1988). *Manual de catalogación descriptiva*. México: UNAM/Instituto de Investigaciones Bibliográficas.
- GRANADOS, T. (2006). “Lecciones de estilo (editorial)” en el *Primer Foro de Editores: Los retos de las Editoriales Universitarias en el siglo XXI*. Disponible en <<http://cdigital.uv.mx/handle/123456789/251>>
- INDAUTOR. “*Preguntas frecuentes generales*”. <[http://www.indautor.gob.mx/preguntas/preguntas\\_generales.html](http://www.indautor.gob.mx/preguntas/preguntas_generales.html)> [consultado el 14 de noviembre de 2013].
- LARIVIÈRE, J. (2000). *Legislación sobre depósito legal: directrices*. Paris: Unesco <<http://unesdoc.unesco.org/images/0012/001214/121413s.pdf>> [consultado el 23 de abril de 2014].
- LEÓN, J. C. DE (2009). “Los errores de la literatura”. *Casa del Tiempo*. II. 21. 77-80. <[http://www.uam.mx/difusion/casadel tiempo/21\\_iv\\_jul\\_2009/casa\\_del\\_tiem po\\_eIV\\_num21\\_77\\_80.pdf](http://www.uam.mx/difusion/casadel tiempo/21_iv_jul_2009/casa_del_tiem po_eIV_num21_77_80.pdf)> [consultado el 25 de abril de 2014].
- Ley Federal del Derecho de Autor*. México. <[http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/ref/lfda/LFDA\\_refo4\\_10JUN13.pdf](http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/ref/lfda/LFDA_refo4_10JUN13.pdf)> [consultada el 10 de junio de 2013].
- LIPSZYC, D. (1993). *Derecho de autor y derechos conexos*. Buenos Aires: Unesco/ CERLALC/Zavalía.
- LOREDO HILL, A. (2001). “El derecho autoral mexicano”. *Libros de México*. 62. 5-13.
- Manual de estilo*. Publicaciones Universidad de Alicante (2005). San Vicente del Raspeig: Publicaciones de la Universidad de Alicante <<http://publicaciones.ua.es/publica/Manual%20de%20estilo%20web.pdf>> [consultado el 23 de abril de 2014].
- MARTÍNEZ LUNA, R. (s/f). *Mercadotecnia editorial*. Texto presentado en el Consejo Interno de la Facultad de Filosofía y Letras de la Universidad para justificar la materia de mercadotecnia editorial en la Ciudad de México.
- DURÁN, M. (prólogo y selección) (1993). *Cónicas y cuentos de Amado Nervo*. México: Universidad Nacional Autónoma de México.
- PIMENTEL, M. (2007). *Manual del editor. Cómo funciona la moderna industria editorial*. Barcelona: Berenice.

- SAGASTIZÁBAL, L. y F. ESTEVES FROS (comps.) (2002). *El mundo de la edición de libros: un libro de divulgación sobre la actividad editorial para autores profesionales del sector y lectores en general*. Buenos Aires: Paidós.
- SÁNCHEZ Y OROZCO CAMPOS S. y OROZCO G. (2009). *Glosario de producción gráfica*. Guadalajara: Universidad de Guadalajara.
- SHARPE, L. T. e I. GUNTHER (2005). *Manual de estilo de edición literaria y no literaria*. México: Librería/FCE.
- UNESCO (1982). *El ABC del derecho de autor*. Mayenne: Organización de las Naciones Unidas para la Educación la Ciencia y la Cultura.
- UNWIN, S. (1964). *La verdad sobre el negocio editorial*. Bilbao: Editorial Juventud.
- WIKIPEDIA (2014a). “Reconocimiento óptico de caracteres”. <[http://es.wikipedia.org/wiki/Reconocimiento\\_óptico\\_de\\_caracteres](http://es.wikipedia.org/wiki/Reconocimiento_óptico_de_caracteres)> [consultado el 25 de abril]
- WIKIPEDIA (2014b). “Código de barras”. <[http://es.wikipedia.org/wiki/Código\\_de\\_barras](http://es.wikipedia.org/wiki/Código_de_barras)> [consultado el 25 de abril]
- WOLL, T. (2003). *Editar para ganar. Estrategias de administración editorial*. México: Librería/FCE.
- ZAVALA, L. (1994). *Laberintos de la palabra escrita. Investigación humanística y producción editorial*. México: Temas universitarios/UAM-Xochimilco.
- ZAVALA RUIZ, R. (2012). *El libro y sus orillas*. México: FCE.

## Bibliografía recomendada

- ALARCOS LLORACH, E. (1995). *Gramática de la lengua española*. Madrid: Real Academia Española/Espasa Calpe.
- ALATORRE, A. (1989). *Los 1.001 años de la lengua española*. México: FCE/Colmex.
- ALCINA FRANCH, J. y J. M. BLECUA (1998). *Gramática española*. Barcelona: Barcelona/Ariel.
- ALLIENDE GONZÁLEZ, F. (1994). *La legibilidad de los textos. Manual para la evaluación. selección y elaboración de textos*. Santiago de Chile: Andrés Bello.
- ARMENDÁRIZ, M. L. et al. (2002). *El libro y las nuevas tecnologías. Los editores ante el nuevo milenio*. México: Solar.
- BARTOLOMÉ, M. y M. VIDAL (eds.) (2000). *Escritos y dichos sobre el libro*. Barcelona: Edhasa.
- BASULTO, H. (1991). *Diccionario de verbos*. México: Trillas.
- BEAUMONT, M. (1988). *Tipo y color. Manual sobre el uso de la tipografía en el diseño gráfico*. Madrid: Hermann Blume.
- BERISTÁIN, H. (1997). *Diccionario de retórica y poética*. México: Porrúa.
- BIRKERS, S. (2002). *Elegía a Gutenberg. La lectura en la era de la computación*. Madrid: Alianza.
- BRÉMOND, J. y G. BRÉMOND (2002). *Las redes ocultas de la edición*. Madrid: Popular.
- BUEN UNNA, J. DE (2000). *Manual de diseño editorial*. México: Santillana.
- CABRERA, L. (1994). *Diccionario de arcaísmos*. México: Colofón.
- CASO, M. (1972). *20 lecciones de español para maestros y estudiantes*. México: UNAM/ Dirección General de Cursos Temporales.
- CASTAÑÓN, A. (2005). *Los mitos del editor. Paseos III*. México: Lectorum.

- COSÍO VILLEGAS, D. (1949). *“La industria editorial y la cultura”*. *Extremos de América*. México: FCE.
- DAHL, S. (1999). *Historia del libro*. Madrid: Alianza.
- DÍAZ ARCINIEGA, V. (1996). *Historia de la casa. Fondo de Cultura Económica (1934-1996)*. México: FCE.
- DREYFUS, J. y F. RICHARDIEU (dirs.) (1990). *Diccionario de la edición y de las artes gráficas*. Madrid: Fundación Germán Sánchez Ruipérez.
- EPSTEIN, J. (2002). *La industria del libro. Pasado, presente y futuro de la edición*. Barcelona: Anagrama.
- ESCOLAR SOBRINO, H. (dir.) (1996). *Historia ilustrada del libro español*. Madrid: Fundación Germán Sánchez Ruipérez.
- \_\_\_\_\_. (1998). *Historia del libro español*. Madrid: Gredos.
- \_\_\_\_\_. (2000). *Manual de historia del libro*. Madrid: Gredos.
- ESCORIZA, D. (1998). *Manual de estilo de Editorial Planeta*. Barcelona: Planeta.
- ESPÍN ALBA, I. (1994). *Contrato de edición literaria*. Granada: Comares.
- FELTRINELLI, C. (2002). *Senior service: biografía de un editor*. México: Tusquets.
- GARCÍA-PELAYO Y GROSS, R; F. GARCÍA-PELAYO Y GROSS, y M. DURAND (1984). *Larousse de la conjugación*. México: Larousse.
- GARRIDO, F. (1994). “Editores en México. Del optimismo al homicidio”. *Memoria de Papel*. 4. 20-42.
- GRAHAM, G. (1992). “Qué hacen los editores. Del autor al lector.” *Libros de México*. 29. 11-24. México: Cepromex/Caniem.
- GUZMÁN, M. Á. Y VERSAL (1995). *Producción Editorial. Material didáctico*. México: Versal.
- HERRALDE, J. (2003). *Flashes sobre escritores y otros textos editoriales*. México: Solar.

