

# ¿QUÉ SERÍA DE LOS LIBROS SIN SUS LECTORES?



**Luis Bernardo Peña Borrero**

*Autor colombiano, editor y lector  
de libros universitarios.*

Hace no muchos años, un profesor universitario que quería publicar un libro debía recurrir a las pocas editoriales comerciales interesadas en esta clase de publicaciones y esperar pacientemente la decisión de la editorial, tiempo en el cual la obra empezaba a desactualizarse. Hoy existen en Colombia 67 editoriales universitarias que publican libros profesionales y de interés general en distintos campos del conocimiento, tanto en formato impreso como digital, un fenómeno que Nicolás Morales ha denominado “el boom de las editoriales universitarias”. Mientras que en 1987 las universidades colombianas publicaban solo 470 títulos por año, tres décadas después, la cifra de libros universitarios publicados anualmente asciende a 4 600 libros por año, un número que según el autor representa la cuarta parte del total de nuevos títulos publicados anualmente por la industria editorial colombiana (Morales, 2018).

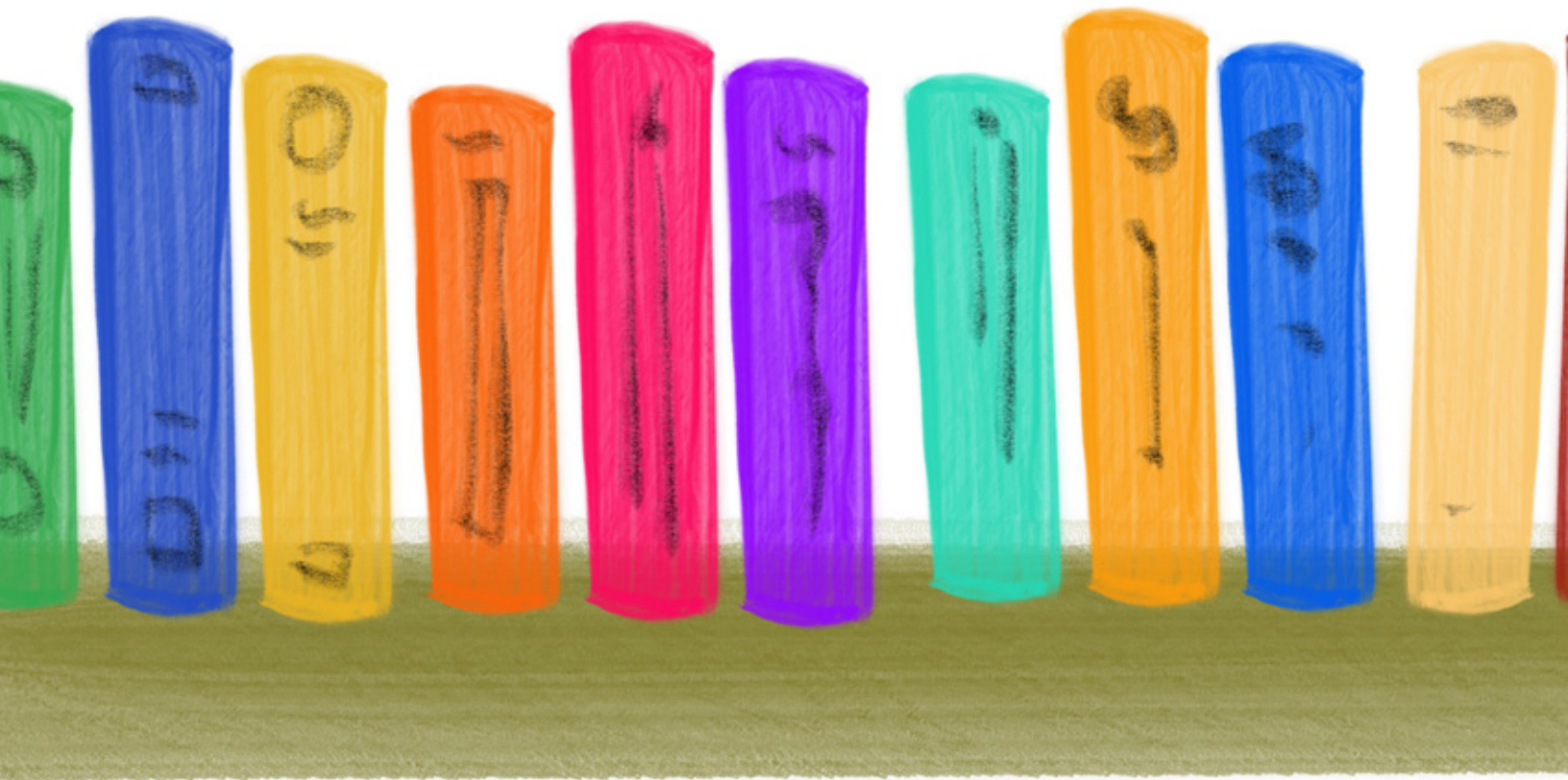
Que los estudiantes, los profesores y los lectores interesados podamos contar con un catálogo de libros universitarios tan numeroso es una noticia alentadora. Aunque, más que por su cantidad, lo que los lectores valoramos en los libros universitarios, aquello que nos atrae y genera confianza en comparación con otro estilo de publicaciones, es la originalidad y la profundidad de su contenido, la posibilidad de contar con libros sobre temas que no suelen ser de interés para las editoriales comerciales, la autoridad científica y ética de quienes los escriben, el rigor expositivo, la claridad de la prosa y el juicio imparcial de los pares académicos y de los editores que los evalúan con base en criterios aceptados por la comunidad



científica. Libros que respondan a las demandas actuales de sus lectores, pero que así mismo se arriesguen a explorar temas inéditos que creen nuevos lectores, todo ello con el respaldo institucional de las universidades que los publican. Lo mismo puede decirse en el caso de las traducciones de libros en otras lenguas, una faceta importante de la edición universitaria.

