



Grupo Mexicano de la Asociación Internacional
para la Protección de la Propiedad Intelectual
(AIPPI)



COMUNICADO No. 359 / 23 de diciembre de 2015

Estimados miembros AMPPI:

Por considerarlo de su interés les hacemos llegar las publicaciones correspondientes al día de hoy bajo los siguientes rubros:

1. DOF

SECRETARÍA DE HACIENDA Y CREDITO PÚBLICO

ACUERDO que modifica el diverso por el que se determina la circunscripción territorial de las aduanas y las secciones aduaneras de las aduanas

http://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5421198&fecha=23/12/2015

RESOLUCIÓN Miscelánea Fiscal para 2016 y su anexo 19. (Continúa en la Tercera Sección)

http://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5421199&fecha=23/12/2015

RESOLUCIÓN Miscelánea Fiscal para 2016 y su anexo 19. (Continúa en la Cuarta Sección)

http://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5421201&fecha=23/12/2015

RESOLUCIÓN Miscelánea Fiscal para 2016 y su anexo 19. (Continúa en la Quinta Sección)

http://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5421203&fecha=23/12/2015

RESOLUCIÓN Miscelánea Fiscal para 2016 y su anexo 19. (Continúa de la Cuarta Sección)

http://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5421205&fecha=23/12/2015

SECRETARÍA DE ECONOMÍA

ACUERDO que modifica al diverso por el que se da a conocer el Segundo Protocolo Adicional al Acuerdo de Complementación Económica No. 55, celebrado entre el Mercosur y los Estados Unidos Mexicanos.

http://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5421220&fecha=23/12/2015

AVISO por el que se da a conocer la entrada en vigor entre los Estados Unidos Mexicanos y la República Oriental del Uruguay del Segundo Protocolo Adicional al Acuerdo de Complementación Económica No. 55, celebrado entre el Mercosur y los Estados Unidos Mexicanos

http://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5421221&fecha=23/12/2015

P. REFORMA

La oportunidad de hacer las cosas bien

La recién creada Secretaría de Cultura se enfrentará, entre otros retos, a la labor de promover la lectura y apoyar la industria editorial.

Bertha Inés Herrerías Franco*

Secretaría de Cultura habemus. El 2015 termina con la aprobación del Congreso y el decreto presidencial que la crea. Ahora sólo falta construirla.

Es una decisión de gobierno con amplias y profundas repercusiones estructurales, administrativas, económicas, laborales, sindicales, burocráticas, logísticas, etc., que en el ámbito de la cultura pueden ser las menos significativas habida cuenta de los argumentos de identidad nacional, formas de vida, libertad de creación, diversidad cultural, fomento educativo, etc. Y, aunque éstas no fueron las razones que motivaron la decisión, el

presidente Peña Nieto no dejó de mencionarlas: "Con esto se otorga a la cultura el status de área crucial para el país y se reconoce su importancia como instrumento de identidad de los mexicanos". Algo fuera de discusión, como también está fuera de duda que la política oficial sobre cultura necesita repensarse y evolucionar.

Sin embargo ¿qué tan necesaria es una Secretaría de Cultura? De los más de 200 países en el mundo, 198 tienen una Secretaría de Cultura. En la República Mexicana, de sus 32 estados, once cuentan con una Secretaría de Cultura; tres tienen una secretaría que integra la cultura, la educación y el deporte, y 18 no tienen Secretaría de Cultura sino institutos o consejos estatales. ¿Cuáles funcionan mejor? ¿Qué tipo de organismo es más eficiente? ¿Qué conviene más a cada realidad? Éstas y otras preguntas parecen pertinentes.

Es claro que existen decenas de interrogantes y no hay una respuesta absoluta. Lo realmente importante no es la denominación de la dependencia, su estructura o el nivel, sino sus acciones y los resultados. Aunque la creación de la secretaría es una decisión de largo aliento, en el corto plazo habrá de demostrar que ha sido la correcta. Es obvio que hay mucho por hacer: una política cultural más incluyente, más recursos para las pequeñas y medianas empresas culturales, más transparencia en el manejo de recursos, mayor apoyo a los creadores y difusores en los estados, menos centralización y centralismo, apertura a nuevos promotores, menos burocracia, etc. Con la reforma educativa en curso, lanzar una reforma cultural de gran calado es una fuerte apuesta: puede ser un enorme impulso o una rémora.

En estos momentos, por razones lógicas dada la complejidad del asunto, nadie sabe el rumbo que habrá de tomar la nueva dependencia, pero en lo que sí hay consenso es que su creación significa una oportunidad; para algunos, es la posibilidad de mejorar lo que ya se hace y, para otros, es la ocasión de hacer, por fin, lo que no se hace. En todo caso, para unos y otros, es una oportunidad de cambio, aunque esto se perciba más como un deseo o una esperanza que como una probabilidad accesible y ejecutable.

¿Y, en este panorama, en dónde aparece el libro?

Aunque la mayor parte de quienes han participado en los debates y gestación del organismo son mujeres y hombres de letras, todavía no se habla del papel del libro y la lectura en esta transformación. La única mención directa fue la realizada por Rafael Tovar y de Teresa, entonces presidente del Conaculta, la misma tarde del anuncio presidencial. Dijo: "Una secretaría permitirá eliminar la duplicidad de funciones y reducir la burocracia; por ejemplo, hay cerca de veinte áreas en el Conaculta que publican libros. Ahora podrán integrarse en una sola". Sin saber con precisión lo que esto pudiera representar no deja de ser una mención inquietante.

Tal vez no haya llegado, todavía, el momento de que la Secretaría de Cultura se pronuncie abiertamente sobre el libro y la lectura, pero habrá de hacerlo. Hasta ahora, pareciera que sólo se habla del inmenso bosque cultural, de su riqueza natural, su ecosistema, su belleza y frutos, su frondosidad, su entorno, etc. Pero, más allá del maravilloso bosque de la cultura, hay que comenzar a hablar del árbol, o sea, del libro.