- INFANTES, V.; F. LÓPEZ y J. F. BOTREL (dirs.) (2003). *Historia de la edición y de la lectura en España (1472-1914)*. Madrid: Fundación Germán Sánchez-Ruipérez.
- KARCH, R. R. (1982). *Manual de artes gráficas*. México: Trillas.
- KARP, S. (trad.) (1999). *Palabra de tipografía I (Word of Typography I)*. México: Libros del Bosque.
- KLOSS FERNÁNDEZ DEL CASTILLO, G. (1998). *El papel del editor. El proceso productivo en la industria editorial. Un modelo general razonado*. México: UAM-Xochimilco.
- \_\_\_\_\_ (2002). *Entre el diseño y la edición. Tradición cultural e innovación tecnológica en el diseño editorial*. México: UAM-Xochimilco.
- LARA, L. F. (dir.) (1996). *Diccionario del español usual en México*. México: Colmex.
- LÓPEZ VALDÉS, M. (2001). "Corrección de estilo y redacción editorial: volver al humanismo". *Libros de México*. 62. 5-12. México: Caniem.
- MANGADA SANZ, A. (1998). *Cálculo editorial. Fundamentos económicos de la edición*. Madrid: Fundación Germán Sánchez Ruipérez.
- MANGUEL, A. (2001). *Una historia de la lectura*. Bogotá: Norma.
- MARTÍNEZ DE SOUSA, J. (1987). *Diccionario de ortografía técnica*. Madrid: Fundación Germán Sánchez Ruipérez / Pirámide.
- \_\_\_\_\_. (1992a). *Dudas y errores de lenguaje*. Madrid: Paraninfo.
- \_\_\_\_\_. (1992b). *Diccionario de tipografía y del libro*. Madrid: Paraninfo.
- \_\_\_\_\_. (1992c). *Pequeña historia del libro*. Barcelona: Labor.
- \_\_\_\_\_. (1996). *Diccionario de ortografía de la lengua española*. Madrid: Paraninfo.
- \_\_\_\_\_. (1997). *Diccionario de redacción y estilo*. Madrid: Pirámide.
- \_\_\_\_\_. (1998). *Diccionario de tipografía y del libro*. Madrid: Paraninfo.
- \_\_\_\_\_. (1999). *Manual de edición y autoedición*. Madrid: Pirámide.
- \_\_\_\_\_. (1999). *Pequeña historia del libro*. Gijón: Trea.

- \_\_\_\_\_. (2000). *Diccionario de ortografía técnica*. Madrid: Fundación Germán Sánchez Ruipérez.
- \_\_\_\_\_. (2001a). *Diccionario de edición. tipografía y artes gráficas*. Gijón: Trea.
- \_\_\_\_\_. (2001b). *Manual de estilo de la lengua española*. Gijón: Trea.
- MILLARES CARLO, A. (1975). *Introducción a la historia del libro y de las bibliotecas*. México: FCE.
- MOLINER, A. M. (1991). *Diccionario del uso del español*. Madrid: Gredos.
- MORENO DE ALBA, J. G. (1996). *Minucias del lenguaje*. México: FCE.
- MUCHNIK, M. (2000). *Los autores no son lo peor*. Madrid: Mario Muchnik Editor.
- \_\_\_\_\_. (2002a). *Léxico editorial*. Barcelona: El Taller de Mario Muchnik.
- \_\_\_\_\_. (2002b). *Normas de estilo*. Barcelona: El Taller de Mario Muchnik.
- NEME SASTRÉ, R. (1998). *De la autoría y sus derechos*. México: SEP.
- NUNBERG, G. (comp.) (1998). *El futuro del libro. ¿Esto matará eso?* Barcelona: Paidós.
- PENNAC, D. (2001). *Como una novela*. Barcelona: Anagrama.
- PÉREZ PRIEGO, M. Á. (1997). *La edición de textos*. Madrid: Síntesis.
- PETROSKI, HENRY (2002). *Mundolibro*. Barcelona: Edhasa.
- RAMOS MARTÍNEZ, R. (1963). *Corrección de pruebas tipográficas*. México: Uteha.
- REAL ACADEMIA ESPAÑOLA (1989). *Esbozo de una nueva gramática de la lengua española*. Madrid: Espasa Calpe.
- \_\_\_\_\_. (1999). *Ortografía de la lengua española*. Madrid: Real Academia Española / Espasa Calpe.
- \_\_\_\_\_. (2001). *Diccionario de la lengua española*. Madrid: Real Academia Española / Espasa Calpe.
- REYES CORIA, B. (1994). *Metalibro. Manual del libro en la imprenta*. México: UNAM.

- RIVERA, J. B. (1998). *El escritor y la industria cultural*. Buenos Aires: Atuel.
- RONQUILLO, V. (1994). "Editores en México. Nace un libro". *Memoria de Papel*. 9. 5-20.
- RUIZ-CASTILLO BASALA, J. (1986). *Memorias de un editor. El apasionante mundo del libro*. Madrid: Fundación Germán Sánchez Ruipérez-Pirámide.
- SAINZ DE ROBLES, F. C. (1981). *Diccionario español de sinónimos y antónimos*. Madrid: Aguilar.
- SÁNCHEZ Y GÁNDARA, A.; F. MAGARIÑOS LAMAS y K. BERNARDO WOLF (2000). *El arte editorial en la literatura científica*. México: UNAM. Dirección General de Publicaciones y Fomento Editorial / S y G Editores.
- SCHIFFRIN, A. (2000). *La edición sin editores. Las grandes corporaciones y la cultura*. México: Era.
- SCHLEIERMACHER, F. (2000). *Sobre los diferentes métodos de traducir*. Madrid: Gredos.
- SECO, M. (1991). *Gramática esencial del español*. Madrid: Espasa Calpe.
- \_\_\_\_\_. (1992). *Diccionario de dudas y dificultades de la lengua española*. Madrid: Espasa Calpe.
- SENZ BUENO, S. (2001). *Normas para la presentación de originales para la edición*. Gijón: Trea.
- SMITH JR., D. C. (1991). *Guía para la publicación de libros*. México: Universidad de Guadalajara / Asociación de Editoriales de Instituciones de Educación Superior.
- SUBGERENCIA DE PRODUCCIÓN EDITORIAL DEL FONDO DE CULTURA ECONÓMICA (1999). *Prontuario de normas editoriales y tipográficas*. México: FCE.
- TORRE VILLAR, E. DE LA. (1990). *Breve historia del libro en México*. México: UNAM.
- \_\_\_\_\_. y R. NAVARRO DE ANDA (1981). *Metodología de la investigación bibliográfica. archivística y documental*. México: McGraw-Hill.
- UNSELD, SIEGFRIED (1997). *El autor y su editor*. Barcelona: Galaxia Gutenberg.

