



www.unilat.org



CENTRO REGIONAL PARA
EL FOMENTO DEL LIBRO EN
AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE

www.cerlalc.org

Reflexiones y recomendaciones del Encuentro andino de profesionales del libro

Bogotá, 25 y 26 de abril de 2007

En la ciudad de Santa Fe de Bogotá, capital mundial del libro 2007, el CERLALC y la Unión Latina convocaron a 26 profesionales de la edición, la distribución y la venta en librerías para analizar la situación del libro en el área andina. La reunión contó con la participación de representantes de Venezuela, Colombia, Perú, Bolivia y Chile, además de profesionales invitados de Francia, México y Brasil.

La sesión inaugural contó con la presencia de María Cecilia Donado, Viceministro de Cultura de Colombia, Isadora Norden y Richard Uribe, Directora y Subdirector del CERLALC, respectivamente, y Francois Zumbiehl, Director de Cultura y Comunicación de la Unión Latina. Las autoridades de estos organismos destacaron la importancia de esta reunión, realizada a continuación del Primer Congreso Iberoamericano de Libreros y su vinculación con otras reuniones profesionales como la que auspiciaron la UNIÓN LATINA, el CERLALC y la Alianza de Editores Independientes, en Guadalajara en noviembre de 2005, o las que propicia el CERLALC para mejorar la legislación y las políticas nacionales de fomento del libro y de la lectura en la región andina.

Las conclusiones de estas reuniones previas refuerzan la convicción de que el trabajo conjunto de editores y libreros es fundamental para promover la bibliodiversidad y la lectura. Asimismo, destacan la relación del libro con otros ámbitos de la gestión pública, como la educación, la integración regional, el diálogo intercultural y la innovación tecnológica.

Richard Uribe ofreció un panorama de la situación del mercado del libro en la región andina y de las políticas públicas nacionales relacionadas a la promoción del libro y de la lectura. Las estadísticas sobre la producción editorial en la región permitió identificar dos problemas centrales: primero, el de la distribución internacional controlada por grandes grupos que dejan fuera de competencia a la mayoría de las pequeñas y medianas editoriales; y, segundo, el del impacto de las nuevas tecnologías en la producción editorial, en los sistemas de comercialización y en el comportamiento de los lectores, aspectos sobre los cuales no se dispone de información muy precisa. Paralelamente, se identificó la necesidad de crear una red andina de profesionales que se articule a redes mundiales de protección de la edición independiente y de la bibliodiversidad. Finalmente, Richard Uribe dio lectura a la Declaratoria del Primer Congreso Iberoamericano de Libreros, cuyas conclusiones sirvieron de insumo para la reflexión del grupo andino.

La edición y distribución de libros frente a las nuevas tecnologías

Siguiendo la metodología propuesta para el Encuentro, los profesionales del libro intercambiaron opiniones y sugerencias en torno a las siguientes preguntas:

¿Cuál considera usted que es el impacto de las nuevas tecnologías en la difusión y distribución de las publicaciones? ¿Cuál es su efecto en los fenómenos de concentración de las editoriales y venta de libros? ¿Cuál será su incidencia en las modalidades de venta alternativa kioscos, grandes almacenes, venta con periódico, venta por Internet...?

Las distintas intervenciones pusieron en evidencia que las nuevas tecnologías de información y comunicación pueden ser percibidas tanto como una amenaza para el sistema tradicional de distribución y venta de libros, como una herramienta que permite hacer la misma tarea en mejores condiciones y con un alcance mucho más amplio. Las experiencias compartidas por los profesionales muestran una creciente incorporación de estas tecnologías en sus quehaceres tradicionales y un aprovechamiento de sus potencialidades para la difusión del libro y la interacción con los lectores.

Una de las preocupaciones expresadas por los libreros es que las ventas realizadas por Internet, particularmente a cargo de grandes consorcios empresariales, podrían desplazar a las librerías. Sin embargo, de acuerdo a la información proporcionada por el CERLALC el porcentaje de ventas por Internet es de sólo un dígito, incluso en los países más desarrollados. En la región andina, ese porcentaje es francamente insignificante. Por el contrario, la difusión de las novedades editoriales, el seguimiento a los clientes y las consultas de catálogos que permite el acceso remoto a bases de datos, contribuyen de manera significativa a incentivar la demanda de libros que se venden a través de librerías. En algunos casos, la demanda generada por las consultas vía Internet no puede ser atendida satisfactoriamente por las deficiencias en los sistemas de cobranza o de envíos de carga.

