

## LA RED NACIONAL ALTEXTO: DERECHOS DE AUTOR Y COEDICIONES

**Yolanda R. Martínez Vallejo**

*Instituto de Investigaciones Dr. José María Luis Mora, México*

La presente exposición pretende mostrar los esfuerzos interinstitucionales para tratar de optimizar recursos presupuestales y los recursos humanos, ambos son una parte fundamental de las áreas sustantivas de las Instituciones de Educación Superior (IES) en México. La producción editorial del libro académico es fundamental como herramienta para el aprendizaje y la enseñanza, es un canal para la difusión del conocimiento y de la investigación científica, la creación intelectual y la cultura.

Hablar de la producción de la edición universitaria, sin duda nos pone de frente al esquema de una editorial comercial, con la cual, compartimos en gran parte las mismas problemáticas de la edición, producción, comercialización, y en mayor grado las de la gestión administrativa. En esta última, enmarco la imperiosa necesidad de las IES de conocer ampliamente la Ley Federal de Derechos de Autor, con la finalidad de sociabilizar la información entre las mismas instituciones, así como entre las comunidades académicas (investigadores-autores), quienes algunas veces no reflexionan en las distintas formas de publicar su obra o en las condiciones desventajosas de algunas propuestas editoriales. Para ello la Red Nacional Altexto tiene como misión colaborar para que las IES cuenten con fondos editoriales saludables y una producción editorial sustentada en un marco normativo claro y pertinente.

Para contextualizar un poco la figura del editor, en particular la del editor universitario o académico, me permito presentar las siguientes citas.

*“El negocio editorial es una particular actividad, muy diferente a cualquier otra, donde juegan factores tan dispares como la sensibilidad, la espiritualidad, el altruismo, el azar, el juego de la aventura y el lógico afán humano de obtener un beneficio.*

*No se oculta la finalidad de obtener con nuestra actividad un beneficio, pero la sociedad debería ser más comprensible para el editor que actúa de forma muy arriesgada. Hay que reconocer que descubre, publica y alecciona a nuevos autores, acoge y provoca la novedad literaria y científica.*

*Exporta técnicas y conocimientos al extranjero, y por tanto si hacemos caso del aserto francés de que “el libro precede a la mercancía”, es indudable que el libro técnico y científico contribuye a la venta de patentes, maquinaria, productos industriales, etcétera.*

*No hay que olvidar tampoco la contribución del editor a la investigación, publicando obras de alto nivel y destinadas a una minoría, y por consiguiente, con unas cortas tiradas y una limitación de beneficios.”<sup>1</sup>*

*“Taks, ex directivo holandés de una importante editorial, escribió expresamente para nuestra obra su concepto de editor: El equipaje del editor deberá estar formado por paciencia, perseverancia y poder persuasivo, y su finalidad se encamina a iniciar, promover, seleccionar, reproducir en la forma adecuada, y divulgar obras literarias, artísticas o científicas. Las razones pueden fundamentalmente ser dos: enterar al lector del contenido (el editor de una asociación científica, universitaria o estatal) y el editor comercial que tiene que prestar una especial atención a la disposición mostrada por el público comprador, preparado o no para pagar por lo que se le ofrece.”<sup>2</sup>*

*“Germán Sánchez Ruiz Pérez nos enjuicia así: Como editores nos hacemos motores y animadores de la elevación cultural de nuestros compatriotas a través del libro. Por el contrario, la mezquindad de intereses particularistas no encontrará otra cosa que reticencias, sospechas y animadversiones de gobernantes y gobernados; por aquello de que una profesión se eleva y prestigia socialmente en la misma medida que sus profesionales la ejercen con dignidad y magnanimidad.*

*El editor nace a caballo entre el marcador y el mecenas. Es una profesión no exenta de riesgos, no ya económicos, sino de esos riesgos más profundos que afectan a las actitudes éticas, rigurosas, de aquel que tiene en sus manos la tremenda responsabilidad de difundir el pensamiento y la literatura.”<sup>3</sup>*

*“El papel del editor. El editor debe poseer destrezas técnicas que, siempre, debe poner al servicio de sus autores. Debe poseer también conocimientos científicos generales sobre la*

---

1. Alfonso Mangada Sanz, *Cálculo editorial. Fundamentos económicos de la edición*, 2ª. Ed. Madrid, Fundación Sánchez Ruipérez, 1988, p. 23.

2. *Ibid.*, p. 26.

3. *Ibid.*, p. 29.