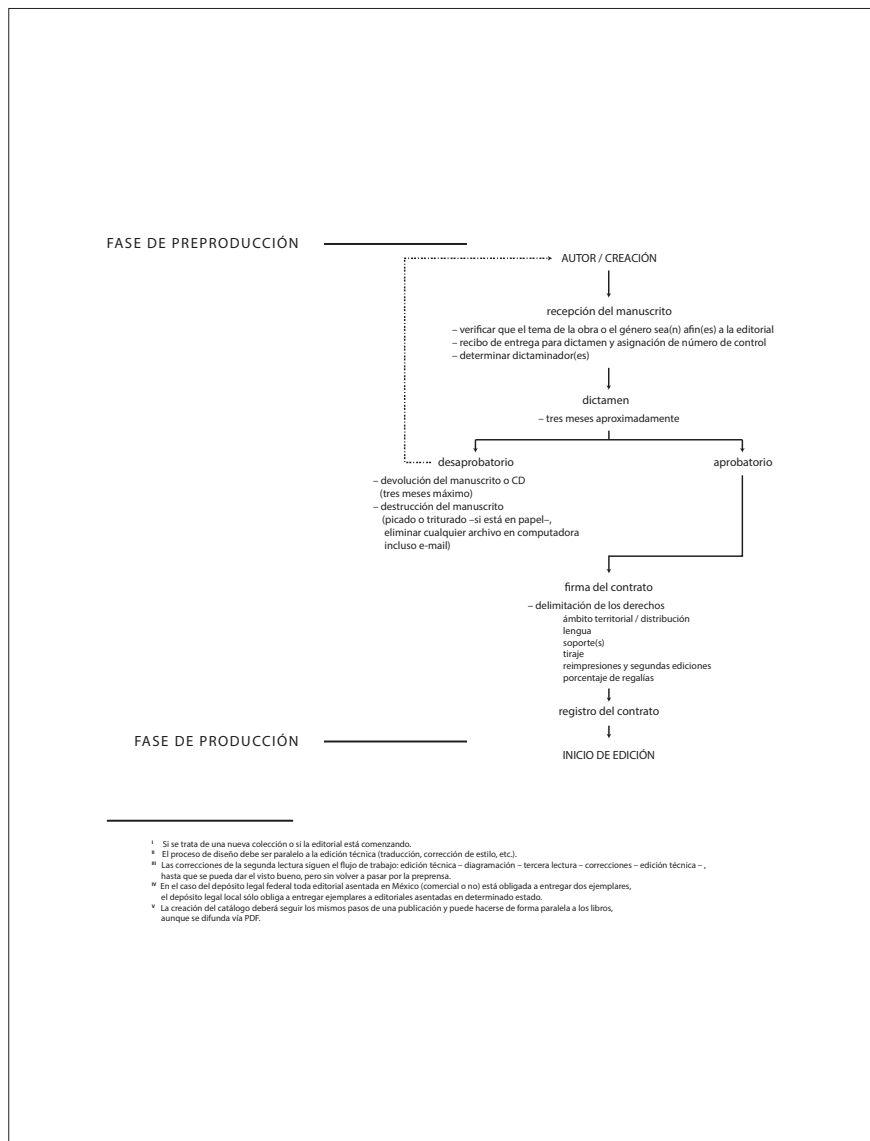


- VANDENDORPE, C. (2003). *Del papiro al hipertexto. Ensayo sobre las mutaciones del texto y la lectura*. Buenos Aires: FCE.
- VILLAR, J. (2001). *Las edades del libro*. Madrid: Debate.
- WILSON, L. A. (1998). *Lo que el impresor debe saber acerca del papel*. México: Graphictype de México.
- ZAHAR VERGARA, J. (2000). *Historia de las librerías de la ciudad de México. Evocación y presencia*. México: CUIB. UNAM / Plaza y Valdés.
- ZAID, G. (1985). *Daniel Cosío Villegas. Imprenta y vida pública*. México: FCE.
- \_\_\_\_\_. (1997). *Los demasiados libros*. México: Océano.
- \_\_\_\_\_. (2002). *Los libros y el poder*. México: Océano.
- \_\_\_\_\_. (2003). "Diversidad y concentración en el mundo del libro". *Letras libres*. 57 (septiembre de 2003).

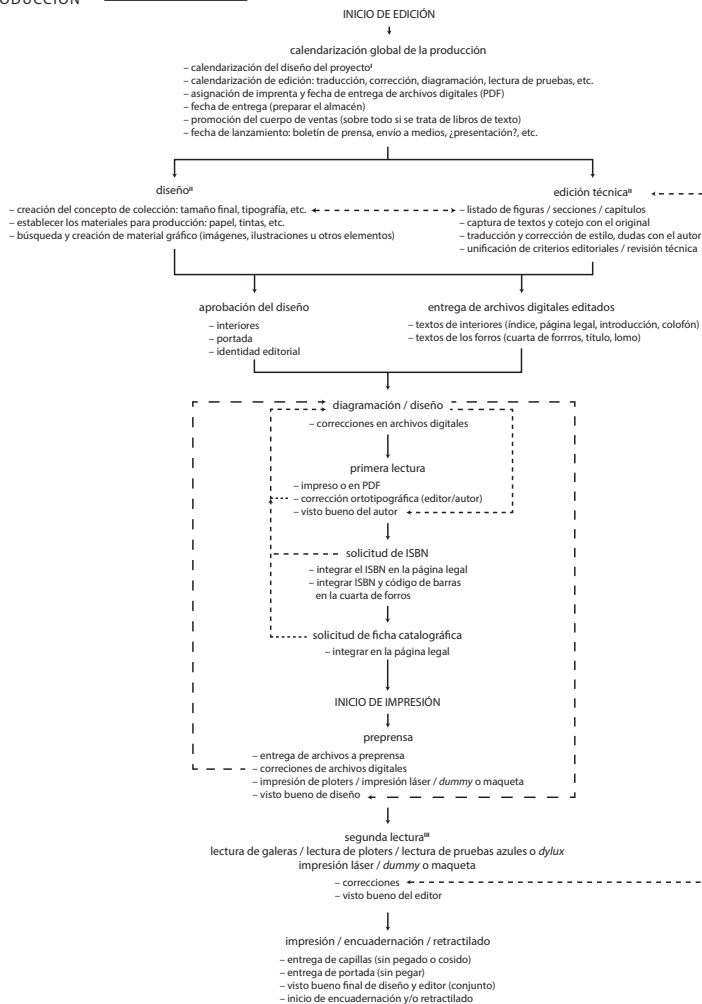


*Anexos*

## Anexo I. Diagrama general de flujo de trabajo de una editorial



## FASE DE PRODUCCIÓN



## FASE DE POSPRODUCCIÓN

<sup>1</sup> Si se trata de una nueva colección o si la editorial está comenzando.

