

Investigación Educativa

El papel de la Universidad en la difusión de la cultura

**Entrevista con el Dr. Leopoldo García Colín-Sherer
Por Laura González Zárate**

XV ANIVERSARIO

El Dr. Leopoldo García-Colín Scherer es un destacado académico e investigador reconocido a nivel mundial por sus relevantes aportaciones a la Física y las Matemáticas.

Doctor en Filosofía, con especialidad en Física por la Universidad de Maryland en 1960, ha contribuido a lo largo de toda su carrera a impulsar el desarrollo de las ciencias físico-matemáticas; colaborando, entre otros cargos, como profesor e investigador en la Escuela Superior de Física y Matemáticas del Instituto Politécnico Nacional, y en el Centro de Investigaciones y Estudios Avanzados del mismo; Investigador en la Facultad de Ciencias de la Universidad Autónoma de Puebla; fundador y actual profesor e investigador de la Universidad Autónoma Metropolitana Unidad Iztapalapa.

Ha dirigido numerosas tesis de Licenciatura, Maestría y Doctorado, en Física y en Ciencias. Lleva publicados aproximadamente 188 artículos de investigación en revistas internacionales especializadas en Física, y un aproximado de 60 publicaciones de enseñanza y divulgación.

Entre sus reconocimientos destacan, el *Premio de Ciencias* de la Academia de la Investigación Científica en 1965; la *Cátedra J.D. Van Der Waals* de la Universidad de Ámsterdam, en Holanda en 1976. Miembro del Consejo Nacional en 1977, de la Academia de Ciencias de América Latina en 1986; profesor distinguido de la Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Iztapalapa desde 1983. Doctorado *Honoris Causa* de la Universidad Iberoamericana en 1991 y de la Universidad Autónoma de Puebla en 1995; entre otros muchos reconocimientos internacionales.

Desde siempre, profesor comprometido con su oficio, dispuesto a transmitir y compartir sus conocimientos, y siempre resuelto a transformar la Universidad y la vida académica en una experiencia invaluable, respondió a *Reencuentro* sobre:

¿Cuál es el papel de la Universidad en la difusión de la cultura?

“La Universidad tiene la obligación de ejercer tres funciones: una es la creación; otra, la creación del conocimiento, y la tercera es la difusión de ese conocimiento junto con la difusión cultural a la sociedad, que es la que finalmente mantiene y soporta la Universidad, esto es clarísimo.”

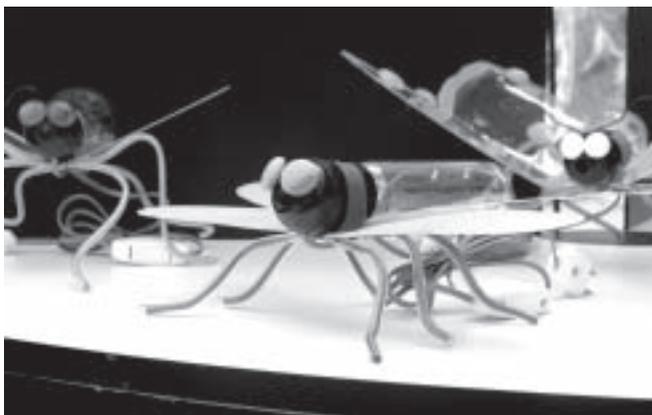
“El punto es cómo se hace, pues no siempre ocurre, esto es en términos generales, no estoy particularizando porque el Instituto Politécnico Nacional, el CINVESTAV, la misma UAM a través de *Contactos* en alguna época —creo que ya desapareció— y su revista *Reencuentro* y luego *Casa y tiempo*, y la UNAM con otras revistas, han tomado el papel de difundir la cultura.”

“No es una objeción, mi comentario al respecto es que creo que la forma en que se hace llega a un público pequeño. Por ejemplo, si usted me pregunta dónde consigo un ejemplar de *Reencuentro*, yo no tengo la menor idea; si voy a una librería de las habituales, quizá *Sanborn*’s, la librería de *El Sótano*, no es fácil encontrar estas revistas.”

“Ese fue el problema con *Contactos*, y en su momento con *Naturaleza* hace muchos años en la UAM. Este tipo de difusión cultural lo conocemos quienes estamos interesados en la cultura dentro de la Universidad, *in situ*, y quizás unas cuantas

personas, que por razones más casuísticas personales u otras, están en contacto con la gente que hace la difusión de la cultura, pero al público en general me parece que no llegan en la forma en que deberían llegar. Inclusive si usted se va afuera a hacer un análisis de las revistas que tienen ese fin en México, salvo las revistas que tienen un prestigio enorme y que esencialmente están enfocadas a la difusión de las ciencias sociales, el arte, las humanidades, etcétera, las revistas científicas tienden a desaparecer, yo no conozco una que haya sobrevivido más de 15 o 20 años.”

