

El libro y el editor

Ximena Urbina
Profesora del Instituto de Historia

El libro es una obra manuscrita, impresa o pintada -por ejemplo, los códices mesoamericanos son pintados- en una serie de hojas de papel (o de pergamino, u otro material) unidas por un lado, es decir, encuadernadas, y protegidas por tapas, también llamadas cubiertas. Se le llama libro a las obras que tienen desde 49 páginas hacia arriba; de 5 a 48 páginas, folleto; y de 1 a 4, hojas sueltas. A pesar de esta definición, no dejo fuera al libro electrónico o digital, ni al audiolibro.

Ya en la antigua China había libros, hechos de papel de arroz, mientras que en Mesoamérica (prehispánica) se hacían de papel de amate, y de papiro, en el Egipto de los faraones. El papiro fue el que se extendió a Grecia y Roma, y se usaba en forma de rollos. En la Edad Media se extendió el uso el Códice, libro que era más compacto y fácil de manejar que los rollos, y que permitía que se usasen ambas caras del papel. Estos son los que llamamos, genéricamente, manuscritos.

La imprenta se inventó en 1440, y en pleno florecimiento del Humanismo y de la Reforma de Lutero se vio en el libro un medio de difusión masivo, cuando lo que más interesaba era difundir las nuevas ideas. Fue el inicio de una época de expansión bibliográfica y del pensamiento crítico, lo que impulsó el crecimiento de la industria del libro. Fue esta época, la Moderna, la del auge de las universidades, y ello ayudó a la propagación del libro entre las élites intelectuales laicas y religiosas. El gusto de esta élite se propagó, en el siglo XVIII -cuando más gente sabía leer y escribir- al resto de la sociedad. Habiendo superado dificultades tecnológicas, el libro era más barato y de más fácil acceso. En este siglo, el XVIII, nació el escritor profesional, que ya no necesitaba de un mecenas, y el editor.

Es el editor el que valora el texto del libro. El texto del libro, o su contenido, es lo más importante de él. El libro -su texto- ha sido y sigue siendo el medio para conservar y difundir las ideas y los conocimientos.

Además del texto, que es la razón de ser de un libro, el libro es también un objeto. Es un producto fabricado (comparecen aquí las técnicas de la escritura, y las técnicas y procedimientos para fabricarlo); es un artículo de comercio (como objeto, por lo tanto, interesa, a los estudios desde la Economía, o desde la Sociología); y puede ser, también, un objeto de arte, con valor por la belleza de su presentación, de su ilustración, o de su encuadernación.

Es el libro, por lo tanto, importante por su texto, pero también como objeto. Y en ambas vertientes es vital la labor del editor.

El editor (o la editorial) es quien toma la decisión de divulgar (es decir, publicar) un determinado texto. Para eso tiene un criterio, dado por su autoridad en el saber.

El editor (o sello editorial) tiene un rol fundamental, porque para serlo tiene bajo su responsabilidad varias tareas.

a. La primera es asegurar la calidad de los procesos editoriales que dan origen al libro. Esto quiere decir:

- La recepción de los manuscritos, es decir, la entrega del original: el autor lo entrega al editor con el fin de que éste lo evalúe en su calidad, y decida si puede publicarse o no.
- La dictaminación. Es decir, el editor (o sello, o consejo editorial) dictamina si el libro puede publicarse o no -puede ser, previa consulta a especialistas en la materia del libro-, teniendo en cuenta, además de la calidad del texto, la factibilidad (el costo).
- La aceptación del original y el contrato con el autor
- La edición del original
- La corrección de estilo
- El diseño gráfico
- La composición o diagramación
- Nuevas correcciones, la impresión, encuadernación y acabados.

