
DIRECCIÓN GENERAL DE PUBLICACIONES Y FOMENTO EDITORIAL

*Mtro. Hernán Lara Zavala
Director General
(julio de 2002)*

INTRODUCCIÓN

La Dirección General de Publicaciones y Fomento Editorial es una dependencia de la Coordinación de Difusión Cultural que tiene como misión el administrar el catálogo general del sello editorial universitario de manera profesional, lo cual abarca las siguientes actividades: información, clasificación, protección, resguardo, distribución, promoción, comercialización y difusión, para que la Universidad cumpla plenamente con sus fines sustantivos de docencia, investigación y difusión.

Esta Dirección General tiene como objetivo primordial dar seguimiento y congruencia a las disposiciones emanadas del Consejo Editorial de la UNAM, concentrar la información de la actividad editorial y de distribución que realiza la institución y promover y proyectar las publicaciones universitarias, procurando que la diversidad temática de la producción editorial llegue a la comunidad universitaria en particular, y al público en general, así como permitir un mayor acercamiento entre autores, editores, librerías, bibliotecas, lectores, estudiosos e investigadores.

La estructura de la Dirección General se ha ido ajustando para integrar las funciones encomendadas de manera separada a la antigua Dirección General de Publicaciones y a la Dirección General de Fomento Editorial, definidas en las Disposiciones Generales a las que se sujetarán los procesos editorial y de distribución de las publicaciones de la UNAM, publicadas en *Gaceta UNAM* el 4 de septiembre de 1986, referentes a la modernización de la industria editorial, así como a las atribuciones de la Secretaría Técnica del Consejo Editorial de la UNAM, creado el 26 de mayo de 2003. Esta Dirección General también ha continuado con la administración del programa institucional de donaciones. A esas funciones se han sumado las responsabilidades derivadas de las modificaciones en la industria editorial mexicana, el derecho de autor y las nuevas tecnologías.

CONSEJO EDITORIAL DE LA UNAM

En 2003 la Dirección General de Publicaciones y Fomento Editorial elaboró la propuesta de creación del Consejo Editorial de la UNAM y el proyecto de Disposiciones generales en materia editorial, que reúne las políticas y disposiciones a las que deberán sujetarse las dependencias y entidades editoras de la Universidad. En mayo, se publicó en *Gaceta UNAM* la creación del Consejo Editorial de la UNAM, que tiene como objetivo regular y difundir la actividad editorial universitaria y contribuir a extender los beneficios de la cultura. En el mes de junio se llevó a cabo la instalación de este Consejo Editorial.

PRODUCCIÓN EDITORIAL

La producción ascendió a 63 títulos, con un volumen total de 134,623 ejemplares. Se editaron las colecciones *Pequeños Grandes Ensayos*, *Relato Licenciado Vidriera*, *Biblioteca del Editor* y *Programa Universitario de Libros de Texto*. Se continuó con el apoyo a la Administración Central en la edición, en medio impreso y electrónico, a la Facultad de Derecho con textos de las series *Estudios Jurídicos*, *El Derecho y sus Maestros* y *Manuales Jurídicos* de la colección *Lecturas Jurídicas*, y se realizaron coediciones con la Dirección de Literatura, la Facultad de Ciencias, la Facultad de Odontología, el Instituto de Ciencias del Mar y Limnología, el Instituto de Investigaciones Bibliográficas y el Instituto de Investigaciones Filológicas.

Se coordinó la edición especial para el Programa Bibliotecas de Aula, de la Secretaría de Educación Pública, con títulos de la Coordinación de la Investigación Científica y de la Coordinación de Humanidades.

Se apoyó en la impresión de la publicación *Chicomóztoc* del Seminario de Estudios para la Descolonización de México, de la Coordinación de Humanidades. Asimismo se realizó la producción de la agenda literaria 2004.

Se realizaron coediciones con las siguientes casas editoras: Centro de Estudios de la Revolución Mexicana Lázaro Cárdenas, El Colegio de Tlaxcala, Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, Editorial Oceano, Espejo de Viento, Fondo de Cultura Económica, Fundación para la Democracia, Fundación Príncipe Claus para la Cultura y el Desarrollo, el Gobierno del Estado de Tlaxcala, Más Actual Mexicana, la Real Maestranza de Caballería de Sevilla, Turner, la Universidad de Guadalajara y la Universidad de Valencia.

DERECHOS DE AUTOR

Se formalizaron 28 instrumentos jurídicos de contratos, convenios y bases de colaboración interinstitucional. Se brindaron asesorías a dependencias, autores y a editores universitarios, en relación con la normatividad nacional y universitaria en la materia. Continuaron los servicios de apoyo de generación de código de barras.

DIFUSIÓN

La promoción del libro universitario se realizó con la distribución de boletines y catálogos. En 2003 se generaron cuatro boletines que incluyen ficha bibliográfica y reseñas con un tiraje total de 6,000 ejemplares. Se enviaron boletines de prensa para promover las actividades de las ferias de Minería, de Coyoacán, de Jalapa, del Zócalo de la Ciudad de México, de Guadalajara y para difundir las presentaciones de libros, realizadas en foros universitarios y externos. En total se distribuyeron 325 boletines de prensa para la difusión de siete actividades. Se realizaron 25 presentaciones de libros y de colecciones y se enviaron 35 inserciones para medios de comunicación universitarios. Se diseñaron, imprimieron y distribuyeron 30 instrumentos de difusión, entre ellos carteles, invitaciones y volantes de actividades diversas en torno al libro.

