

Los editores contra GODZILLA



Astrid Velasco Montante

Jefa del Departamento de Ediciones del Centro de Investigaciones sobre América del Norte de la Universidad Nacional Autónoma de México y directora editorial de la Colección Ojo al Gato de la editorial Tintable; miembro del Grupo Técnico de Expertos que trabaja en la norma para certificar la función de "Corrección de estilo", proyecto que lleva a cabo la Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana (Caniem) con el Consejo Nacional de Normalización y Certificación de Competencias Laborales (Conocer) de la Secretaría de Educación Pública, México.

La edición es un mundo constantemente amenazado por las dificultades, como cuando Godzilla se acerca a nosotros y destruye a su paso, pesadamente, la ciudad. Si no hacemos algo, la aplastará, ¿moriremos? Buscamos caminos, corremos en sentido opuesto al de la torpe fiera que atropella todo lo que su bruto cuerpo puede abarcar, ¿seguiremos evadiéndola o la enfrentaremos? El cambio en los paradigmas de la edición, de la protección de los derechos autorales y la misma profesionalización de la labor editorial han cambiado los retos que encaramos. Algunos se han fortificado, otros simplemente escapan del peso de las garras de Godzilla.

Desde el surgimiento de la edición y de los editores como profesión especializada, separada de la de librero y de la de impresor, cada vez que se encuentra un camino para atravesar algún obstáculo, se abren opciones de paso en las que aparecen nuevos desafíos o, cuando menos, nuevas maneras de aproximarnos al fenómeno, las cuales nos plantean más preguntas o cuestiones que hay que abordar. Hemos dejado de huir, hemos analizado las posibilidades y hemos decidido actuar.

La edición académica no se parece en nada a lo que era hace años; hemos recorrido mucho camino, y cada vez contamos con más instrumentos y saberes para emprenderla, pero justamente la visibilidad del panorama que se ha abierto ante nosotros nos ha hecho descubrir que hay más combates y soluciones que encarar que los que veíamos cuando todo nuestro paisaje se restringía al agobiante problema de la distribución o a la profesionalización de los editores.

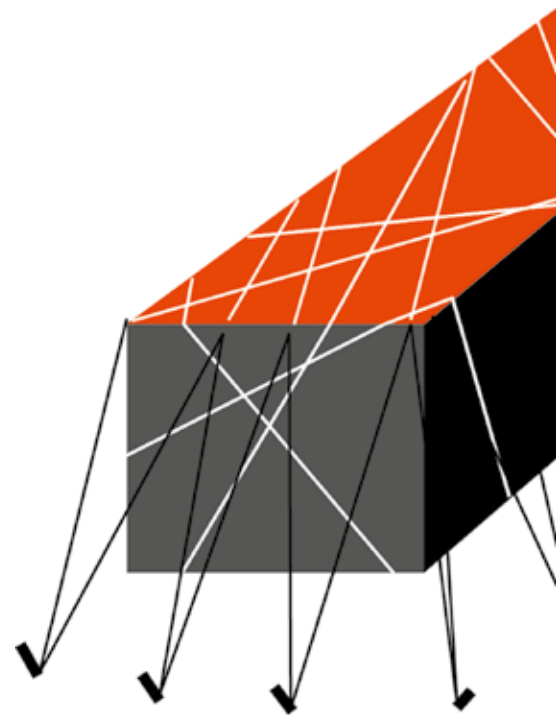
En nuestros días, hay varios retos que me parece importante mencionar (adicionales a la tan conflictiva distribución y a la lenta, pero segura, profesionalización de los editores). Estos son similares en dos tipos de edición que he realizado, la literaria y la académica: 1) la valoración del trabajo editorial, sobre todo la cuestión de cómo concebir el valor agregado que implica la edición; 2) de qué forma impulsar la independencia en la toma de decisiones que conlleve poder modelar contenidos valiosos que no necesariamente se encasillen en las tipologías que hasta ahora hemos fabricado (los mismos editores) para los libros (ambos puntos están relacionados) que publicamos; 3) la estratégica definición de nuestros lectores, que implica reflexionar acerca de cómo establecer una comunicación directa y de calidad con ellos, y también si es necesario poner en práctica campañas de fomento a la lectura para los adultos. Si bien hay muchos más puntos que hay que reflexionar, me enfocaré en estos que en este momento me interesan profundamente.

