

LIBRERÍA VIRTUAL

Carlos Montemayor

LOS LIBROS DE LA UAM EN INTERNET

Bernardo Ruiz
Dirección de publicaciones y producción editorial, UAM

EL 18 DE FEBRERO SE PRESENTÓ la Librería Virtual Carlos Montemayor, que coordina la Rectoría General con cada una de las Unidades de la UAM; el objetivo es promover a través de Internet los libros y publicaciones de nuestro catálogo vivo, accesible a través de la dirección www.libreriavirtual.uam.mx

El proyecto implica también una creciente oferta de libros electrónicos de nuestros autores.

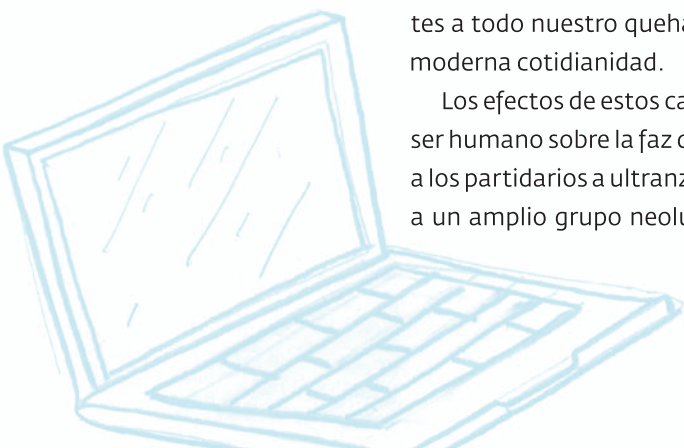
A continuación presentamos el texto que Bernardo Ruíz preparó para la ceremonia de inauguración:

Como uno de los primeros editores de la Universidad, allá en la Unidad Azcapotzalco, al inicio de los años ochenta, atestigüé la transición del linotipo a la composición electrónica, y el desarrollo de las diversas tecnologías que se han sucedido para conservar la historia, las tradiciones y el pensamiento de la humanidad a través del libro.

Cada paso en este proceso, asombra y despierta la curiosidad. El trabajo editorial y la distribución de los libros son propiamente oficios sin frontera; actividades por lo general respetadas; aunque no por ello han dejado de sufrir persecuciones y penalidades a lo largo de la historia —a la par que las grandes ideas, plurales doctrinas, y diferentes tesis y teorías.

De ahí que en 1994, cuando se multiplicó exponencialmente con la apertura de la red la posibilidad de comunicación para la humanidad, confirmé que el multicitado *Fin de la historia* de Francis Fukuyama se refería simplemente al parteaguas de un nuevo periodo en el anecdotario de nuestra especie: el hombre había llegado a la Luna; las computadoras personales ampliaban su influencia en toda actividad humana; y la recién integrada *World Wide Web* prometía tender puentes a todo nuestro quehacer, tal y como lo hemos comprobado en la moderna cotidianidad.

Los efectos de estos cambios han sacudido el modo de vida de todo ser humano sobre la faz de la Tierra. Tenemos, también, por una parte a los partidarios a ultranza de estos nuevos instrumentos, y por la otra a un amplio grupo neoluddista, por llamarlo de algún modo, reacio



a esta nueva forma de vida, que rechaza incluso el empleo de un cajero automático por considerarlo un riesgo fuera de su control.

Quedamos en medio quienes usamos estas cajas negras, con las ventajas y desventajas que esto implica; si bien, le echamos la culpa a Slim o a Bill Gates, sin mayor cargo de conciencia, cuando algo no funciona, ya sea en nuestra pc o en nuestro celular.

En el trabajo editorial, las nuevas tecnologías han simplificado los procesos de pre prensa; sin embargo, el cuidado del texto sigue siendo una relación intensamente humana. Los procesos de impresión, de igual manera, requieren de una afilada atención y de un atento cuidado individual. La supervisión de cada resultado necesita de una persona que garantice a los lectores que un libro impreso siga siendo el adecuado transmisor de una propuesta original.