Otra de las preocupaciones de los profesionales está relacionada con el impacto que tiene en los lectores el uso de Internet. Se afirma que la producción de libros y textos en soportes magnéticos cambia los hábitos de lectura de la gente más joven, pero varios editores y libreros coinciden en que Internet puede fomentar la lectura y la escritura y, en el caso de los blogs, posibilitan una interacción entre los lectores y los editores, o entre los lectores y los propios autores. Se advirtió, no obstante, que el acceso a la información no es suficiente para generar conocimiento o aprendizaje, y que para esas funciones, el libro en su clásico soporte material es insustituible.

El acceso a Internet es mucho más eficaz para difundir la producción bibliográfica que los boletines impresos de las redes de librerías. Esto es más notorio en las pequeñas ciudades que no cuentan con librerías bien provistas que en las grandes ciudades, donde la venta tiende a concentrarse en grandes espacios. Muchas editoriales pequeñas o medianas tienen las mismas posibilidades de mostrar su producción gracias a las nuevas tecnologías. En ese sentido, se aprecia el efecto democratizador que tiene el acceso a estas tecnologías. Internet podría poner en pie de igualdad la oferta de grandes y pequeñas editoriales, un objetivo nada desdeñable si se apuesta por la preservación de la bibliodiversidad.

En términos socioeconómicos, las nuevas tecnologías han reforzado uno de los rasgos de la globalización, que privilegia los flujos norte-sur, en lugar de los intercambios sur-sur. En nuestros países, hay cada vez menos libros de la región y más de España o Norteamérica. Pero como ocurre también en otros ámbitos de la globalización, estas tecnologías permiten intercambios de información cada vez más intensos entre actores que no acceden a los beneficios económicos de la integración financiera y comercial y que promueven una reforma global del sistema internacional.

Los profesionales del libro reconocen que las nuevas tecnologías son indispensables para crear redes de intercambio y de acción conjunta entre librerías, editores y lectores y pueden convertirse en una herramienta formidable de organización y de movilización para lograr cambios en las políticas públicas y en las legislaciones nacionales orientadas al fomento del libro. Por ello, recomiendan que los gremios del sector promuevan la capacitación en el uso de estas tecnologías.

El libro y los medios de comunicación

El segundo tema analizado por los profesionales del libro tuvo las siguientes preguntas orientadoras:

¿Cuál puede ser el papel de los medios de comunicación? ¿Se podrán generar actividades concertadas entre los medios, los editores y librerías?

La relación entre los editores y las librerías con los medios de comunicación aparece como un campo de relaciones problemáticas. En toda la región se evidencia muy poca atención de los medios hacia los libros y sus autores y más bien una tendencia a reducir la bibliodiversidad a la lista de los libros más vendidos de la quincena. Tampoco existe en la legislación una obligación para que los medios estatales concedan espacios para la difusión del libro y menos aun para que lo hagan los medios privados. Este fenómeno puede ser apreciado incluso en países en los que el Estado es el principal editor y distribuidor de publicaciones.

Por otro lado, se observa una tendencia a la desaparición de los suplementos especializados en libros y crítica literaria. Los medios le prestan mayor consideración a los éxitos internacionales que a la producción nacional, de acuerdo a las grandes tendencias de la cultura globalizada. En algunos casos, los medios pertenecen a grandes grupos multimedia que poseen también editoriales que reciben un trato privilegiado. Pero además, los grandes medios impresos son ellos mismos editores de libros en grandes tiradas y precios muy bajos, que compiten con las casas editoriales y suprimen la intermediación de las librerías.

Los profesionales del libro recomiendan desarrollar estrategias propias de relación con los medios y buscar que las políticas estatales y la legislación nacional incluyan a los medios en las políticas de promoción de la lectura. Pero también recomiendan crear sus propios medios de difusión de novedades, como boletines o revistas especializadas, en distintos soportes, para lo cual es fundamental reconstruir la alianza entre editores y librerías, a menudo quebrada por diferencias en sus políticas comerciales y de relación con los lectores. Estos medios propios contribuirían además a que se conozca la oferta editorial entre los países de la región andina y, en términos más generales, de los editores independientes en cada región lingüística.