“Ahí hay dos razones: una es que no se dan a conocer, la otra, que el público no está acostumbrado a leer difusión de la ciencia. Por ejemplo, hay una versión en castellano del *Scientifics Americans*, por cierto, me limito a la difusión de la cultura en su aspecto científico, pero ahí hay un problema, si usted se ha dado cuenta, cuando se habla de cultura en México se excluye a la ciencia, es decir, la cultura en México es una cosa y la ciencia es



Fotografía: José Ventura

otra, ese es el primer error; pero cuando se habla de difusión de la ciencia, las revistas escritas en idioma extranjero tienen más repercusión en el medio que las que están escritas en castellano, a pesar de las traducciones. La misma *Scientifics Americans* en su versión en español se vende menos que la versión en inglés yo mismo estoy suscrito a la versión en inglés, porque es más cómodo, porque lo encuentro, porque me llega por correo.”

“En términos generales, la difusión de la ciencia y la cultura en México todavía es un problema en donde hay mucho por hacer, se ha hecho poco en función del potencial teórico que tiene la sociedad mexicana para poder compenetrarse de esta actividad.”

Con respecto a los factores que agravan esta situación, el Dr. García Colín-Sherer destaca el tema de la lectura:

“En México no se lee. México no es un país de lectores, 75 libros al año *per cápita*, tenemos ese tipo de problemas, y finalmente algo hay que hacer de alguna manera.”

¿Cuáles serían las acciones que tendría que emprender la Universidad para lograr que haya más difusión?

“Esa es una buena pregunta, y yo nunca me he puesto a pensar..., como no me dedico a eso, escribo mucho para difundir la cultura a varios niveles y en varias formas, por ejemplo *Ciencia para todos* en el Fondo de Cultura Económica, pero son libros; si me hace la pregunta en concreto ¿qué debería hacer la Universidad?, no sabría responderle, darle una respuesta con un contenido realista, con un contenido objetivo.”

“Sin embargo, lo primero que haría es que no se publicaran tantas revistas, porque hay demasiadas que no llegan a un mercado real; una de las tragedias en México es que todo el mundo quiere tener una revista, y yo me pregunto quién tiene, primero tiempo, y segundo dinero para estar comprando tantas revistas de difusión; después deberían centrarse esas revistas en un número óptimamente elegido, y yo no sé cuál es ese número ni cuáles son esos criterios de optimización para darles, ahora sí, a éstas una difusión más amplia, es decir, llevarlos a un nivel donde por los menos sean accesibles a otro público que no sólo sea el público cautivo de la Universidad. Qué tan fácil es esto, no lo sé. La experiencia muestra que debe ser difícil porque, insisto, todas estas revistas tienden a desaparecer. Hay revistas de la UNAM que se han mantenido pero, ¿se mantienen porque realmente llegan a un público muy amplio?, o ¿se mantienen porque la universidad tiene un público cautivo muy amplio?, que no es lo mismo; la UAM no tiene el público cautivo que tiene la UNAM porque no tenemos ni la tradición ni la vida, ni la edad que tiene la UNAM, esa es una pregunta que yo examinaría con mucho cuidado. Realmente la UNAM en sus revistas más connotadas tiene éxito porque su público cautivo es mayor, o porque realmente llegan

a un público más amplio, cosa que nosotros todavía no tenemos, por ejemplo.”

“Hay que buscar ese tipo de criterios y realmente optimizar las revistas en número y calidad para lograr satisfacer a un público un poco más general, que es difícil, y lo es porque la gente en México no está acostumbrada a adquirir ni a leer este tipo de publicaciones; lee las otras porquerías que andan por ahí, como *Confidencias*, espectáculos y todas esas vaciladas que sí compra, pero las revistas de difusión cultural no tienen la misma suerte.”

“Es una respuesta vaga, porque realmente no me he dedicado al problema de la mercadotecnia de la difusión cultural. Es más, le voy a dar un ejemplo que es muy elocuente: desde 1986, estoy en el Consejo Editorial del Fondo de Cultura Económica, que ahora es el Consejo Tecnológico y Científico del Fondo de Cultura Económica, y la colección que comenzó como *Ciencia desde México*, ahora es *Ciencia para todos*, está formada por unos libritos que cuestan 20 pesos, lo que cuesta una revista de esas [se refiere a las revistas comerciales] y usted no sabe la dificultad que ha habido en la distribución de estos libritos, es un verdadero problema; fuera de las librerías del Fondo, en aproximadamente 17 años siempre hay problemas con la distribución de libros, porque los libreros ya no son libreros, son comerciantes y no saben lo que es vender un libro, quieren 50 ejemplares para tenerlos ahí con ciertas concesiones, en pagos no sé cómo, los libros se echan a perder o no se venden, o no los anuncian, etcétera.”

