

Editorial

2014 fue para la CANIEM un año de reflexión y festejo. Celebramos el 50 aniversario de la Cámara motivando la discusión y promoviendo reflexiones acerca de la industria, de la lectura, de las políticas públicas; también de las necesarias modificaciones en torno a la Ley de Fomento para la Lectura y el Libro. El compromiso de la CANIEM con sus afiliados y demás integrantes de la cadena de valor del libro, se consolida. Los retos de 2015 son muchos. La situación

económica del país es un dique que frena el desarrollo de la industria editorial; sin embargo, no dejaremos en el empeño de acercar contenidos de calidad a los lectores. La vocación de los editores mexicanos está cimentada en una tradición de lucha y superación. La tarea pendiente de la CANIEM es sumar esfuerzos para que más empresas se acerquen a la institución, la cultura gremial consiste en buscar objetivos comunes en beneficio de todos.

Boletín Semanal

No. 680
12 de enero, 2015

Contenido

Feria Internacional del Libro del Palacio de Minería afina detalles	3
La libertad de expresión está de luto	4
La lectura no sólo es responsabilidad de las personas, sino también de la agenda pública: Carmen Pérez Camacho	4
Estudio de Nielsen revela que los adolescentes prefieren libros en papel	5
Recortes presupuestales afectaron al CONACULTA	6
EDUCAL se renueva para poder competir	7
Se convoca al Premio Valencia de novela negra	7
Cuotas de afiliación 2015: CANIEM	8
Leer dispositivos antes de dormir puede provocar insomnio	9
25 Bienále Ilustrácii Bratislava	9
Eraclio Zepeda recibe la medalla Belisario Domínguez	9
La creación de propiedad intelectual genera crecimiento y desarrollo económico: Ernesto Piedras	10
México es Cultura del CONACULTA, entre las 15 mejores aplicaciones del mundo	11
CreA UAEM Maestría en Producción Editorial	11
¿Por qué es necesario defender el Derecho de Autor?	12
Palabra de editor	13

La Ley del Libro en Francia ha impulsado a la industria editorial

Presentamos un comparativo con la industria editorial mexicana

A lo largo de 2014, en diversos foros, la CANIEM urgó la necesidad de poner en funcionamiento la Ley de Fomento para la Lectura y el Libro. En el marco de la Feria Internacional del Libro de Guadalajara se llevó a cabo un encuentro convocado por la senadora Blanca Alcalá, presidenta de la Comisión de Cultura de la Cámara Alta, donde se discutieron modificaciones al precepto constitucional para actualizar la Ley y hacerla operativa. Estuvieron presentes en la mesa José Ignacio Echeverría presidente de la Cámara Nacional de la Industria Editorial en México, Marcelo Uribe director general de Ediciones Era, Juergen Boos director de la Feria Internacional del Libro de Frankfurt, Jean-Guy Boin* director del Buró Internacional de la Edition Française y Ricardo Cayuela director general de Publicaciones del CONACULTA.

Un punto fundamental de la llamada Ley del Libro se centra en la discusión del Precio Único. Varias naciones europeas tienen en su legislación esta característica. Jean-Guy Boin es uno de los más férreos defensores de la ley francesa. En su participación en el foro, comentó que es de fundamental importancia la implementación de una política reglamentaria, la gestión de empresas y el debate entre el libro digital y el libro de papel. Explicó que en su país la Ley se enmarca en una estrategia de defensa de la cultura.

En su exposición, Jean-Guy Boin presentó unas láminas con los indicadores más importantes de la actividad editorial francesa. En un ejercicio comparativo, la Coordinación de Información Estadística de la CANIEM recuperó indicadores similares que nos dan una idea de la operación de ambas industrias.

Los números de esta tabla muestra cómo en el mercado francés el rubro Ficción (26.4%) es el que

representa el mayor porcentaje de ingresos, títulos y ejemplares vendidos.

2013: Desglose por porcentaje de mercado francés

Categoría	Ingreso	Títulos publicados	Ejemplares vendidos
Escolar	12,6	6,3	13,2
STM, Management	2,9	2,6	1,0
Derecho	4,4	2,2	0,7
Humanidades, Ciencias sociales	5,1	11,9	3,5
Religión, Esoterismo	1,4	1,5	1,5
Diccionarios, Enciclopedias	2,8	0,9	3,6
Ficción	26,4	24,8	26,1
Ensayos, Documentales	3,3	5,9	2,7
Infantil	13,4	13,0	20,3
Comics	9,6	6,9	9,8
Arte/Libros ilustrados	3,4	4,8	1,7
No-ficción	13,3	17,2	13,2
Mapas, Atlas	1,4	2,0	2,7
Total	100,0	100,0	100,0

Fuente: SNE

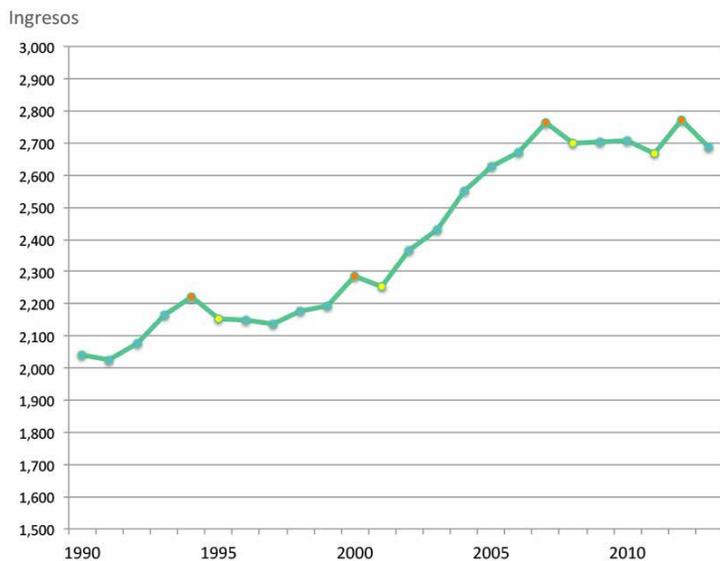
En el mercado mexicano, donde no opera la Ley del Libro, la venta, facturación y número de títulos se centra en el libro de texto, donde Educación Básica representa el 45.9% de la facturación. Si bien las categorías no son iguales a las establecidas en Francia, es notorio que en México el segmento de Ficción representa el 4.5% de la facturación.

2013: Desglose por porcentaje de mercado mexicano

Clasificación temática	Títulos	Ejemplares	Valor neto de venta
Artes	1.8	0.3	1.1
Biografía e historias reales	2.9	1.0	1.2
Ciencias de la tierra, geografía, medioambiente, planificación	0.5	0.3	0.3
Computación en informática	2.1	0.6	1.1
Consulta, información y materias interdisciplinarias	1.1	4.2	1.7
Derecho	2.8	1.0	2.1
Economía, finanzas, empresas y gestión	4.3	1.5	2.7
Educación básica	16.2	43.9	45.9
Enseñanza de la lengua inglesa	8.7	16.2	12.8
Estilo de vida	2.7	1.7	1.3
Ficción y temas afines	6.3	3.6	4.5
Humanidades	7.1	0.7	0.9
Infantiles, juveniles, didácticos	9.1	9.3	5.0
Lenguas	0.6	0.5	0.4
Libros religiosos	6.8	3.8	3.4
Literatura y estudios literarios	10.0	5.0	5.5
Matemáticas y ciencia	1.7	0.6	1.2
Medicina	3.4	1.1	3.1
Salud y desarrollo personal	4.0	2.6	3.0
Sociedad y ciencias sociales	4.5	1.2	1.4
Tecnología, ingeniería, agricultura	2.2	0.4	0.7
Otros	1.2	0.5	0.7
Total	100	100.0	100.0

Fuente: CANIEM

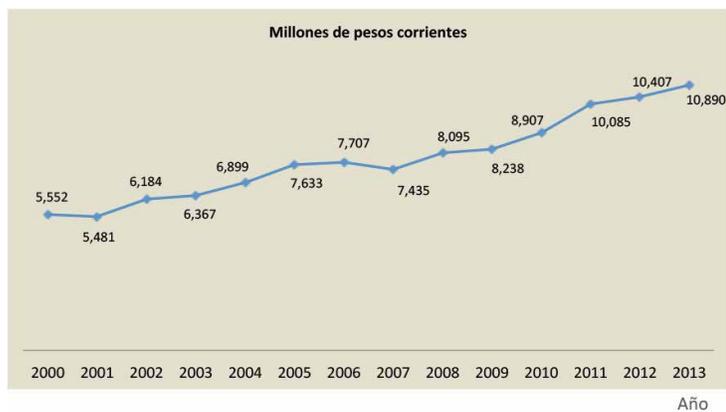
Ingresos de la industria editorial en Francia
En millones de Euros



Fuente: SNE

En cuanto a ingresos totales, el sector editorial de Francia presenta un crecimiento constante, aunque en años recientes ha decaído. En 2013 el ingreso representó 2,687 millones de euros.

Facturación neta del sector editorial de libros en México
(Editoriales privadas)

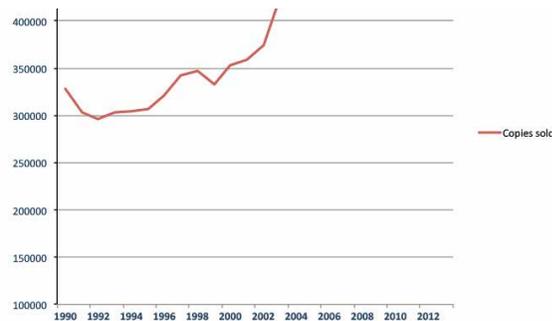


Fuente: CANIEM

La facturación que alcanzó la industria editorial en México llegó a los 10,890 millones de pesos. Una muestra clara de las diferencias entre el mercado editorial francés y el mexicano se refleja en el número de ejemplares vendidos, lo que representó en el país europeo 426,815 ejemplares vendidos en 2013.

