
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, dependiente de la Coordinación de Difusión Cultural, tiene como misión administrar el catálogo general del sello editorial universitario, para que la Universidad cumpla plenamente con sus fines sustantivos de docencia, investigación y difusión. Su objetivo primordial es 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, libreros, bibliotecas, lectores, estudiosos e investigadores.

La estructura de la Dirección General se ha ido ajustando para integrar las funciones encomendadas, de manera separada, a las antiguas Dirección General de Publicaciones y 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, así como a las atribuciones de la Secretaría Técnica del Consejo Editorial de la UNAM, creado el 26 de mayo de 2003. La Dirección General ha continuado la administración del programa institucional de donaciones. Como instancia de apoyo, brinda asesoría a las dependencias y entidades editoras en materia de información, edición, derechos de autor, impresión, clasificación, distribución, promoción, comercialización y difusión. 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

La Dirección General de Publicaciones y Fomento Editorial continuó sus funciones de Secretaría Técnica del Consejo

Editorial de la UNAM, instancia que se ha abocado a actualizar, establecer y definir las políticas editoriales de producción, distribución, donación y comercialización de las publicaciones universitarias.

PRODUCCIÓN EDITORIAL

La producción de la Dirección General de Publicaciones y Fomento Editorial ascendió a 183 títulos, con un volumen total de 478,680 ejemplares. Se editaron, en medios impreso y electrónico, las colecciones Diálogos por México, Pequeños Grandes Ensayos, Relato Licenciado Vidriera, Biblioteca del Editor, Programa Universitario de Libros de Texto, La Pluralidad Cultural en México, Nuestros Derechos, Historia Económica de México, Biblioteca Immanuel Kant y Temas de Ciencia Política. Se continuó brindando apoyo a la Administración Central en la edición, a la Facultad de Derecho con textos de la serie Manuales Jurídicos de la colección Lecturas Jurídicas, y se realizaron coediciones con el Centro de Enseñanza para Extranjeros, el Centro de Estudios sobre la Universidad, la Coordinación de Difusión Cultural, la Dirección de Literatura, la Dirección General de Artes Visuales, la Dirección General de Divulgación de la Ciencia, la Dirección General de Servicios de Cómputo Académico, la Facultad de Ciencias, la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, la Facultad de Derecho, la Facultad de Filosofía y Letras, el Instituto de Ciencias del Mar y Limnología, el Instituto de Investigaciones Bibliográficas, el Instituto de Investigaciones Biomédicas, el Instituto de Investigaciones Filosóficas, el Instituto de Investigaciones Jurídicas, el Programa Universitario México Nación Multicultural y el Sindicato de Trabajadores de la Universidad Nacional Autónoma de México. Asimismo se realizó la producción de la agenda universitaria 2005.

Se realizaron coediciones con las siguientes casas editoras e instituciones: Academia Mexicana de la Lengua, Artes de México, Ayuntamiento de Mérida, Cámara de Diputados, Casa de Poesía Juan Bañuelos, Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social, Colegio de Etnólogos y Antropólogos Sociales, Comisión de Derechos Humanos del Distrito Federal, Comisión Nacional del Libro de Texto Gratuito, Comité 68 Pro-libertades Democráticas, Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, Ediciones La Cuadrilla de la Langosta, Editorial El Trompo, Editorial Oceano, Editorial Taurus, El Colegio de México, Federación Mexicana de Universitarias, Fondo de Cultura Económica, Gobierno del Estado de Yucatán, Grupo Editorial Miguel Ángel Porrúa, Grupo Noriega Editores, Instituto Nacional de Antropología e Historia, Universidad Autónoma de Baja California, Universidad Autónoma de Yucatán, Universidad Autónoma Metropolitana, Universidad Iberoamericana y Universidad Veracruzana.

DERECHOS DE AUTOR

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

DIFUSIÓN

La promoción del libro universitario se realizó con la distribución de órganos informativos. En 2004 se generaron cuatro boletines que incluyen ficha bibliográfica y reseñas, con un tiro total de 6,000 ejemplares. La Dirección General de Publicaciones y Fomento Editorial publicó el catálogo de novedades editoriales 2004 y el catálogo de revistas universitarias. Se enviaron boletines de prensa para promover las actividades de las ferias de Minería, de Guadalajara y para difundir las presentaciones de libros, realizadas en foros universitarios y externos. Se realizaron presentaciones de libros y de colecciones, y se enviaron inserciones para medios de comunicación universitarios. Se diseñaron, imprimieron y distribuyeron carteles, invitaciones y volantes de actividades diversas en torno al libro universitario.

Se promovió la participación de las publicaciones universitarias en el Premio Caniem al Arte Editorial 2004. Cinco publicaciones obtuvieron un premio, entre ellas La tecnología siglos XVI al XX diseñado por la Dirección General.

