

EL LIBRO UNIVERSITARIO EN LA INTEGRACION LATINOAMERICANA*

HECTOR MURILLO CRUZ**

I. INTRODUCCION

Las instituciones de enseñanza superior de la región latinoamericana son conscientes de que la espontaneidad no puede ser guía en la determinación de sus objetivos y finalidades. Aceptar que el desarrollo de la educación contiene necesidades y propósitos comunes es principio de reconocimiento para configurar modelos que respondan al desafío que la sociedad contemporánea les plantea.

Este seminario acerca del libro universitario en América Latina expresa la urgencia de las propias instituciones de encontrar, mediante la confrontación, un nuevo concepto que las justifique como instrumentos de promoción en el orden de la sociedad y la cultura.

Diversos prejuicios han coincidido en el distorsionamiento de la misión pedagógica de la universidad. De origen ideológico unos, de base económica y política otros, de falta de visión y previsión los más, en su conjunto han formado las barreras que les impedían desempeñar un papel de legítimo liderazgo.

La equivocada aceptación de una alternativa para elegir entre desarrollo económico y mejoramiento social explica suficientemente el atraso del que empiezan a emerger los centros de cultura. Dar prioridad a una u otra alternativa significó para la educación latinoamericana falta de continuidad e incapacidad para producir los cambios que de modo aparentemente natural se venían imponiendo.

De conocerse la inversión pública aplicada al bienestar económico en los países del Continente y de determinarse la proporción asignada a la enseñanza, se advertiría claramente que el equilibrio es apenas sostenible y que las tensiones y conflictos que ahora se manifiestan son producto de errados planteamientos en el pasado.

En la actualidad los Estados y las comunidades universitarias consideran que ambas políticas -promoción económica y promoción social- no son políticas contrarias ni contradictorias. Más aún, se considera que el mejoramiento social es una de las generatrices más decisivas -y en especial la educación en todos sus niveles- de las actividades globales del desarrollo. Esto no significa reducción simplista de los problemas educativos a planteamientos financieros y políticos. Sin embargo, es indicio positivo de la nueva jerarquía que asumen las instituciones educativas y en especial los centros de estudios superiores.

II. EL NUEVO CONCEPTO DE UNIVERSIDAD

Frente a la idea tradicional de universidad creada para responder a necesidades establecidas y servir de eco a intereses ideológicos, la nueva universidad se sabe comprometida a propiciar el cambio y la innovación de las instituciones sociales y jurídicas, de las formas del conocimiento científico, de los modos de entender la belleza artística.

Por esta vocación, originada en ella misma, alentada por los Estados que ven en la enseñanza el mejor apoyo para una política nacionalista y progresista, la universidad se obliga a modificar sus estructuras en las direcciones que le son consustanciales.

El llamado a la reforma universitaria, periódicamente manifiesto en etapas de cambio, tiene hoy características singulares y aún espectaculares. La reforma incluye simultáneamente a la enseñanza, a la investigación y a la difusión y extensión de la cultura. Además de comprender la comunicación de contenidos funcionales y novedosos, como también el manejo de métodos para crear esos contenidos, la enseñanza necesita mirar

* Ponencia presentada en el Seminario del Libro Universitario en América Latina, celebrado del 14 al 24 de febrero de 1972.

** Jefe del Departamento de Distribución de Libros Universitarios de la Universidad Nacional Autónoma de México.

con franqueza la creciente demanda originada por los reclamos de las clases populares. La investigación pide el establecimiento de programas de trabajo destinados a resolver creadoramente las necesidades de una sociedad cambiante y a sugerir de modo prospectivo vías de elección en los procesos descolonizadores y antimperialistas a que están convocados nuestros pueblos. En la difusión y extensión de la cultura la reforma habrá de establecer lazos efectivos entre la comunidad universitaria y la comunidad social, venciendo el concepto particularista de cultura aristocrática, habrá de ir más allá de los prejuicios de élites, iluminada por la idea de que la difusión y extensión abierta de los contenidos culturales es exigencia y deber de la vida democrática; en suma, habrá de entender por comunicación, algo más que entretenimiento o dádiva de conocimientos hechos y acabados.