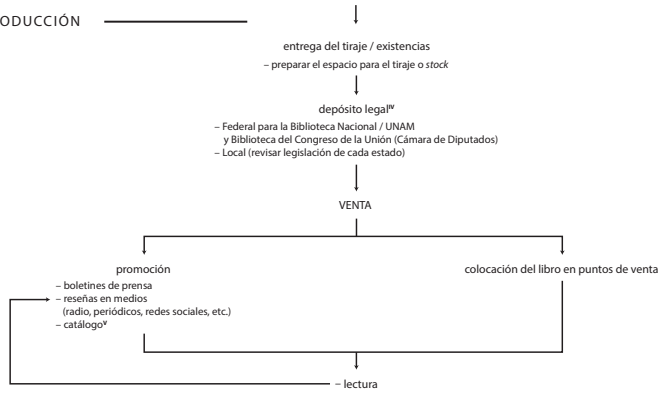
<sup>2</sup> El proceso de diseño debe ser paralelo a la edición técnica (traducción, corrección de estilo, etc.).

<sup>3</sup> Las correcciones de la segunda lectura siguen el flujo de trabajo: edición técnica - diagramación - tercera lectura - correcciones - edición técnica - , hasta que se pueda dar el visto bueno, pero sin volver a pasar por la preprensa.

<sup>4</sup> En el caso del depósito legal federal toda editorial asentada en México (comercial o no) está obligada a entregar dos ejemplares, el depósito legal local sólo obliga a entregar ejemplares a editoriales asentadas en determinado estado.

<sup>5</sup> La creación del catálogo deberá seguir los mismos pasos de una publicación y puede hacerse de forma paralela a los libros, aunque se difunda vía PDF.

## FASE DE POSPRODUCCIÓN



<sup>1</sup> Si se trata de una nueva colección o si la editorial está comenzando.

<sup>2</sup> El proceso de diseño debe ser paralelo a la edición técnica (traducción, corrección de estilo, etc.).

<sup>3</sup> Las correcciones de la segunda lectura siguen el flujo de trabajo: edición técnica - diagramación - tercera lectura - correcciones - edición técnica -, hasta que se pueda dar el visto bueno, pero sin volver a pasar por la pre prensa.

<sup>4</sup> En el caso del depósito legal federal toda editorial asentada en México (comercial o no) está obligada a entregar dos ejemplares, el depósito legal local sólo obliga a entregar ejemplares a editoriales asentadas en determinado estado.

<sup>5</sup> La creación del catálogo deberá seguir los mismos pasos de una publicación y puede hacerse de forma paralela a los libros, aunque se difunda vía PDF.

## Anexo 2. Ejemplo de contrato<sup>85</sup>

### CONTRATO DE EDICIÓN

Contrato de Edición que celebran por una parte la empresa \_\_\_\_\_, a quien en lo sucesivo se le denominará "El Editor" representada en este acto por el señor (a) \_\_\_\_\_ y por la otra la parte, **(ASENTAR EL NOMBRE COMPLETO DE EL, LA O LOS AUTORES, SEGÚN SEA EL CASO)**, a quien en lo sucesivo se le denominará "El autor" o "Los autores", el o (la) señor (a) \_\_\_\_\_, al tenor de las siguientes declaraciones y cláusulas:

#### DECLARACIONES

- I. "El Editor" declara por conducto de su representante legal que:
- A. Es una empresa legalmente constituida conforme a las leyes de México, según consta en la escritura pública número \_\_\_\_\_ de fecha \_\_\_\_\_, pasada ante la fe del licenciado \_\_\_\_\_ Notario Público número \_\_\_\_\_, de \_\_\_\_\_, con domicilio legal en la ciudad de \_\_\_\_\_.
  - B. Su representante legal es el señor \_\_\_\_\_ y que tiene facultades suficientes para la celebración de este contrato como se desprende del testimonio notarial número \_\_\_\_\_ de fecha \_\_\_\_\_, pasada ante la fe del licenciado \_\_\_\_\_ Notario Público número \_\_\_\_\_, de \_\_\_\_\_, las cuales no le han sido revocadas ni modificadas en forma alguna a la fecha de firma del mismo.
  - C. Con motivo de las operaciones que realiza "EL EDITOR" y en cumplimiento de su objeto social tiene como finalidades editar obras que contribuyan a la difusión de la cultura y del conocimiento científico, así como estimular a su personal para que participe en la elaboración de materiales didácticos, libros de textos y obras técnicas, científicas y culturales.

85 Extraído de <http://www.idconline.com.mx/media/2010/08/17/contrato-de-edicion-de-obra-literaria.doc>. Consultado el día 29 de agosto de 2013.

D. Para los efectos del presente contrato señala como domicilio para oír y recibir notificaciones el ubicado en

\_\_\_\_\_

II Declara (n) “EL (LA) (LOS) AUTOR (A) (ES)” que:

- A. Es (son) persona (s) física (s), mayor (es) de edad, de nacionalidad mexicana, con Registro Federal de Contribuyentes \_\_\_\_\_, y que goza (n) de capacidad jurídica suficiente para obligarse en los términos y condiciones del presente contrato.
- B. Es (son) autor (a) (es) único (a) (s) de la obra titulada (*ASENTAR EL “TÍTULO DE LA OBRA”*), en adelante denominada sólo como “**LA OBRA**”; y quedó registrada como de su autoría, ante el Instituto Nacional del Derecho de Autor (INDAUTOR) de la Secretaría de Educación Pública, según consta en el Certificado número \_\_\_\_\_ con fecha \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_.
- C. “**LA OBRA**” citada no fue realizada por encargo mediante remuneración económica, ni como resultado de una relación laboral con el “**EDITOR**”.
- D. Es su legítimo interés y voluntad ceder a título oneroso y de manera temporal en favor del “**EDITOR**”, los derechos de edición de “**LA OBRA**”, para el efecto de que este último la imprima, edite, traduzca, reproduzca, publique, distribuya y comercialice.
- E. Para los fines del presente contrato, señala como domicilio para oír y recibir notificaciones el situado en la calle \_\_\_\_\_, número \_\_\_\_\_, colonia \_\_\_\_\_, delegación \_\_\_\_\_, código postal \_\_\_\_\_, México, Distrito Federal.

Conociendo las declaraciones que anteceden, ambas partes están de acuerdo en celebrar el presente contrato, conforme a las siguientes:

## CLÁUSULAS

### PRIMERA.- OBJETO

El presente contrato obliga a “**EL (LA) (LOS) AUTOR (A) (ES)**” a entregar en exclusiva “**LA OBRA**” al “**EDITOR**” y este, a su vez, se obliga (n) a reproducir, distribuir y comercializar (**NÚMERO DE EDICIÓN Y EN SU CASO NÚMERO DE REIMPRESIÓN**) de la obra: (**TÍTULO DE LA OBRA**).

### SEGUNDA.- OBLIGACION DEL “AUTOR”

Para la realización del objeto del presente contrato previsto en la Cláusula Primera, el “**AUTOR**” se obliga a:

- a) Entregar **“LA OBRA”** en exclusiva al **“EDITOR”** para su reproducción, distribución y comercialización ya sea en forma impresa o electrónica o ambas según lo decida el **“EDITOR”**. De igual forma, se obliga a no efectuar por sí misma o por otra persona, publicación alguna que presente aspectos similares a **“LA OBRA”** que pueda competir con la misma durante la vigencia del presente contrato;
- b) Responder ante el **“EDITOR”** de la autoría y originalidad de **“LA OBRA”**, así como del ejercicio pacífico de los derechos que le transmite;
- c) Ceder por este acto, a título oneroso, de manera temporal y en favor del **“EDITOR”**, los derechos de edición de la **“LA OBRA”**;
- d) Reconocer al **“EDITOR”** como titular de los derechos patrimoniales de la edición de **“LA OBRA”**.