El libro aparece hoy como un sobreviviente. Durante los últimos años, los bajos índices de lectura, la aparición del e-book, las crisis económicas, la carencia de apoyos oficiales, la multiplicación de las ofertas de educación, información y entretenimiento, etc. parecían haberse confabulado en su contra. Sin embargo, sobreviven, aunque su salud no sea cabal. En el ámbito mexicano, la industria editorial ha registrado un crecimiento entre 4 y 5% anual, pese a navegar con zozobra en un mar inmenso e inestable, que se calcula en unos 44 millones de clientes potenciales en el mercado.

Las cifras suelen ser variables según las fuentes consultadas, pero evidencian algunas de sus problemáticas y posibilidades; hay quienes dicen que las ventas editoriales anuales son por más de mil 500 millones de dólares, y otros que las cifran en 10 mil 800 millones de pesos; por lo general, se coincide en señalar una producción de más de 330 millones de ejemplares al año aunque de ellos, 232 millones, más de dos terceras partes, 67%, corresponden a libros de texto gratuitos, editados por el propio Gobierno, lo que reduce el tamaño del negocio. En otros países, como España, Argentina, Chile o Francia la edición de los libros escolares es privada y el gobierno compra y distribuye los ejemplares.

"La difícil circunstancia del libro en México es un reflejo del estado que guarda la lectura en el país, donde apenas se producen 0.6 libros al año por cada mexicano", según José Ignacio Echeverría Ortega, presidente de la Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana

(CANIEM).

El promedio de lectura en México es de 2.8 libros al año, el penúltimo lugar entre 108 países, según la UNESCO. Aunque para el habitante de una metrópoli es difícil concebir una ciudad sin una librería, de los 2 mil 452 municipios mexicanos sólo 161 tienen librería; por ejemplo, Tabasco tiene apenas seis librerías en todo el estado, mientras que Tlaxcala cuenta con cuatro librerías y dos librerías-papelerías, y Nayarit tiene solamente dos librerías; en promedio, hay una librería por cada 80 mil habitantes. O sea que el problema no es sólo saber o no saber leer, sino también tener acceso a los libros. La Ciudad de México concentra 30% de los puntos de venta de libros en el País; solamente 4% de los mexicanos acostumbra acudir a las librerías, 52% no ha pisado nunca una biblioteca; una familia, en promedio, destina a la compra de libros 0.19% de su presupuesto; tres de cada diez libros encuadernados son piratas; etcétera.

Como escribió Gabriel Zaid: "donde no hay playas, ríos ni albercas, no puede haber costumbre de nadar". Así de simple y obvio. La carencia de librerías y bibliotecas, y los bajos índices de lectura están íntimamente ligados; su relación causa-efecto es de ida y vuelta, y "no existe política de fomento a la lectura en México pese a todas las declaraciones oficiales; no hay políticas públicas claras hacia el tema" sentencia el presidente de la CANIEM.

Lorenzo Gómez Morín, presidente de la Fundación Mexicana para el Fomento de la Lectura, afirma que "la gente no acude a las librerías porque se tiene la idea de que los libros son caros"; sin embargo, Echeverría piensa que es una cuestión de preferencias: "para la población resulta más atractivo y más barato comprar un six de cerveza que un libro". Alberto Achar, gerente de mercadotecnia de las Librerías Gandhi, apoya esa afirmación: "Hay libros desde cincuenta pesos; que no haya lectores no es porque los libros sean caros". En esencia, hace falta sembrar el gusto por la lectura y el amor por los libros.

Los retos que suponen el fomento de la lectura y la promoción del libro son monumentales. El Consejo de la Comunicación, organización de la iniciativa privada, ha emprendido desde hace cuatro años un enorme proyecto de comunicación para fomentar la lectura. Ángel Alverde, presidente del consejo, propuso como meta "diez millones de horas de lectura durante el 2015" e informó que este proyecto de comunicación ha impactado ya a más de 400 mil personas; ha sido uno de los programas más exitosos de fomento de la lectura en el mercado de habla hispana, aunque todavía insuficiente para el tamaño de la problemática que enfrenta.

Aumentar el número y la calidad de los lectores es una de las claves; otra es la promoción y comercialización del libro en las mejores condiciones, lo que supone un desafío no menor.

Ante la enorme cantidad de títulos que se publican, se calcula que hay más de 130 millones de títulos vivos en el mundo, el primer apuro es hacer visibles los de mayor calidad e interés, para luego luchar por ganar un pequeño tiempo, un corto espacio y un breve resquicio en la atención del lector potencial, en competencia con la inmensa oferta que ofrecen los medios impresos, no solamente libros, sino periódicos, revistas, cómics, etc.; los electrónicos, como la radio y la televisión, el cine o los medios virtuales en continua alza. Una competencia feroz y no siempre equitativa, en la que el libro no tiene todas consigo. Y frente a esta necesidad de difusión, los medios de promoción editorial se han hecho cada vez más estrechos.

No son cuestiones que se resuelvan de un momento a otro ni de manera sencilla. El reto es enorme, pero así ha sido durante décadas; nunca ha habido tiempos fáciles. Los desafíos para quienes participan en el fascinante mundo del libro, siempre han sido gigantescos. Para responder a ellos, la industria editorial se reformula continuamente y las librerías siguen siendo una pieza fundamental en ese proceso e importantes protagonistas en la vida cultural.

Ya no existe aquel palacio de hielo de la Librería de Cristal, pero la cadena sobrevive; la exitosa combinación de librería y editorial de Porrúa, la ha llevado a abrir más de sesenta sucursales en 16 estados de la república; la Librería Gandhi, cuenta ya con treinta sucursales; la Librería del Sótano, tiene once. Fuera de la capital mexicana, la Librería Gonvill es la cadena más grande, con su casa matriz en Guadalajara; y hay otras cadenas regionales relevantes como las Librerías Hidalgo, en Michoacán, Impulsora Libro Club, en Baja California o Librerías Dante, en Yucatán. Además todas ellas cuentan con librerías virtuales en crecimiento constante.