Sobre el primero, tenemos que analizar qué aportamos a las publicaciones como editores. Obviamente, para cualquiera que se dedique a esta profesión, la respuesta es que, potencialmente, mucho (podemos mejorar el texto, pensar en el lector para realizar una mediación efectiva, adjudicar una tipografía y un diseño a la publicación para hacerla legible y afín a los intereses de este, en fin... La lista es larga); sin embargo, ¿realmente estamos aportando? Y si atendemos la cuestión de la valoración de nuestra profesión en nuestra misma cadena de producción (para el autor, el lector, para los que toman decisiones administrativas y financieras), esto se desfigura, aun cuando evidentemente hay publicaciones cuya dimensión de valor es el objeto mismo (la edición) más allá del contenido. Creo que todos hemos comprado libros simplemente, porque la edición, el diseño u otra cosa nos atraen.

La cuestión es que en la edición académica y la literaria, el valor de lo editorial para otros está subordinado al carácter de eficacia para sacar la publicación a la luz y no en el aporte del editor. Y esto es cada día se profundiza más con la simultaneidad de la publicación que permite las nuevas tecnologías y con la autoedición. Y si bien no propongo un protagonismo del editor, me parece necesario reevaluar el papel creativo que podemos asumir para hacer mejores libros. En la edición de literatura, según mi propia experiencia, las funciones de los diferentes tipos de editores están divididas más claramente, pero los que directamente trabajan con los textos poco intervienen en la construcción del proyecto editorial. En la edición académica abundan los que se dedican a trabajar el texto y quienes supervisan el flujo de los procesos editoriales (que a veces tienen que trabajar también en la corrección de los textos); algunos toman decisiones (pocos) y la mayoría son obreros de un taller intelectual que tiene pocas opciones para *idear el libro*; su función es únicamente ejecutarlo, es decir, llevar el texto escrito a un soporte y presentarlo como libro (o como parte de una revista). Sin embargo, el valor de la edición debería estar puesto justo en *idear*, en construir el libro a partir del contenido (o incluso crear este también en ciertos casos en los que haya un vacío de contenido que la universidad requiera para cumplir sus funciones o que en la editorial que publica literatura

se necesite para promover un cierto libro o para impulsar la lectura). Esto, que parece obvio, apenas destella desde un rincón en la edición universitaria; mientras en la literaria se practica solo con los autores noveles cuya obra sí está sujeta a la intervención del editor.

En la universidad, cuando menos en las mexicanas, pocos editores proponen, apuestan, inventan o se arriesgan. El libro académico es el que todos ya conocemos: presenta una investigación que tiene un aparato crítico, se apoya en una metodología y se presenta con una serie de materiales metatextuales (cuadros, gráficas, imágenes, ejercicios) que afirman y sustentan el contenido. En general, no salimos de ahí. No nos atrevemos