III. LA TAREA EDITORIAL EN EL NUEVO CONCEPTO DE UNIVERSIDAD

Las publicaciones de una institución expresan públicamente lo que ella es en el orden de la docencia, de la investigación y extensión de la cultura. Libros, revistas, folletos son a la manera de biografía de lo que han hecho, de lo que están haciendo, de lo que se proponen hacer. Dicen mejor de lo que una abierta y deliberada publicidad diría de su quehacer, de su responsabilidad social o falta de ella. Hablan de las carencias materiales y espirituales que la afectan, del grado de dependencia ideológica y también de la libertad que disfrutan para desempeñar sus deberes.

La nueva universidad habrá de tener en cuenta el principal aspecto de sus publicaciones en relación a la llamada cultura de masas, o cultura de servicio social. Al afrontar con inteligencia la búsqueda de educación propiciada por el crecimiento demográfico y ampliar los sistemas de enseñanza superior, se producirán necesidades en la tarea editorial que ya podemos inferir, pero no estamos enteramente preparados para satisfacer. Los actuales circuitos de creación, producción y distribución del libro universitario ya empiezan a mostrar insuficiencia para responder adecuadamente a las exigencias culturales de lo que apenas es inicio hacia la transición.

De adoptarse mecanismos “de salidas terminales alternativas en los diferentes niveles de educación...” y canalizarse las opciones técnicas que pueden presentarse desde los ciclos intermedios mediante una fluidez interdisciplinaria según ha sugerido un investigador mexicano, Francisco López Cámara, a la expansión cuantitativa, habrán de seguirse insospechados cambios cualitativos que imprimirán nuevos derroteros a los clásicos procedimientos para concebir libros funcionales y literarios, para formular programas editoriales audaces, para crear redes de distribución nacionales e internacionales.

a) Creación del libro universitario

La falta de una política definida acerca del libro universitario y la incompreensión de su papel instrumental en el cultivo y comunicación de la cultura se revela en la aún modesta creación de obras de texto, de consulta y en las destinadas a extender conocimientos fuera de los recintos académicos.

Apremiadas nuestras universidades por la escasez de recursos económicos para consolidar una literatura pedagógica propia, los libros que han tenido fortuna de ser publicados bajo sus auspicios pareciera ser que vienen al mundo en total desventaja frente a los editados por casas europeas o estadounidenses y escritos por autores no hispanoamericanos. Agrégase a ello la existencia de maestros y estudiantes que ven en nuestros textos inmadurez, imperfección, pobreza de contenido respecto de obras extranjeras a la región, proclamadas como modelo, por la sola razón de llevar el nombre de autores de habla castellana y el sello de editoriales españolas, chilenas, peruanas o mexicanas.

Carentes, pues, de estímulos económicos, de comprensión a su esfuerzo intelectual, no son pocos los autores que han dejado de serlo, mientras otros han acudido a ofrecer sus manuscritos a empresas editoras que no entendieron su valor y utilidad, o entendiéndolo, tomaron para sí provecho que, desde una consideración moral, no les correspondía.

La falta de una política definida del libro universitario ha impedido asimismo que las propias instituciones alienten a sus autores a escribir sobre temas en donde la carencia de obras es manifiesta y no se les ha ofrecido enseñanza para una actividad futura que requiere imaginación y capacidad para crear libros de carácter interdisciplinario y libros semifuncionales para difundir y extender la cultura.

Por temor a canalizar sus recursos a la preparación de libros pensando que su inversión no es recuperable, el libro universitario se ha visto como un lujo o un sacrificio que tal vez podría evitarse.

