

PROBLEMAS EDITORIALES DE CENTROAMERICA

Carmen Naranjo*

La crisis centroamericana que estamos viviendo, ha venido a agravar la situación de las editoriales y a hacer más difícil la circulación del libro en la región. El hecho de que el Mercado Común no funcione y la Cámara de Compensación se haya reducido a un intercambio entre Guatemala y Costa Rica, afecta sustancialmente el comercio del libro.

La desunión y el desconocimiento que nos caracteriza, no ha contribuido positivamente a intercambios novedosos como puede ser el trueque y proyectos editoriales conjuntos.

A pesar de que EDUCA es la Editorial de las Universidades Centroamericanas y podría desempeñarse como gran vínculo cultural en la región, la verdad es que cada universidad tiene su propia editorial con una estrategia específica y hay un señalado desorden en materia de textos universitarios. Por otra parte, EDUCA carece de capital de trabajo y de fortaleza institucional para asumir funciones de editoriales universitarias y de vinculación cultural en la región. Todo su esfuerzo se concentra en la sobrevivencia y es un milagro que todavía esté en pie pues la institución a la que pertenece, el CSUCA, desde hace más de cuatro años no la subvenciona. Sin embargo, es la Editorial que más se conoce en el exterior. Un 30% de sus libros se venden en el extranjero.

El centroamericano, en términos generales, no es un habitual lector. La radio y la televisión han atrapado a las mayorías y en las jóvenes generaciones ya casi no existe el hábito de lectura. Esto es un hecho que debe preocupar a los editores y los debe llevar hacia otras estrategias para la promoción de sus libros.

A la carga alarmante de analfabetos que tiene la región, se debe sumar la de alfabetos inútiles colocados en todas las clases sociales, gente que

no lee ni piensa, completamente aparte e indiferente al quehacer cultural de la región.

Debe también reconocerse que la crisis económica que vive cada familia centroamericana, la ha obligado a consumir la mínimo y básico, así como a sacrificar la adquisición de libros.

El panorama se empeora con la intervención de la AID mediante un programa editorial que se inició recientemente, con la donación de libros escritos por norteamericanos, traducidos y editados en México, que se ofrecen como textos a los estudiantes universitarios.

Frente a esa situación tan real como desalentadora, hay que buscar estrategias para fomentar la lectura y para abaratar el libro. Asimismo, tenemos que planear alianzas que no sólo permitan sobrevivir sino también crecer y proyectarnos en el resto del mundo.

Aliento de lectura

En el mundo moderno de la computación y de la electrónica, es imprescindible que tanto el que usa los sistemas como el que recibe los servicios, se expresan con la mejor precisión. Resulta entonces obligante manejar el idioma perfectamente, pues de lo contrario se produciría un rapidísimo sistema disparatado y confuso. Eso lo desconocen los jóvenes y hay que divulgarlo profusamente. Creen equivocadamente que los sistemas han reemplazado las formas de expresión y comunicación. El único camino para manejar el idioma con propiedad es conocerlo a profundidad y esto se logra mediante la lectura y el desarrollo del pensamiento.

El aliento de la lectura debe guiar hacia el cuestionamiento del discurso, o sea el espíritu de la crítica, y el abandono de la cháchara. Ya escribió Heidegger: "La cháchara es la posibilidad de comprenderlo todo sin que haya apropiación prelimi-

* Directora de Editorial Universitaria Centroamericana.

nar de la cosa. La cháchara, que está al alcance de todos, no sólo libera de la tarea de una auténtica comprensión, sino que forja una comprensibilidad indiferente para la cual ya no existe nada incierto... La cháchara no presupone la volición de un engaño. No tiene el modo de ser del conocedor, puede hacer creer tanto una cosa como otra... La cháchara, por tanto, en virtud de su indiferencia respecto a la necesidad de remontarse al fundamento de lo que se dice, es siempre, desde la raíz, un encerrarse".