*materia que trata cada libro que publica y, lo más importante, debe tener una inmensa comprensión humana.*"<sup>4</sup>

*"Jacques Chassepot: Creemos que en el futuro debemos acentuar más y más el valor o coste de la función de creación, sin atribuir al valor del soporte la importancia que siempre le hemos dado."*<sup>5</sup> (p. 31)

Pondríamos punto y final a estos conceptos, sino fuera por no resistirnos a resumir también los interesantes y modernos conceptos que de la actual fisonomía editorial se han dado en distintos foros internacionales de editores y de edición universitaria.

*"Daniel Goldin: La función que debe tener el oficio editorial en el mundo contemporáneo. Tal vez la más importante conclusión es que si el gremio de los editores quiere tener un papel clave en el diseño de un orden social realmente democrático, debe comenzar por pensarse realmente como tal y tiene que abocarse a buscar las condiciones que garanticen, de manera simultánea la libre competencia y la existencia de los diferentes actores: lectores, autores, traductores, libreros, bibliotecarios y, claro está, de editores pequeños y grandes, culturales y comerciales, nacionales y transnacionales. Ese es el objetivo de la Ley del precio único, que parece como una recomendación en las resoluciones del congreso. En Francia esta medida conocida como la ley Lang, a pesar de su casi elemental sencillez ha contribuido notablemente a garantizar la existencia de una mayor diversidad de editores, libreros, y por tanto, de lectores comprometidos con los libros. Sin embargo, hoy está amenazada por los gélidos vientos de la informática. ¿Qué será de la industria editorial mexicana que no ha sido capaz de impulsar una legislación verdaderamente efectiva y sigue buscando subsidios que poco podrán contribuir a remediar sus problemas estructurales, mientras el país se sumerge en el atribulado universo de la globalización?"*<sup>6</sup>

*"Los problemas de la edición académica son similares en todo el mundo. La revolución digital transformará de manera sustancial las publicaciones de las universidades, aseveró Antonio Pérez Lasertas, ex presidente de la Asociación de Editoriales Españolas (AEUE), Antoni Furió, agregó que tanto en España como en América Latina, las editoriales universitarias arrastran una serie de problemas que constituyen un reto a vencer en la nueva era. Entre estos enumeró un modelo de gestión equivocado, ya*

---

4. Pedro Larios Aznar, "Hacia una ética editorial", Ed. El Manual Moderno, p. 383.

5. Chassepot, XIX Congreso de la Unión Internacional de Editores, París, 1972, en Alfonso Mangada Sanz, *Cálculo editorial. Fundamentos económicos de la edición*, 2ª. Ed. Madrid, Fundación Sánchez Ruipérez, 1988, p. 31.

6. El Mundo de los Editores o los Editores y el Mundo, conferencia, Ecos del 26 Congreso de la Unión Internacional de Editores en <http://www.editores.com/congreso2000/congreso2000/esp/conferencias/goldin.htm>

*que depende de la rectoría o algún vicerrectorado, la falta de capacidad y experiencia de la dirección, una mala política editorial y poca capacidad financiera.*

*El libro impreso no requiere defensa, puesto que no está en peligro de extinción y permanece lejos de ser un producto obsoleto. El libro impreso y los nuevos soportes digitales coexistirán por mucho tiempo. En todo caso, será el editor quien requiere nuevas capacitaciones técnicas.”<sup>7</sup>*

## **Un panorama de la edición en las Instituciones de Educación Superior**

Las editoriales universitarias o de los centros públicos tenemos el compromiso de llegar hasta donde no llegan las privadas. Sin embargo, desde la lógica competencia que nos separa, son bastantes más los puntos que nos unen, y compartimos problemas idénticos: la saturación del mercado, la reducción de los tirajes, dificultades de distribución y, en definitiva, todos los que afectan al sector editorial.

Estas son algunas de las principales preguntas que todo proyecto editorial debe formularse:

- ¿Qué editamos?
- ¿Para quién editamos?
- ¿Cuánto editamos?
- ¿Con quién editamos?
- ¿Cómo editamos?
- ¿Cómo hacemos llegar lo que editamos?

Y las respuestas más genéricas a estas preguntas en el ámbito de la edición universitaria son muy claras. Sin embargo, resulta necesario hacer un estudio de las necesidades sociales para fundamentar los objetivos a seguir.

## **En busca de objetivos**

En las editoriales universitarias y en las IES se reconocen en esencia estos tres objetivos:

Dar apoyo a la docencia.

Difundir los resultados de las investigaciones.

Estrechar los vínculos de los centros de investigación con la sociedad.

