

Algunas dificultades de la

Edición Universitaria

Estamos siendo testigos de un relativo y preocupante aislamiento del libro académico y de una fuerte tendencia de la sociedad a restringir su consumo y miradas hacia los sectores comerciales



Por Nicolás Morales Thomas

*Director Editorial Pontificia
Universidad Javeriana,
Presidente de la Asociación
de Editoriales Universitarias
de Colombia —ASEUC—.*

Muchas veces nos han preguntado cuál es la función de la edición universitaria y siempre —los editores universitarios— hemos lanzado unos criterios generales que aluden a la difusión del pensamiento académico y la democratización de los resultados de la investigación en las múltiples disciplinas del conocimiento humano. La tarea es pues ardua y no sin importancia: el nivel de la investigación en las tres últimas décadas —a pesar de que aún es insuficiente— registró un crecimiento exponencial. Había que ponerse al día en términos de comunicación científica. El nivel de transferencia tecnológica y social de la universidad actual no se compara con el de décadas pasadas y la responsabilidad en la difusión de los contenidos es hoy más importante, por el rol de los centros educativos en la construcción de los ideales democráticos y de progreso social.

Sin embargo, esta premisa de ser la ventana del conocimiento especializado y que justifica nuestro quehacer cotidiano no parece ser suficientemente comprendida —por lo menos en Colombia y en América Latina— por públicos y actores de la cadena del libro. En efecto, por un lado, estamos siendo testigos de un relativo y preocupante aislamiento del libro académico

Exigencia
La dificultad es
democratización de los resultados de
científico

y, por el otro, de una fuerte tendencia de la sociedad a restringir su consumo y miradas hacia los sectores comerciales del mundo de la edición. Podemos ejemplificar esta situación con algunas tristes historias de títulos provenientes de la edición universitaria que, pese a su incalculable valor, no fueron bien recibidos por la sociedad colombiana. Pero resulta mucho más importante detectar las razones que hacen que se esté presentando esta precaria situación. Me atrevo a sugerir algunas:

1. La incapacidad para encontrar interlocutores en los medios masivos que traduzcan, en términos de periodismo científico, los contenidos de los proyectos editoriales. En efecto, el libro universitario no encuentra periodistas que puedan dialogar con el libro y muchas veces se dice que “el problema es que el libro es incomprensible o muy de nicho”. Esta incomprensión genera una burbuja irrompible que excluye al libro académico de las portadas de las revistas y periódicos generalistas, y de los segmentos importantes de los medios electrónicos, inclusive de una parte de Internet. Es como si el libro no existiera.

2. El compromiso cada vez más diluido de los librerías con los libros académicos y la falta de estímulos para pensar las cadenas de venta en procesos de largo plazo. Los imperativos de rotación del libro comercial afectaron, incluso, el libro joven académico. De tal forma, a nuestros libros se les pide ser *long sellers*, cuando están lejos de poder serlo. Los librerías acumulan novedades y el libro de fácil aliento o popular siempre está por encima en las preferencias de la exhibición.

3. La creciente dificultad que tienen los acumuladores y generadores del saber para ser protagonistas de las noticias. En efecto, el intelectual ha perdido protagonismo y el saber tiene un lugar distinto al que tenía hace unos años. Las tecnologías han masificado otras miradas mucho más superfleas, simples y banales, y la cultura ha relativizado el valor del libro.

4. La dificultad en la distribución del libro impreso sigue siendo creciente en los ámbitos regionales e internacionales. En efecto, poner libros en ciudades intermedias constituye aún hoy una quimera. No es que las librerías hayan desaparecido del todo; han más bien mutado para convertirse en megapapelerías, donde encontramos muchos sellos editoriales salvo los universitarios. De tal forma que Bogotá sigue concentrando un porcentaje inaudito de la venta de libros universitarios, con la paradoja de que en la provincia ha crecido el número de universidades de forma importante. O estas universidades se niegan a generar un diálogo con los libros técnicos, o su capacidad de interlocución es bajísima.

5. La frágil consulta de libros digitales y la poca preparación de estos engranajes de e-books. Aún falta mucho por aprender en las novedosas cadenas de publicación digital. Cierzo, el libro comercial, por lo menos en América Latina, no lleva tanta ventaja en este campo. Pero a las editoriales universitarias les falta mucho al respecto.

6. Existe una incomprensión de ciertos actores de las nuevas tecnologías. Las nuevas generaciones definitivamente están prefiriendo leer en plataformas digitales más livianas, las cuales aún no son explotadas de forma creativa por los editores. Enfrentar esta realidad es un imperativo categórico para los sectores universitarios, quienes curiosamente se niegan a entender esta situación.

Todas estas razones pueden empujarnos hacia un cierto pesimismo. Pero a pesar de ellas, y superado el tramposo debate sobre la calidad de los libros universitarios que se dio el año pasado, la edición universitaria mantiene cifras de circulación extremadamente estables. Los problemas descritos aminoran su dinamismo, cierto, y presentan un panorama con luces y sombras. Sin embargo, estos problemas están lejos de ser irresolubles, y superarlos puede ser un primer paso •