Por otra parte, el Gobierno cuenta con más de ochenta librerías en el País; son las sucursales de dos cadenas: las Librerías Educal, dependientes del Conaculta, y las librerías del Fondo de Cultura Económica (FCE) dependiente de la Secretaría de Educación Pública; además, el FCE tiene librerías en otros diez países. Si bien estas librerías representan una importante aportación a la difusión y fomento de la lectura y el libro, son una fuerte competencia para los libreros privados.

La librería, como el libro, sobrevive quizá porque está acostumbrada a la lucha permanente que representa la competencia, desde el Siglo XIX hasta ahora, con la venta de libros en restaurantes, tiendas y almacenes comerciales, las tiendas departamentales y las grandes superficies, o las librerías de acera, con sus ejemplares de piratería, que pueden representar hasta 30% de las ventas de libros. Desde entonces hasta ahora, la librería ha luchado por cada metro de espacio y cada instante de atención en la mente del cliente potencial.

Eso la ha obligado a ser cada vez más creativa, a ejercitar el músculo de la imaginación y buscar fórmulas alternativas que le permitan permanecer. Mientras unas sucumben otras germinan, como si fueran un brote de la naturaleza; las librerías-café han aumentado en número y atractivo, lo mismo que las librerías-restaurantes, librerías-bares, las que tienen presentaciones, lecturas, conciertos y hasta piezas teatrales. La librería se reinventa.

Y no es sólo un fenómeno mexicano; es un cambio global, hasta llegar a ejemplos como el Book and Bed, en Tokio, un hotel-librería que ofrece a sus clientes la oportunidad de hospedarse entre sus obras y personajes favoritos, o The Open Book, en Wigtown, el pueblo de los libros, una aldea escocesa, que ofrece un plan de vacaciones singular: trabajando como librero por una o dos semanas. Puede parecer una locura pagar por trabajar como librero; pero es una especie de locura que comparten miles de personas en el mundo que alguna vez han soñado con poner una librería.

Y es que algo de loco hay que tener para dedicarse a los libros. Hay que amar los libros para vivir de, con y para ellos. Esta industria mucho tiene de locura, de amor, de pasión y de misión, pues no hay otra forma de entender la romántica necedad de tantos libreros ilusionados, editores independientes, escritores autopublicados, lectores asiduos, promotores de la lectura, bibliotecarios comprometidos, etc., que pueblan su entrañable universo.

Pero hace falta más que amor, imaginación, pasión y locura, aunque sin esto nunca habrá suficiente fomento de la lectura ni promoción del libro; y sin la lectura y el libro la cultura tropieza. Para que la Secretaría de Cultura alcance sus objetivos, como quiera que éstos sean definidos, habrá de atender con un cuidado y urgencia singulares el desafío que representan el fomento de la lectura y la promoción del libro.

Hace unos años alguien decía: "Si queremos que este país sea tan sabio como fuerte, si queremos alcanzar nuestro destino, entonces necesitamos más ideas nuevas, más hombres sabios, más libros buenos en bibliotecas públicas. Estas bibliotecas deben estar abiertas a todos, excepto al censor. Debemos saber todos los hechos, escuchar todas las alternativas y oír todas las críticas. Acojamos libros polémicos y autores controvertidos". No lo dijo un editor ni un librero; no fue un bibliotecario ni un escritor; no fue un intelectual ni un lector ávido. Fue un político: John F. Kennedy. Desde la política mucho se puede hacer por la cultura.

Ahora se abre una nueva oportunidad para repensar todo lo referente al libro, la lectura y a la industria editorial; entre ello, la correcta aplicación de la Ley de Fomento para la Lectura y el Libro. Se puede evaluar, a varios años de su entrada en vigor, la eficacia de la fijación del precio único, se puede analizar la política hacia el sector, se pueden discutir sugerencias y propuestas pero, sobre todo, se pueden comenzar a tomar en serio la letra y la intención de la legislación, para poner en práctica lo que propone en bien de la lectura y del libro, que es decir en bien de la educación y la cultura en México.

"La nueva secretaría será una dependencia eficiente y deberá ser moderna, transparente e incluyente su misión será un efectivo respaldo público a los creadores, difundir el arte y la cultura, resguardar el patrimonio histórico, salvaguardar la pluralidad, así como acercar las actividades artísticas a niños y jóvenes", dijo el Presidente Peña Nieto al firmar el decreto que promulga la creación de la Secretaría de Cultura. Que así sea.

****La autora es Gerente de Comunicación y Relaciones Públicas de LID Editorial Mexicana.***

Aprueban extradición de Dotcom a EU

Un Tribunal neozelandés autorizó extradición de Kim Dotcom, fundador de Megaupload, a EU para ser juzgado por diversos delitos informáticos.

EFE

Un Tribunal neozelandés autorizó la extradición de Kim Dotcom, fundador del portal Megaupload, a Estados Unidos para ser juzgado por presunta piratería informática.

"Se ha presentado la apelación en el Tribunal Superior de Nueva Zelanda", dijo Ron Mansfield, abogado de Dotcom al portal de noticias New Zealand Herald, horas después de conocerse el fallo contra el informático alemán y sus tres ex socios Mathias Ortmann, Finn Batato y Bram van der Kolk.

En el fallo de 271 páginas, el juez Nevin Dawson consideró que la abrumadora cantidad de pruebas apuntan a la existencia de indicios razonables para que los acusados deban responder en Estados Unidos a 13 delitos vinculados con piratería informática, crimen organizado y lavado de dinero.

El juez, que no debía decidir sobre la culpabilidad de los acusados, mantuvo la libertad condicional que gozan los cuatro desde febrero de 2012, aunque debían presentarse dos veces por semana ante la Policía.