### **TERCERA.- OBLIGACIONES DEL “EDITOR”**

El **“EDITOR”**, por su parte, se obliga a lo siguiente:

- a) Cubrir los gastos de edición, difusión, distribución, promoción, publicidad y propaganda para la comercialización de **“LA OBRA”**. Las partes están de acuerdo en que, de ser necesario, la distribución y la venta de **“LA OBRA”** podrá ser realizada por terceros;
- b) Reconocer al **“AUTOR”** su autoría y los derechos morales que le asisten respecto de **“LA OBRA”**;
- c) Otorgar al **“AUTOR”** las prestaciones y remuneración acordada en la cláusula Décima.
- d) Registrar, en su carácter de titular de los derechos patrimoniales de edición de **“LA OBRA”**, tanto de la publicación de la misma como el presente contrato, en el Registro Público del Derecho de Autor del INDAUTOR, ambas instituciones dependientes de la Secretaría de Educación Pública.

### **CUARTA.- ADICIONES Y MODIFICACIONES A “LA OBRA”**

**“EL AUTOR”** conservará su derecho de realizar a **“LA OBRA”** las correcciones, enmiendas, adiciones o mejoras que estime convenientes, antes de que se publique. Cuando las modificaciones hagan más onerosa la edición, **“EL AUTOR”** estará obligado a resarcir los gastos que por ese motivo se originen. Asimismo, previo consentimiento por escrito de **“EL AUTOR”**, el **“EDITOR”** podrá realizar modificaciones de edición a **“LA OBRA”**, tales como: aportación de ideas didácticas, de disposición gráfica, formato, encuadernación y materiales a utilizar, nomenclaturas especiales, sistemas de identificación, características peculiares, índices de identificación y, en general, todo el



conjunto de elementos creativos para contribuir a la mejor presentación, difusión y comercialización de “**LA OBRA**”.

#### **QUINTA.- TIRAJE Y CARACTERÍSTICAS**

La edición de “**LA OBRA**” materia del presente contrato, constará de (*ASENTAR NÚMERO DE EJEMPLARES*), de acuerdo con las características editoriales específicas.

El “**EDITOR**” efectuará un sobretiraje del 5% (cinco por ciento) de la edición de “**LA OBRA**”, el cual estará excluido del pago de regalías y cuyos ejemplares servirán para cubrir los depósitos legales, remitirlos a bibliotecas y para reposiciones, así como para su promoción en el mercado nacional y extranjero.

#### **SEXTA.- DERECHO DE PREFERENCIA**

El “**EDITOR**” tendrá el derecho de preferencia en igualdad de condiciones, para realizar una nueva edición o ulteriores reimpressiones de “**LA OBRA**”, previo acuerdo por escrito de las partes.

#### **SÉPTIMA.- NEGATIVOS**

Las partes están de acuerdo en que los negativos resultantes de la edición de “**LA OBRA**”, quedarán en propiedad y pasarán a formar parte del patrimonio del “**EDITOR**”.

#### **OCTAVA.- PLAZO DE LA EDICIÓN**

La impresión de “**LA OBRA**” deberá concluirse para su comercialización en un plazo que no exceda de un año a partir de la fecha en que el “**EL AUTOR**” entregue el total del material que integre “**LA OBRA**” lista para su edición. Cualquier prórroga al plazo señalado será pactada por las partes de común acuerdo y por escrito, sin que en ningún caso pueda exceder de dos años contados a partir del momento en que se ponga “**LA OBRA**” a disposición del “**EDITOR**”.

#### **NOVENA.- PRECIO DE VENTA**

Las partes están de acuerdo en que el precio de venta de los ejemplares de “**LA OBRA**” lo fijará libremente el “**EDITOR**”.

#### **DÉCIMA.- REMUNERACIÓN DEL “AUTOR”**

El “EDITOR” cubrirá al “AUTOR”, a título de remuneración y en concepto de regalías, un \_\_\_\_% (\_\_\_ por ciento) de la cantidad resultante de la venta de los ejemplares citados en el primer párrafo de la Cláusula Quinta del presente contrato según su precio de venta al público, mismo pago que será realizado en \_\_\_\_\_ (especie o dinero), debiéndose entregar en su totalidad el porcentaje estipulado al término de la impresión de la obra.

#### **DÉCIMA PRIMERA.- VIGENCIA**

Las partes acuerdan que el presente contrato surtirá efectos a partir de la fecha de su firma y estará vigente hasta el agotamiento de los ejemplares de la presente edición.

#### **DÉCIMA SEGUNDA.- RESPONSABILIDAD CIVIL**

Ambas partes estarán exentas de toda responsabilidad civil en caso de retraso, mora e incumplimiento total o parcial en el presente contrato, debido a causas de fuerza mayor o caso fortuito, entendiéndose por esto a todo acontecimiento futuro, ya sea fenómeno de la naturaleza o no, que esté fuera del dominio de la voluntad, que no pueda preverse y que aun previéndose no pudiera evitarse. También acuerdan que las obligaciones y derechos establecidos en este contrato podrán reanudarse en el momento en que desaparezcan las causas que hubieran dado motivo a la suspensión.

#### **DÉCIMA TERCERA.- MODIFICACIÓN O TERMINACIÓN DEL CONTRATO**

El presente contrato podrá ser adicionado, modificado o renovado por acuerdo expreso de las partes. De igual manera, se podrá suspender, rescindir o dar por terminado, siempre y cuando sea previa notificación por escrito a la otra parte con treinta días naturales de anticipación y con expresión de las causas que lo llegasen a motivar.

#### **DÉCIMA CUARTA.- JURISDICCIÓN EN CASO DE CONTROVERSIAS**

El “EDITOR” y el “AUTOR” manifiestan que el presente contrato es producto de la buena fe, por lo que realizarán todas las acciones posibles para su cumplimiento, pero en caso de presentarse alguna controversia sobre su interpretación o ejecución, las resolverán de mutuo acuerdo y por escrito.

En caso de subsistir el desacuerdo, están de acuerdo en someterse al procedimiento de avenencia previsto por la Ley Federal del Derecho de Autor y, en su caso, a la jurisdicción de los Tribunales Federales de la Ciudad de México, con independencia de los domicilios presentes o futuros que llegasen a tener.

Leído el presente contrato y enteradas las partes de su contenido y alcances legales, lo firman por triplicado en la ciudad de México, Distrito Federal, a los \_\_\_\_ días del mes de \_\_\_\_\_ del año dos mil \_\_\_\_\_.