Y así, pienso, seguirá siendo. Ante la actual disyuntiva de las nuevas técnicas de producción editorial, no faltan los apóstoles y los iluminados a quienes se les llena la boca al profetizar acerca de la muerte del libro impreso. Es fácil asustar a la gente a través de los medios —los cuales tampoco han muerto, sino evolucionado.

Los sociólogos y los etnólogos tienen materia para analizar estos fenómenos; ejemplifico: por más cómodos que sean los modernos remolques, nadie piensa que sea universalmente útil abandonar toda casa para irse a vivir en bonitas versiones actualizadas de las viejas caravanas. Asimismo, cabe considerar que el *punchis punchis* y el *rock* pesado no han desplazado a los jóvenes de las escuelas de música, ni han quedado vacías las salas de conciertos; y que seguimos gozando del teatro con los buenos actores; sea con la escena colmada de efectos y escenografías apabullantes, o entre cartón y papel. Finalmente, por medio de la actuación de soberbios actores, Shakespeare sigue siendo el gran viejo Willy. Y un largo etcétera.

Puede darse, no lo niego, un ajuste descendente en cifras, pero el libro impreso permanecerá muchos años todavía entre nosotros. Es previsible. Es en la comercialización donde los procesos de masificación han variado su escenario; pero recordemos: en el pasado, para los textos de Cicerón sólo hicieron falta que sus copistas elaboraran 74 originales para garantizar su permanencia entre nosotros. En ese orden de ideas, Malcom Lowry tiene un verso donde afirma “La fama te quema la casa”; lo cual en su caso está confirmado.

Para una universidad, entonces, el mejor criterio que justifica su producción editorial está, no en la cantidad de ediciones o en los altos tirajes, ni en los récords de ventas; sino en su capacidad para llegar a los lectores interesados, a los lectores ideales de un título, sin despreciar por ello su tarea educadora: hacer nuevos lectores, profesionales, críticos; aunque —como gustaba de repetir Alí Chumacero—: “sabemos bien que diversos



compradores no dejarán de ser *amateurs*, personas meramente aficionadas a la lectura, lo que es una decisión personal muy respetable”.

Que se responsabilice a los editores universitarios de los tirajes y los modos de producción, debe ser el criterio aceptado, porque siempre son escasos los recursos para hacer libros y para llevarlos a los lectores, lo cual es nuestra tarea. Además, claro, lo es también que nos corresponde ser el fiel de la balanza para el natural, y a veces desenfrenado amor maternal o patriarcal que todo autor tiene por sus criaturas y sus genes, como toda persona.

Por senda parecida, se encuentra la labor del distribuidor y de los encargados de las librerías. En caso de que un libro no se venda o no se encuentre, el natural culpable de esta situación –el imaginario colectivo afirma– está entre ellos o en sus confabulaciones contra los autores. De existir en la Edad Media este noble oficio, la mayoría de ellos habría sido excomulgado, declarado anatema y llevado a la hoguera.

En el trabajo editorial, las nuevas tecnologías han simplificado los procesos de pre prensa; sin embargo, el cuidado del texto sigue siendo una relación intensamente humana.

Las editoriales universitarias y las del sector público no son ajenas a esta circunstancia; afirmaba recientemente Enrique Fernández Fassnacht, rector general de la UAM: “si bien los aspectos de producción de un libro son ampliamente conocidos, la parte inherente a la distribución, como dice Pérez Reverté, es en México territorio comanche: un entorno inmenso y desconocido”.