Según Mansfield, el juez Dawson se equivocó legalmente al analizar las leyes estadounidenses, en relación a los derechos de autor y los servidores de internet.

El abogado defensor no descartó que la batalla por la extradición vaya incluso hasta el Tribunal Supremo de aquel país.

"Lo que quiero decir es que no es la última palabra en el asunto. Hemos presentado una apelación. Estoy todavía en libertad condicional y afrontaré todo el proceso hasta el final", manifestó Dotcom a los periodistas que lo esperaban a la salida de la sala judicial en la ciudad de Auckland.

La decisión de la extradición recae, en última instancia, en la Ministra de Justicia, Amy Adams, pero ésta ya ha dicho que no se pronunciará hasta que se agoten todas las vías judiciales.

"No he comenzado a pensar en ello", aseguró Adams al enfatizar que esa decisión no surgirá hasta la conclusión de cualquier apelación legal por parte de las personas elegibles de ser extraditadas.

Todo el mecanismo para extraditar a Dotcom y sus ex socios que, de ser hallados culpables en Estados Unidos afrontarán décadas de encarcelamiento, puede durar meses o años.

El fallo se da tras casi cuatro años de una complicada batalla legal que comenzó en enero de 2012 con la detención de Dotcom y sus tres ex socios en la mansión que alquilaba el empresario alemán a las afueras de Auckland, como parte de un operativo de la Oficina Federal de Investigaciones de Estados Unidos (FBI).

El juicio comenzó a finales de septiembre tras una decena de aplazamientos y se alargó durante 10 semanas, 6 más de lo previsto, en parte por la petición de la defensa de suspender el proceso por considerar que no era justo.

Los abogados sostuvieron que no podían ejercer una defensa adecuada al no poder financiar la declaración de expertos estadounidenses debido a que el FBI congeló los fondos de los acusados, que no pueden usarse en Estados Unidos.

Las autoridades estadounidenses creen que Megaupload, que llegó a tener 50 millones de usuarios, logró un beneficio de unos 175 millones de dólares por, supuestamente, alojar material ilegal.

Hasta ahora, de los siete miembros de Megaupload imputados en Estados Unidos sólo ha sido condenado el programador estonio Andrus Nomm, al que se le impuso una pena de poco más de un año de cárcel en ese país, que ya ha cumplido, tras admitir que violó derechos de autor.

P. REFORMA

Aprueba Parlamento Europeo cambios sustanciales en su sistema de Marcas

Dr. Mauricio Jalife

Luego de dos años de negociaciones, finalmente el Parlamento Europeo ha dado el visto bueno al **paquete de reformas** más importante desde que el sistema de la Marca comunitaria fue implementado. La pretensión de los esfuerzos de actualización es el acercamiento de las empresas a los beneficios del sistema, al reducir algunas de las trabas y complejidades identificadas como barreras en el pasado.

Sin lugar a dudas, el sistema de la Marca comunitaria constituye el más avanzado

mecanismo de protección de marcas en el mundo, al romper el paradigma de que el valor de los registros se limita al territorio del país que los expide; además, este Acuerdo permite la **convivencia** de los registros comunitarios con los otorgados en cada país, lo que ha representado un complejo desafío en términos jurídicos y comerciales. Para empresas de países como el nuestro la opción del registro comunitario es excelente, al brindar la cobertura de los 28 países del bloque a través de un solo trámite.

Uno de los cambios más esperados es el de la incorporación de normas que regulan las llamadas marcas no tradicionales, en particular las olfativas y las de sonido, que en el pasado solo podían ser tramitadas a través del apoyo de precedentes jurisprudenciales. Con la **reforma**, todas aquellas empresas que emplean sonidos para distinguir sus productos o servicios, o quienes cuentan con aromas peculiares podrán aspirar a la exclusividad que su registro implica.

Otros cambios están orientados a brindar mayor seguridad jurídica en relación a las marcas de certificación y las marcas colectivas. Las primeras, empleadas comúnmente para definir estándares de calidad de productores asociados de un mismo giro; las segundas, utilizadas por agrupaciones como elemento de distintividad para sus miembros o afiliados. En ese mismo sentido, las reformas contemplan ya la inter fase entre las **Indicaciones geográficas** y las marcas, aclarando los alcances de una y otra institución.

Una buena parte de los esfuerzos modernizadores fueron destinados a temas financieros entre la Oficina europea y las oficinas de marcas nacionales, así como a modificar las tasas que son cobradas a los solicitantes. Además, se definen diversos mecanismos de colaboración con las oficinas de los diversos países miembros de la Unión Europea, que en el pasado había sido una de las fuentes de continua tensión entre los sistemas.

Algunas otras modificaciones, a pesar de que parecerían “menores” por tratarse de cambios de nombres, tienen un significado rescatable. La primera de las enmiendas es para denominar a la entidad encargada de administrar el sistema como “**Oficina de Propiedad Intelectual de la Unión Europea**”, y el segundo de ellos es para dejar el viejo mote de “Marca comunitaria”, para adoptar el de “Marca europea”. Ambas modificaciones parecen orientarse hacia la confirmación del modelo de la integración económica de Europa, como clara respuesta a las dificultades que la “zona euro” ha enfrentado en los años recientes y que anunciaban su resquebrajamiento.

En tiempos de reformas necesarias para nuestro sistema de marcas, resulta aleccionador asistir a la de uno de los sistemas regulatorios de signos distintivos más voluminosos y complejos del mundo, que a pesar de las grandes dificultades y criterios encontrados de sus protagonistas, está arribando a acuerdos que permiten su evolución y sostenimiento. En nuestro país, ya con el **TPP** tocando a la puerta, no tenemos más tiempo que perder.

