

LAT
475

1409

3

BIBLIOTECA



CENTRO UNIVERSITARIO
DE INVESTIGACIONES
BIBLIOTECOLÓGICAS

LA EDITORIAL NUEVA NICARAGUA: SU
POLITICA, SUS LINEAS DE PRODUCCION

Roberto Díaz Castillo

Ponencia presentada en el Seminario nacional sobre investigación del comportamiento del lector y promoción del hábito de lectura (Managua, 7-9 de agosto de 1985).

1. Antecedentes

Sin pretensión de agotar el tema, evoquemos algunos antecedentes de la Editorial Nueva Nicaragua, empresa cultural creada por la Revolución Popular Sandinista.

Alguien ha dicho que el movimiento editorial en Nicaragua, antes del 19 de julio de 1979, fue rudimentario, carente de criterios profesionales que lo guiaran, espontáneo, en gran medida no planificado, orientado a veces por propósitos altruistas y enmarcado siempre dentro de una concepción comercial de pulpería.¹

Hubo imprentas que como una actividad complementaria de su trabajo cotidiano tuvieron el entusiasmo de editar algunas obras por cuenta propia o por encargo de autores contagiados del mismo entusiasmo. Esas imprentas, de donde salían folletos, novenas, programas de cine, manifiestos políticos y papelería de oficina, se erigieron por necesidad en casas editoras que trocaron su pie de imprenta en improvisado sello editorial. La buena fe tanto como los reveses financieros acompañaron estas experiencias a las que no fueron ajenos los más importantes diarios del país, sobre todo en la época en que arribaron las primeras rotativas. En casas de bibliófilos y librerías de viejo suele producirse a veces el hallazgo que confirma nuestros asertos. Descubrimos allí empolvados volúmenes que revelan su origen más o menos remoto: Tipografía El Correo, Granada, 1930; Editorial del Diario Nicaragüense, Granada, 1935; Talleres Gráficos Pérez, Managua,

1 Luis Rocha, "Algunos datos y consideraciones sobre el movimiento editorial en Nicaragua". Inédito, s.f.

1944; Editorial La Nueva Prensa, Managua, 1948; Editorial El hilo azul, Managua, 1950, fundada y dirigida por Ernesto Cardenal; Tipografía ASEL, de Adán Selva, Managua, 1950, que fue el refugio de los tipógrafos de izquierda; Tipografía Heuperger, Managua, 1953; Impresos Novedades, Managua, 1955, Tipografía Brenes, Managua, 1965.

A los afanes de estas imprentas y editoriales se suma el apareamiento de algunas colecciones de libros: la de bolsillo, concebida por Pablo Antonio Cuadra y editada bajo el signo de la Academia Nicaragüense de la Lengua, que rescató obras literarias, botánicas e históricas (1950); la Colección Somoza, preparada por Andrés Vega Bolaños, que contiene veinte volúmenes sobre historia de Nicaragua (1956), y la minicolección del Club del Libro, creada por Fernando Centeno Zapata (1960).

Intentos de mayor envergadura fueron la Editorial Nuevos Horizontes (1940), que dirigió María Teresa Sánchez, animadora del círculo literario de ese nombre; la Editorial Universitaria, asentada en León (1960), de cuyas prensas salieron libros de texto, revistas y obras literarias; las ediciones de El pez y la serpiente, auspiciadas por la revista que también se llamó así (1960); la Editorial Nicaragüense, fundada y dirigida por Mario Cajina-Vega (1960); las Ediciones Librería Cardenal (1965), cuyo loable proyecto de hacer plaquetes con tapas de cartón se frustró al aparecer la número doce; las ediciones del Centro Universitario de la Universidad Nacional (1970), y la Colección del Banco de América (1970), concebida para requillar culturalmente la imagen del poderoso Banco de América.