**POR EL “EDITOR”**

**“EI “AUTOR (A)”**

\_\_\_\_\_

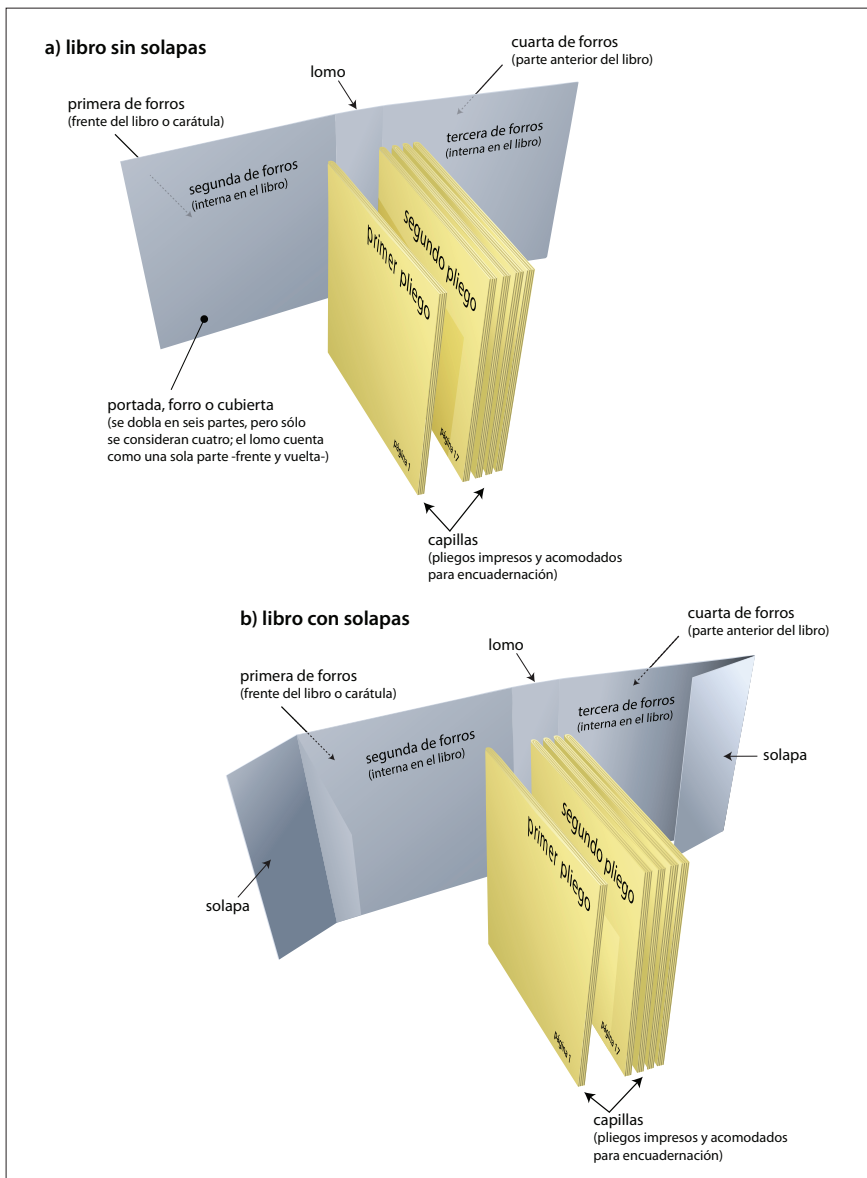
\_\_\_\_\_

Esta es la hoja Número\_\_\_\_\_ última de firmas correspondiente al contrato de (NÚMERO DE EDICIÓN Y EN SU CASO REIMPRESIÓN) de la obra “\_\_\_\_\_”, celebrado entre el **“EDITOR”** y el (la) (los) **“AUTOR (A) (ES)”**.

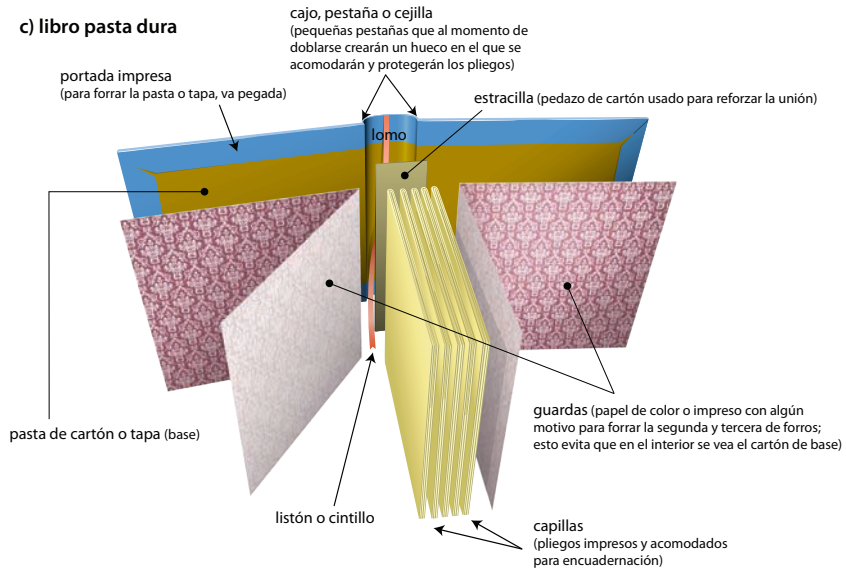
### Anexo 3. Ejemplo de hoja de solicitud de cotización para impresión de libros

<b>ALKA</b> <small>ediciones</small>		<b>Hoja de cotización</b>				
Fecha: _____						
<b>Tipo de publicación</b>						
Libro	Revista	Folleto	Cartel	Otro		
Número de ejemplares						
Título de la publicación						
<b>Características de forro</b>						
Tamaño final						
Solapas		sí	no	tamaño:		
Tintas						
Papel						
<b>Acabados del forro</b>						
Encuadernación		rústica	cosido	pegado	dura o cartoné	
		a grapa	espiral	doble	otro	
Laminado						
Anexos / especiales		sí		no		
		se trata de		CD con etiqueta		
				camisa	guardas	
				suaje	otro	
		portada sin pegar para vo. bo.	sí	no		
Observaciones / extras forros						
<b>Características interiores</b>						
Número de páginas (total)						
Tintas						
Número de páginas a color						
Lista páginas a color						
Papel						
Hoja(s) especial(es) como encarte		doble(s)		sí	no	
				núm(s). de página(s):		
		papel especial		sí	no	
				núm(s). de página(s)		
<b>Preprensa</b>		negativos		directo a placas		
		prueba / plóter	sí	no		
<b>Tipo de impresión</b>		offset		digital	otra	
		capillas para vo. bo.	sí	no		
Observaciones / extras interiores						

