

COMO SER PROMETEO EN LA EDICIÓN UNIVERSITARIA Y NO MORIR EN EL INTENTO

Dra. Magda Polo Pujadas

Directora del Servicio de Publicaciones de la UAB

Presidenta de la Unión de Editoriales Universitarias Españolas (UNE)

Plantear la trasgresión en la edición universitaria es, a mi parecer, una tarea compleja y arriesgada y, por lo tanto, tan sólo esbozaré algunas ideas. Es una tarea ardua y atrevida porque, para empezar, el sentido de la palabra trasgresión, entendida como violación de alguna regla o ley, implica, ya de por sí, algo discutible y arduo, porque romper las fronteras, aunque sólo sea por unos instantes o momentos, de la edición universitaria, tal y como se ha concebido en el pasado y en el presente, conlleva tal vez cambiar lo objetivo por lo subjetivo y hablar más del sujeto que del objeto.

Así pues, la trasgresión puede tener su pleno sentido si se vislumbra ante un futuro, ante un nuevo horizonte y se convierte en una promesa o en algo que puede ayudar a romper los esquemas de lo que habitualmente se está haciendo.

En la historia de la humanidad ha habido grandes transgresores, Prometeo, sin más, fue el primero que se atrevió a robar el fuego de los dioses para regalarlo a los hombres, o Fausto que osó vender su alma al diablo para conocerlo todo, para adquirir el máximo conocimiento. Entre nosotros, en algunos de nuestros espíritus deberían habitar estos transgresores.

En algún momento incluso de nuestra historia personal, con casi total certeza, hemos transgredido alguna norma de la sociedad o hemos imaginado cosas que violaban algún tipo de regla, romper con lo standard o establecido “por naturaleza” es, a mi parecer, ese tipo de transgresiones que la edición universitaria puede permitirse sin llegar a perder su esencia, o mejor dicho, que puede permitirse trans-

formando uno poco su ser. La metamorfosis en sí, que implica inevitablemente cambios, puede llevarnos a transgresiones múltiples. De hecho, en este sentido, la trasgresión conlleva movimiento, progresión, dinamicidad y eso, ya de por sí, implica una violación. Del ser al no ser y viceversa.

Como escribe Walter Benjamin: “Sólo porque el libro es un mundo deberíamos entrar en él”, deberíamos poseerlo, desposeerlo, darle la vuelta, cambiarlo, maquillarlo...

Bien, si me permiten, me gustaría apuntar cinco aspectos que me parecen susceptibles de algún tipo de lectura transgresora en la edición universitaria y que se plantearían como propuestas de futuro.

“El libro de por sí es un ser viviente dotado de alma, de vibración, de peso, número, sonido.”

María Zambrano

1. Ampliar los objetivos de la edición universitaria

Los principales y comunes objetivos de la edición universitaria podemos plantearlos sucintamente así: apoyar la docencia y divulgar la investigación. Pero siendo realistas hay un matiz que deberíamos introducir en estos objetivos y que es el siguiente: apoyar la docencia que se imparte en “nuestra universidad” y divulgar la investigación que se realiza en “esta misma universidad”. Así, pues, y de manera intencionada, he resaltado “nuestra” y “esta misma”, porque todavía en las universidades padecemos un celo extremo y una endogamia que nos asfixia. ¿Los servicios de publicaciones que editamos a “nuestros profesores e investigadores”, no estamos también practicando en muchos casos una endogamia universitaria pero en un entorno editorial, es decir, no estamos practicando una endogamia editorial de universidades de Europa, América...?

¿Tiene esto sentido en un momento en que la transversalidad académica favorece el intercambio y la amplitud de puntos de mira diferentes expertos, investigadores, profesores?

Sin renunciar a lo que se está haciendo, me gustaría constatar la importancia de favorecer coediciones entre distintas universidades con diferentes autores, de diferentes universidades, que cumplan el objetivo de editar a los mejores especialistas o expertos en determinados ámbitos de conocimiento del mundo.

Con ello creo que podríamos, cada vez más, acercarnos a esa palabra que tanto se repite en nuestras universidades y que pocas veces toma cuerpo: la excelencia. La excelencia en un determinado conocimiento a partir de la suma de los “mejores” expertos como autores de nuestros libros universitarios. Intentar abogar por la excelencia editorial universitaria sería un primer paso a tener en cuenta.