Francia
Ejemplares vendidos (en miles)

1993	405 221
1994	304 032
1995	307 103
1996	321 012
1997	342 502
1998	346 803
1999	332 974
2000	353 582
2001	359 460
2002	374 002
2003	423 540
2004	436 413
2005	459 150
2006	469 678
2007	486 599
2008	468 325
2009	464 476
2010	451 934
2011	450 579
2012	440 901
2013	426 815



Fuente: SNE

En el mercado nacional el número de ejemplares vendidos tuvo una disminución en 2013 (147.7 miles de ejemplares) respecto de 2012 (151.4 miles de ejemplares)

Ejemplares vendidos por el sector editorial en México
(Editoriales privadas)

Año	Ejemplares vendidos
2000	102.5
2001	107.7
2002	134.2
2003	139.8
2004	152.1
2005	157.4
2006	160.6
2007	147.1
2008	138.7
2009	129
2010	138.6
2011	142.3
2012	151.4
2013	147.7



Fuente: CANIEM

En muchos aspectos, la operación eficiente de la Ley de Fomento para la Lectura y el Libro puede impulsar a la industria editorial y beneficiar a los lectores. Aunado a políticas públicas que fomenten la lectura, puede convertirse en una herramienta que aliente el desarrollo cultural y educativo.

*Agradecemos a Jean-Guy Boin por la información proporcionada.

Feria Internacional del Libro del Palacio de Minería afina detalles

El evento literario más importante de esta ciudad será del 18 de febrero al 2 de marzo

La Feria Internacional del Libro del Palacio de Minería tendrá su edición XXXVI del 18 de febrero al 2 de marzo y dentro de ella, los días 23, 24 y 25 de febrero se realizarán las Jornadas Juveniles 2015.

Los organizadores detallaron a *Notimex* que la feria, organizada por la Facultad de Ingeniería de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), tiene como fin dar a conocer a los universitarios y a la sociedad lo nuevo de la industria editorial mexicana.

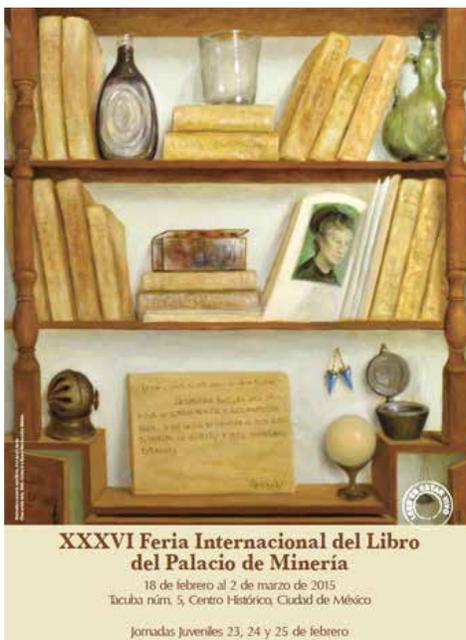
Un recorrido por el Palacio de Minería, recinto sede, dejó ver que la parte administrativa de la feria afina detalles para que decenas de casas editoriales puedan ofrecer al visitante la más amplia y variada oferta editorial, para todo sector de lectores, sin distingo alguno.

Un eje básico de la feria es su gran programa cultural, que figura entre los mayores de todas las ferias del libro del mundo, y por su aceptación, también ya se alistan las Jornadas Juveniles y otros programas de fomento a la lectura.

La feria cuenta con el apoyo de prácticamente todas las dependencias universitarias; de la Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana (CANIEM), y sobre todo, del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (CONACULTA) y su Dirección General de Publicaciones.

¿Por qué vale la pena visitar la feria? Porque además de encontrar ahí libros de todos los géneros y materias, épocas, autores y pensamientos, se desarrollan, gratuitamente, cientos de actividades para niños, adolescentes y adultos, sobre literatura y otras artes.

En este año, Hidalgo será el estado Invitado de Honor a la Feria Internacional del Libro del Palacio de Minería y de acuerdo con Antonio Lorenzo Monterrubio, emisario del Consejo Estatal para la Cultura y las Artes de Hidalgo, esa entidad traerá muchísimas sorpresas.



Hidalgo se ubica en la parte centro sur de México en una extensión de aproximadamente 21,000 kilómetros cuadrados y colinda con cinco estados: San Luis Potosí, Veracruz, Puebla, Tlaxcala, Estado de México y Querétaro. Su capital es la minera Pachuca de Soto.

Se fundó en el siglo XVI y conserva interesantes edificios, como la torre del reloj en la plaza principal y el convento de San Francisco, hoy centro cultural que aloja la Fototeca Nacional y el Centro Regional del Instituto Nacional de Antropología e Historia (INAH).

Hidalgo es estado de la Unión desde 1869, y comprende los distritos de Actopan, Apan, Huscazaloja, Huejutla, Huichapan, Pachuca, Tula, Tulancingo, Ixmiquilpan, Zacualtipán y Zimapán, donde actualmente se desarrolla una importante actividad artística y cultural.

La influencia teotihuacana está presente en algunos conjuntos ceremoniales y los Atlantes de Tula son iconos imprescindibles en la zona arqueológica del mismo nombre, ya que representan el es-

píritu guerrero de la cultura tolteca, entre las más avanzadas de su época.

Hay ejemplos recurrentes de pintura rupestre y petrograbados en diversos lugares como en Tepeapulco, mientras que algunos de los grandes conventos mendicantes, muestras materiales de la conquista espiritual, fueron levantados sobre estructuras prehispánicas.

El arte local muestra la gran delicadeza en talla de cantería, combinando la influencia gótica y el Renacimiento español que llegaron a la Nueva España. Sus ricas formas son producto de una gran creatividad en el Valle del Mezquital, la Sierra Alta y otros sitios.

La arquitectura hidráulica tiene grandes obras, como el acueducto del Padre Tembleque, que lleva agua de Zempoala a Otumba. Otras muestras son el acueducto de Tepeapulco que concluye en una extraordinaria caja de agua, y el acueducto de Epazoyucan.

El patrimonio artístico y arquitectónico construido después de la Revolución Mexicana en el estado de Hidalgo es también de gran interés. Obra pública, escuelas, conjuntos habitacionales e industriales, como Ciudad Sahagún, son muestra palpable de todo ello.

En esa entidad, el poder de la palabra para la transmisión de conocimientos ancestrales tiene una probada eficacia; la técnica para elaborar objetos útiles es heredada cada generación junto con valores como persistencia, paciencia y un sentido de excelencia.

Finalmente, se informó que la feria se podrá visitar de lunes a viernes de 11:00 a 21:00 y los sábados y domingos de las 10:00 a las 21:00 horas. El precio de entrada es de 15 pesos de lunes a viernes y de 20 los sábados y domingos. Entran gratis los menores de seis años y las personas con alguna capacidad diferente.

*Con información de *Notimex*

La libertad de expresión está de luto

El atentado a la revista *Charlie Hebdo*, que dejó 12 muertos, cimbra al mundo

La libertad de expresión y la tolerancia recibieron un golpe durísimo. Un atentado terrorista contra el semanario satírico *Charlie Hebdo* causó la muerte de 12 personas entre los cuales dos policías y algunos de los principales periodistas de esta revista.

La información que circula en medios internacionales refieren que dos hombres encapuchados y fuertemente armados irrumpieron poco antes del mediodía del 7 de enero en los locales del semanario, situados en el distrito 11 de la capital francesa y abrieron fuego contra los periodistas que se encontraban en ese momento en junta de redacción.

Testimonios de testigos afirman que los hombres entraron al edificio gritando "¡Allah Akbar!" (Alá es grande) y abriendo fuego contra el personal del semanario. En el atentado perdieron la vida 12 personas –entre quienes están– los dibujantes veteranos Jean Cabu y Georges Wolinsky, y del responsable de la revista, Stéphane Charbonnier, "Charb", quien recientemente publicó un cartón en el que especulaba con humor sobre la posibilidad de un atentado islamista en Francia.



Foto: Página de Charlie Hebdo

Los agresores parecían haber seguido consignas dadas por el Estado Islámico (ISIS, por sus siglas en inglés) y Al-Qaeda, a causa de la lucha de Francia contra el yihadismo.

En noviembre de 2011, la sede del semanario fue destruida por un incendio criminal, calificado de atentado por las autoridades francesas.

En 2013, un hombre de 24 años fue condenado a una pena de prisión condicional por haber instado en Internet a decapitar al director del periódico después de la publicación de dichas caricaturas de Mahoma en 2006.

Numerosos países europeos celebraron reuniones de urgencia con sus ministros y servicios de seguridad para tomar medidas similares. España elevó al máximo su alerta terrorista.

En el último tuit subido en la cuenta de *Charlie Hebdo* se mostraba una caricatura del líder del ISIS, Abu Bakr al-Baghdadi, con un mensaje curioso: "Buenos deseos. Para ti también, Al-Baghdadi". A lo que la caricatura de Al-Baghdadi responde: "En especial buena salud".

Calificado como el peor atentado en décadas en Francia, todo el mundo condena el asesinato de 12 personas en un claro golpe a la libertad de expresión.

La lectura no sólo es responsabilidad de las personas, sino también de la agenda pública: Carmen Pérez Camacho

Se debe poner en el centro al lector para lograr el éxito de cualquier política pública

La lectura ha sido considerada desde hace algunos años una práctica fundamental para la adquisición de conocimiento, información, entretenimiento, consumo editorial, vínculo social y hasta estrategia para la inclusión o medio para el ejercicio de una ciudadanía participativa. Por estas razones, la lectura se ha constituido en un tema de política pública desde mediados del siglo XX, vinculada fundamentalmente con el tema de la alfabetización, describió en entrevista con el CONACULTA, la especialista en políticas culturales Carmen Pérez Camacho.