Se representó a la Universidad en el Encuentro de Poetas del Mundo Latino y se apoyó en la organización de la ofrenda poético cultural. Adicionalmente, con la finalidad de difundir la labor intelectual de personalidades de las letras, se participó en la conducción de la serie *La Librería* de la Dirección General de Televisión Universitaria.

Se inició el Programa de Actualización Editorial, que tiene como objetivo fomentar la reflexión sobre la cultura del libro en general, y el sello editorial universitario en particular.

COMERCIALIZACIÓN

Durante 2003, esta Dirección General trabajó en el fortalecimiento del sistema de distribución y comercialización de los libros y publicaciones periódicas universitarias.

Se inició el proyecto de modernización de la Red de Librerías que consiste en mejorar el servicio y la oferta bibliográfica a la comunidad universitaria. Una de las primeras etapas fue la definición del perfil de cada librería conforme a su zona geográfica. La librería Central de Ciudad Universitaria, se orientará a los libros de texto de educación profesional, la librería Justo Sierra, a los libros de arte y catálogos, la librería de Minería, a los libros de divulgación y texto, la librería de la Casa Universitaria del Libro, a los libros de texto de distintos niveles educativos y la librería del pasaje Zócalo-Pino Suárez del Metro, manejará material bibliográfico de bajo costo para el público en general.

El área de ventas institucionales de esta Dirección General promueve y comercializa las publicaciones universitarias a diferentes instancias como la Secretaría de Educación Pública y el Sistema Nacional de Bibliotecas, también mantiene vínculos con múltiples organismos de distribución y comercialización, como el Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, el Fondo de Cultura Económica y la Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana.

Se participó en 32 ferias de libros, de las cuales 24 fueron en la República Mexicana, entre ellas la XXIV Feria Internacional del Libro del Palacio de Minería, la XIII Feria Internacional del Libro de Monterrey y la XVII Feria Internacional del Libro de Guadalajara, y ocho internacionales: XII Feria Internacional del Libro de La Habana, Cuba, la XVI Feria Internacional del Libro de Colombia, la VI Feria Internacional del Libro de Costa Rica, la Feria Internacional del Libro de Carabobo, la XXII Feria Internacional del Libro de Santiago de Chile, la XXIX Feria Internacional del Libro de Buenos Aires, la American Library Association Toronto, Canada, y la Feria Internacional del Libro de Río de Janeiro, Brasil.

APOYO ADMINISTRATIVO

Se fomentaron los programas de capacitación tanto al personal sindicalizado como al personal de confianza de la dependencia. Se participó en cursos de toma de decisiones y en el diplomado de procesos de edición de libros, organizados por la Facultad de Filosofía y Letras y la Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana.

ACONTECIMIENTOS RELEVANTES

El personal de la Dirección General de Publicaciones y Fomento Editorial participó con once ponencias en los Seminarios de Diagnóstico de la Comisión Especial para el Congreso Universitario.

El 29 de agosto, dentro del campus universitario, se inauguró la librería Jaime García Terrés con un catálogo de 5,500 títulos de dependencias universitarias, instituciones de educación superior y editoriales privadas. Esta librería cuenta un área de exhibición de 300 metros cuadrados y con un salón de usos múltiples.

Se promovió la participación de las publicaciones universitarias en el Premio Caniem al Arte Editorial 2003. Las publicaciones galardonadas fueron las revistas *Ciencias* y *Los Universitarios*. Adicionalmente, se premió la colección *Relato Licenciado Vidriera* de la Dirección General de Publicaciones y Fomento Editorial.

Junto con El Colegio de Sinaloa y Editorial Siglo XXI, se convocó a la primera edición del Premio Internacional de Narrativa Siglo XXI-UNAM.

* * *

CUADRO RESUMEN

Concepto	2003
PRODUCCIÓN EDITORIAL	
Publicaciones	63
Tiraje	134,623
INSTRUMENTOS JURÍDICOS	
Derechos de autor	28
Adquisición de derechos	5
Bases de colaboración	3
Contratos	14
Convenios	2
INSTRUMENTOS DE DIFUSIÓN	
Boletines	4
Tiraje	9,500
Catálogo	1
Tiraje	8,000
Boletines de prensa	325
Carteles	3
Tiraje	1,000
Espectaculares	1
Impresos	3
Tiraje	12,600
Menciones	35
Invitaciones	2
Tiraje	1,100
Presentaciones de libros y de colecciones	25
Instrumentos de difusión	30
Volantes	21
Tiraje	11,000
VINCULACIÓN	
Donaciones otorgadas	180
Ferias, festivales y homenajes	1
Asistentes	6,000
COMERCIALIZACIÓN	
Ferias del libro	32
Nacionales	24
Internacionales	8