Pero el antecedente de mayor relevancia es la Editorial Nueva Nicaragua, iniciativa de Carlos Fonseca Amador que se gestó en el seno del movimiento fundado por él en 1957 y al que dio ese mismo nombre: Nueva Nicaragua. De esta editorial salieron algunas obras de Gregorio Selser y escritos revolucionarios. Nuestro archivo histórico guarda un ejemplar de El pequeño ejército loco, impreso en los talleres de Adán Selva en febrero de 1966, que fue donado por Germán Gaitán. Esfuerzo difícil aquél, de excepcional importancia -comenta Tomás Borge-, si se considera el aislamiento a que estaba sometido entonces el pueblo nicaragüense.²

2. Producción: problemática, logros y perspectivas ,

La iniciativa de Carlos Fonseca Amador cobró vida plena el seis de enero de 1981. En esa fecha, el gobierno sandinista emitió el decreto que crea la Editorial Nueva Nicaragua, cuyo objetivo es la publicación de libros de carácter científico, educativo y cultural para promover la difusión de las ideas, la ciencia y la cultura en el contexto de la revolución.

El desafío estaba planteado. Había que producir alrededor de cincuenta títulos anuales, con tirajes de seis y diez mil ejemplares, a precios muy bajos. Un reto en verdad para cualquier casa editora de América Latina, exceptuada Cuba.

No hubo tiempo suficiente para muchas reflexiones. Era necesario pensar y actuar a la vez. La concepción teórica de la nueva empresa y la

2 Tomás Borge, Carlos, el amanecer ya no es una tentación, Editorial Nueva Nicaragua, Managua, 1982, p. 21.

elaboración de sus planes de trabajo exigía inmediatas acciones prácticas. Simultáneamente se atendían tareas productivas y otras igualmente imposter-gables: dar a la institución una estructura funcional; dar el personal requerido para hacer marchar las cuatro áreas de su quehacer cotidiano -lectorado, diseño, producción y administración-; adquirir útiles, mobiliario y equipos; escoger los talleres de impresión de mayor eficiencia. A todo esto se sumaba la existencia de un plazo perentorio que se antojaba amenazante: las labores habían comenzado el primero de septiembre de 1949 y los primeros seis títulos debían estar impresos el doce de diciembre, fecha en que abriría sus puertas la feria La Piñata.

Los problemas implícitos en el desafío comenzaron a resolverse cuando cumplió el plazo y los seis libros programados aparecieron puntualmente. Con ellos surgió la Biblioteca Popular, primera colección inaugural que ha tenido amplia acogida.

De ahí en adelante la producción aumentó progresivamente en cantidad y calidad. El concurso profesional del diseñador español Maximino Compañero Barredo, tan valioso como oportuno, y el aporte igualmente profesional de los talleres gráficos de la Papelera Industrial Sociedad Anónima PINSA, fueron factores determinantes en el vencimiento de las dificultades. La Editorial Nueva Nicaragua empezaba a afirmarse en la realidad.

Mas hubo otro desafío que afrontar. La producción debía ser autofinanciable. El gobierno contribuiría asignando a la editorial un presupuesto de funcionamiento -salarios, arrendamiento de la sede, gastos de energía eléctrica y otros servicios públicos, mantenimiento de vehículos-

combustible- en el entendido de que la producción de libros se costearía con la venta de éstos. Tras una serie de ensayos, no siempre afortunados, la empresa logró establecer un procedimiento para fijar el precio de los libros basado en la experiencia universal y en necesidades propias: determinar primero los costos generales de producción (editorial y fabril), los descuentos concedidos al distribuidor, los gastos de promoción y propaganda y los derechos de autor, para luego asignar al libro un precio de venta que permita obtener un margen de utilidad igual al del sistema bancario nacional. De acuerdo con este procedimiento, se ha logrado autofinanciar la producción y mantener precios de venta al público que son en extremo bajos.

Veamos algunas cifras.