Para la doctora en antropología social lo que ha caracterizado al tema de la lectura es su énfasis en el libro y el número de ejemplares que las personas leen en un año, la visión de que la lectura es un medio para alcanzar mejores niveles educativos y de alfabetización, por lo mismo, de obligatoriedad.

"Aunque también existe consenso respecto a que la lectura no sólo es responsabilidad de las personas, sino también un tema de agenda pública, hay

una preferencia por un modelo individual (y no colectivo) al que apuntan la mayoría de las campañas desarrolladas en términos de fomento", destacó la investigadora.

Para la integrante de la asociación civil Cultura y Ciudadanía, en este marco considera necesario poner énfasis en que "ya no se trata de hacer fomento a la lectura, de lo que se trata es de poner en el centro al propio lector (más que la modalidad o medio con el que se practica la lectura) para lograr el éxito de cualquier política pública que reconoce los diversos beneficios que traen los procesos lectores y el ejercicio de la lectura como parte de sus derechos culturales".

En este sentido, agregó, el objetivo de cualquier iniciativa consiste en contribuir a la formación de lectores activos a través de acciones estratégicas que permitan mejorar la autopercepción que tienen los ciudadanos sobre su identidad como lectores, en el reconocimiento de las funciones que tiene la

lectura en su vida cotidiana (gustos, intereses, toma de decisiones, productividad, mejora en la educación integral), en el aumento de sus prácticas lectoras y en la construcción de una ciudadanía participativa.

Para lograr lo anterior, la especialista considera necesario que cualquier estrategia contemple los siguientes aspectos: capacitación permanente dirigida a mediadores de lectura (bibliotecarios públicos, promotores institucionales o ciudadanos); conformación de nodos de lectura que multipliquen la formación de lectores ciudadanos mediante un trabajo en red, y la instrumentación de una campaña de comunicación que fortalezca a la ciudadanía como lector activo.

Y es que no se trata de colocar en el centro al lector con sus necesidades de la vida cotidiana, sus intereses y expectativas con su derecho a decidir qué lee o cuánto quiere leer, lo cual crea la identidad del lector, sino “también se trata de reflexionar y cambiar los indicadores que nos dicen cómo nos vamos desarrollando como lectores”.

Carmen Pérez Camacho refirió que es común escuchar en los medios de comunicación a los padres de familia, profesores o algunos intelectuales que en México no se lee o no se sabe leer. Mucho de esta idea tiene su argumento en las cifras, resultado de diversas encuestas, las cuales arrojan datos poco alentadores sobre la formación de lectores.

De acuerdo con la analista de políticas culturales, la encuesta sobre formación lectora realizada en 2006 revela que, a nivel nacional, el promedio de libros que se leen es de 2.9 por año. “Si revisamos casos exitosos en países europeos, como Finlandia, donde leen de 35 a 40 libros al año, la comparación no resulta nada estimulante. Y lo mismo sucede para el caso de algunos países latinoamericanos, como Chile, donde se leen 5.4 ejemplares al año o en Argentina donde la cifra es de 4.6. Todavía más: si bien la Ciudad de

Grupo Interdisciplinario en Políticas Culturales

Este espacio está dedicado al análisis y la reflexión que permitan definir los alcances en los distintos ámbitos de intervención de las políticas culturales, orientadas a grupos colectivos y comunidades de nuestro país.

participación democrática, derechos y libertades; equidad en la distribución de bienes y servicios culturales y, construcción de ciudadanía.

Es de sumo interés dar a conocer las distintas experiencias culturales internacionales, por lo que incluye también en este espacio entrevistas a especialistas, promotores y funcionarios de cultura de otras latitudes, además de la traducción al español, de diversos textos sobre políticas culturales.

Bienvenido.

México tiene en promedio 5.6 libros leídos al año, es decir, arriba de la media nacional, este promedio no alcanza la cifra mínima planteada por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) para ser considerada ciudad emergente de lectura en América Latina”.

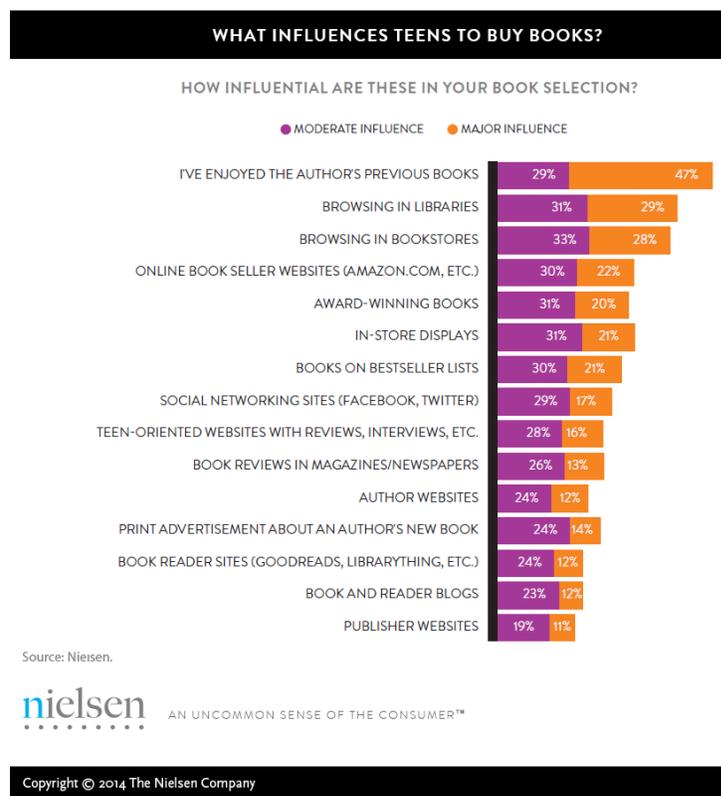
Para conocer los análisis de diversos temas de políticas culturales puede consultar el sitio www.politicasculturales.mx

Estudio de Nielsen revela que los adolescentes prefieren libros en papel

El porcentaje de adolescentes que compran e-books está en el 20%

Una nota del portal Libropatas.com y replicada por varios medios difundió que un estudio de la agencia Nielsen revela que los adolescentes prefieren leer libros en papel y no electrónicos, como podría pensarse.

Si hay una cosa que todo el mundo piensa de los adolescentes es que la tecnología les gusta más que a un niño un caramelo. Pero lo cierto es que algunos estudios están demostrando que lo que les gusta son muchas cosas un tanto retro... como los libros de papel. Un estudio de una consultora, ya señalaba hace unos meses que a los más jóvenes les gustan mucho más los libros de papel (quizás porque los libros de papel se acumulan en casa de sus padres y no son ellos los que tienen el problema de pensar donde meter nuevas adquisiciones; quizás porque son unos románticos de la lectura) y un panel de Nielsen acaba de volver a confirmarlo. A los adolescentes los libros de papel les gustan más que los e-books.



Los adolescentes (el estudio presenta a los jóvenes de entre 13 y 17 años) prefieren los libros de papel y, además, son compradores de ese formato en un *ratio* por debajo de los otros grupos de edades. El porcentaje de adolescentes que compran *e-books* está en el 20%, una cifra que sube al 25% entre los 30 a 44 años y al 23% entre los 18 a 29.

Las razones por las que los adolescentes prefieren los libros de papel son variadas. Para empezar, los adolescentes no siempre tienen una tarjeta de crédito disponible, algo necesario cuando se quiere comprar *online*. Pero por otra también les podría haber influido el hecho de que sus padres (que entran dentro de la generación superior a las anteriores que sí compran *e-books*) prefieran los libros de papel. Para continuar, sus hábitos de consumo también los empujarían al papel. Los adolescentes prefieren tomar

prestados los libros y compartirlos (ya sea vía biblioteca o vía amigos) lo que hace que el papel se imponga (tomar o dejar prestado un *e-book* no es todavía muy sencillo).

Además, a los adolescentes les gusta buscar libros entre las estanterías de las librerías o de las bibliotecas (la mitad asegura que sigue haciéndolo para encontrar sus nuevas lecturas), algo que no funciona igual en formato electrónico. Eso sí, buscar libros en las estanterías físicas no quiere decir que obvien lo digital. Un 45% se deja influir por las redes sociales para escoger sus lecturas y, otro 45% echa mano de las recomendaciones que se publican en Internet. Otro de los elementos clave para decidir qué leer (de hecho el principal: es una influencia mayor para el 47% de los lectores de esta franja de edad) es el autor. Si han leído algo suyo antes y les ha gustado, leerán su nuevo libro.

Recortes presupuestales afectaron al CONACULTA

Se estima en 15% la disminución de recursos

En una nota publicada por el diario *Reforma* el 18 de diciembre de 2014, se informó que el CONACULTA tuvo recortes presupuestales en varias áreas.

El reporte de Jorge Ricardo dice que en 2013, –sin que hasta ahora se hubiera hecho público–, el Gobierno Federal recortó al CONACULTA mil 364 millones 355 mil 74 pesos, es decir, el 15% del presupuesto total asignado originalmente para ese año.

La información fue obtenida a través de la Ley de Acceso a la Información al preguntar por el presupuesto asignado el año pasado y el erogado.

El Consejo respondió que recibió 9 mil 127 millones 23 mil 338 pesos y que había ejercido 7 mil 762 millones 987 mil 764.

Reforma preguntó los motivos de ese aparente "subejercicio" a la oficina de prensa, la respuesta demoró dos semanas. En ese lapso, la presidenta de la Comisión de Cultura de la Cámara de Diputados, Margarita Saldaña, lamentó el "subejercicio". "Con qué cara nos piden más recursos, si no los gastan", dijo.