Esto no significa que no haya signos esperanzadores. Con optimismo se habla ya en el continente de las experiencias de Chile y de la elaboración de textos escolares concebidos de acuerdo a las necesidades regionales, integrados al ámbito geográfico y moral de sus diferentes comunidades, los cuales no son extraños a la mentalidad de sus lectores. Sin pretender exaltaciones particularistas, señalemos que en México hay la tendencia a orientar la capacidad creadora de los autores universitarios de acuerdo con las necesidades educativas actuales y según el inminente crecimiento de la población escolar de nivel medio y superior. Sin desatender, por ejemplo, la difusión de autores clásicos de la cultura occidental y sin descuidar la impresión de obras regionales, nacionales o hispanoamericanas, la UNAM ha iniciado una etapa de publicaciones en la que destacan dos series, Lecturas Universitarias y Textos Programados, la primera con un tiraje de 30,000 ejemplares cada título, y la segunda con un promedio de 5,000 ejemplares, entre los que se cuentan títulos agotados y otros por agotarse, cuya vida editorial se preveía de más larga duración.

b) Producción del libro universitario

Cuando las editoriales universitarias sostienen que el público al que destinan sus libros es más o menos indefinido, reconocen que proceden a tientas en lo que se refiere a programación de títulos, determinación de prioridades para la edición, criterios acerca del tiraje.

Es verdad que no se pueden aplicar los principios utilizados en la fabricación de telas a la edición de libros y que los datos derivados del consumo de obras deben ponderarse cualitativamente. Si la misión de la universidad no se reduce a satisfacer necesidades, sino a crearlas en el orden de la inteligencia, entonces le compete investigar y evaluar técnicamente las demandas reales y posibles de su producción editorial y determinar las tendencias del consumo que le permita formular programas para satisfacer necesidades actuales y futuras. Gilbert Mury tuvo razón al afirmar que “los mercaderes ocupan un lugar en el templo de las Musas”.

Al no contar con estudios de mercadotecnia, los criterios para determinar el tiraje son abandonados al azar. Se procede a la manera del náufrago que arroja una botella al océano en espera de que alguien recoja su mensaje, ignorando los límites de posibilidad para que su mensaje sea efectivamente captado.

La hipótesis tradicional que ve en el tiraje fronteras infranqueables, con dificultad se sostendría a la luz de resultados numéricos obtenidos a través de encuestas nacionales e internacionales.

c) Distribución del libro universitario

Si hemos de hablar de mutación del libro universitario, una de las más sensibles esta ocurriendo en los mecanismos de distribución. A la distribución se le había asignado una jerarquía secundaria y aún terciaria, en cuanto la creación y producción parecían cerrar el proceso originario de la edición. Aislada, cuando no escindida, de la actividad editorial, la difusión del libro producido por la universidad dejó sentir su eficacia –y aún de modo muy precario– sólo en circuitos ilustrados de lectores, cuyos miembros estaban representados por especialistas, maestros y estudiantes.

El advenimiento de una cultura de masas prevista, aunque no cabalmente asumida por todas las instituciones de enseñanza superior, ha hecho pensar en la urgencia de establecer políticas de distribución, como respuesta a la apertura de circuitos populares de lectores, que satisfagan sus necesidades de lectura y promuevan su interés por adquirir y asimilar los contenidos de obras semifuncionales.

La experiencia mexicana relacionada con la distribución del libro universitario puede ser útil para obtener puntos de vista que interesan a este Seminario.

Después de su reestructuración en el año de 1969, el Departamento de Distribución de Libros Universitarios de la Universidad Nacional Autónoma de México encontró que los mecanismos de distribución cumplían una labor promocional fundamentalmente interna. El gran público tenía noticia apenas de algunas colecciones populares como Biblioteca del Estudiante Universitario o Nuestros Clásicos. La falta de información acerca de las características y contenido de los títulos ahí comprendidos, inclusive, los hacía ajenos al interés masivo que, por otra parte, ya era evidente. Otras colecciones como Textos Universitarios y Manuales Universitarios parecían destinados a un uso exclusivamente intrauniversitario, hipótesis que hubo de corregirse ante su demanda, para adoptar el criterio de que todo título publicado por la Editorial es de interés público en la medida que se dé a conocer, con auxilio de los modernos medios de comunicación de masas.