Además de la calidad de su contenido, los lectores esperan encontrar libros que fueron sometidos a una rigurosa revisión de estilo, con una diagramación y un diseño tipográfico que contribuyen a su legibilidad, bien impresos y encuadrados, y a un precio razonable que motive su compra y libere a los lectores de tener que leerlos incompletos, desintegrados en fotocopias de mala calidad. Más que exigencias desmesuradas, son estas las mínimas condiciones que se derivan del compromiso de una editorial universitaria con sus lectores.

La labor de una editorial universitaria no termina con la publicación y el lanzamiento de los libros; este es apenas un paso intermedio, una estación en el incierto camino que culmina solo cuando el libro alcanza la finalidad para la cual fue hecho: el encuentro con sus lectores. Por eso la existencia de un catálogo de títulos tan nutrido plantea inevitablemente la pregunta por la lectura, más aún en un país que no brilla propiamente por su cultura lectora.



Se ha dicho que los libros son la puerta de entrada a la lectura, al fin y al cabo sin ellos no habría lectores ni lectura, pero ¿qué sería de los libros sin los lectores? La verdadera esencia de un libro —aquello que lo hace ser libro— es ser leído. Un libro no leído es una obra inconclusa. Por más valiosos que sean como obras del pensamiento o de la imaginación, los libros solo alcanzan todo su valor cuando son leídos. Peguy hablaba de la responsabilidad y el privilegio que significa saber que la supervivencia de las más grandes obras literarias depende de que sean leídas. ¿Cuántos de los miles de libros que se publican cada año no han sido leídos y esperan el milagro de su resurrección?

Mientras un libro permanezca cerrado, no será más que un arrume de hojas impresas y cosidas, un simple cubo de papel en el que yacen dormidas las palabras, o una pantalla de caracteres titilantes esperando a un lector que las reviva.

La esencia del acto absoluto de la lectura —escribe Steiner en *Pasión Intacta*—, (...) es una esencia de reciprocidad dinámica, de respuesta a la vida del texto. El texto, al margen de su inspiración, no puede tener una vida significativa si no se lee (¿qué clase de

vida tiene un Stradivarius que no se toca?).

La relación entre el verdadero lector y el libro es creativa. El libro tiene necesidad del lector igual que este la tiene del libro.

Lo mismo puede decirse sobre la necesidad que tiene el autor de sus lectores, presentes en su mente antes y durante todo el proceso de escritura, no como simples consumidores del libro una vez publicado o un efecto o una “sombra del texto” (Chartier, 1994), como se pensó durante mucho tiempo.

Contraria a la idea que teníamos sobre el lector como un receptor obediente que sigue al pie de la letra los signos del texto, la investigación reciente sobre la lectura ha mostrado una imagen muy diferente y mucho más fiel del lector de carne y hueso: uno inteligente y creativo que hace suyo el libro y colabora activamente con el autor en el proceso de construcción de significado; un lector que subraya (siempre y cuando el libro sea suyo), relee y toma notas; un lector rebelde que sigue sus propias rutas de lectura, que cuestiona e interpela al autor, e incluso ayuda a resolver las ambigüedades, las contradicciones y los vacíos que este ha dejado en el texto. Un lector que escribe la lectura y “levanta la cabeza para poner en contacto las ideas del texto con las



suyas” (Barthes, 2002). Esta interacción entre el libro y el lector es aún más visible en aquellos libros que tienen por objeto enseñar o servir de guía para la acción, como los manuales, los libros de texto impresos o digitales, en los que el discurso expositivo se interrumpe para pedirle al estudiante que realice ejercicios, responda cuestionarios para evaluar sus progresos, resuelva problemas o estudios de caso, o desarrolle algún proyecto práctico a partir de las orientaciones contenidas en el libro.

En la labor editorial convergen las tres grandes misiones de la universidad. Mediante sus publicaciones, la universidad difunde los conocimientos producto de la investigación y los somete al escrutinio público; materializa en forma de libros el producto de la experiencia pedagógica de los docentes, y convierte en realidad sus objetivos de proyección social. Los libros son la cara visible de la universidad, su voz propia en medio de la estridencia de otros medios, por lo tanto, deben estar inspirados en los mismos valores y principios que orientan su quehacer, implícitos en cada uno de los libros que llevan impreso en la portada su sello editorial. Además de ser un aporte al conocimiento y al aprendizaje, cada libro que la universidad publica es una responsabilidad.

La existencia de 67 editoriales universitarias colombianas, que conforman un catálogo de títulos tan nutrido, es sin duda una conquista muy valiosa. Pero, además de seguir enriqueciéndolo con libros que contribuyan al avance del conocimiento y a su circulación, libros pensados desde perspectivas innovadoras que nos ayuden a tener una mejor comprensión de nosotros mismos y de los problemas del país, las universidades tenemos la obligación de preguntarnos también por las lecturas que generan esos libros y el impacto que tienen en sus lectores.

## Referencias

- Barthes, R. (2002). *Variaciones sobre la escritura*. Barcelona: Paidós.
- Chartier, R. (1994). *The order of books*. Stanford, California: Stanford University Press.
- Morales Thomas, N. (20 de abril de 2018). El “boom” de las editoriales universitarias. *El Tiempo*. Recuperado de <https://www.eltiempo.com/opinion/columnistas/nicolas-morales-thomas/el-boom-de-la-edicion-universitaria-207384>
- Steiner, G. (1997). *Pasión intacta*. Bogotá: Norma.