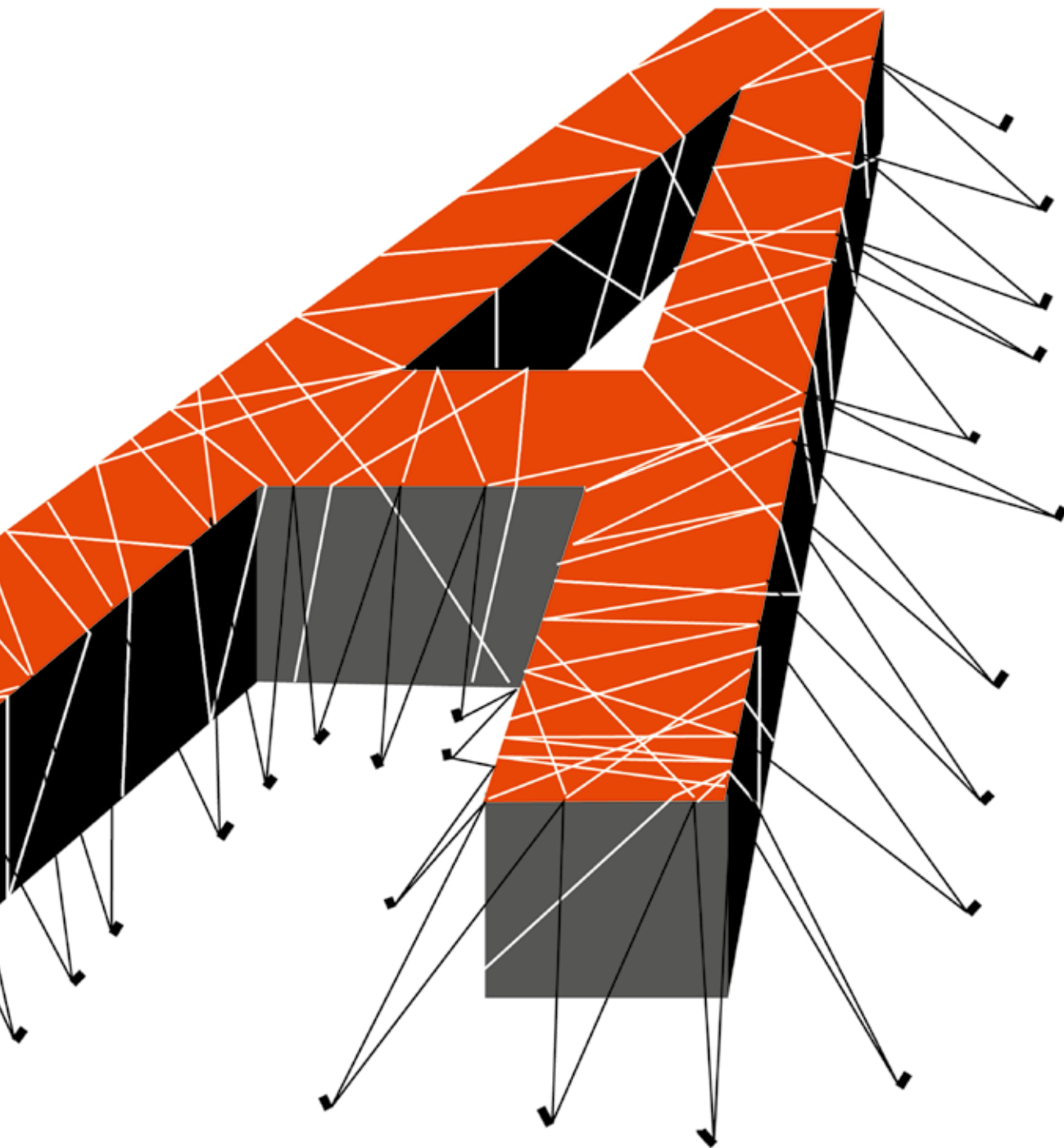


ilustración: @Leonel Sagahón

a repensarlo como algo que se ligue más con su potencial lector o que incluso atraiga nuevas audiencias. Tenemos tecnologías disponibles, tenemos posibilidades infinitas impresas y digitales, pero pocas veces hacemos algo más que empaquetar el contenido en diseño y esclarecer su forma. El punto es cómo cambiar la mentalidad del editor para que sea creativo y propositivo. Y en la literatura el reto es cómo hacerla más interactiva (ojo: no me refiero al texto, sino a productos secundarios, que solo han aparecido con la *fan fiction*).

Siguiendo a Michael Baskhar creo que “No existe la edición sin contenido; la idea es absurda [...] [pero] el contenido [...] [, que] debe ser el cimiento, [...] *solo*

se vuelve comunicativo con una mayor intervención; la edición [...] crea el acto de comunicación” (2014, 91). Esto que él explica con la teoría del filtrado y la amplificación se liga con mi idea de que la publicación adquiere, gracias a la propuesta editorial, una dimensión más relevante que lo que simplemente comunican el texto e imagen por sí solos.

Este es un punto respecto del cual deberemos reflexionar. En mi historia como editora de literatura, tuve mayor libertad para idear siendo asistente editorial (metamos ilustración, intervengamos el texto para explicitar la traducción, etc.) que como jefa de publicaciones de un centro de investigación en una universidad, donde

ilustración: @Leonel Sagahón



se concibe como sagrado el formato tradicional de libro que conocemos como académico (lleno de notas, bibliografías no citadas, gráficas tomadas de fuentes externas, etc.). Esta es mi experiencia; supongo que no es una verdad absoluta en el mundo de la edición literaria, donde he visto que se ha operado un cambio en la relación con los autores para mantenerlos dentro del catálogo. Ahora que se les consiente más y se les da mayor participación en el proceso editorial que cuando yo inicié mi carrera hace más de veinte años (por ejemplo, se les deja elegir la portada) y ello merma, en consecuencia, la autoridad y la pericia del editor.