## Anexo 4. Partes del libro y diferentes encuadernados

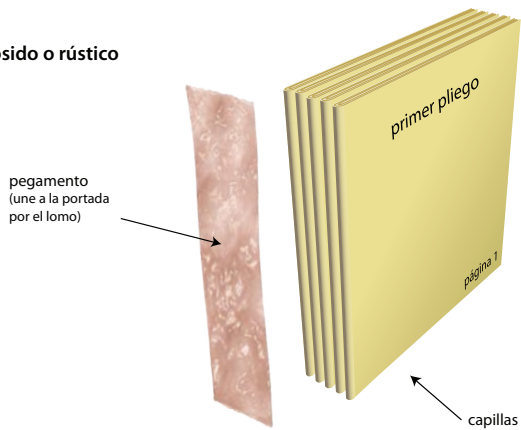


### c) libro pasta dura

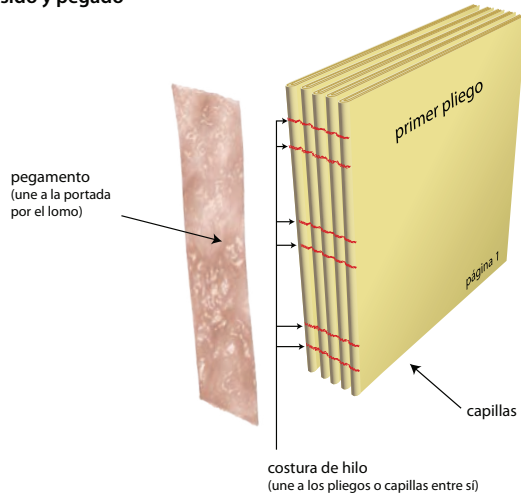


### d) diferentes pegados para el forro y las capillas

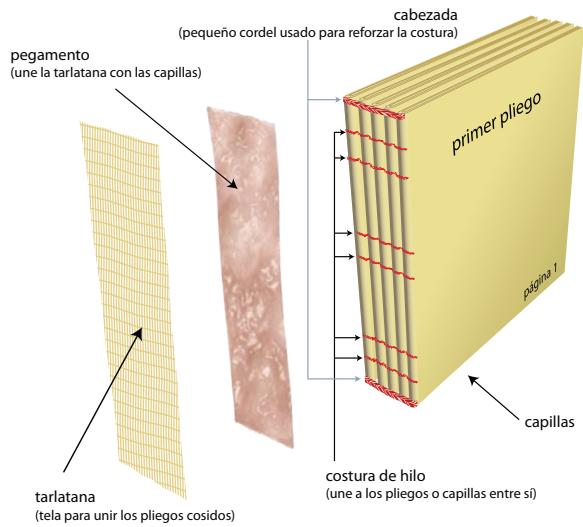
#### cosido o rústico



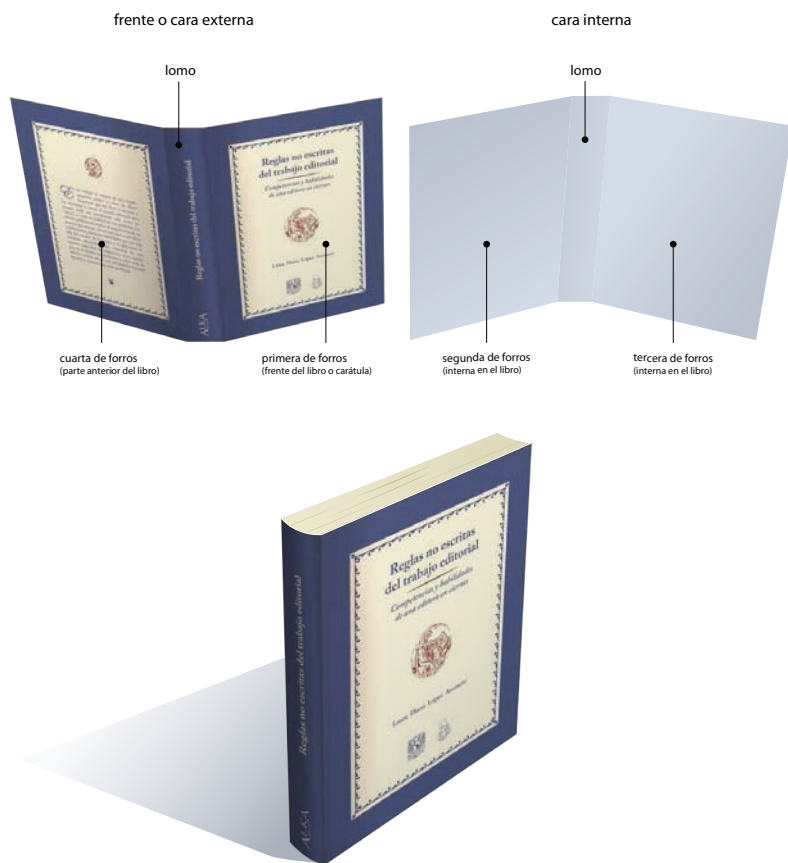
### cosido y pegado



### cosido y pegado para cartóné o pasta dura



### e) partes de la portada, forro o cubierta

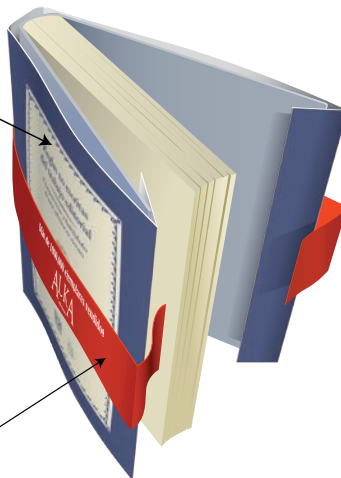




**f) complementos del libro**

camisa  
o sobrecubierta

fajilla o cinturón



## Anexo 5. Clasificación Dewey para libros esotéricos y de temas religiosos

### Tabla de clasificación Dewey <sup>86</sup>

#### Sumarios

#### 100 FILOSOFÍA Y PSICOLOGÍA

- 100 Subdivisiones comunes
  - 101 Teoría de la filosofía
  - 102 Miscelánea de la filosofía
  - 103 Diccionarios, enciclopedias, concordancias de la filosofía
  - [104] No asignado
  - 105 Publicaciones seriadas de filosofía
  - 106 Organizaciones y gerencia de la filosofía
  - 107 Educación, investigación, temas relacionados con la filosofía
  - 108 Historia y descripción de la filosofía en relación con clases de personas
  - 109 Tratamiento histórico y colectivo de personas de la filosofía
  
- 110 Metafísica
  - 111 Ontología
  - [112] No asignado
  - 113 Cosmología (Filosofía de la naturaleza)
  - 114 Espacio
  - 115 Tiempo
  - 116 Cambio
  - 117 Estructura
  - 118 Fuerza y energía
  - 119 Número y cantidad

---

86 Con base en <http://dewey.info/> (consultada el 25/10/2012) y en *Clasificación Decimal Dewey abreviada e índice relativo/Desarrollada por Melvil*. Dewey, Melvil. Traducida y editada por Octavio G. Rojas L. y Wilmer Moyano Grimaldo, editorial Panamerican Tecnology Group/Rojas Eberhard Ltda. 2008, Bogotá.

- 120 Epistemología, causalidad, género humano
  - 121 Epistemología (Teoría del conocimiento)
  - 122 Causalidad
  - 123 Determinismo e indeterminismo
  - 124 Teleología
  - [125] No asignado
  - 126 El yo
  - 127 El inconsciente y el subconsciente
  - 128 Género humano
  - 129 Origen y destino de las almas individuales
  
- 130 Parapsicología y ocultismo (Fenómenos paranormales)
  - 131 Teorías parapsicológicas y ocultas para lograr bienestar, felicidad, éxito
  - [132] No asignado
  - 133 Temas específicos en parapsicología y ocultismo
  - [134] No asignado
  - 135 Sueños y misterios
  - [136] No asignado
  - 137 Grafología adivinatoria
  - 138 Fisionomía
  - 139 Frenología
  
- 140 Escuelas y posiciones filosóficas específicas
  - 141 Idealismo y sistemas y doctrinas relacionados
  - 142 Filosofía crítica
  - 143 Bergsonismo e intuicionismo
  - 144 Humanismo y sistemas y doctrinas relacionados
  - 145 Sensacionalismo
  - 146 Naturalismo y sistemas y doctrinas relacionados
  - 147 Panteísmo y sistemas y doctrinas relacionados
  - 148 Dogmatismo, eclecticismo, liberalismo, sincretismo, tradicionalismo
  - 149 Otros sistemas y doctrinas filosóficos

- 150 Psicología
  - [151] No asignado
  - 152 Percepción sensorial, movimiento, emociones, impulsos fisiológicos
  - 153 Procesos mentales conscientes e inteligencia
  - 154 Subconsciente y estados y procesos alterados
  - 155 Psicología diferencial y del desarrollo
  - 156 Psicología comparada
  - [157] No asignado
  - 158 Psicología aplicada
  - [159] No asignado
  