La promoción y publicidad de los títulos universitarios, en la etapa a que hacemos referencia, comprende los siguientes aspectos:

1. Ampliación del tiraje del boletín bibliográfico mensual "Apunte", de 5,000 a 85,000 ejemplares, en cuyas páginas se introdujeron secciones con notas y reseñas de libros recientemente editados e información acerca de títulos considerados en los programas de producción de la Dirección General de Publicaciones. Se proyecta elevar el tiraje del boletín a 100,000 ejemplares.
2. Inclusión de anuncios, notas y reseñas en revistas y periódicos de la capital, de provincia y del extranjero, para dar a conocer los títulos de las diferentes colecciones universitarias.
3. Publicación de reportajes acerca de libros de interés general, como un intento de superar el alcance y eficacia de la tradicional nota bibliográfica.
4. Elaboración de carteles exhibidos en Librerías y locales universitarios.
5. Anuncios radiofónicos, concisos y variados, que se transmiten a través de estaciones populares y de Radio Universidad.
6. Uso de la cinematografía, limitado por ahora al documental que por sus características permite un manejo muy flexible. Se ha recurrido al formato de 16 mm. para incluir estos trabajos en programas de televisión y para extender las exhibiciones a cine-clubes y centros de cultura.
7. Presentaciones teatrales, a cargo de grupos artísticos de la UNAM, en las que se utilizaron fragmentos de obras publicadas por la Editorial.

También importante en el orden promocional son las presentaciones de autores universitarios en la Sala de Conferencias de la Librería Insurgentes, en las que han participado escritores de habla hispanica, con la idea de ensanchar el intercambio editorial latinoamericano.

Estudios de mercado efectuados por el Departamento a mi cargo señalaron que los libros universitarios no estaban debidamente exhibidos en los escaparates de las librerías de la ciudad de México y de la República, lo cual sugirió la necesidad de crear una red de librerías universitarias. Actualmente funcionan 10 establecimientos de esa naturaleza, a los que se sumará uno más, amplio, funcional y moderno, que se localizará en las inmediaciones del Monumento a la Independencia de México.

Varias consecuencias se derivan de la nueva política de distribución aplicada a los títulos de la UNAM. Conocido el interés extrauniversitario y el valor que tienen las obras de la Editorial para estudiar la cultura mexicana e introducir a los temas principales de la cultura universal, las bibliotecas públicas del país, a través de varios gobernadores de los Estados, solicitaron donativos a las autoridades universitarias, después de lo cual el Rector Pablo González Casanova acordó llevar a cabo una campaña nacional de dotación de libros a las bibliotecas municipales y estatales, que a la fecha ha significado una entrega de 147,000 obras a 737 bibliotecas de esas categorías. Asimismo, determinado el carácter del libro como producto natural, industrial

y comercial, la distribución se ha convertido en una actividad de apoyo para las tareas de edición, de manera que la venta de libros se traduce en pago de derechos de autor, participación en la compra de ediciones e incorporación periódica de considerables cantidades de dinero al patrimonio general de la UNAM.

IV. PROPOSICION PARA INTEGRAR UN MERCADO COMUN DEL LIBRO UNIVERSITARIO EN AMERICA LATINA

La experiencia mexicana en la difusión y extensión de la cultura a través del libro universitario no es un hecho aislado, como no lo son la, de cada uno de los países aquí representados. A este Seminario corresponde, por cierto, encontrar lo común de esas experiencias; aprovechar los resultados debidos a los distintos mecanismos de distribución de los títulos de nuestras editoriales, proponer y aprobar criterios idóneos para la promoción y publicidad de las obras universitarias en el contexto de la llamada cultura de masas; elaborar, en fin, una política definida a nivel latinoamericano que oriente estas actividades.

La búsqueda de una unidad continental mediante las creaciones de la inteligencia hispanoamericana de ningún modo resulta ajena a la búsqueda de mecanismos de integración para nuestros productos editoriales. Este, a no dudarlo, es uno de los caminos para el mantenimiento y practica de aquel ideal.