En los tres primeros años de labores, es decir 1981, 1982 y 1983, la producción de la editorial sólo logró autofinanciarse parcialmente. En 1984 el autofinanciamiento de la producción fue total, con un margen de utilidad del veintidós por ciento. En los meses que van corridos de 1985, el autofinanciamiento de la producción ha sido también total, con un margen de utilidad del sesenta y cuatro por ciento. Esto implica que, como mínimo, la editorial requiere en este momento para convertirse en una empresa plenamente rentable y autofinanciable a la vez, un promedio de ingresos de un millón doscientos veinticinco mil córdobas al mes. No es ocioso agregar que esta cuantiosa suma sólo puede tener origen en las ventas, en la comercialización del libro. De ahí que la gerencia se haya trazado un ambicioso programa acorde con estas exigencias y con con la necesidad de mantener una política de precios bajos y de grandes tirajes.

Para responder a las demandas del lector nicaragüense, la institución, en cumplimiento de la ley, integró su consejo editorial con representantes de los sectores nacionales vinculados al libro: la Junta de Gobierno de Reconstrucción Nacional -ahora, de la presidencia de la república-, los ministerios de cultura y educación, el Consejo nacional de la educación superior, la Asociación sandinista de trabajadores de la cultura, el Instituto de estudio del sandinismo y las organizaciones de masas. Anualmente, este consejo decide qué libros deben editarse y dicta la política editorial. Recibe y discute las iniciativas planteadas, puede solicitar dictámenes de especialistas y adopta medidas que garanticen la satisfacción de un amplio espectro de requerimientos del público lector.

Para que los libros programados sean una contribución efectiva a la educación, la cultura y la ciencia, la editorial agrupa sistemáticamente los títulos en colecciones: la Biblioteca Popular Sandinista, dedicada a divulgar la creación literaria y científica de autores nacionales y de otros países sobre Nicaragua. Comprende ensayo, narrativa, poesía y testimonio, y cuenta ya con veintiún volúmenes publicados. La Biblioteca Popular de Cultura Universal, orientada a difundir la obra literaria de los grandes clásicos, cuyos tirajes, en su mayoría, alcanzan los diez mil ejemplares. Ha publicado treinta títulos de diversos autores, entre quienes figuran Homero, Virgilio, Shakespeare, el Arcipreste de Hita, Manrique, Fernando de Rojas, Juan Ramón Jiménez, Galdós, Valle Inclán, García Lorca, Alexai Tolstoi, Dostoievski, Erasmo, Roland, Tagore, Garcilaso de la Vega, Ercilla, López Velarde, Isaacs, Mármol, Rivera, Gallegos, Cortázar, Nella, Na-

rinello, Mariátegui, Ponce... Ediciones Monimbó, colección que podría considerarse de lujo si no fuera por el bajísimo precio de sus volúmenes, que se imprime con ayuda financiera alemana coordinada en Wuppertal por la Peter Hammer Verlag. Estas ediciones se hacen en papel fino y se ilustran a todo color. Letras de Nicaragua, con quince títulos en circulación, diseñada para dar cabida a los poetas y prosistas nicaragüenses contemporáneos. Pensamiento vivo, que acoge la reflexión doctrinaria de los ideólogos de la revolución sandinista. En sus páginas vive el pensamiento de Sandino, Fonseca, Morales Avilés. Palabra de Nuestra América, martiana como su nombre, abierta a la creación literaria de los autores latinoamericanos. Otras colecciones, con menos títulos publicados son Testimonio, Premio Rubén Darío, Al día y la conmemorativa de los aniversarios de la revolución. La totalidad de los títulos comprendidos en estas colecciones y los que se han editado fuera de ellas, suman hasta la fecha ciento treinta y cinco. Las cifras, por años, son las siguientes: seis, entre septiembre y diciembre de 1981; treinta y seis en 1982; cuarenta y cinco en 1983; veintiocho en 1984, año en el cual solamente se trabajó un semestre debido a desperfectos en el equipo editorial y de impresión; y veinte en el primer semestre de 1985.