Legislación y promoción de la lectura

En la jornada del día 26 de abril, los profesionales del libro se dividieron en dos grupos de trabajo: uno dedicado al tema de la legislación y otro al de la promoción de la lectura.

1. Legislación del libro

Fernando Sarmiento, Secretario Técnico del CERLALC, ofreció una visión panorámica de la situación de la legislación sobre el libro en la región andina, con

anotaciones sobre avances y retrocesos específicos en cada uno de los países. Explicó la evolución reciente de la llamada “Ley tipo de Guayaquil” que contiene básicamente dos materias: el desarrollo de la industria editorial y, más recientemente, el fomento de la lectura, particularmente mediante la ampliación de la red de bibliotecas públicas. Señaló que el tema de la distribución no recibe un tratamiento adecuado en las legislaciones nacionales y alentó la participación decidida de los actores involucrados para evitar una normativa que no refleje los intereses y las capacidades reales del Estado y de los actores privados.

Sarmiento explicó que la legislación sobre el libro debe contener una clara asignación de responsabilidades a la entidad estatal encargada de aplicar las políticas públicas para el sector; la creación de Consejos del Libro y la Lectura que se constituyan en espacios de concertación antes que en órganos ejecutivos; disposiciones para el desarrollo de la oferta editorial y medidas para asegurar el acceso a la lectura (desarrollo de bibliotecas públicas y privadas); así como normas relacionadas con el régimen de exenciones tributarias y acceso a líneas de financiamiento en condiciones más favorables.

En esa dirección, la legislación actual privilegia la consideración de los siguientes temas: la declaración del libro como bien de interés público, social y cultural, es decir, como parte del patrimonio artístico e intelectual de nuestras sociedades; el reconocimiento del sector editorial como una industria que puede beneficiarse con los incentivos que existen para otros sectores industriales, como el fomento de las exportaciones, el acceso a créditos con bajas tasas de interés o la capacitación laboral; la exoneración del IVA y de los impuestos a la renta de los editores y de los autores; la profesionalización de la edición y de la gestión de librerías; la creación de tarifas postales preferenciales; el fomento de la demanda de libros mediante las adquisiciones estatales para la red de librerías públicas; y las normas para una mejor utilización de las nuevas tecnologías de información y comunicación en la difusión del libro y de la lectura. Fernando Sarmiento concluyó su exposición señalando las deficiencias generales en la gestión de bibliotecas en la región, con honrosas excepciones.

Otro de los temas en el debate legislativo contemporáneo es el del establecimiento del precio fijo para el libro. Los profesionales del área andina pudieron conocer la experiencia de los libreros y editores franceses que cuentan desde hace muchos años con una normativa sobre precio fijo que ha logrado salvar a las librerías y editores independientes pero que también ha sido favorable para los grandes consorcios editoriales.

Los libreros de Francia tuvieron la cortesía de traducir los aspectos más relevantes del Protocolo que rige la Ley del Precio Fijo. En términos generales esa norma, en su artículo 2, toma en cuenta la calidad de los servicios dados por los vendedores al detalle a favor de la difusión del libro. Entre esos criterios de calidad cabe mencionar la oferta en librerías no sólo de las novedades sino al menos de la mitad del fondo de cada una de las editoriales; la existencia de un personal en contacto directo con el público que tiene una formación de librero, lo que incluye el consejo que se hace al cliente por medio de lecturas de las novedades, del conocimiento de los catálogos, de artículos, y escaparates; la utilización por parte del librero de las herramientas de consulta de bases de datos o herramientas bibliográficas por Internet; y la participación en campañas de promoción de la lectura.

La experiencia francesa puso en evidencia la interacción de los distintos actores de la cadena, equilibrando los diversos eslabones que la componen. La ley sobre precio fijo ha formado un lenguaje común entre editores y libreros orientado a la defensa

conjunta del libro y de la lectura. Esto permite hacer causa común para lograr innovaciones en las políticas públicas o en la regulación de las transacciones privadas, de modo que los editores tengan que poner mayor atención en la calidad que en la cantidad de los libros ofrecidos. En este sentido, la ley es deflacionista y no le cuesta nada al Estado. Es una regulación que se hace dentro del mercado entre actores privados. El precio fijo ha permitido también consolidar la alianza entre editores o libreros independientes y ha disminuido el IVA de 19 a 5,5%. En contraste con esta política, el caso de Inglaterra ilustra los excesos de una política de precios librada a la acción de los grandes consorcios: mientras los bestsellers son muy baratos, el resto de libros del catálogo tiende a encarecerse. Y como si ello no fuese suficiente, las grandes cadenas exigen a los editores un porcentaje cada vez mayor sobre el precio de venta al público.