La UAM contó hasta 2010 con un pequeño grupo de distribuidores y promotores de publicaciones. Propiamente su número se mantenía constante desde la creación de la Dirección de Difusión Cultural al inicio de los ochenta. De modo que, 30 años después, si bien se contaba con un mejor sistema de librerías, se carecía de un sistema de distribución actualizado y de una sólida infraestructura tecnológica.¹

Con base en un esfuerzo de la universidad en su conjunto estas situaciones se han resuelto en los años recientes y ahora se enlazan todas nuestras librerías, con nuestro inventario en tiempo real. Al solucionarse los obstáculos administrativos y tecnológicos más urgentes, ha sido posible incorporar a la UAM a la distribución por medio de una librería virtual. Lo cual no es necesariamente una panacea.

Tengamos presente que, para el mundo de hoy, Jeff Bezos es un hombre al que hay que bendecir junto a Jason Epstein. Ambos desarrollaron



durante los ochenta y los noventa el esfuerzo para abrir los espacios virtuales al manejo y la venta de libros. En sus experimentos por hacer viable la venta en línea de libros impresos, Bezos perdió más de mil millones de dólares en un proyecto fracasado, que se llamaba ya *Amazon.com*.

Cuenta Epstein que Bezos acostumbraba jugar con pérdida la operación de sus sitio... y lograba perder. Vender libros a precios competitivos no era un negocio hace 20 años, ni hace 10. A pesar de los repetidos fracasos, que continuaron hasta el fin del siglo, Bezos insistió en ajustar su modelo de operación hasta el punto en que hoy lo conocemos: una amplia tienda departamental, junto con una enorme librería de impresos que subsidia sus propias tabletas de tinta electrónica para editar, a su vez, textos clásicos, modernos, educativos y *bestsellers*, en un formato computacional propio. Esto es, libros electrónicos. A su vez, impulsó su antiguo proyecto en combinación con los autores para publicar sus libros en su propia editorial virtual.

En México, la sola venta y distribución de libros impresos con los actuales criterios de la Ley del Libro, que se aprobó antes de esta transición tecnológica, permite contemplar que una librería y la distribución de publicaciones impresas difícilmente puede operar en un punto de equilibrio deseable.

Ante esta escena, se ha considerado publicar libros electrónicos en la UAM: esta circunstancia permitirá impulsar la lectura a través de un procedimiento que de origen facilita su difusión y menor costo, si bien el riesgo incidirá en la protección y manejo de los derechos de autor.

Ante estos obstáculos, el panorama para los libros educativos es privilegiado, si asumimos que educar en el respeto al derecho autorial es nuestra obligación; lo cual implica correr el riesgo de que algunos libros electrónicos se copien indiscriminadamente. En la UAM, optamos por difundir libremente aquellos libros electrónicos que por naturaleza o acuerdo son del dominio público. Y propiciaremos los cuidados protocolarios estándar en la elaboración y distribución de aquellos para quienes debemos vigilar y garantizar sus derechos.

Como amigo y colega de Carlos Montemayor,² mucho agradezco a la Universidad Autónoma Metropolitana el que la librería virtual de nuestra Casa abierta al tiempo lleve su nombre y se dé con ella un nuevo impulso a las publicaciones de nuestros autores. ♦

1. Se calcula que la UAM imprime alrededor de 250 000 ejemplares al año. De ellos se distribuyen más de 45 000 volúmenes anualmente a través de la labor de los 11 trabajadores adscritos a la Subdirección de Distribución de la DDPPE, quienes en coordinación con las Unidades participan en más de 50 ferias del libro internacionales, nacionales y locales por año; además de alimentar el sistema de librerías UAM y 10 de las grandes cadenas libreras –independientemente de su constante participación en las presentaciones de nuestros autores en diversos foros.

2. A lo largo de 1980, el entonces rector general, el reconocido filósofo Fernando Salmerón, sentó las bases de lo que fue la Dirección de Difusión Cultural de la Universidad Autónoma Metropolitana. La responsabilidad de aquel proyecto estuvo a cargo de uno de nuestros profesores fundadores, el escritor Carlos Montemayor (1946-2010).