Con apoyo en lo anterior, proponemos ante los representantes de la región aquí reunidos la creación de un organismo multinacional que podría denominarse Mercado Común del Libro Universitario en América Latina.

A. Objetivos y finalidades

Se considerarían entre sus objetivos y finalidades los siguientes:

- Asignar a la distribución de los títulos universitarios un papel de apoyo para acelerar la Reforma Universitaria de las instituciones de educación superior en América Latina.
- Reconocerla como parte unitaria del proceso en el que se comprende la creación y producción editorial.
- Promover y hacer prácticos los acuerdos y convenios propiciados por iniciativas de organismos internacionales como la UNESCO.
- Proponer mecanismos que eliminen los obstáculos que a la fecha impiden la libre circulación del libro en el ámbito latinoamericano, entre los que figuran: aranceles aduaneros, tasas consulares, permisos de importación, permisos de canje, depósitos previos.
- Aprovechar los modernos medios de comunicación de masas, mediante un uso común de sus recursos en la divulgación e información de las obras funcionales y literarias y de las publicaciones periódicas que editan las Prensas Universitarias de la región.

B. Funcionamiento

- Se tomaría como base los actuales servicios editoriales, de librería y de biblioteca existentes en los países de la comunidad latinoamericana destinados a la difusión del libro universitario.
- Sin necesidad de interrumpir convenios ya establecidos en cuanto a representaciones, intercambios, canjes, se propiciaría paralelamente la promoción y venta por conductos y medios que ya poseen las universidades.
- Se centralizarían recursos de información bibliográfica y económicos que permitan redactar y pagar la publicidad en cada país y a escala latinoamericana, la cual se canalizaría a través de los medios de comunicación periodística.

- Se deducirían recursos económicos de las ventas en cantidad que podría estimarse en 10 % del costo de producción de los libros en cada núcleo editor, o bien se asignaría un 5 % de descuento adicional sobre ventas netas para emplearlo en publicidad común.
- Se daría especial atención a la compra y venta de ediciones básicas con mayor flexibilidad tomando como apoyo los mecanismos de intercambio de facturas, consignaciones y donativos.

C. Organización

- Se constituiría un Comité provisional del Mercado Común del Libro Universitario en América Latina con los asistentes a este Seminario.
- En el término de un año se convocaría a la constitución definitiva del organismo, y se establecerían las bases jurídicas correspondientes.

Aprovechando la celebración de la Segunda Conferencia Latinoamericana de Difusión Cultural y Extensión Universitaria, se considera conveniente solicitar a los delegados asistentes apoyo al proyecto, ante los rectores latinoamericanos. El Comité Provisional gestionaría, ante la Secretaria General de la Unión de Universidades de América Latina (UDUAL), las medidas que sean pertinentes.

La designación de 1972, por parte de la UNESCO, como Año Internacional del Libro, y el anuncio, según el cual la propia organización firmaría un acuerdo con Colombia para fomento del libro, son motivos alentadores en los que debe situarse la realización de este Seminario.

Colocados de ese modo en un marco favorable de acontecimientos y enfrentados a la demanda creciente de lectura por una población con mayor capacidad adquisitiva, más tiempo libre, más alto grado de ilustración y, en especial, ante la explosión demográfica en los centros de estudio superiores, nuestra responsabilidad parece agigantarse.

No basta tomar conciencia plena de la falta de una política definida respecto de la distribución del libro universitario. Es imprescindible definir en qué ha de consistir esa política y fijar los criterios y mecanismos para cumplirla. Si el libro es, en efecto, el medio más idóneo para transmitir, preservar y acrecentar los valores más sublimes de la inteligencia, nuestro deber no puede ser otro que difundirlo abiertamente y con audacia.

Ligado como ha estado siempre al destino de la humanidad, su presencia se hace insustituible en la hora inminente de la transformación y del cambio.