Al final, el CONACULTA precisó que se trataba de una reducción presupuestal.

"Se llevaron a cabo reducciones por concepto de medidas de ahorro por parte de la SEP por 91.5 millones de pesos; reducciones líquidas por parte de la SHCP por un monto de mil 41 millones de pesos, tanto al gasto de operación como también a los recursos etiquetados por la Cámara de



Rafael Tovar y de Teresa. Foto: CONACULTA

Diputados; así como también se realizaron diversas transferencias por concepto de apoyos al subsector por un importe de 129.5 millones".

En entrevista con el diario, el presidente del CONACULTA, Rafael Tovar y de Teresa, se refirió al recorte, aunque descartó un impacto negativo: "Con todo y todo, estamos trabajando intensamente", dijo.

¿En qué áreas, programas o proyectos específicos repercutió la reducción?, se le preguntó de nuevo por escrito y la respuesta fue un documento de siete cuartillas con "algunos de los temas donde se enfatizó el presupuesto 2014", pues dijeron que preferían enfocarse en parte positiva.

Todavía en 2013, el presidente Enrique Peña Nieto, en su Primer Informe de Gobierno, reportó

como presupuesto para la cultura (CONACULTA, más dependencias como Canal 22, Cineteca, INBA o INAH) el monto original de 16 mil 781 millones, sin considerar el recorte al Consejo.

En otro documento enviado en mayo al Senado, al que *Reforma* tuvo acceso, se detallaba que en 2013 dispuso en Consejo sólo del 32% (2 mil 484 millones) de la asignación original, ya que de los 7 mil 762 millones 987 mil pesos que recibió, 3 mil 590 millones fueron a proyectos etiquetados por el Congreso.

Del resto, mil 75 millones fueron a instituciones estatales y 150 a Ciudades Patrimonio, mientras que en sueldos y salarios se ejercieron 761 millones de pesos y sólo 77 millones 538 mil para obra pública, aunque tenía pendiente terminar las obras que heredó.

EDUCAL se renueva para poder competir

En 2014 manejó un presupuesto superior a los 54 mdp

El periódico *Milenio* publicó este 7 de enero un reportaje donde aborda la situación de las librerías de EDUCAL. La nota de Jesús Alejo Santiago refiere que la presencia de la Red de Librerías EDUCAL no siempre es bien comprendida: si bien existen establecimientos en algunos museos o centros culturales, también apuesta a la atención de lectores en ciudades que no siempre cuentan con una opción para la adquisición de las publicaciones, mucho menos de las producidas por instituciones o públicas o universitarias.

En la actualidad —dice *Milenio*—, son más de 90 las librerías físicas que existen en todo el país, cuya vocación es más social, asegura Gerardo Jaramillo, su director general, para las cuales es fundamental lograr su reconocimiento entre los lectores a través de una serie de transformaciones de su identidad.

"Para tratar de tener mejor imagen pública entramos en una dinámica de reposicionamiento de EDUCAL como una opción librera, no como una tienda más: quisimos distinguimos con los colores básicos de la red —el negro y el verde—, y a partir de ahí diseñamos una nueva imagen, una nueva mercadotecnia. Todo lo que hacemos tiene como principio fortalecer nuestra imagen pública".

Es una propuesta que no solo se sustenta en la imagen, sino en el desarrollo de una librería modelo, que al mismo tiempo sirva para orientar a quienes deseen participar de los libros digitales, enfatizó el director general de la Red de Librerías EDUCAL.

"Nosotros presentamos una librería modelo de EDUCAL, que tiene que ver con una concepción que combina la parte física con la digital; apostamos a fortalecer todas las librerías que ya tenemos, con un mejor surtido, mejor servicio, pensando que nuestras librerías están dirigidas al público en general, y en lugares como centros de estudio, el CENART, la Cineteca Nacional o en Tapachula, tenemos una variedad de públicos que debemos considerar".

La librería modelo desarrollada por EDUCAL es de 120 metros cuadrados, en la cual caben hasta 40 mil ejemplares.

"Consideramos que ese es el modelo que podemos manejar y controlar muy bien", destacó Jaramillo, para lo cual se inició un trabajo de reconversión



Librería EDUCAL de la Cineteca Nacional. Foto: CONACULTA

de todas las librerías EDUCAL, aun cuando no se trata de una labor sencilla, "en donde podamos tener apoyos de los estados o municipios lo haremos más rápidamente y aquellas donde vayamos solos, trabajaremos de acuerdo con el presupuesto".

Para 2014, Librerías EDUCAL manejó un presupuesto superior a los 54 millones de pesos, que representa el 20% de la operación de la red, y el 80% restante es generado por la institución, ya sea a través de las ventas directas o por los trabajos de distribución que también desarrollan.

Por recibir presupuesto inicial, se ha acusado a la entidad de hacer una competencia desleal a las cadenas libreras privadas, aun cuando, desde la perspectiva de Jaramillo, más que competir con ellas, lo más importante es convertirse en un complemento.

"EDUCAL apuesta por consolidarse como una opción cultural, que tiene como objetivo estar en lugares donde no se podría por falta de retribución económica. Incluso, si después llega alguna de las cadenas libreras a establecerse en donde nosotros habíamos estado, de alguna forma cumplimos con parte de nuestros propósitos como institución pública".

Jaramillo reconoció que si bien tienen librerías deficitarias, eso es natural porque hay lugares donde insisten en permanecer para mantener firme su vocación, siendo "conscientes de que no en todos los lugares debemos tener ganancias, pero sí tenemos servicio".

"Por interés de fortalecimiento o de impulso de la oferta editorial o del desarrollo educativo de cada lugar estamos en Ecatepec, en Tapachula, en el Centro Histórico. Estamos en toda la República mexicana, por lo menos tenemos una librería en cada estado".

Otra de las características de la Red de Librerías EDUCAL es que privilegian la oferta de las editoriales independientes, de instituciones universitarias e incluso de publicaciones gubernamentales, que no siempre tienen acceso a las mesas de novedades de las grandes cadenas libreras.

Se convoca al Premio Valencia de novela negra

La fecha de cierre es el 28 de febrero

La Diputación de Valencia, con el ánimo de fomentar la creatividad literaria, convoca para el año 2015 al Premio "Valencia" de la Institució Alfons el Magnànim de novela negra.

Al certamen se pueden inscribir todas las personas de cualquier nacionalidad que hayan cumplido 18 años el día de finalización del plazo de presentación de las obras. La obra presentada debe ser original, inédita, y no premiada en otros concursos. Debe estar escrita en castellano.

El ganador recibirá un premio de 20.000 euros, sujeto a la fiscalidad vigente y que se entiende como a compensación por los derechos de autor de los primeros 4.000 ejemplares que se vendan.

Además, el libro será editado por la Editorial Lengua de Trapo, que incluirá este título en su catálogo general. La editorial se reserva la opción de realizar una versión para lectura en libro electrónico. En el caso del formato electrónico, el autor recibirá el 15% de cada transacción, sin contar el IVA.

El plazo de presentación de las obras se iniciará al día siguiente de la publicación de estas Bases en el Boletín Oficial de la provincia y finalizará el 28 de febrero de 2015.

El formulario de participación y mayor información se puede consultar en: www.alfonselmagnanim.net

Cuotas de afiliación 2015: CANIEM

Artículo 11°.- Las cuotas que se cobrarán por la afiliación anual, se calcularán sobre el monto de los ingresos netos propios de la operación, lo cual podrá acreditarse con cualesquiera de los siguientes documentos: copia de

la declaración anual del ejercicio inmediato anterior o, en su defecto, copia de la última declaración anual presentada o carta del representante legal de la empresa que certifique los ingresos anuales netos del ejercicio anterior.

Grupo	Ingresos (en pesos)		Cuota Afiliación Voluntaria	Cuota Antipiratería
	De:	A:		
1	0.01	746,150.00	2,990.00	510.00
2	746,150.01	1,298,300.00	5,520.00	940.00
3	1,298,300.01	2,246,170.00	9,710.00	1,650.00
4	2,246,170.01	3,863,380.00	17,170.00	2,920.00
5	3,863,380.01	6,606,430.00	22,390.00	3,810.00
6	6,606,430.01	11,230,860.00	28,350.00	4,820.00
7	11,230,860.01	18,980,220.00	34,320.00	5,840.00
8	18,980,220.01	31,886,830.00	46,260.00	7,870.00
9	31,886,830.01	53,251,030.00	56,710.00	9,650.00
10	53,251,030.01	88,396,750.00	65,670.00	11,170.00
11	88,396,750.01	145,854,810.00	77,610.00	13,200.00
12	145,854,810.01	239,201,620.00	94,020.00	16,000.00
13	239,201,620.01	389,898,670.00	110,430.00	18,790.00
14	389,898,670.01	631,635,830.00	126,850.00	21,570.00
15	631,635,830.01	739,573,230.00	141,770.00	24,130.00
16	739,573,230.01	847,510,620.00	155,330.00	24,130.00
17	847,510,620.01	955,448,010.00	169,460.00	24,130.00
18	955,448,010.01	1,063,385,400.00	191,050.00	24,130.00
19	1,063,385,400.01	1,171,322,800.00	212,640.00	24,130.00
20	1,171,322,800.01	En adelante	228,400.00	24,130.00

Las cuotas de afiliación anual expresadas en este artículo así como los niveles de ingresos expresados en los grupos señalados en el párrafo anterior, se actualizarán en la misma proporción que la suma de los doce índices nacionales de precios al consumidor mensuales, publicados por el INEGI o por la dependencia gubernamental a la que se le confiera, de noviembre a noviembre de cada año. El Consejo Directivo tendrá la facultad de presentar a la Asamblea General, para su análisis y de ser el caso su aprobación el incremento adicional de cuotas de afiliación que considere necesario para optimizar el funcionamiento de la Cámara.