Atentamente,

Bernardo Herrerías Martín Michaus
Presidente Secretario

Estimados miembros AMPPI:

Por considerarlo de su interés les hacemos llegar las publicaciones correspondientes al día de hoy bajo los siguientes rubros:

1. DOF
SECRETARIA DE HACIENDA Y CREDITO PUBLICO
ACUERDO que modifica el diverso por el que se determina la circunscripción

territorial de las aduanas y las secciones aduaneras de las aduanas

http://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5421198&fecha=23/12/2015

RESOLUCIÓN Miscelánea Fiscal para 2016 y su anexo 19. (Continúa en la Tercera Sección)

http://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5421199&fecha=23/12/2015

RESOLUCIÓN Miscelánea Fiscal para 2016 y su anexo 19. (Continúa en la Cuarta Sección)

http://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5421201&fecha=23/12/2015

RESOLUCIÓN Miscelánea Fiscal para 2016 y su anexo 19. (Continúa en la Quinta Sección)

http://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5421203&fecha=23/12/2015

RESOLUCIÓN Miscelánea Fiscal para 2016 y su anexo 19. (Continúa de la Cuarta Sección)

http://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5421205&fecha=23/12/2015

SECRETARIA DE ECONOMIA

ACUERDO que modifica al diverso por el que se da a conocer el Segundo Protocolo Adicional al Acuerdo de Complementación Económica No. 55, celebrado entre el Mercosur y los Estados Unidos Mexicanos.

http://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5421220&fecha=23/12/2015

AVISO por el que se da a conocer la entrada en vigor entre los Estados Unidos Mexicanos y la República Oriental del Uruguay del Segundo Protocolo Adicional al Acuerdo de Complementación Económica No. 55, celebrado entre el Mercosur y los Estados Unidos Mexicanos

http://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5421221&fecha=23/12/2015

P. REFORMA

La oportunidad de hacer las cosas bien

La recién creada Secretaría de Cultura se enfrentará, entre otros retos, a la labor de promover la lectura y apoyar la industria editorial.

Bertha Inés Herrerías Franco*

Secretaría de Cultura habemus. El 2015 termina con la aprobación del Congreso y el decreto presidencial que la crea. Ahora sólo falta construirla.

Es una decisión de gobierno con amplias y profundas repercusiones estructurales, administrativas, económicas, laborales, sindicales, burocráticas, logísticas, etc., que en el ámbito de la cultura pueden ser las menos significativas habida cuenta de los argumentos de identidad nacional, formas de vida, libertad de creación, diversidad cultural, fomento educativo, etc. Y, aunque éstas no fueron las razones que motivaron la decisión, el presidente Peña Nieto no dejó de mencionarlas: "Con esto se otorga a la cultura el status de área crucial para el país y se reconoce su importancia como instrumento de identidad de los mexicanos". Algo fuera de discusión, como también está fuera de duda que la política oficial sobre cultura necesita repensarse y evolucionar.

Sin embargo ¿qué tan necesaria es una Secretaría de Cultura? De los más de 200 países en el mundo, 198 tienen una Secretaría de Cultura. En la República Mexicana, de sus 32 estados, once cuentan con una Secretaría de Cultura; tres tienen una secretaría que integra la cultura, la educación y el deporte, y 18 no tienen Secretaría de Cultura sino institutos o consejos estatales. ¿Cuáles funcionan mejor? ¿Qué tipo de organismo es más eficiente? ¿Qué conviene más a cada realidad? Éstas y otras preguntas parecen pertinentes.

Es claro que existen decenas de interrogantes y no hay una respuesta absoluta. Lo realmente importante no es la denominación de la dependencia, su estructura o el nivel, sino sus acciones y los resultados. Aunque la creación de la secretaría es una decisión de largo aliento, en el corto plazo habrá de demostrar que ha sido la correcta. Es obvio que hay mucho por hacer: una política cultural más incluyente, más recursos para las pequeñas y medianas empresas culturales, más transparencia en el manejo de recursos, mayor apoyo a los creadores y difusores en los estados, menos centralización y centralismo, apertura a nuevos promotores, menos burocracia, etc. Con la reforma educativa en curso, lanzar una reforma cultural de gran calado es una fuerte apuesta: puede ser un enorme impulso o una rémora.

En estos momentos, por razones lógicas dada la complejidad del asunto, nadie sabe el rumbo que habrá de tomar la nueva dependencia, pero en lo que sí hay consenso es que su

creación significa una oportunidad; para algunos, es la posibilidad de mejorar lo que ya se hace y, para otros, es la ocasión de hacer, por fin, lo que no se hace. En todo caso, para unos y otros, es una oportunidad de cambio, aunque esto se perciba más como un deseo o una esperanza que como una probabilidad accesible y ejecutable.

¿Y, en este panorama, en dónde aparece el libro?

Aunque la mayor parte de quienes han participado en los debates y gestación del organismo son mujeres y hombres de letras, todavía no se habla del papel del libro y la lectura en esta transformación. La única mención directa fue la realizada por Rafael Tovar y de Teresa, entonces presidente del Conaculta, la misma tarde del anuncio presidencial. Dijo: "Una secretaría permitirá eliminar la duplicidad de funciones y reducir la burocracia; por ejemplo, hay cerca de veinte áreas en el Conaculta que publican libros. Ahora podrán integrarse en una sola". Sin saber con precisión lo que esto pudiera representar no deja de ser una mención inquietante.

Tal vez no haya llegado, todavía, el momento de que la Secretaría de Cultura se pronuncie abiertamente sobre el libro y la lectura, pero habrá de hacerlo. Hasta ahora, pareciera que sólo se habla del inmenso bosque cultural, de su riqueza natural, su ecosistema, su belleza y frutos, su frondosidad, su entorno, etc. Pero, más allá del maravilloso bosque de la cultura, hay que comenzar a hablar del árbol, o sea, del libro.