Aún falta aludir a otro desafío no menos importante que los anteriores. La calidad del producto. Es preciso reconocer que los atributos del libro publicado por la Editorial Nueva Nicaragua, se deben a la moderna concepción integral aportada por Dieter Masuhr, que hoy se desarrolla y enriquece en manos de María Müller Koch y del equipo de especialistas nacionales en lectorado, diseño y producción. Asimismo, al satisfactorio

trabajo profesional del Complejo papelerero nicaragüense, COMPANIC. Merced a este concurso, los libros que ostentan el conocido sello de las tres letras -ENN- participan con éxito en ferias y otros eventos nacionales e internacionales.

¿Qué conclusiones podrían deducirse de estos datos si se piensa que la Editorial Nueva Nicaragua tiene un compromiso contraído con el pueblo recién alfabetizado y una responsabilidad ante el lector nicaragüense?

Ensayemos algunas.

-El autor nacional, a quien la ciudadanía vedó el derecho de ser leído por su pueblo, es conocido ahora en su propia tierra. De los ciento veintiseis títulos publicados, setenta y cuatro son de autores nacionales.

-Paralelamente, el lector nicaragüense ha pedido tener acceso a los clásicos de la literatura universal. Se han impreso sesenta y tres títulos de autores de diversos países.

-Los grandes tirajes prueban que el consumo de libros satisface necesidades masivas. En menos de cuatro años se han puesto en circulación novecientos cincuenta y cinco mil diez ejemplares. (Los tirajes mínimos son de seis y diez mil y los máximos de veinte, treinta y cuarenta mil copias).

-Según una encuesta llevada a cabo a fines de 1984 en la feria La Piñata, los libros publicados por la Editorial Nueva Nicaragua fueron, entre los artículos vendidos allí, los de más bajo precio.

-Los escritores nacionales -también los no nicaragüenses- tienen garantizado el pago de sus derechos de autor en virtud de un contrato que suscriben con la editorial. Y a través de ésta, que generalmente los representa en el exterior, venden sus derechos a prestigiosas casas editoras del mundo.

-Se ha publicado un título en miskito y está otro en preparación, que será bilingüe. Apenas un granito sobre la arena. La idea es principiar a poner los libros al alcance de un grupo étnico tan importante dentro del proceso revolucionario.

En resumen, aunque todavía está lejana una solución satisfactoria de los problemas que conciernen al libro y la lectura en Nicaragua, la editorial está contribuyendo, con las realizaciones mencionadas, a abrir brecha en este campo. La perspectiva, si se piensa en metas inmediatas, es mantener una producción de cincuenta títulos al año, elevar los tirajes menores, sostener la política de precios bajos y allanar el camino hacia una distribución eficaz y masiva.

3. Relaciones indisolubles entre la producción, la distribución, la lectura y el lector nicaragüense

La producción de libros, por sí misma, carece de sentido. Supone siempre la existencia de dos etapas posteriores que completan un ciclo integral: la distribución y la lectura. El libro sólo cobra vida cuando el lector, su destinatario final, satisface con él la necesidad de leer.

Antiguamente, bastaba con la existencia del productor y el lector. Actualmente, en las sociedades modernas, cualquiera que sea su régimen de vi-

da, es indispensable la presencia del distribuidor. Hoy, los libros se producen en tales cantidades que, por lo general, el editor no puede hacerse cargo de su distribución, circunstancia a la que se suma que el libro, como producto cultural y comercial a la vez, está sujeto a complejas formas de distribución.

Si aplicamos estas generalidades teóricas al caso de la Editorial Nueva Nicaragua, cabe advertir que la función de esta empresa es editar, no imprimir. Su actividad profesional culmina con la entrega de una maqueta de libro a la imprenta, la cual debe ser reproducida en un número determinado de ejemplares. Concluida su impresión, el libro debe pasar -al menos en teoría- a manos del distribuidor, quien pagará al editor, según convenio, el precio de venta al público que éste establezca una vez calculados, para su ulterior deducción, los costos editoriales, fabriles o de impresión, derechos de autor, gastos de promoción y propaganda y un margen razonable de utilidad que garantice tanto el acceso fácil del comprador al libro como la continuidad de la producción.