- 160 Lógica
  - 161 Inducción
  - 162 Deducción
  - [163] No asignado
  - [164] No asignado
  - 165 Falacias y fuentes de error
  - 166 Silogismos
  - 167 Hipótesis
  - 168 Argumento y persuasión
  - 169 Analogía
  
- 170 Ética (Filosofía moral)
  - 171 Sistemas éticos
  - 172 Ética política
  - 173 Ética de las relaciones familiares
  - 174 Ética ocupacional
  - 175 Ética de la recreación, del ocio, de las representaciones públicas, de la comunicación
  - 176 Ética del sexo y de la reproducción
  - 177 Ética de las relaciones sociales
  - 178 Ética del consumo
  - 179 Otras normas éticas
  
- 180 Filosofía antigua, medieval, oriental

- 181 Filosofía oriental
- 182 Filosofía griega presocrática
- 183 Filosofía sofista, socrática, griegas relacionadas
- 184 Filosofía platónica
- 185 Filosofía aristotélica
- 186 Filosofía escéptica y neoplatónica
- 187 Filosofía epicúrea
- 188 Filosofía estoica
- 189 Filosofía medieval occidental
- 190 Filosofía moderna occidental y otra filosofía no-oriental
  - 191 Filosofía de Estados Unidos y Canadá
  - 192 Filosofía de las Islas Británicas
  - 193 Filosofía de Alemania y Austria
  - 194 Filosofía de Francia
  - 195 Filosofía de Italia
  - 196 Filosofía España y Portugal
  - 197 Filosofía de la anterior Unión Soviética
  - 198 Filosofía de Escandinavia y Finlandia
  - 199 Filosofía en otras áreas geográficas
- 200 RELIGIÓN
  - 200 Subdivisiones comunes
    - 201 Mitología religiosa, clases generales de religión, relaciones y actitudes interreligiosas, teología social
    - 202 Doctrinas
    - 203 Culto público y otras prácticas
    - 204 Experiencia, vida, prácticas religiosas
    - 205 Ética religiosa
    - 206 Jerarcas y organización
    - 207 Misiones y educación religiosa
    - 208 Fuentes
    - 209 Sectas y movimientos reformistas

- 210 Filosofía y teoría de la religión
  - 211 Conceptos de Dios
  - 212 Existencia de Dios, formas de conocer a Dios, atributos de Dios
  - 213 Creación
  - 214 Teodicea
  - 215 Ciencia y religión
  - [216] No asignado
  - [217] No asignado
  - 218 Género humano
  - [219] No asignado
  
- 220 La Biblia
  - 221 Antiguo Testamento (Tanakh)
  - 222 Libros históricos del Antiguo Testamento
  - 223 Libros poéticos del Antiguo Testamento
  - 224 Libros proféticos del Antiguo Testamento
  - 225 Nuevo Testamento
  - 226 Evangelios y Hechos de los Apóstoles
  - 227 Epístolas
  - 228 Revelación (Apocalipsis)
  - 229 Apócrifos, seudoeπίgrafes, obras intertestamentarias
  
- 230 Cristianismo; teología cristiana
  - 231 Dios
  - 232 Jesucristo y su familia; cristología
  - 233 Género humano
  - 234 Salvación y gracia
  - 235 Seres espirituales
  - 236 Escatología
  - [237] No asignado
  - 238 Credos, confesiones de fe, alianzas, catecismos
  - 239 Apologética y polémicas
  
- 240 Moral cristiana y teología piadosa
  - 241 Ética cristiana

- 242 Literatura piadosa
- 243 Escritos evangelizadores para individuos y familias
- [244] No asignado
- [245] No asignado
- 246 Uso del arte en el cristianismo
- 247 Mobiliario eclesiástico y artículos relacionados
- 248 Experiencia, práctica, vida cristiana
- 249 Observancias cristianas en la vida familiar
  
- 250 Iglesia cristiana local y órdenes religiosas cristianas (órdenes cristianas e iglesia local)
  - 251 Predicación (homilética)
  - 252 Textos de sermones
  - 253 Oficio y trabajo pastorales (teología pastoral)
  - 254 Administración de la parroquia
  - 255 Congregaciones y órdenes religiosas
  - [256] No asignado
  - [257] No asignado
  - [258] No asignado
  - 259 Atención pastoral de clases específicas de personas
  
- 260 Teología social y eclesiástica cristiana
  - 261 Teología social y relaciones y actitudes interreligiosas
  - 262 Eclesiología
  - 263 Días, épocas y lugares de observancia religiosa
  - 264 Culto público
  - 265 Sacramentos, otros ritos y actos
  - 266 Misiones
  - 267 Asociaciones para trabajo religioso
  - 268 Educación religiosa
  - 269 Renovación espiritual
  
- 270 Tratamiento histórico, geográfico, de personas del cristianismo (Historia del cristianismo y de la iglesia cristiana)

- 271 Congregaciones y órdenes religiosas en la historia de la iglesia
- 272 Persecuciones en la historia general de la iglesia
- 273 Controversias y herejías doctrinales en la historia general de la iglesia
- 274 Historia del cristianismo en Europa
- 275 Historia del cristianismo en Asia
- 276 Historia del cristianismo en África
- 277 Historia del cristianismo en América del Norte
- 278 Historia del cristianismo en América del Sur
- 279 Historia del cristianismo en otras partes del mundo
  
- 280 Confesiones y sectas cristianas
  - 281 Iglesia temprana e iglesias orientales
  - 282 Iglesia Católica Romana
  - 283 Iglesias anglicanas
  - 284 Confesiones protestantes de origen continental y entidades relacionadas
  - 285 Iglesias presbiterianas, iglesias reformadas con sede en América, iglesias y congregacionales, puritanismo
  - 286 Iglesias bautistas, de los Discípulos de Cristo, adventistas
  - 287 Iglesias metodistas; iglesias relacionadas con el metodismo
  - [288] No asignado
  - 289 Otras confesiones y sectas
  
- 290 Otras religiones
  - 291 Religión comparada
  - 292 Religión clásica (griega y romana)
  - 293 Religión germánica
  - 294 Religiones de origen índico
  - 295 Zoroastrismo (mazdeísmo, parsismo)
  - 296 Judaísmo
  - 297 Islamismo, babismo y fe bahai
  - [298] No asignado
  - 299 Religiones no provistas en otra parte







Reglas no escritas del trabajo editorial.  
*Competencias y habilidades de una editora en ciernes*  
se terminó de imprimir el día 3 de  
mayo de 2015 en los talleres de  
Uniendo páginas, ubicado  
en Josafat F. Márquez  
Núm. 57-int.204,  
Col. Colonial  
Iztapalapa,  
México,  
D.F.



El tiraje  
consta de 10 ejemplares  
impresos en papel bond ahuesado  
de 90 gramos, y couché mate de 150 gramos.  
Para su composición se utilizaron las  
fuentes Adobe Garamond Pro  
y Aroma  
LT







Este trabajo se origina de una simple pregunta ¿cómo se hace un libro? Inquietud que me llevó a mostrar a los aspirantes a entrar al mundo editorial que, aunque suele ser considerada sólo como un “oficio”, se trata en realidad de una profesión. La edición profesional implica el seguimiento de un proceso que, aunque cuenta con pasos específicos y delimitados, demanda habilidades que van más allá del estudio de la lengua y la aplicación de criterios editoriales, pues requerirá de una enorme capacidad de adaptación, tacto, rapidez para la resolución de problemas y, sobre todo, de sentido común, sin el cual difícilmente lograrán apreciar y conocer esta noble profesión.