Nuestros países están inundados por la cháchara en boca de los políticos y de los comentaristas deportivos, especialmente de estos últimos que tienen número ilimitado de páginas, de horas radiales y de espacios televisivos. Bien lo dice Umberto Eco: "La cháchara deportiva, nacida como elevación a la enésima potencia de ese derroche inicial (y razonado) que era el juego deportivo, es la magnificación del derroche. Sobre ella y en ella, el hombre de la sociedad de consumo se consume a sí mismo (y consume toda posibilidad de argumentar y juzgar el consumo coaccionado al que es invitado y sometido)".

Resulta importante combatir la cháchara desde la más tierna infancia por todos los medios al alcance, para que el niño se apropie de un lenguaje ordenado y lógico que le permita comunicarse y crear así como lo libre mediante un pensamiento claro y crítico.

Es indispensable que la literatura infantil se escriba pensando en niños inteligentes y activos, con temas que desarrollen su curiosidad y provoquen su participación.

En cada hogar debería existir una biblioteca, lo mismo que en cada escuela, colegio y casa comunal. Proyectos y planes para crear cadenas de donaciones que nos doten de bibliotecas básicas a lo largo y ancho de todos los países, debían tener prioridad.

Además hay que fomentar políticas culturales que no olviden la importancia de la alfabetización, la lectura y el libro.

La obra literaria tendrá que invadir los periódicos, las radios y las televisoras. Una de las cosas que me han llevado a participar en la organización del Canal 40, canal exclusivamente cultural, es la de abrir espacio al libro, a su comentario, a su análisis, a su historia y a su estructura.

Las editoriales se han confiado al aviso pagado, de tipo comercial y eso es insuficiente. Los escritores rondan la conferencia, la mesa redonda y las presentaciones de su obra. Los libros corren su

propia aventura en un medio hostil a ellos y sólo se comentan a "sotte voche" con gran desconfianza, porque si se halaga o ensalza al escritor se le pueden ir los humos a la cabeza.

Hay que aprender a hablar en voz alta, casi a gritos, por el libro y para el libro. Quitemos la timidez a las editoriales y a los escritores.

Pactos editoriales

La obligación de rebajar el precio al libro y ponerlo en la circulación más amplia posible, nos debe llevar a los pactos editoriales. Estos pactos pueden ser los siguientes:

- 1) Con una buena reseña del libro y del autor, EDUCA con los distribuidores que conoce en el mundo puede divulgarlo y recoger pedidos por adelantado. Esto puede aumentar el tiraje y a mayor cantidad de libros menor será su precio.
- 2) Intercambiar programas editoriales para saber qué se está editando en cada país y así prever que no haya multiplicaciones innecesarias de esfuerzos. Un buen ensayo sobre lo que pasa en Centroamérica puede publicarse desde un país y distribuirse en otros.
- 3) Prestarse negativos con lo cual los costos se reducen significativamente.
- 4) Hacer un catálogo centroamericano del libro y distribuirlo en el mundo, con la ayuda de un organismo internacional.
- 5) Prestarse separaciones de colores para portadas.
- 6) Aceptar trueques de libros que faciliten el conocimiento de las obras literarias de Centroamérica y El Caribe.
- 7) Promover en nuestros países ferias de libros.
- 8) Colocar colecciones de libros mediante pagos reducidos en que se abone mensualmente su costo, es decir, llevar el libro al sistema de ventas de los electrodomésticos.
- 9) Establecer pactos editoriales con otros países fuera de la región, para lograr que la literatura

centroamericana y caribeña sea conocida a lo largo de las Américas y en otros continentes.

Las crisis deben abrir las puertas a la imaginación y a la generosidad. Los puntos expuestos no

son exhaustivos. Sólo pretenden conseguir la colaboración de ustedes, recoger sus propias ideas y enriquecer este trabajo. Ayudarnos unos a otros es la única respuesta que podemos dar ante las situaciones difíciles.