El debate sobre estas materias aconsejó depurar las estadísticas sobre el sector, que a menudo combinan la información concerniente al libro, con datos que corresponden a exportaciones de otros materiales impresos. Esta depuración aconsejaría, en opinión de uno de los profesionales, sacar a las imprentas del sector, puesto que son meras prestadoras de servicios, aunque en algunos países las políticas de fomento a la industria gráfica también ha favorecido a la edición.

Una de las recomendaciones principales de la mesa fue la de fomentar el financiamiento estatal en toda la cadena del libro, incluyendo las obligaciones de los libreros con los editores. Las inversiones mixtas entre Estado y sector privado puede ser de enorme utilidad para crear nuevas librerías de barrio y promover concursos de incentivo de la creación y de la lectura. En algunos Estados hay un marcado desequilibrio entre iniciativa estatal y esfera privada, que aconseja la necesidad de proteger la iniciativa privada como expresión de la biodiversidad. Asimismo, se recomendó crear gremios de libreros nacionales e internacionales y encarar de una manera más decidida la profesionalización de los editores y libreros.

2. Educación del lector y promoción de la lectura

Beatriz Elena Robledo ofreció un panorama de los programas de promoción de la lectura en la región. La promoción de la lectura es un concepto relativamente nuevo, es decir de las últimas tres o cuatro décadas, que traslada el centro de atención del texto al lector. Esta orientación privilegia los intereses y necesidades del lector –la demanda– antes que las características o disponibilidad de la oferta. En armonía con las nuevas concepciones de la psicopedagogía cognitiva, la lectura adquiere una consideración relevante en las políticas educativas y también en el trabajo de los editores y distribuidores.

Como actor fundamental de los programas de promoción de la lectura, aparece la función del *mediador*, que en unos casos pueden ser los padres de familia, los maestros de la escuela, los bibliotecarios, pero también los editores y libreros, los medios de comunicación masiva e Internet. Una de las tareas principales del mediador es despertar el placer por la lectura en los niños y niñas y no sólo la noción del deber, como ocurría en la orientación disciplinaria de la escuela. Esta nueva concepción realza las cualidades éticas y estéticas del libro y de la lectura, frente al carácter instrumental o de utilidad comercial del libro. Se trata de procesos de reforma cultural que exigen también políticas públicas e iniciativas privadas de largo aliento para generar una ciudadanía de lectores.

Los integrantes de esta mesa compartieron diversas reflexiones en torno al significado de la lectura y sobre la multiplicidad de mundos a los que se puede acceder a través del libro, en la convicción de que quien no lee está condenado a

vivir solamente aquello que ven sus ojos.

Los planes de lectura requieren para un adecuado funcionamiento de ciertas condiciones que involucran de manera creciente a los profesionales del libro. Entre ellas pueden mencionarse las siguientes:

Las editoriales deben incorporar departamentos de promoción de la lectura de acuerdo a guías de animación lectora. Para ello, deben entrar en el texto mismo para buscar aquellas propuestas o motivaciones vivenciales que conecten al lector con la obra. La elaboración de catálogos de fácil consulta y la oferta de información de los libros disponibles es otra tarea relevante para una mejor relación con los potenciales lectores. Pero además, pueden promover la creación de clubes conformados por distinto tipo de lectores: alumnos, docentes, profesionales, etc. El uso de las nuevas tecnologías de información y comunicación facilita esta tarea y permite interactuar con los lectores a través de los blog. Otras actividades propuestas están vinculadas a la escuela, como la visita de autores y la conformación de comités de evaluación de la calidad de las obras.