No obstante este enunciado teórico, la Editorial Nueva Nicaragua se ha convertido en la práctica en una suerte de empresa distribuidora. Gracias a ello ha podido asegurarse el reembolso de sus gastos y procurarse algún beneficio. Debe subrayarse que su producción carece de utilidad.

El procedimiento seguido para distribuir es éste: la empresa denominada Importaciones y exportaciones literarias, S.A, IMELSA, del sector público, adquiere la mayor parte de la producción. El resto lo compran la Distribuidora cultural, del sector privado, librerías de todo el país, supermercados, varias instituciones y otros intermediarios. El departamento comer-

cial de la empresa, transformado no hace mucho en gerencia, atiende estas negociaciones y tiene a su cargo la organización y funcionamiento de la bodega.

La norma que rige para tratar comercialmente con los distribuidores consiste en un descuento variable sobre el precio de tapa de cada ejemplar vendido. Este descuento es mayor o menor según la duración del plazo otorgado para pagar. Una tabla establece los términos de la progresión. Solo en casos excepcionales se concede un descuento superior al cuarenta por ciento.

Es oportuno mencionar, a propósito, la experiencia que tuvo la Editorial Nueva Nicaragua cuando intentó buscar una solución, digamos que no tradicional, no ortodoxa, "política" al problema de la distribución de sus libros. Reunió entonces a representantes de todas las organizaciones de masas y les propuso la venta de algunos títulos con el máximo descuento que se concede a los intermediarios. La idea consistía en poner al alcance de los miembros de esas organizaciones, a precios en extremo bajos, los últimos títulos publicados y otros de su interés. A pesar de la aceptación que pareció tener aquella propuesta y de que se la recibió con explicable optimismo, los resultados fueron desalentadores. Exceptuadas dos organizaciones, que adquirieron tres mil ejemplares, una de ellas, y mil la otra de las Obras de Carlos Fonseca, las restantes se quedaron a la zaga: escasamente solicitaron doscientos veintidós, setenta y cinco, cuarenta y cinco, veintidós... Y eso que se trataba de dos libros fundamentales del comandante en jefe de la Revolución Popular Sandinista.

Claro que también ha habido experiencias positivas en la esfera de la distribución. Por ejemplo, cuando se publicó la Colección Tercer Aniver-

sario, que incluía cuatro volúmenes referidos a la historia revolucionaria, el Ejército Popular Sandinista compró tres mil ejemplares, vale decir la mitad del tiraje. Algo parecido ocurrió al salir la primera edición de La montaña es algo más que una inmensa estepa verde, de Omar Cabezas, de la cual el ministerio del interior reservó una cantidad considerable de ejemplares.

Con la finalidad de crear las bases del que podría ser un sistema menos empírico de distribución de los libros de la Editorial Nueva Nicaragua, se está preparando un proyecto de convenio entre ésta e IMELSA que comprenderá los siguientes aspectos fundamentales: exclusividad de IMELSA para la distribución interna, en el entendido de que a los intermediarios privados que han mantenido y mantienen relaciones directas con la editorial se les garantizarán sus cuotas y descuentos; exclusividad de la distribución externa, salvo cuando la editorial mantenga alguna reserva; participación en las ferias nacionales e internacionales, sobre todo en aquellas que tienen por objeto la comercialización de ejemplares; pago en divisas en los casos en que las ventas se hagan en la misma forma; establecimiento de relaciones directas con bibliotecas públicas y privadas, organismos culturales, clubes del libro, círculos de lectura, universidades, librerías, organizaciones de masas. Ojalá que este convenio permita avanzar en la búsqueda y hallazgo de medios más eficaces para incrementar el hábito de la lectura en Nicaragua.