Artículo 12°.- Los grupos empresariales integrados por dos o más empresas, podrán afiliarse de acuerdo con las condiciones siguientes:

- Pagarán completa la cuota de afiliación de la empresa del grupo a la que, de acuerdo con la tarifa del Artículo 11°, le corresponda la cuota más alta.
- Las restantes pagarán el 50% de la cuota de afiliación que les corresponda.

Artículo 13°.- Las personas morales que no realicen actividades de comercialización de sus publicaciones pagarán en todo caso la cuota correspondiente al Grupo 3 del Artículo 11° de los presentes estatutos. Se excluye de este grupo, a aquellas personas morales que agrupen a personas morales o físicas que tengan como actividad exclusiva o preponderante, la edición de libros o de publicaciones periódicas, ya que éstas últimas deberán afiliarse a la Cámara individualmente.

Las personas morales con fines no lucrativos que efectúen la comercialización de sus publicaciones, considerarán como base para el pago de su cuota de afiliación anual los ingresos provenientes de dicha actividad, conforme a la tarifa del Artículo 11° de estos Estatutos.

Las personas físicas o morales que tengan el carácter de adherentes pagarán las cuotas ordinarias y extraordinarias que les fije el Consejo Directivo en términos de las disposiciones aplicables de los presentes Estatutos.

Para mayor información comunicarse con: Gloria Espinosa Pérez. Teléfono: 5688 2011, ext. 720 afiliacion@caniem.com

Leer dispositivos antes de dormir puede provocar insomnio

Lo revela un estudio del Brigham and Women's Hospital



Foto: <http://mundoejecutivo.com.mx>

El pasado 26 de diciembre de 2014, el periódico *Excelsior* publicó una nota donde un estudio revela que la exposición a pantallas antes de acostarse puede afectar tu sueño.

Leer desde un iPad antes de acostarse no sólo hace que sea difícil conciliar el sueño, sino también afecta que tan somnoliento y alerta se estará al día siguiente, de acuerdo con una nueva investigación de Brigham and Women's Hospital.

El estudio publicado en *Proceedings of the National Academy of Sciences*, explica que los hallazgos podrían afectar a cualquier persona que utilice un lector electrónico, ordenador portátil, teléfono inteligente, o ciertos televisores antes de dormir. La nueva investigación apoya las conclusiones de estudios anteriores, que también han encontrado que el tiempo frente a una pantalla antes de dormir puede ser perjudicial.

Entonces si no queremos sentirnos como zombis durante el día, las conclusiones son claras: leer un libro impreso real estimula la mente antes de acostarse. El estudio se prolongó durante dos semanas e incluyó a 12 participantes que leen en un iPad durante cuatro horas antes de acostarse durante cinco días seguidos, un proceso que se repitió con los libros impresos. Para algunos, el orden se invirtió: comenzaron con los libros impresos y se mudaron después a iPads.

A los lectores en iPad les tomó más tiempo quedarse dormidos, y tuvieron menos sueño por la noche en comparación con los lectores de libros, descubrieron los investigadores. Los lectores de iPad secretaron menos melatonina, que ayuda a regular el sueño. Y también estuvieron más cansados que los lectores de libros al día siguiente, incluso cuando ambos tuvieron un total de ocho horas de sueño.

Los dispositivos retroiluminados suprime la melatonina hasta en un 22%. Lo cual quiere decir que puede generar problemas para dormir por la noche.

25. BIENÁLE ILLUSTRACIÍ BRATISLAVA

ŠTATÚT /
Organizačný
poriadok

STATUTE /
Organization
order

BIB 2015



50. výročie založenia BIB
50th. anniversary of the founding of BIB

Biennial of Illustrations Bratislava | Slovakia
Biennale der Illustrationen Bratislava | Slowakei
Biennial de Ilustraciones Bratislava | Eslovaquia
Biennale d'illustrations Bratislava | Slovaquie
Бънналe иллуcтpаций Бpатислaвa | Cлoвaкия

4. 9. – 25. 10.
2015



Adresa / Address:

BIBIANA, medzinárodný dom umenia pre deti
BIBIANA, International House of Art for Children
Sekretariát BIB / BIB Secretariat
Panská 41 / Panská street 41
815 39 Bratislava
Slovenská republika / Slovak Republic

kontakt / contact:

Tel: + 421 2 544 33 550, + 421 2 204 67 243-5
e-mail: bib@bibiana.sk, viera.anoskova@bibiana.sk
www.bibiana.sk

www.clijcat.cat/consell/descarregues/noticies/bib-2015-statute.pdf

Eracio Zepeda recibe la medalla Belisario Domínguez

El Senado de la República entrega la presea

En una ceremonia solemne el Senado otorgó la Medalla de Honor Belisario Domínguez al escritor chiapaneco Eracio Zepeda. A nombre del legislativo el senador Zoé Robledo pronunció un discurso que destaca la carrera del también poeta.

En la siguiente liga se puede ver el video con el discurso completo.
<http://youtu.be/LmlFdj-otw0>



La creación de propiedad intelectual genera crecimiento y desarrollo económico: Ernesto Piedras

El sector de la economía creativa tiene efectos positivos en el empleo, crecimiento y desarrollo económico del país

El concepto de “ciudades creativas” fue acuñado, principalmente, por el británico Richard Landry en la década de los ochenta. Este término se refiere no sólo a la actividad artística y cultural de una ciudad, sino que engloba a cualquier persona que innova dentro de su sector, puede ser un empresario, un científico, o servidor público, siempre y cuando utilice la creatividad como insumo principal. Asimismo, el concepto de industrias creativas es definido por el gobierno británico como aquellas industrias que su principal insumo es la creatividad y el talento. Este sector tiene un alto impacto en la economía, “porque tiene el potencial de generar riqueza a través del desarrollo de la propiedad intelectual”, expuso en entrevista con el CONACULTA el especialista en políticas culturales Ernesto Piedras.

Para Ernesto Piedras, en las últimas décadas el enfoque cuantitativo que se le ha dado a la economía creativa en estudios se desarrolla en términos de su contribución a las actividades productivas, es decir, el Producto Interno Bruto, inversión, empleo y comercio, entre otros. En estos estudios hay evidencia cuantitativa de que la mayoría de los países desarrollados cuentan con un motor de crecimiento económico muy importante en ese sector económico-creativo (Gran Bretaña y EUA con más de 8 por ciento). “Algunos países de desarrollo intermedio y alta diversificación económica, logran ingresar a ese selecto grupo de alto potencial, como las economías de México y Brasil, con aproximadamente 7 por ciento”.

El investigador señala que si se considera que el conjunto de la creatividad es una memoria colectiva tiene sentido esperar que la aglomeración incentive el desarrollo de nuevas ideas y de la innovación. El término “ciudades creativas” –precisa– busca englobar esta idea, “se espera que la creación de una idea creativa se aproveche y recicle, por medio de este proceso se genera una cadena creativa donde cada elemento juega un papel fundamental, dicho proceso incentiva la creación de propiedad intelectual lo que desemboca en crecimiento y desarrollo económico”.



Para Ernesto Piedras, en las últimas décadas el enfoque cuantitativo que se le ha dado a la economía creativa en estudios se desarrolla en términos de su contribución a las actividades productivas, es decir, el Producto Interno Bruto, inversión, empleo y comercio, entre otros. Foto: Ramona Miranda / CONACULTA

De acuerdo con el estudioso de la economía cultural, en México, la evidencia estadística más reciente muestra que existe una intensificación de las actividades creativas debido a la participación en el Producto Interno Bruto. La participación de las industrias creativas en México pasó de 6.7 por ciento a 7.3 por ciento del PIB durante la última década, tomando en cuenta la Economía Sombra (producción de bienes y servicios informales que escapan de las estimaciones oficiales). Este crecimiento de las industrias creativas a la economía demuestra que es uno de los sectores más importantes y dinámicos de la economía del país.

Ernesto Piedras Feria señala que, recientemente, la Organización de las Naciones Unidas publicó que desde el 2008, por primera vez en la historia, más del 50 por ciento de la población mundial vive en zonas urbanas, “tan sólo en México, según el Censo de Población y Vivienda 2010, el 78 por ciento de la población se clasifica como población urbana. Estas cifras, derivan en que la creatividad constituye una oportunidad para los países en desarrollo de aprovechar las economías de escala que surgen como consecuencia de la concentración en ciudades y dado que la creatividad, hoy día, es el principal motor de las economías modernas, surge la necesidad de ver a la creatividad como detonante de desarrollo en los países”.

El especialista agregó que “sin duda, las industrias creativas representan una oportunidad irremplazable para generar desarrollo en distintas regiones y ciudades del mundo, en particular para las regiones en desarrollo. Pese a que la creatividad tiende a concentrarse en ciertas regiones o clústeres, como por ejemplo Silicon Valley en Estados Unidos o la Ciudad de México, la creatividad es un insumo que no toma en cuenta condiciones únicamente geográficas por lo que se puede propiciar por distintos medios”.

De acuerdo con el experto “se ha demostrado que el sector de la economía creativa tiene efectos positivos en el empleo, crecimiento y desarrollo económico del país. Estos efectos aumentan si tomamos en cuenta los efectos multiplicadores del gasto, bienestar y capital humano que se derivan de las industrias creativas. Entre los ámbitos necesarios para detonar las características deseables de las ciudades creativas, se necesita un ambiente legal, comunicaciones, incentivos a la investigación y desarrollo”, concluyó.