Todo esto corresponde a una de las tareas del editor. Otras, aún más importantes y que apelan al amor por los libros que debe tener, son:

b. Descubrir autores y temas. El editor pide la elaboración de un texto a uno o más autores. Es decir, como también conoce los intereses de la sociedad, y conoce al posible público, sabe vincular a la editorial y a la sociedad. Fomenta, por lo tanto, la creación de conocimiento.

c. Construir y difundir el fondo editorial que tiene. Lo construye y difunde mediante colecciones y series, que pueden ser libros académicos, los que normalmente llamamos monografías; obras de referencia, que son en las que se hace referencia a la información, como catálogos, enciclopedias, diccionarios, bibliografías; y libros de texto o manuales de instrucción, como los libros escolares o universitarios. Ello es tarea del editor, construir y acrecentar su fondo editorial, y difundirlo.

d. Organizar la distribución y venta de sus libros, con el fin de adquirir nuevos lectores y afianzar los que ya tiene. La distribución es la mediación entre el editor (editorial) y el vendedor de libros (librerías). Y otra cosa es la publicidad: normalmente, una editorial tiene un departamento de marketing.

- Y conseguir que los resultados financieros sean positivos.

Me gustaría que en nuestra Universidad, no fuera este último el único criterio para valorar nuestra editorial: el que los resultados financieros sean positivos. Además, creo, en gran parte son positivos no gracias a la cantidad de ventas, sino a que una parte importante de los libros que publica nuestra editorial son financiados por el concurso Fondo del Libro o financiados por dineros que vienen de las propias unidades académicas y vicerrectorías de la Universidad. Es decir, son libros por los que, antes de que salgan de la imprenta, nuestra editorial ya ha recibido el pago adelantado por el coste de la publicación. Esto, además, puede significar que, como los libros ya han ganado el concurso del Fondo del Libro u otros, y vienen ya financiados, nosotros -la Universidad- los publiquemos sin, quizá, revisar que sus contenidos sean acordes con los principios de nuestra Universidad.

He dejado de manifiesto las muchas tareas del editor, quien por la autoridad que le da el saber de libros, es quien recibe manuscritos, descubre autores, temas, y construye y difunde el fondo editorial. Por eso, sería deseable que nuestro editor (editorial) sea de la mejor calidad posible. Quizá los académicos podríamos ser el editor, o formemos parte de un consejo editorial y participemos de estas tareas. Sin un editor, una editorial pasa a ser, en la práctica, solo una imprenta. Un editor (un consejo editorial), al contrario, establece criterios que custodian la calidad del libro, como texto y como objeto, de manera tal que se cumple la esencia del concepto edición, que es corrección. Un editor debe hacer que el texto del libro se haga, se corrija, y se mejore.

Me gustaría, también, que se acrecentase nuestro fondo editorial, con nuevas series y colecciones, que contemplen monografías, obras de referencia y textos de estudio. Y que la editorial sea quien, también, además de otras instancias universitarias, como la Dirección de Investigación, nos convoque a la investigación colaborativa e interdisciplinaria.

Sería bueno, asimismo, que los libros de nuestra editorial estén en las librerías. Hoy no lo están.

Aunque la Universidad no nos pide ello, cuando los académicos pensamos en una editorial donde publicar nuestros libros, casi la totalidad de las veces lo hacemos en nuestra editorial. Nos parece natural. También, publicamos en nuestra editorial las revistas científicas de nuestros institutos y escuelas. A ella le damos los recursos, y lo hacemos porque, aunque nuestra editorial funcione, en la práctica, solo como una imprenta, sentimos que es ella la que debe publicar nuestra producción científica. Y si es, en la práctica, una imprenta, entonces deberíamos imprimir allí los documentos oficiales de la Universidad, claro que, con precios al costo, porque es nuestra.

Quisiera que como universidad nos comprometamos más con la difusión del conocimiento, y que cautelemos que nuestra editorial vele por producir, además de las investigaciones de sus académicos, textos de interés para los estudiantes, baratos. Y promoverla con impulso a proyectos de libros. Creo que, dentro de nuestra universidad, contamos con todo lo necesario para tener un sello editorial sólido, prestigioso, selectivo, que a la vez difunda y ponga al alcance de todos.

Una editorial universitaria no es como las demás, es universitaria, y debe contribuir a crear e incrementar la calidad y difusión, a nivel nacional e internacional, de los resultados del trabajo científico y artístico que produce la comunidad universitaria. La misión de la Universidad debe promoverse mediante la difusión de conocimientos a través de sus libros.

Muchas gracias.