El libro aparece hoy como un sobreviviente. Durante los últimos años, los bajos índices de lectura, la aparición del e-book, las crisis económicas, la carencia de apoyos oficiales, la multiplicación de las ofertas de educación, información y entretenimiento, etc. parecían haberse confabulado en su contra. Sin embargo, sobreviven, aunque su salud no sea cabal. En el ámbito mexicano, la industria editorial ha registrado un crecimiento entre 4 y 5% anual, pese a navegar con zozobra en un mar inmenso e inestable, que se calcula en unos 44 millones de clientes potenciales en el mercado.

Las cifras suelen ser variables según las fuentes consultadas, pero evidencian algunas de sus problemáticas y posibilidades; hay quienes dicen que las ventas editoriales anuales son por más de mil 500 millones de dólares, y otros que las cifran en 10 mil 800 millones de pesos; por lo general, se coincide en señalar una producción de más de 330 millones de ejemplares al año aunque de ellos, 232 millones, más de dos terceras partes, 67%, corresponden a libros de texto gratuitos, editados por el propio Gobierno, lo que reduce el tamaño del negocio. En otros países, como España, Argentina, Chile o Francia la edición de los libros escolares es privada y el gobierno compra y distribuye los ejemplares.

"La difícil circunstancia del libro en México es un reflejo del estado que guarda la lectura en el país, donde apenas se producen 0.6 libros al año por cada mexicano", según José Ignacio Echeverría Ortega, presidente de la Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana (CANIEM).

El promedio de lectura en México es de 2.8 libros al año, el penúltimo lugar entre 108 países, según la UNESCO. Aunque para el habitante de una metrópoli es difícil concebir una ciudad sin una librería, de los 2 mil 452 municipios mexicanos sólo 161 tienen librería; por ejemplo, Tabasco tiene apenas seis librerías en todo el estado, mientras que Tlaxcala cuenta con cuatro librerías y dos librerías-papelerías, y Nayarit tiene solamente dos librerías; en promedio, hay una librería por cada 80 mil habitantes. O sea que el problema no es sólo saber o no saber leer, sino también tener acceso a los libros. La Ciudad de México concentra 30% de los puntos de venta de libros en el País; solamente 4% de los mexicanos acostumbra acudir a las librerías, 52% no ha pisado nunca una biblioteca; una familia, en promedio, destina a la compra de libros 0.19% de su presupuesto; tres de cada diez libros encuadernados son piratas; etcétera.

Como escribió Gabriel Zaid: "donde no hay playas, ríos ni albercas, no puede haber costumbre de nadar". Así de simple y obvio. La carencia de librerías y bibliotecas, y los bajos índices de lectura están íntimamente ligados; su relación causa-efecto es de ida y vuelta, y "no existe política de fomento a la lectura en México pese a todas las declaraciones oficiales; no hay políticas públicas claras hacia el tema" sentencia el presidente de la CANIEM.

Lorenzo Gómez Morín, presidente de la Fundación Mexicana para el Fomento de la Lectura, afirma que "la gente no acude a las librerías porque se tiene la idea de que los libros son caros"; sin embargo, Echeverría piensa que es una cuestión de preferencias: "para la población resulta más atractivo y más barato comprar un six de cerveza que un

libro". Alberto Achar, gerente de mercadería de las Librerías Gandhi, apoya esa afirmación: "Hay libros desde cincuenta pesos; que no haya lectores no es porque los libros sean caros". En esencia, hace falta sembrar el gusto por la lectura y el amor por los libros.

Los retos que suponen el fomento de la lectura y la promoción del libro son monumentales. El Consejo de la Comunicación, organización de la iniciativa privada, ha emprendido desde hace cuatro años un enorme proyecto de comunicación para fomentar la lectura. Ángel Alverde, presidente del consejo, propuso como meta "diez millones de horas de lectura durante el 2015" e informó que este proyecto de comunicación ha impactado ya a más de 400 mil personas; ha sido uno de los programas más exitosos de fomento de la lectura en el mercado de habla hispana, aunque todavía insuficiente para el tamaño de la problemática que enfrenta.

Aumentar el número y la calidad de los lectores es una de las claves; otra es la promoción y comercialización del libro en las mejores condiciones, lo que supone un desafío no menor.

Ante la enorme cantidad de títulos que se publican, se calcula que hay más de 130 millones de títulos vivos en el mundo, el primer apuro es hacer visibles los de mayor calidad e interés, para luego luchar por ganar un pequeño tiempo, un corto espacio y un breve resquecío en la atención del lector potencial, en competencia con la inmensa oferta que ofrecen los medios impresos, no solamente libros, sino periódicos, revistas, cómics, etc.; los electrónicos, como la radio y la televisión, el cine o los medios virtuales en continua alza. Una competencia feroz y no siempre equitativa, en la que el libro no tiene todas consigo. Y frente a esta necesidad de difusión, los medios de promoción editorial se han hecho cada vez más estrechos.

No son cuestiones que se resuelvan de un momento a otro ni de manera sencilla. El reto es enorme, pero así ha sido durante décadas; nunca ha habido tiempos fáciles. Los desafíos para quienes participan en el fascinante mundo del libro, siempre han sido gigantescos. Para responder a ellos, la industria editorial se reformula continuamente y las librerías siguen siendo una pieza fundamental en ese proceso e importantes protagonistas en la vida cultural.

Ya no existe aquel palacio de hielo de la Librería de Cristal, pero la cadena sobrevive; la exitosa combinación de librería y editorial de Porrúa, la ha llevado a abrir más de sesenta sucursales en 16 estados de la república; la Librería Gandhi, cuenta ya con treinta sucursales; la Librería del Sótano, tiene once. Fuera de la capital mexicana, la Librería Gonvill es la cadena más grande, con su casa matriz en Guadalajara; y hay otras cadenas regionales relevantes como las Librerías Hidalgo, en Michoacán, Impulsora Libro Club, en Baja California o Librerías Dante, en Yucatán. Además todas ellas cuentan con librerías virtuales en crecimiento constante.