*Para conocer los diversos puntos de vista de los especialistas en el tema, puede consultar: www.politicasculturales.mx

México es Cultura del CONACULTA, entre las 15 mejores aplicaciones del mundo

En 2014, la página web fue visitada por más de 884 mil usuarios

México es Cultura, la plataforma de difusión del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, ha sido considerada entre las mejores 15 aplicaciones (apps) del mundo, de acuerdo con una investigación de CNNExpansión. Dentro del ranking de las mejores 'apps' para cada sistema operativo que elaboró el equipo de tecnología de CNNExpansión, México es Cultura destacó dentro de las mejores de Windows Phone.

México es Cultura, una multiplataforma para la difusión de actividades y recintos culturales del país, está integrada por una página web bilingüe –español e inglés–, una línea telefónica gratuita –01800 CULTURA–, y aplicaciones para Android, iPhone y iPad, además de contar con perfiles en Facebook y Twitter.

En 2014, México es Cultura fue objeto de un relanzamiento, que ha permitido un importante crecimiento del sitio web, como parte del proyecto integral de la Agenda Digital Cultural que lleva a cabo el CONACULTA dentro del programa de acciones delineadas por el presidente del organismo Rafael Tovar y de Teresa.



El servicio ofrece la agenda cultural de la Ciudad de México y de ciudades de 26 estados de la República Mexicana. En ella se pueden conocer las distintas actividades que se realizan en museos, auditorios, bibliotecas, centros culturales, con sus respectivas ubicaciones, vías de acceso e información de exposiciones, música, danza y proyecciones más relevantes.

La plataforma difunde los contenidos culturales de alrededor de 120 organismos del subsector cultura, entre instituciones públicas, privadas, universidades, consejos y secretarías de cultura

de 26 entidades federativas del país. El promedio de actividades culturales que cada mes está disponible para el usuario es de mil 450.

La página www.mexicoescultura.com fue visitada en 2014 por más de 884 mil usuarios lo que significa un crecimiento de 370 por ciento con respecto al 2013, y tuvo 2 millones 384 mil 340 de páginas vistas, es decir, un incremento de 13 por ciento. En cuanto a sus aplicaciones las plataformas de iPad y iPhone tuvieron 4 mil 909 descargas en 2014, con un acumulado histórico de 47 mil 584. La app para Android registró 8 mil 211 descargas, con un acumulado histórico de 28 mil 624, mientras que para Windows Phone, seleccionada entre las mejores 15 del mundo, el número de descargas fue de 13 mil 319, con un acumulado histórico de más de 79 mil descargas.

De acuerdo con el equipo de CNNExpansión, “esta aplicación (Windows Phone), te ayuda a descubrir la agenda cultural de la Ciudad de México, así como las distintas actividades que se realizarán cerca de tu ubicación en auditorios, bibliotecas, centros culturales y las exposiciones más exitosas de la temporada”.

Crea UAEM Maestría en Producción Editorial

Una opción en la formación de profesionales de la industria

La Universidad Autónoma del Estado de Morelos (UAEM), a través de la Facultad de Humanidades y de la Facultad de Artes, convoca a los interesados en ingresar a la sexta generación del programa de Maestría en Producción Editorial a participar en el proceso de admisión para la generación 2015-2017.

De acuerdo con la convocatoria, este posgrado tiene por objetivo formar profesionales de la producción editorial, pretende formar individuos capacitados de manera integral que puedan incorporarse exitosamente en el ámbito editorial estatal y nacional, ya sea llevando a cabo labores específicas de la cadena editorial o en la creación, planteamiento y supervisión de proyectos y estrategias editoriales en su totalidad.



El CONACULTA, a través de la Dirección General de Publicaciones (DGP), y la Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana (CANIEM) invitan a todos los editores a participar en la Feria del Libro de Londres 2015, que se realizará del 14 al 16 de abril, en la que México será invitado de honor (Market Focus)


readingmexico
market focus 2015

Invitación Editores: <http://caniem.org/Archivos/ferias/invitacioneditores.pdf>

Solicitud de Participación: <http://caniem.org/Archivos/ferias/SolicituddeParticipacionLBF.docx>

Registro: <http://caniem.org/Archivos/ferias/RegistroparapaginayCatalogo.xls>

¿Por qué es necesario defender el Derecho de Autor?

¿Queremos que la tecnología –las compañías de Internet– dicten nuestro concepto de derechos individuales?

Por Robert Levine*

A partir del siglo XV en Frankfurt se ha celebrado alguna forma de feria del libro, prácticamente desde que empezaron a imprimirse los libros como los conocemos hoy. Comenzó desde entonces a discutirse, de una forma u otra, acerca de quien tiene el derecho de imprimir libros y obtener un beneficio por ello.

Este año hice una modesta contribución a este debate, en un diálogo con Olav Stokkmo, director general de la Federación Internacional de Sociedades de Gestión Colectiva (IFRRO por sus siglas en inglés), y quiero compartir también por escrito algo de esta contribución.

El primer ordenamiento de Derecho de Autor, en el sentido moderno del término, fue el británico “Estatuto de Anne”, puesto en vigor en 1710 “... para alentar el aprendizaje a través de otorgar derechos a los autores en las copias de los libros impresos, durante el tiempo que se señala...” Desde entonces, el derecho de autor ha crecido, se ha fortalecido y cubre un periodo mayor y –si uno creyera todo lo que se lee en la red– se ha convertido también en una amenaza para la educación, la innovación e incluso para la libertad misma. Esto no es exacto.

Aunque el concepto anglo-americano del derecho de autor data de 1710, los gobiernos europeos garantizaban privilegios de impresión desde el siglo XV, cuando Venecia y Roma permitían a los artistas e impresores proteger aguafuertes, grabados y otras imágenes. De aquella época a nuestros días, el derecho de autor se ha expandido en algunas formas que pueden parecer muy estrictas, pero que ofrecen una valiosa protección –e importante incentivo– para los creadores.

Tanto me reí por encontrar en Frankfurt una traducción de un libro de la serie *Duck Dynasty* (*Happy, happy, happy: Die goldenen Regeln des Duck Commanders*), así creo que los autores como yo –de libros menos populares– también dependemos de los derechos de traducción para vivir. Por eso muchos creadores respaldamos el derecho de autor. Víctor Hugo se sumó a la presión para la firma del Convenio de Berna. Charles Dickens, que en sus discursos pedía al gobierno norteamericano que respetara el derecho de autores extranjeros como él, era de alguna manera el *Metallica* de sus días: un exitoso creador que

luchó por él y por otros, siendo vilipendiado por ello en la prensa.

Algo que no ha cambiado acerca del derecho de autor es lo presuntuoso del debate que existe a su alrededor. Por un lado, pelean los autores a favor de la integridad de su trabajo y los editores por su derecho a beneficiarse en un mercado ordenado. Por otro, si se aborda el debate desde el punto de vista del valor percibido del derecho de autor, es el público el que tiene necesidad de un acceso económico a ese trabajo, aunque este último argumento suele hacerse a favor de intereses de negocios que usan la obra de creadores y editores para sus propios fines.

Ahora como antes, estas nobles tesis ocultan crudas realidades: los autores y sus editores quieren que se les pague, pero quienes se ocultan tras los supuestos deseos del público –normalmente intermediarios no autorizados de nuestro contenido– buscan el mismo beneficio. Como todos los autores, en esta cuestión no soy inmune a mi interés propio: necesito ganarme la vida. Pero debemos reconocer que las empresas tecnológicas que quieren ofrecer a los consumidores acceso a una gama más amplia de obras de lo que permiten las leyes actuales, tienen más que una buena parte de interés propio. Por eso gastan tanto dinero en cabildear a favor de leyes de derecho de autor fallidas.

Se sugiere que el concepto del derecho de los creadores debe cambiar en la era digital. Mientras algunos cambios a las leyes son deseables, y en algunos casos necesarios, ¿queremos dejar a la tecnología, dejar a las compañías de Internet que ellas solas dicten nuestro concepto de derechos individuales? Y si fuera así ¿de qué otros derechos tratarán de relevarnos en el futuro?

El derecho de autor se ha esgrimido siempre y correctamente, de cara a los intermediarios no autorizados, más que frente a usuarios.

Se ha dicho que el derecho de autor interfiere el flujo de información en la “abierto” Internet, pero sin duda pasa lo mismo con las leyes europeas de protección de datos. La ley debe cambiar; pero no nuestro concepto de los derechos.

Mientras Estados Unidos y la Unión Europea contemplan cambios a la ley del derecho de autor,

deben tener en cuenta los conceptos que han permanecido. Por ejemplo, el derecho de autor ha reconocido siempre la división entre el comportamiento público y el privado: eres libre de interpretar cualquier canción en tu casa, pero para hacerlo en un bar o restaurant necesitas una licencia. El problema con el derecho de autor *online* no es que las leyes que se aplicaban a los negocios impacten ahora tu comportamiento personal, el asunto es que muchos servicios en Internet borran la división entre las acciones públicas y privadas y casi siempre lo hacen deliberadamente para obtener beneficios en sus negocios.

Los servicios de intercambio de archivos entre personas, por ejemplo, consiguen ingresos alentando a sus clientes a ofrecer intercambio de música en línea. Se ha discutido mucho si estos usuarios debían enfrentar responsabilidades ante la ley, lo cual sería difícil y complicado hacer exigible. Tal y como la Suprema Corte de los Estados Unidos reconoció en el caso *Grokster*, ¿no estamos de acuerdo en que cuando alientan conductas ilegales, son esos servicios de Internet los que tienen responsabilidad legal?

Esto implica reconocer la diferencia entre lo que podemos llamar “infracción de consumo” e “infracción comercial”. Para ofrecer una analogía, la mayor parte de la gente diría que colarse sin pagar en una sala de cine es una conducta que merece una sanción, aunque no sea severa. Pero todos estaríamos de acuerdo en que una pena mayor merecería un empleado de esa sala que negocia permitiendo la entrada fraudulenta a cambio de alguna paga. Siempre, el derecho de autor se ha enfocado justamente a prevenir este último tipo de violación –intermediarios no autorizados– más que a usuarios. El derecho de autor puede y debe seguir por esta vía que es equitativa tanto para creadores –sean o no profesionales– como para los consumidores.