Junto con El Colegio de Sinaloa y la Editorial Siglo XXI, se convocó a la segunda edición del Premio Internacional de Narrativa Siglo XXI-UNAM. En el marco de la XXV Feria Internacional del Libro del Palacio de Minería, se entregó el premio correspondiente a la edición 2003 de este premio.

COMERCIALIZACIÓN

En 2004 la Dirección General de Publicaciones y Fomento Editorial enfocó sus esfuerzos a alcanzar la meta establecida de incrementar sus ventas en por lo menos, 30%.

La estrategia aplicada en la Red de Librerías, ferias y eventos, ventas institucionales y en el mercado abierto fue la de incrementar la presencia de las novedades editoriales y una más eficaz respuesta a las reposiciones, logrando con esto que el acervo editorial de la Universidad tuviese una mayor difusión dentro y fuera de Ciudad Universitaria.

Los resultados obtenidos por segmento respecto al año inmediato anterior son:

- Red de Librerías 41.30% de incremento.
- Ferias y eventos 4.40% de incremento.
- Ventas institucionales 50.93% de incremento.
- Mercado abierto 96% de incremento.

Así, se obtuvo un incremento global con respecto a 2003 de 41.20%. Cabe destacar que dentro del segmento de ventas institucionales en este año la SEP-Conaliteg adquirió 169,974 ejemplares para sus bibliotecas de aula y escolares, contra 64,923 del año anterior.

Se participó en 19 ferias de libros nacionales, entre las que destacan la XXV Feria Internacional del Libro del Palacio de Minería, la XIV Feria Internacional del Libro de Monterrey y la XVIII Feria Internacional del Libro de Guadalajara; tres ferias de libros internacionales: XII Feria Internacional del Libro de La Habana, Cuba, X Feria del Libro del Pacífico Colombiano, Cali, Colombia y la XXV Feria Internacional del Libro de Santiago de Chile, que en esta edición fue dedicada a México, así como en diez eventos diversos.

APOYO ADMINISTRATIVO

Se realizó la contratación de especialistas para que desarrollaran un sistema de cómputo integral, que controle y dé seguimiento a los libros en sus dos procesos: el editorial, desde su proceso de edición hasta su venta, y el de comercialización, desde su requisición de compra hasta su venta.

Se adquirió un montacargas y se repararon dos, a los que se les aplicó mantenimiento reconstructivo, para el almacén de libros. Se fomentaron y promovieron los programas de capacitación entre todo el personal de la dependencia.

ACONTECIMIENTOS RELEVANTES

La Dirección General de Publicaciones y Fomento Editorial inició una estrategia de apoyo al sistema educativo nacional. Con ese objetivo, dentro de la Colección Programa Universitario del Libro de Texto, se creó la serie Textos Bachiller ENP coeditada con la Dirección General de la Escuela Nacional Preparatoria. Asimismo, se incorporó la presencia del sello editorial UNAM a las bibliotecas de aula y bibliotecas escolares. En el ciclo 2004-2005 del programa Hacia un País de Lectores, de la Comisión Nacional de Libros de Texto Gratuitos, se seleccionaron seis títulos universitarios, dos de ellos de las colecciones de la propia Dirección General.

La Dirección General de Publicaciones y Fomento Editorial organizó los encuentros de Revistas Culturales, con la participación de 31 publicaciones nacionales y españolas, y de editoriales universitarias, con una asistencia de 60 instituciones de educación superior. El Encuentro de Editoriales Universitarias tuvo como objetivo iniciar los trabajos para la conformación de una asociación nacional, que pueda mejorar de manera significativa la venta del libro universitario.

Se inauguró la primera librería universitaria del interior del país: la Justo Sierra Méndez en la ciudad de Campeche. La Universidad asumió la administración directa de la librería Un paseo por los Libros, en el pasaje del metro Zócalo-Pino Suárez, que fue reabierta.

* * *

RESUMEN ESTADÍSTICO

Concepto	2003	2004
Producción editorial		
Publicaciones	63	183
Tiraje	134,623	478,680
Instrumentos jurídicos		
Derechos de autor	28	15
Adquisición de derechos	5	29
Bases de colaboración	3	14
Contratos	14	25
Convenios	2	5
Instrumentos de Difusión		
Boletines	4	4
Tiraje	9,500	6,000
Catálogo	1	2
Tiraje	8,000	2,000
Boletines de prensa	325	2,300
Carteles	3	8
Tiraje	1,000	3,140
Espectaculares	1	1
Impresos	3	35
Tiraje	12,600	19,510
Menciones	35	-
Invitaciones	2	11
Tiraje	1,100	2,920
Presentaciones de libro y colecciones	25	32
Instrumentos de difusión	30	45
Volantes	21	15
Tiraje	11,000	12,800
Vinculación		
Donaciones otorgadas	180	412
Ferias, festivales y homenajes	1	32
Comercialización		
Ferias del libro	32	22
Nacionales	24	19
Internacionales	8	3
Eventos diversos	-	10