Los profesionales del libro se abocaron a identificar aquellas iniciativas que les permitan a los editores y libreros convertirse en mediadores eficaces y entusiastas. A tal efecto hicieron un repaso de las experiencias exitosas desarrolladas en la región, entre las que destacan los programas de fomento de la lectura de la librería Lerner de Bogotá, que promueve la visita de maestros y alumnos a sus instalaciones, en las que se hacen lecturas de cuentos. En una época caracterizada por la cultura del espectáculo y el consumo masivo de bienes perecederos, la revalorización de la lectura, con sus exigencias de tiempo y de concentración, puede contribuir a revalorizar también la dimensión subjetiva, la autonomía personal y el espíritu crítico.

En esa dirección, se llamó la atención sobre los malos usos del Internet, que en lugar de promover la lectura facilitan la copia de documentos o resúmenes ajenos de lecturas que los alumnos presentan como propios a maestros desprevenidos. Por ello, la promoción de la lectura no puede ser ajena a la necesaria reforma del sistema educativo, lo cual pone nuevamente al maestro como principal mediador en esta tarea interminable. El efecto multiplicador asociado a la tarea del maestro – cada uno de ellos puede invitar a 20 o 30 alumnos al mundo de la lectura– requiere una adecuada capacitación. Los profesionales andinos recomendaron al CERLALC a realizar investigaciones sobre esta función del maestro para identificar posibilidades de una mejor colaboración entre editores, libreros y educadores. Asimismo, podría hacerse un relevamiento de experiencias exitosas en la región, como el premio “Compartir” de Colombia otorgado a maestros que desarrollan experiencias pedagógicas excepcionales. Asimismo, se recordó el concurso iberoamericano “Terminemos el cuento” organizado por la Unión Latina que promueve la interiorización con la obra de autores consagrados, por medio de la escritura.

Finalmente, los profesionales del libro apuntaron una serie de recomendaciones de promoción de la lectura, que no deben confundirse con un pliego de exigencias de un gremio, sino como la expresión de la voluntad de una acción concertada entre actores públicos y privados.

La primera de ellas apunta a que las librerías y las editoriales puedan aunar esfuerzos para fomentar el desarrollo de clubes de lectura, priorizando aquellos conformados por mediadores docentes, pero también por alumnos de colegios y universidades. Esta tarea no se espera resultados masivos pero sí efectos

multiplicadores. En esta labora, las pequeñas editoriales y librerías pueden ser más útiles que las grandes corporaciones.

La segunda convoca a entidades estatales y organismos internacionales, como el CERLALC y la Unión Latina, a involucrarse de manera más activa en la creación de programas sostenibles y de largo aliento de fomento de la lectura. Para ello, se requerirá contar con información confiable sobre la función de los mediadores, lo que demanda programas específicos de investigación. Los gremios privados deben jugar un rol más activo en este emprendimiento. Una forma de hacerlo es creando concursos destinados a premiar las experiencias más exitosas en colegios o comunidades de aprendizaje.

La tercera iniciativa está dirigida a las propias editoriales y librerías, para que incorporen estas recomendaciones de manera activa e intercambien sus experiencias. A tal efecto, la creación de foros virtuales y sitios web de intercambio de experiencias, en particular con el apoyo del CERLALC y de la UNION LATINA pueden ser muy provechosos. Asimismo, se recomendó poner más atención a las campañas de difusión que requieren inversiones mayores en publicidad y marketing.

Bogotá, abril de 2007.

BOLIVIA

José Antonio Quiroga
Alfonzo Cortés
Ernesto Martínez

Plural editores
Librería la Higuera
Distribuidores Martínez Acchini

CHILE

Silvia Aguilera
Juan Carlos Saez
Eduardo Albers

Lom editores
Jcsaez editor
Libería Eduardo Albers Ltda

COLOMBIA

Alfredo Ayarza
Conrado Zuluaga
Emilia Franco
Alba Inés Arias
Adriana Laganis

Editorial Magisterio
Editorial Panamericana
Distribuidora Siglo del hombre
Librería Lerner
Librería Arteletra

PERÚ

Germán Coronado
Jorge Zavaleta

Editorial Peisa
Zeta Books store

VENEZUELA

Iván Dieguéz
Emilio Martín
Ángel García

Líder editores
Global Ediciones
Librería Monteavila

FRANCIA

Anne-Marie Métaillé
Anne-Marie Carlier
Jean-Marie Ozanne

Editorial Métaillé
Librería Les Sandales d'Empédocle
Librería Folies d' Encre

BRASIL

Milena Duchiede

Librería Leonardo da Vinci

MÉXICO

Sandro Cohen

Editorial Colibrí