*Robert Levine es autor de *Parásitos. Cómo los oportunistas digitales están destruyendo el negocio de la cultura*. Ariel, Colección Actual, 2013. ISBN 978-84-344-0642-1

Artículo publicado originalmente en la revista electrónica *Publishing Perspectives*. Traducido por Clemente Merodio López y reproducido con permiso del autor.

Palabra de editor

Mensaje del presidente de la CANIEM, José Ignacio Echeverría.

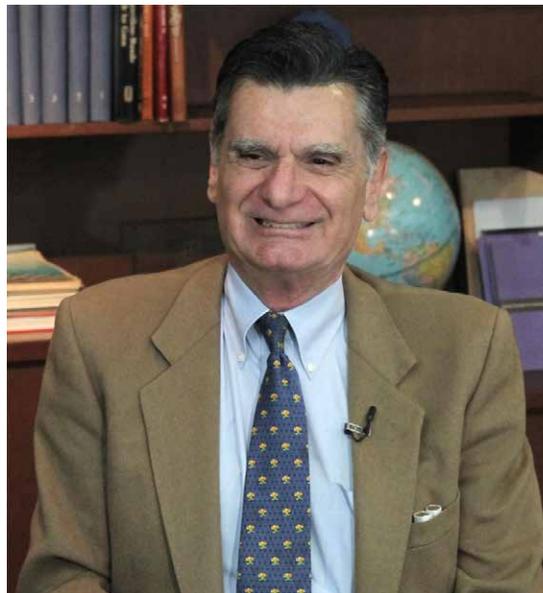
2014 fue un año de claroscuros en nuestro país: tiempo de logros políticos y de profundo dolor social y humano. Como sociedad nos enfrentamos a situaciones no contempladas en la historia de nuestro país. Nuevamente quiero manifestar la solidaridad de nuestro gremio, pleno de sensibilidad y conciencia social por todos aquellos que durante el año pasado y, los anteriores, han sido víctimas de tragedias que ningún ser humano merece.

Fue 2014 un año especial para la CANIEM. La celebración por el L aniversario de nuestra institución propició, más allá de la conmemoración y del festejo, una profunda reflexión acerca de la industria. Esa motivación nos llevó a organizar y participar en foros, conferencias y otras actividades donde se discutieron temas centrales: las políticas públicas en torno a la lectura, la Ley del Libro, el futuro del libro en la era digital, entre otros.

En todos los escenarios la CANIEM dejó claro, que la participación de la industria editorial privada es fundamental para el desarrollo educativo y cultural del país. De igual modo, postulamos ante el Estado la necesidad de políticas públicas que incentiven de forma efectiva la lectura y el libro como elemento de cohesión social.

Al cumplir 50 años la CANIEM y sus agremiados somos testigos de un cambio histórico para la industria. Se modifican los modelos tradicionales de operación, lo que obliga a cambios estructurales en las empresas. La velocidad de las transformaciones en el modelo de negocio nos está mostrando que sólo con la unión del gremio podremos solventarlo sin quedar en desventaja ante los nuevos participantes de la industria.

Los objetivos de la CANIEM en 2015 se deben centrar en hermanar a la cadena de valor de la industria en torno a la promoción de la lectura y el libro, sin importar el soporte. Se vienen importantes participaciones del libro mexicana-



José Ignacio Echeverría

no en el exterior. La Feria del Libro de Londres será un buen ejercicio de consolidación del esfuerzo por mostrar una industria fuerte, profesional, con una producción local importante. La participación de México en la Feria del Libro Internacional de Guatemala sin duda, contribuirá a consolidar la posición de nuestra industria en Guatemala y Centroamérica.

Invito a todos nuestros agremiados a participar en la conducción de nuestra Cámara, integrándose a los distintos Comités sectoriales así como a las Comisiones, o proponer nuevos esquemas que respondan a necesidades hasta ahora no contempladas pero que nos permitan ser incluyentes y representativos, comunicándonoslo por los diferentes medios a disposición: www.caniem.org, presidencia@caniem.com, o a los teléfonos 5688 2011 ó 5688 2009.

Les mando a todos nuestros afiliados y amigos, la mejor de las suertes para este 2015.



Ing. José Ignacio Echeverría

Presidente
presidencia@caniem.com

Holanda 13,
colonia San Diego
Churubusco, Coyoacán
México, D.F.

Teléfono:
5688 2011

E-mail:
difusion@caniem.com



Síguenos en:



LUNES 12	17:00 Reunión Comité de Libros Infantiles y Juveniles
MARTES 13	10:00 Presentación Feria Internacional del Libro en Londres
	17:00 Reunión Grupo de Expertos-Venta en Librerías
	17:00 Diplomado Los Procesos en la Edición de Libros
MIÉRCOLES 14	17:00 Reunión Grupo de Expertos-Corrección de Estilo
JUEVES 15	17:00 Reunión FEDEX
	17:00 Diplomado Los Procesos en la Edición de Libros
VIERNES 16	09:00 Reunión Representantes, Área Digital, Comité Libros de Texto
SÁBADO 17	09:00 Diplomado Los Procesos en la Edición de Libros



Con el objetivo de estimular y profesionalizar las actividades editoriales y de comercialización del libro y la revista, la Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana (CANIEM), a través de su Centro de Capacitación, convoca a empleados y colaboradores externos de editoriales, distribuidoras y librerías a la vigésimo sexta versión del Seminario de Introducción al Mundo del Libro y la Revista, Beca Juan Grijalbo-CONACULTA que se realizará en 40 horas.

Del 18 al 24 de octubre de 2015

Bases

1. Serán candidatos a participar en el seminario:
 - Personal con licenciatura, pasantes y estudiantes universitarios que cursen el último año de su carrera.
 - Empleados de editoriales, librerías y distribuidoras con estudios mínimos de preparatoria y antigüedad mínimo de dos años.
 - Colaboradores externos (*free-lance*) del sector editorial ligados profesionalmente y en forma permanente con esta industria.
 - Mexicanos o extranjeros con residencia mexicana, con edad máxima de 40 años en ambos casos.
2. Las solicitudes de inscripción estarán a disposición de los interesados a partir de la fecha de publicación de esta convocatoria, en las oficinas de la CANIEM, ubicadas en Holanda 13, colonia San Diego Churubusco, Coyoacán, México, D.F., a los teléfonos 5604 3294 y 5688 2011 o en nuestra página: www.caniem.org
3. Los candidatos deberán presentar solicitud de inscripción y curriculum vitae, en las instalaciones de la CANIEM o al correo electrónico: capacit@caniem.com con atención a Leticia Arellano, de 9:00 a 18:00 horas.
4. La fecha límite de recepción de documentos será el viernes 7 de agosto de 2015.
5. La selección de los participantes se realizará mediante la presentación de la solicitud de inscripción, examen de admisión y entrevista con los organizadores del seminario, quienes seleccionarán a los candidatos en función de la aplicación práctica real que se pueda tener de la información proporcionada en la beca*.

Coordinación general
Lic. Claudia Domínguez Mejía
Leticia Arellano Arriaga
6. El costo del seminario, gastos de transportación, alimentación y hospedaje de los participantes durante la semana de duración del seminario correrá a cargo de la Beca Juan Grijalbo-CONACULTA.

El participante deberá cubrir una cuota de inscripción. Contactar a Leticia Arellano al 5604-3294 o vía electrónica: capacit@caniem.com

La cuota de inscripción deberá ser liquidada en el momento de aceptación del becario.
7. Se otorgará un diploma oficial de la CANIEM y el FONCA con valor curricular a los participantes que hayan aprobado satisfactoriamente la evaluación final del seminario. De no aprobarlo, se otorgará únicamente constancia.

* En el caso de candidatos que residan en el interior del país, el examen de admisión será sustituido por dos cartas de recomendación personales, de profesionales que actualmente laboren en el sector editorial y que conozcan al candidato por más de un año. Los gastos de transportación de su lugar de residencia a las instalaciones de la CANIEM, correrán por su cuenta, asimismo de la CANIEM a su lugar de residencia.

Temario

- I. Edición**
El autor y la idea: el original para edición
El oficio, el autor y el editor
Cuidado de la edición
Dictamen, traducción, corrección
Aspectos legales en materia de derechos de autor
- II. Producción**
El diseño editorial: funcionalidad y estética para el lector
Principios de tipografía
La edición y las nuevas tecnologías
Del original a pre prensa
Producción editorial
- III. Las publicaciones periódicas en México**
Las publicaciones periódicas: testimonio de una época
Trascendencia de las publicaciones periódicas en México
La Comisión Calificadora, qué es y cómo funciona
La edición y producción de una revista
- IV. Comercialización**
De publicaciones periódicas
 - Mercadotecnia
 - Sistemas de comercialización de periódicos y revistas en la República mexicana
 - Unión de Voceadores
- V. Administración y finanzas: el manejo de una editorial**
Cálculo editorial: su aplicación
Publicaciones periódicas: costo, precio y financiamiento en la revista
El aspecto fiscal de una editora de publicaciones periódicas
El modelo de administración total en una empresa editorial
Aspectos financieros en una editorial
- VI. Conclusiones**
Evaluación final





La Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana
y la Facultad de Ciencias Políticas de la UNAM,
los invita a participar en el diplomado

LOS PROCESOS EN LA EDICIÓN DE LIBROS

Décima primera edición
Febrero 2015



Objetivos

1. El participante conocerá y se actualizará en los diferentes procesos de la edición de libros, tanto impresos como digitales, que le servirán como herramientas para la toma de decisiones.
2. Aplicará los conocimientos obtenidos en un proyecto editorial que responda a los requerimientos del mercado.