“El problema de la distribución de libros es serio en México, se lo digo por la experiencia con esa colección que es muy buena. Ese problema no es fácil de resolver, por eso cuando me pregunta a mí lo que haría, no sé. Entre otras cosas, me pondría en contacto con la gente del Fondo y les preguntaría qué hacen para más o menos optimizar su distribución porque no es nada fácil.”

**Si estamos hablando de un país
donde no hay lectores
¿qué otros medios podrían
servir para la difusión?**

“La televisión, pero cuánto cuesta. El problema es que en la televisión, a las nueve de la noche, no se va a competir con *Mirada de mujer* o todas esas

tonterías que pasan. Es el mismo problema que con los libros o las revistas, nada más que puesto en la pantalla; las horas pico de la televisión, en donde realmente la gente se avoca a verla, están en manos de todas estas telenovelas y todas esas porquerías que son una burla a la inteligencia de cualquier ser normal, pero es lo que la gente ve, trate de meterles un programa como *Cosmos* de Carl Sagan, y no lo ven, o lo ve la minoría y estoy hablando de un programa que es élite de la difusión de la ciencia o *El espejo enterrado* de Carlos Fuentes que es una obra preciosa y está en video. Métalo en la televisión a las ocho de la noche y nadie lo ve o lo ve una minoría, sin dejar de mencionar que esto significaría un colapso financiero para la televisora, porque la gente no lo ve, no le importa.”

“Le voy a dar un ejemplo: hace muchos años canal 11, que se precia de ser el canal de la cultura, tenía un programa que se llamaba *Espectáculo sin límites*, donde transmitían una ópera videograbada de una calidad extraordinaria, ese programa desapareció y era una vez a la semana, los domingos en la tarde, yo rara vez me perdía uno pero yo soy amante de la ópera, pero cuánta gente se va a sentar a ver televisión de las cuatro a las siete de la noche a ver una ópera, cuántos, 1000, 2000 son muchos. ¿Qué hacen?, quitan el programa.”

“No es un problema nada más de otros medios, es un problema de educación, es decir, las fallas de la transmisión de la cultura en México, en el medio que se quiera, no es que no haya buen material, sino que la gente no está acostumbrada, no se le ha ensañado el valor de ese material y éste es un defecto que viene desde la primaria y la secundaria.”

“La solución es educación, y con esto ya caímos en otro renglón. A la gente no se le educa desde la primaria a leer, a adquirir conocimiento por el placer de adquirir conocimiento, se le enseña a memorizar tonterías que luego tienen que repetir como pericos y que a los dos días ya se les olvidaron. No se les inculca ese placer por saber más, y eso es mala educación, por eso hay que empezar por ahí.”

“Si usted quiere más lectores en México tiene que empezar por decirles a esos señores que están en las primarias y en las secundarias que tienen que enseñar al alumno el valor de leer, de leer ya sea en pantalla o directamente de los libros y revistas que les permitan adquirir el conocimiento de

esta sociedad y de este siglo, el conocimiento contemporáneo.”

¿Cree que en un futuro la Universidad tenga la capacidad para lograr una mayor y mejor difusión de la cultura?

“Eso depende de qué quiera hacer la Universidad, en teoría los puede tener, el problema que se plantea ahí es: *a)* vale la pena tenerlos, *b)* cómo los van a emplear, y *c)* qué impacto van a tener.”

“En teoría los puede tener —reitera—, invierta usted más dinero en tener gente capaz de hacer difusión de la cultura y en teoría los puede tener, pero, ¿vale la pena?, ¿va a redituarse?, culturalmente, no estoy hablando económicamente, ¿va a redituarse?, ¿se va a apreciar el esfuerzo? Después de 17 años en el Fondo de Cultura Económica digo que quien sabe. Las cosas apuntan al lado opuesto, no al lado de las mejoras en estas actividades. Yo

lo veo enseñando aquí en la UAM, dígame a un estudiante ‘léete esto para mañana’ y contestan ‘leer, qué es eso’, nadie lee nada.”

“La forma en que la Universidad podría contribuir mucho en la difusión, no es tanto a través de una obra de difusión de carácter global sino de una actividad incorporada a los programas de estudio de las primarias, secundarias y prepas, es decir, dejar que la Universidad haga o tenga un tiempo en manos de sus buenos profesores para que ellos hagan un esfuerzo por difundir el conocimiento a esos niveles, que les enseñen a los muchachos que hay otra cosa además de lo que mal les enseñan en esos niveles, ahí sí puede hacer mucho la Universidad, y yo empezaría por ahí, porque ahí es donde se siembra. Si en este momento la quiere sembrar en los habitantes de Bosques de las Lomas, del Pedregal, etcétera, va a encontrar que la receptividad es muy baja. En los niños, ahí es donde se puede moldear, y eso es lo más importante.”