Las sin duda tediosas consideraciones anteriores se justifican en la medida en que pretenden explicar el complejo proceso que tiene su origen en la actividad editorial, que pasa luego por la impresión y la distribución, y que desemboca finalmente en la lectura. Ningún plan de trabajo

relacionado con el comportamiento del lector y la promoción del hábito de la lectura puede concebirse o emprenderse sin tomar en cuenta la existencia de este proceso. Máxime en un país como Nicaragua, cuya situación económica se agrava con el bloqueo y el embargo impuestos por el gobierno norteamericano y las limitaciones y obstáculos inherentes a las transformaciones revolucionarias. Detrás de cada libro editado, de cada ejemplar impreso y distribuido hay un cúmulo de esfuerzos que no sólo debe ser medido en términos culturales sino económicos. Publicar un libro es a todas luces un hecho cultural. Paralelamente, es un acontecimiento que pertenece al ámbito de la producción, la circulación y el consumo de bienes. En el libro se funden la cultura espiritual y la cultura material, mas no entendidas como expresión de un dualismo metafísico, ni como realidades exclusivas, sino como necesaria diferenciación entre los fenómenos económicos y sociales -que constituyen la categoría general de las condiciones que determinan otra esfera de fenómenos condicionados, dependientes- y los de la superestructura, donde se encuentra el estrato de la conciencia social.

4. El papel de la lectura en el desarrollo nacional

Indudablemente que el objetivo fundamental de todos los esfuerzos que concurren a promover el desarrollo cuantitativo y cualitativo del libro y a incrementar la lectura en el país, es hacer de Nicaragua un pueblo lector. La magnitud de este objetivo demanda la coordinación de numerosas y disímiles actividades: la producción y distribución de libros, el trabajo en las bibliotecas, las librerías, los talleres literarios, los

círculos de lectores, los clubes de libros, los recitales y representaciones públicas de autores, las ferias del libro, los concursos literarios y científicos, la cátedra universitaria, la enseñanza primaria y secundaria, los organismos vinculados al movimiento cultural en todas sus divisiones. Sólo una concepción integral de todas estas actividades, de todo este trabajo, puede conducir a la acertada solución de los complejos problemas implícitos en el mundo del libro y la lectura. Sólo el exacto conocimiento de todo el quehacer ligado al libro y la lectura y su sistemática e integral atención, pueden generar acciones basadas en realidades que excluyan el empirismo y la fantasía.

De acuerdo con esta concepción integral, global del libro y la lectura, podrían crearse las condiciones para hacer de esta última una acción social constante que desarrolle en el pueblo la capacidad de edificar su futuro cultural. Leer será en el porvenir algo más que una técnica al servicio de la traducción de símbolos: la lectura se convertirá entonces en un aprendizaje, crítico y reflexivo, porque el libro es "la más pequeña, la más barata y eficiente de las universidades".³

5. Algunas orientaciones prácticas para la investigación sobre el comportamiento del lector y la promoción del hábito de la lectura

Quizás la recomendación más amplia y más práctica que puede hacerse es la de coordinar los esfuerzos que se llevan a cabo en la esfera del libro y la lectura. Ya se dijo que es imprescindible concebir como un todo articulado el quehacer de las editoriales, las empresas distribuidoras de

³ Esta expresión es de Armando Hart.

bros, las bibliotecas, las librerías, los organismos encargados de la difusión cultural, las organizaciones de masas. Habría que pensar en la conveniencia de dar continuidad orgánica al Seminario nacional sobre la investigación del comportamiento del lector y la promoción del hábito de la lectura, para que determinados núcleos de trabajo se encarguen de buscar soluciones parciales a ciertos problemas, a fin de considerar en seguida sus puntos de vista en asambleas u organismos más amplios. De esta manera -ojalá sin caer en los vicios estériles del burocratismo- podría llegarse al próximo seminario con propuestas concretas, previamente discutidas y respaldadas por un consenso de especialistas.

Ante la dimensión del objetivo y la complejidad de la tarea -hacer de Nicaragua un pueblo lector-, es preciso el trabajo organizado, el trabajo en equipo, la acción de los especialistas. La lectura no es un fin en sí mismo. Es la aptitud para dominar todos los conocimientos. Organicémonos, avancemos, que un pueblo es más libre -lo decía Martí- cuando es más culto.