Por otra parte, el Gobierno cuenta con más de ochenta librerías en el País; son las sucursales de dos cadenas: las Librerías Educal, dependientes del Conaculta, y las librerías del Fondo de Cultura Económica (FCE) dependiente de la Secretaría de Educación Pública; además, el FCE tiene librerías en otros diez países. Si bien estas librerías representan una importante aportación a la difusión y fomento de la lectura y el libro, son una fuerte competencia para los libreros privados.

La librería, como el libro, sobrevive quizá porque está acostumbrada a la lucha permanente que representa la competencia, desde el Siglo XIX hasta ahora, con la venta de libros en restaurantes, tiendas y almacenes comerciales, las tiendas departamentales y las grandes superficies, o las librerías de acera, con sus ejemplares de piratería, que pueden representar hasta 30% de las ventas de libros. Desde entonces hasta ahora, la librería ha luchado por cada metro de espacio y cada instante de atención en la mente del cliente potencial.

Eso la ha obligado a ser cada vez más creativa, a ejercitar el músculo de la imaginación y buscar fórmulas alternativas que le permitan permanecer. Mientras unas sucumben otras germinan, como si fueran un brote de la naturaleza; las librerías-café han aumentado en número y atractivo, lo mismo que las librerías-restaurantes, librerías-bares, las que tienen presentaciones, lecturas, conciertos y hasta piezas teatrales. La librería se reinventa.

Y no es sólo un fenómeno mexicano; es un cambio global, hasta llegar a ejemplos como el Book and Bed, en Tokio, un hotel-librería que ofrece a sus clientes la oportunidad de hospedarse entre sus obras y personajes favoritos, o The Open Book, en Wigtown, el pueblo de los libros, una aldea escocesa, que ofrece un plan de vacaciones singular: trabajando como librero por una o dos semanas. Puede parecer una locura pagar por trabajar como

librero; pero es una especie de locura que comparten miles de personas en el mundo que alguna vez han soñado con poner una librería.

Y es que algo de loco hay que tener para dedicarse a los libros. Hay que amar los libros para vivir de, con y para ellos. Esta industria mucho tiene de locura, de amor, de pasión y de misión, pues no hay otra forma de entender la romántica necedad de tantos libreros ilusionados, editores independientes, escritores autopublicados, lectores asiduos, promotores de la lectura, bibliotecarios comprometidos, etc., que pueblan su entrañable universo.

Pero hace falta más que amor, imaginación, pasión y locura, aunque sin esto nunca habrá suficiente fomento de la lectura ni promoción del libro; y sin la lectura y el libro la cultura tropieza. Para que la Secretaría de Cultura alcance sus objetivos, como quiera que éstos sean definidos, habrá de atender con un cuidado y urgencia singulares el desafío que representan el fomento de la lectura y la promoción del libro.

Hace unos años alguien decía: "Si queremos que este país sea tan sabio como fuerte, si queremos alcanzar nuestro destino, entonces necesitamos más ideas nuevas, más hombres sabios, más libros buenos en bibliotecas públicas. Estas bibliotecas deben estar abiertas a todos, excepto al censor. Debemos saber todos los hechos, escuchar todas las alternativas y oír todas las críticas. Acojamos libros polémicos y autores controvertidos". No lo dijo un editor ni un librero; no fue un bibliotecario ni un escritor; no fue un intelectual ni un lector ávido. Fue un político: John F. Kennedy. Desde la política mucho se puede hacer por la cultura.

Ahora se abre una nueva oportunidad para repensar todo lo referente al libro, la lectura y a la industria editorial; entre ello, la correcta aplicación de la Ley de Fomento para la Lectura y el Libro. Se puede evaluar, a varios años de su entrada en vigor, la eficacia de la fijación del precio único, se puede analizar la política hacia el sector, se pueden discutir sugerencias y propuestas pero, sobre todo, se pueden comenzar a tomar en serio la letra y la intención de la legislación, para poner en práctica lo que propone en bien de la lectura y del libro, que es decir en bien de la educación y la cultura en México.

"La nueva secretaría será una dependencia eficiente y deberá ser moderna, transparente e incluyente su misión será un efectivo respaldo público a los creadores, difundir el arte y la cultura, resguardar el patrimonio histórico, salvaguardar la pluralidad, así como acercar las actividades artísticas a niños y jóvenes", dijo el Presidente Peña Nieto al firmar el decreto que promulga la creación de la Secretaría de Cultura. Que así sea.

****La autora es Gerente de Comunicación y Relaciones Públicas de LID Editorial Mexicana.***

Aprueban extradición de Dotcom a EU

Un Tribunal neozelandés autorizó extradición de Kim Dotcom, fundador de Megaupload, a EU para ser juzgado por diversos delitos informáticos.

EFE

Un Tribunal neozelandés autorizó la extradición de Kim Dotcom, fundador del portal Megaupload, a Estados Unidos para ser juzgado por presunta piratería informática.

"Se ha presentado la apelación en el Tribunal Superior de Nueva Zelanda", dijo Ron Mansfield, abogado de Dotcom al portal de noticias New Zealand Herald, horas después de conocerse el fallo contra el informático alemán y sus tres ex socios Mathias Ortmann, Finn Batato y Bram van der Kolk.

En el fallo de 271 páginas, el juez Nevin Dawson consideró que la abrumadora cantidad de pruebas apuntan a la existencia de indicios razonables para que los acusados deban responder en Estados Unidos a 13 delitos vinculados con piratería informática, crimen organizado y lavado de dinero.

El juez, que no debía decidir sobre la culpabilidad de los acusados, mantuvo la libertad condicional que gozan los cuatro desde febrero de 2012, aunque debían presentarse dos veces por semana ante la Policía.

Según Mansfield, el juez Dawson se equivocó legalmente al analizar las leyes estadounidenses, en relación a los derechos de autor y los servidores de internet.

El abogado defensor no descartó que la batalla por la extradición vaya incluso hasta el Tribunal Supremo de aquel país.