Ser propositivos y creativos no necesariamente está relacionado con la transformación radical del texto o con el reconocimiento externo de nuestro trabajo (aunque es importante), sino con buscar los mejores canales y medios para llevarlo a cabo. Tiene que ver con girar la rueda y ganar la autoridad de tomar decisiones con base en nuestra competencia como editores (profesionalización, pero también creatividad y riesgo). Al respecto habrá que trabajar con los autores en el caso del libro académico. ¿Podría una investigación adquirir otra forma que no sea la del texto explicativo o argumentativo? Ya hay algunos casos prominentes de investigaciones que se presentan noveladas, como infografías o como una novela gráfica, ya ha sucedido (me refiero en específico al caso de Nick Sousanis con *Unflattening*, una tesis doctoral convertida en novela gráfica, publicada por Harvard University Press). Pero sin ir más lejos, lo que basta es que los autores sean realmente autores y no investigadores, tarea en la que el editor puede participar.

Y esto me lleva al punto dos de los retos que me interesan: *¿de qué forma impulsar la independencia en la toma de decisiones que implique poder modelar contenidos valiosos que no necesariamente se encasillen en las tipologías que hasta ahora hemos fabricado (los mismos editores) para los libros (ambos puntos están relacionados) que publicamos?* ¿Debería ser una labor conjunta, gremial? ¿Tendría que derivar del ejercicio profesional de la edición en todos los niveles? Yo respondería que sí a ambas preguntas y añadiría algo que se liga a mi punto tres: es necesaria la *estratégica definición de los lectores*, lo que implica reflexionar sobre cómo establecer una comunicación directa y de calidad con ellos, así como pensar

si es necesario poner en práctica campañas de fomento a la lectura para los adultos lectores de literatura y de libro académico, pues cada día disminuyen.

En la teoría de la edición ya se escuchan voces del riesgo de que sea el editor, no el libro, el que vaya desvaneciéndose. Chartier, por otra parte, nos decía hace unos años que “algunos de los desafíos lanzados a las editoriales universitarias [...] remite[n] a las transformaciones de las prácticas de lectura y más generalmente a las mutaciones de las relaciones con el libro [...]” (2007, 20). En el caso mexicano, las encuestas de lectura ubican al adulto joven, de entre 18 y 24 años de edad, como el más lector (4,2 libros al año); no obstante, es escandaloso que un estudiante que debería leer no solo por placer, sino en su carrera académica, lea únicamente más de cuatro libros al año y tenga un resultado tan pobre en las pruebas de comprensión lectora. ¿La universidad debería hacer algo? Sin duda.

Las editoriales privadas de literatura, y hasta algunas librerías, realizan campañas de fomento a la lectura para grupos adultos a través de su mercadotecnia, pero ¿qué está haciendo la edición universitaria y la universidad misma? Para terminar con esta pequeña disertación, hacerlo o no desde la editorial es un reto que enfrentamos cuando ya hemos pasado de lo urgente a lo estratégico. ¿Cambiamos la relación de los lectores con nuestros libros? La tecnología ciertamente la ha cambiado en el caso del texto y el lector, definitivamente después de Internet, las redes como Facebook y Twitter, no se lee igual. No hay que olvidarnos de que Godzilla está destruyendo ya parte de la ciudad, hay que actuar. Esta Godzilla no está armada con la amenaza de la tecnología, sino con el conservadurismo y la abulia que sojuzga a las instituciones y a muchos de sus integrantes.

Referencias

- Bhaskar, Michael. 2014. *La máquina de contenido*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Chartier, Roger. 2007. “La universidad como contexto para la edición de libros: pasado, presente y futuro”. En *Innovación y retos de la edición universitaria*, coordinado por Magda Polo Pujadas. Madrid: Unión de Editoriales Universitarias Españolas.