---

7. La Revolución Digital Transformará la Edición Universitaria, informativo 26846 por Alejandra Tello, Unidad de prensa de la Universidad de Guadalajara, en el marco de la FIL 2004.

## **El editor y la planificación editorial**

Es el editor universitario la figura intermediaria de los autores y los procesos editoriales, esta son algunas de sus posibles tareas.

- Realiza junto con el autor el perfil de los posibles lectores de la obra, este perfil permitirá resolver varios aspectos de negociación: una coedición, apoyos institucionales, definir los canales de venta, etc. El autor solamente proporcionará la información.
- Realiza las alianzas estratégicas para la edición o la producción de las obras, investiga los proyectos editoriales de otras instituciones, con la finalidad de negociar la coedición por título o por colección. Aquí es importante recordar la edición en otros soportes, textos electrónicos en Internet; venta de artículos o capítulos electrónicos, títulos en formato PDF en CD-Rom, bases de datos en CD-Rom, y videos en DVD.

Considerando que lo expuesto en el párrafo anterior es igual a hablar de la negociación de derechos, entonces es necesario resaltar que esas tareas se pueden realizar a nivel mundial, Internet es una herramienta para las comunicaciones y el contacto con el exterior.

Trascendiendo fronteras, ofreciendo un importante catálogo, propuestas de negociación, un acervo de autores especializados, más todo lo que surja en ese camino; éste parece el trabajo fuerte del editor universitario, lo que implica un manejo pertinente en materia de Derechos de Autor.

En la primera parte de esta exposición podemos corroborar que los objetivos para publicar o editar un texto académico no cambian en relación con si lo hace un servicio de publicaciones o una editorial académica, no importa en dónde nos encontremos actualmente, lo importante es pensar si estamos en un servicio de publicaciones nos convendría adoptar las prácticas editoriales y desde allí definir nuestros objetivos.

## **Uniando esfuerzos**

El domingo 26 de noviembre de 2006, en el marco de la Feria Internacional del Libro de Guadalajara, se llevó al cabo la firma del Convenio de colaboración que suscribieron más de 30 Instituciones de Educación Superior (IES), pertenecientes a la Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior (ANUIES); así se integró la Red Nacional Altexto (abreviación de Aliaza del Texto Universitario), con el propósito de crear los mecanismos y las condiciones propicias para la edición, publicación, promoción, distribución y comercialización del libro

universitario mexicano. Asimismo, para representar a las editoriales de las IES de nuestro país frente a organismos similares nacionales e internacionales; facilitar la participación de la edición universitaria en las ferias del libro nacionales e internacionales, y desarrollar entre las IES proyectos editoriales en coedición.

La Red Nacional Altexto tiene por objetivo promover y apoyar las actividades que realizan las áreas editoriales de las Instituciones de Educación Superior y estimular la participación de estas, en el desarrollo e instrumentación de proyectos de interés estatal, regional, nacional e internacional, a través de los responsables editoriales de las IES. Dentro de este marco algunos de sus objetivos específicos son:

1. Crear los mecanismos y las condiciones propicias para la edición, publicación, distribución y promoción del libro.
2. Optimizar los recursos destinados a esos fines en cada una de las instituciones integrantes de la Red Nacional Altexto.
3. Diseñar programas de actualización y capacitación permanentes dirigidos al personal de las instituciones.
4. Establecer órganos de dictaminación que permitan mejorar la calidad de las publicaciones de cada una de las IES integrantes.
5. Lograr el reconocimiento de las publicaciones de todas las instituciones integrantes, como vehículo de calidad en la difusión del conocimiento generado en las IES.
6. Profesionalizar el quehacer editorial de los editores de las IES.
7. Fortalecer proyectos entre las instituciones integrantes de la Red Nacional Altexto, que reúnan a cuerpos académicos de áreas afines para publicar títulos de mayor interés nacional e internacional.

En la primera reunión general de la Red Nacional Altexto, se realizó la votación para la asignación de la actual coordinadora nacional de la red, la maestra Gloria Patricia Miranda Romero, jefa del Departamento Editorial de la Universidad Autónoma de Aguascalientes; asimismo la coordinadora invitó a los asistentes a integrarse voluntariamente a las distintas comisiones de trabajo durante el periodo 2006-2008. De acuerdo con el plan de trabajo presentado por la coordinadora de la red, las comisiones que se formaron son las siguientes:

1. Promoción del libro y la lectura.
2. Bases de datos y estadísticas.
3. Página electrónica e información.
4. Catálogo.

5. Comercialización.
6. Ferias del libro.
7. Derechos de Autor y coediciones.
8. Capacitación.

El tema que aquí nos ocupa tiene que ver con el trabajo interinstitucional que la Red Nacional Altexto está realizando para llevar a cabo el primer curso nacional de capacitación a distancia en materia de Derechos de Autor.