"Lo que quiero decir es que no es la última palabra en el asunto. Hemos presentado una apelación. Estoy todavía en libertad condicional y afrontaré todo el proceso hasta el final",

manifestó Dotcom a los periodistas que lo esperaban a la salida de la sala judicial en la ciudad de Auckland.

La decisión de la extradición recae, en última instancia, en la Ministra de Justicia, Amy Adams, pero ésta ya ha dicho que no se pronunciará hasta que se agoten todas las vías judiciales.

"No he comenzado a pensar en ello", aseguró Adams al enfatizar que esa decisión no surgirá hasta la conclusión de cualquier apelación legal por parte de las personas elegibles de ser extraditadas.

Todo el mecanismo para extraditar a Dotcom y sus ex socios que, de ser hallados culpables en Estados Unidos afrontarán décadas de encarcelamiento, puede durar meses o años.

El fallo se da tras casi cuatro años de una complicada batalla legal que comenzó en enero de 2012 con la detención de Dotcom y sus tres ex socios en la mansión que alquilaba el empresario alemán a las afueras de Auckland, como parte de un operativo de la Oficina Federal de Investigaciones de Estados Unidos (FBI).

El juicio comenzó a finales de septiembre tras una decena de aplazamientos y se alargó durante 10 semanas, 6 más de lo previsto, en parte por la petición de la defensa de suspender el proceso por considerar que no era justo.

Los abogados sostuvieron que no podían ejercer una defensa adecuada al no poder financiar la declaración de expertos estadounidenses debido a que el FBI congeló los fondos de los acusados, que no pueden usarse en Estados Unidos.

Las autoridades estadounidenses creen que Megaupload, que llegó a tener 50 millones de usuarios, logró un beneficio de unos 175 millones de dólares por, supuestamente, alojar material ilegal.

Hasta ahora, de los siete miembros de Megaupload imputados en Estados Unidos sólo ha sido condenado el programador estonio Andrus Nomm, al que se le impuso una pena de poco más de un año de cárcel en ese país, que ya ha cumplido, tras admitir que violó derechos de autor.

P. REFORMA

Aprueba Parlamento Europeo cambios sustanciales en su sistema de Marcas

Dr. Mauricio Jalife

Luego de dos años de negociaciones, finalmente el Parlamento Europeo ha dado el visto bueno al **paquete de reformas** más importante desde que el sistema de la Marca comunitaria fue implementado. La pretensión de los esfuerzos de actualización es el acercamiento de las empresas a los beneficios del sistema, al reducir algunas de las trabas y complejidades identificadas como barreras en el pasado.

Sin lugar a dudas, el sistema de la Marca comunitaria constituye el más avanzado mecanismo de protección de marcas en el mundo, al romper el paradigma de que el valor de los registros se limita al territorio del país que los expide; además, este Acuerdo permite la **convivencia** de los registros comunitarios con los otorgados en cada país, lo que ha representado un complejo desafío en términos jurídicos y comerciales. Para empresas de países como el nuestro la opción del registro comunitario es excelente, al brindar la cobertura de los 28 países del bloque a través de un solo trámite.

Uno de los cambios más esperados es el de la incorporación de normas que regulan las llamadas marcas no tradicionales, en particular las olfativas y las de sonido, que en el pasado solo podían ser tramitadas a través del apoyo de precedentes jurisprudenciales. Con la **reforma**, todas aquellas empresas que emplean sonidos para distinguir sus productos o servicios, o quienes cuentan con aromas peculiares podrán aspirar a la exclusividad que su registro implica.

Otros cambios están orientados a brindar mayor seguridad jurídica en relación a las marcas de certificación y las marcas colectivas. Las primeras, empleadas comúnmente para definir estándares de calidad de productores asociados de un mismo giro; las segundas, utilizadas por agrupaciones como elemento de distintividad para sus miembros o afiliados. En ese mismo sentido, las reformas contemplan ya la inter fase entre las **Indicaciones geográficas** y las marcas, aclarando los alcances de una y otra institución.

Una buena parte de los esfuerzos modernizadores fueron destinados a temas financieros entre la Oficina europea y las oficinas de marcas nacionales, así como a modificar las tasas que son cobradas a los solicitantes. Además, se definen diversos mecanismos de colaboración con las oficinas de los diversos países miembros de la Unión Europea, que en

el pasado había sido una de las fuentes de continua tensión entre los sistemas. Algunas otras modificaciones, a pesar de que parecerían “menores” por tratarse de cambios de nombres, tienen un significado rescatable. La primera de las enmiendas es para denominar a la entidad encargada de administrar el sistema como “**Oficina de Propiedad Intelectual de la Unión Europea**”, y el segundo de ellos es para dejar el viejo mote de “Marca comunitaria”, para adoptar el de “Marca europea”. Ambas modificaciones parecen orientarse hacia la confirmación del modelo de la integración económica de Europa, como clara respuesta a las dificultades que la “zona euro” ha enfrentado en los años recientes y que anunciaban su resquebrajamiento.

En tiempos de reformas necesarias para nuestro sistema de marcas, resulta aleccionador asistir a la de uno de los sistemas regulatorios de signos distintivos más voluminosos y complejos del mundo, que a pesar de las grandes dificultades y criterios encontrados de sus protagonistas, está arribando a acuerdos que permiten su evolución y sostenimiento. En nuestro país, ya con el **TPP** tocando a la puerta, no tenemos más tiempo que perder.

Atentamente,

Bernardo Herrerías
Presidente

Martín Michaus
Secretario

Asociación Mexicana para la Protección de la Propiedad Intelectual, A.C.
Insurgentes Sur 2453, Piso 6 – 6043, Torre Murano,
Col. Tizapán San Ángel, Deleg. Álvaro Obregón, CP 01090, México D.F.
Tel.: (52 55) 8000 – 0210 www.amppi.org.mx
Síguenos en [Facebook](#) y [Twitter](#)