Bases

1. Serán candidatos a participar en el diplomado:
 - Empleados de editoriales, distribuidoras, imprentas, bibliotecas y librerías, con estudios mínimos de preparatoria y antigüedad de dos años en el sector.
 - Colaboradores externos (*free lance*) del sector editorial ligados profesionalmente en forma permanente con la industria.
2. Los candidatos deberán solicitar la ficha de inscripción en el Centro de Capacitación de la Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana (CANIEM) al correo electrónico capacit@caniem.com o a los teléfonos 5604 3294 y 5688 2011
3. La solicitud y el curriculum del participante deberán ser enviados al correo electrónico capacit@caniem.com o entregados personalmente en las instalaciones de la CANIEM. Los candidatos preseleccionados serán citados para una entrevista con los coordinadores del diplomado en las instalaciones de la CANIEM.

**Inicio: Jueves 26
de febrero, 2015**

Martes y jueves de 17:00
a 20:00 horas
y sábados de
10:00 a 13:00 horas

Cupo Limitado

Costo afiliados:

\$18,500 más IVA

No afiliados:

\$27,750 más IVA

Informes e inscripciones:
Leticia Arellano
5604 3294, exts. 728 y 714
capacit@caniem.com

Programa

I. El mundo del libro: panorama histórico

La edición
El libro
El libro impreso
El libro durante el Medievo europeo
Impresores, libreros y editores
Libro electrónico
Introducción a los procesos editoriales
Definición y conformación de un catálogo

Encuadernación y acabado
La ruta de producción en la práctica (visita a una imprenta)
Planeación, control y gestión
Planeación de proyectos de edición electrónica

V. Cálculo editorial

La editorial y el libro como una empresa
y un producto industrial; el mercado del libro
en México

VI. Administración de una empresa editorial

La administración financiera en una empresa editorial
Puntos de control y herramientas de análisis
financiero
El presupuesto y su control

VII. Mercadotecnia y comercialización para libro impreso y digital

Pronóstico de venta
Las relaciones públicas en una editorial
El libro y su comercialización
Comercialización del libro digital
Comercialización del libro en el ámbito internacional
Comercialización del libro de texto, científico y técnico
Principios para la administración
de una librería
La relación editorial-librería y el panorama
actual del mercado librero

VIII. Marco institucional de la edición

Conferencia de clausura. Retos
y oportunidades para la industria editorial

II. El original de autor

¿Qué es un autor?
Tipos de obra y de libro
Planeación, calibrado del original y asignación
de presupuesto
Dictamen
Derechos de autor para editores
Charla con un autor

III. Redacción editorial

Preparación del original de autor
La corrección de estilo
La traducción
La corrección de pruebas y el cierre de edición
Discurso, texto y tipografía: la construcción
de significados
Legibilidad tipográfica: mitos y realidades
Tipografía
La formación gráfica y tipográfica
El diseño
La edición digital

IV. Producción: libro impreso y digital

Preprensa
La impresión tradicional e impresión bajo demanda
y las nuevas tecnologías
Procesos de producción gráfica para impresión



La Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana
y la Facultad de Ciencias Políticas de la UNAM,
los invita a participar en el diplomado

LOS PROCESOS EN LA EDICIÓN DE REVISTAS

Sexta edición
Septiembre 2015



La Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana y la División de Educación Continua de la Facultad de Ciencias Políticas de la UNAM, conscientes de la necesidad que existe en México de profesionalizar la edición de revistas, han diseñado un programa académico que ofrece una visión integral de las mejores prácticas que están impactando el mercado de las revistas impresas y electrónicas.

Dirigido a:

Profesionales en niveles intermedios de las organizaciones que aspiran a desarrollar nuevas competencias para ascender en su carrera profesional. De preferencia deberán contar con un mínimo de tres años de práctica profesional en algún campo de la industria y tener estudios a nivel licenciatura relacionados con humanidades, comunicación, administración de empresas o diseño gráfico: editores, diseñadores, personal de comercialización, circulación, mercadotecnia, nuevos negocios, áreas contables y administrativas, empresarios que desean editar una revista.

Objetivos:

1. Comprender y poner en práctica los conocimientos, técnicas y procedimientos en la publicación de revistas.
2. Entender los requerimientos estratégicos de la publicación de revistas a nivel de objetivos, metas y oportunidades de acuerdo con las necesidades de los lectores y anunciantes.
3. Conocer las actividades inherentes a la promoción, circulación y venta de publicación de las revistas.
4. Entender las plataformas de contenidos impresos y digitales, cómo se construyen, cómo se editan, cómo se publican, sus cercanías y sus diferencias.
5. Identificar los lineamientos oficiales y comerciales relativos al Padrón de Proveedores del Gobierno Federal del Consejo de Inteligencia de Medios relativos a verificación y lectura.

Programa

I. Introducción al mundo de las revistas

Breve historia e importancia de las publicaciones
periódicas y seriadas
Revista científica y de divulgación
Revista periodística
Revista comercial
Revista artístico cultural

II. La investigación cualitativa y cuantitativa en la revista impresa y electrónica

Investigación de los medios de comunicación

- Introducción
- El proceso de investigación
- Enfoque de las investigaciones

Investigación de medios impresos

- Investigación de medios impresos
- Estudios single-source
- Investigación de medios en Internet

Caso práctico

III. Elaboración del plan de negocios

Análisis del entorno
Definición del entorno
Análisis FODA
Identificación del mercado
Plan financiero

IV. Edición de revistas impresas y electrónicas

Definición de estructura editorial
Edición
Formación editorial

V. Producción editorial de revistas impresas y electrónicas

Diseño de la revista
Proceso de producción
Revista electrónica

VI. Comercialización

Modelo comercial
Análisis de canales de distribución
Mercadotecnia
Administración y finanzas

Para facilitar la enseñanza-aprendizaje de los módulos que integran el Diplomado, el participante deberá cursar una de las especialidades que a continuación se mencionan:

1. Revista comercial
2. Revista científica
3. Revista digital

Duración: 22 horas cada una. Para obtener su diploma, deberán cursar las 136 horas y una especialidad.

Opción 1. Especialización en revista comercial

I. La revista comercial

- Hábitos, usos y formas de la revista
- El mundo editorial de las revistas
- Mitos y realidades de las revistas
- El negocio de las revistas
- Modelo de negocio

Entrega de trabajo final

Opción 2. Especialización en revista científica

II. La revista científica, impresa y electrónica

- Naturaleza de la revista científica (4 horas)
- Normalización de revistas científicas
- Gestión de revistas científicas
- Visibilidad y acceso a las revistas científicas
- Evaluación de las revistas científicas

Entrega de trabajo final

Opción 3. Especialización en revista digital

III. La revista digital

- Características y formatos
- Plataformas y sistemas operativos
- Dispositivos y tiendas
- Recursos extras (redes sociales, realidad aumentada, mercadotecnia *on line* y QR)

Entrega de trabajo final

**Inicio: Lunes 21 de
septiembre, 2015**

Lunes y miércoles
de 16:00 a 20:00 horas
Total: 136 horas

Cupo Limitado

Costo afiliados:

\$18,500 más IVA

No afiliados:

\$27,750 más IVA

Cubre las 136 horas
y una especialidad. A realizarse
en tres pagos diferidos.

Informes e inscripciones:

Leticia Arellano

5604 3294, exts. 728 y 714

capacit@caniem.com





Programa de Cursos 2015

Derechos de autor

Marzo	La edición electrónica y el derecho de autor
Mayo	La explotación digital en la obra literaria
Mayo	Ley federal del derecho de autor

Edición

Enero	Corrección en pantalla
Febrero	Estilo editorial. Módulo I
Marzo	La infografía como herramienta editorial
Marzo	Estilo editorial. Módulo II
Abril	Principios editoriales
Abril	Redacción de cuarta de forros
Abril	Corrección de pruebas
Mayo	Redacción profesional. Módulo I
Junio	Redacción profesional. Módulo II
Octubre	Redacción de artículos

Comercialización y mercadotecnia

Enero	Redes sociales I y II
Enero	Mercadotecnia editorial
Febrero	Comercialización de libros
Febrero	Técnicas de ventas y negociación

Administración y finanzas

Enero	Reformas fiscales
Abril	Cálculo editorial

Diplomados y Beca

Febrero	Diplomado Los procesos en la edición de libros
Septiembre	Diplomado Los procesos en la edición de revistas
Septiembre	Diplomado Formación de editores digitales
Octubre	Beca Juan Grijalbo-CONACULTA

Producción

Enero	Herramientas para la creación de <i>e-books</i>
Febrero	Conceptualización de publicaciones digitales
Febrero	Realidad aumentada y códigos QR
Marzo	Publicaciones digitales
Abril	Tipografía

Otros

Marzo	Herramientas de búsqueda para Google
Marzo	Diseño para web



CURSOS EMPRESARIALES 2015

**REDACCIÓN
DE ARTÍCULOS**

**MUJER
EMPREENDEDORA**
PRODUCTIVIDAD Y ALTO DESEMPEÑO

**COACHING
EMPRESARIAL**

**ORTOGRAFÍA
URGENTE**

**COMPETENCIA
COMUNICATIVA**
(PARA LAS VENTAS)

**PRESENTACIONES
EFECTIVAS**

**EXCELENCIA
COMUNICATIVA**

Informes:
Leticia Arellano
capacit@caniem.com
5604 3294 y 5688 2011



Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana
Holanda 13, colonia San Diego Churubusco,
Coyoacán 04120, México, D.F.



<http://caniem.org/capacitacion/>

FedEx®
Express