Los integrantes de la Red Nacional Altexto compartimos experiencias y reflexionamos sobre nuestras diferencias en los procedimientos, las políticas y la falta de lineamientos editoriales, sin tener estos puntos claros no podemos arriesgarnos a la aventura de negociar las obras que conforman los catálogos editoriales de nuestras instituciones. Así como muchas veces tampoco podemos poner nuevamente en circulación las preciadas reimpresiones de obras que fueron editadas por administraciones anteriores, y de las cuales no existen antecedentes legales al respecto en los departamentos a cargo de las publicaciones.

Por último, a continuación presento la convocatoria del curso en cuestión.

**RED NACIONAL ALTEXTO**  
**DERECHOS DE AUTOR**  
**PARA LAS INSTITUCIONES DE EDUCACIÓN SUPERIOR**

DEL 22 DE AGOSTO AL 25 DE NOVIEMBRE DE 2007

El programa del curso busca responder a un amplio abanico de necesidades de las universidades y favorecer la participación mediante un curso de videoconferencias a distancia. El curso demanda de los interesados un compromiso de trabajo en la dinámica del curso y en la búsqueda de condiciones técnicas y de espacio adecuados para la reunión, discusión y recepción de las conferencias.

**OBJETIVOS**

1. Apoyar el desarrollo de las políticas institucionales de los Derechos de Autor, y así contar con una producción editorial sustentada en un marco normativo claro y pertinente.
2. Ofrecer conocimientos e información básica para la formación de editores y cualquiera que esté involucrado con la cesión, compra y venta de derechos dentro de las IES.

## INNOVACIÓN Y RETOS DE LA EDICIÓN UNIVERSITARIA

3. Ofrecer herramientas para que las IES participen activamente en el Salón de Derechos de la 21ª FIL Guadalajara 2007.

### CONFERENCISTAS

José Luis Caballero Leal, autoridad en derechos de autor en México.  
Abogado y académico.

Angelina Cué Bolaños, abogada en derechos de autor.

Eduardo de la Parra Trujillo, abogado en derechos de autor y académico.

Marco Antonio Morales Montes, académico.

Guillermo Pous Fernández, abogado en derechos de autor y académico.

María Idalia García Aguilar, investigadora.

### PARTICIPANTES

*Instituciones:* podrán participar el número de personas que cada IES considere pertinente capacitar.

*Sede emisora:* la señal se emitirá desde la DGSCA de la UNAM, en el Distrito Federal. Esta emisora se encargará de tener un espacio para emitir las conferencias pregrabadas así como tener un enlace en vivo para la dinámica de preguntas y respuestas. También se contará con un correo donde se recibirán las preguntas al conferencista.

*Sedes receptoras:* las IES participantes se podrán reunir en alguna sede de la entidad con el fin de ampliar las discusiones y análisis de las lecturas y las conferencias. La sede receptora deberá contar con: *a)* Espacio adecuado para reunir a un grupo; *b)* Conexión ISDN, y *d)* Equipo de cómputo para la recepción y conexión a correo electrónico para el envío de preguntas.

### DIRIGIDO A

Editores de las áreas de publicaciones de las IES.

Abogados de las áreas jurídicas y académicas de las IES.

### **Bibliografía**

*Competitividad y demanda. Desafíos del oficio editorial*, memoria del II Foro Internacional de Editores 2003.

*Esencia, quehacer y retos de la edición académica*, memoria del I Foro Internacional de Edición Universitaria, 2005.

Goldin, Daniel, El Mundo de los Editores o los Editores y el Mundo, conferencia, Ecos del 26 Congreso de la Unión Internacional de Editores, [http://www.editores.com /congreso2000/congreso2000/esp/conferencias/goldin.htm](http://www.editores.com/congreso2000/congreso2000/esp/conferencias/goldin.htm)

Larios Aznar, Pedro, “Hacia una ética editorial”, Ed. El Manual Moderno, 281-287 pp.

La Revolución Digital Transformará la Edición Universitaria, informativo 26846 por Alejandra Tello, Unidad de prensa de la Universidad de Guadalajara, en el marco de la FIL 2004.

Mangada Sanz, Alfonso, *Cálculo editorial. Fundamentos económicos de la edición*, 2ª. Ed. Madrid, Fundación Sánchez Ruipérez, 1988.

*Negociación de derechos. Trascendiendo fronteras*, memoria del III Foro Internacional de Editores 2004.