“Debo confesar que no creo que un libro sea verdaderamente un objeto inmortal, que hay que asimilar y venerar como es debido, sino más bien una ocasión para la belleza.”

Jorge Luis Borges

2. Dar color a la imagen gráfica de los libros universitarios

Mucho nos pesa la frase: “La edición universitaria es gris y demasiado académica”. Actualmente, creo que debemos afrontar el hecho de que estamos inmersos en una cultura de la imagen, de lo visual y que la apariencia, el aparecer, conlleva una presencia que esté en sintonía con esa nueva cultura.

El diseño gráfico editorial tiene que tener un papel destacado en las ediciones universitarias para pasar del gris a otras tonalidades que faciliten el aspecto “atractivo” y “competitivo” de nuestros libros.

Y no sólo ese dar color se refiere a lo externo, sino también a la necesidad de recurrir a nuevas tipografías, a nuevos formatos, a nuevas concepciones del juego que puede comportar utilizar diferentes recursos gráficos para favorecer la legibilidad e incluso la lecturabilidad de los libros universitarios. Abogar pues para mejorar la lectura y comprensión de los textos universitarios se correspondería con este segundo punto.

“Detrás del libro está el traslibro, detrás del traslibro, está el espacio inmenso y, enterrado en ese inmenso espacio, está el libro que vamos a escribir en su enigmático encadenamiento.”

Edmond Jabès

3. Provocar un giro copernicano en la gestión editorial

La edición universitaria pública se ha visto ante la necesidad de incorporar nuevos métodos de gestión que le permitan adaptarse a los nuevos retos empresa-

riales. Es cierto que cada vez más en el marco universitario se exige un control de las cuentas de resultados, una justificación de la utilización de los recursos económicos y una optimización del tiempo y de los profesionales que se impliquen en todos los procesos de edición.

Así, pues, y cada vez de una manera más consciente, la edición universitaria, atenta a lo que acontece en la edición privada, está incorporando la nueva filosofía de empresa que se conoce con el nombre de Total Quality Management (Gestión de la calidad total) y está garantizando una acentuada implicación de las personas que constituyen la plantilla del servicio de publicaciones y un resultado global de calidad a partir de la incorporación de todos los controles parciales necesarios. Eso sí, siempre contando con la profesionalización del personal que ocupa los lugares técnicos de las plantillas de los servicios de publicaciones.

Otro aspecto importante que puede ayudar a que los resultados de la gestión, a la hora de confirmar una política editorial y un catálogo coherente, sean positivos es el hecho de concebir, en la medida de lo posible, una edición activa, en lugar de la practicada edición pasiva.

Buscar al mejor autor, el mejor título, proponer el desarrollo de temas de interés, encargar un original, no debe ser un cometido sólo de la edición privada sino también de la edición universitaria.

“Los libros tienen sus propios hados. Los libros tienen sus propios destinos.”

Augusto Monterroso

4. Incorporar las nuevas tecnologías

En poco tiempo, nuestra sociedad ha podido experimentar grandes cambios a partir de las nuevas tecnologías. Muchos de los cambios han favorecido a sectores editoriales pequeños y medios y también a la edición universitaria. Si ir más lejos, la impresión digital ha permitido pensar ediciones muy cortas, de 20-30 ejemplares, y no tener que renunciar a títulos de nuestros catálogos. Gracias a ello, las editoriales independientes han podido sobrevivir a la fagotización efectuada por los grandes grupos.

Y en este sentido quería plantear una posibilidad que puede ayudar a fidelizar a nuestros lectores: el 1:1 (*print on demand*, one to one). El hecho de que se detecte una necesidad, un lector-comprador, en cualquier sitio del planeta, con el *one*

to one, puede tener en 72 horas un libro, sólo uno. Los conceptos como descatalogado, agotado, tal vez dejarían de tener sentido.

Otro aspecto que debemos contemplar respecto a las nuevas tecnologías es el de las posibilidades que conllevan la edición digital, on line, y el e-book.

Si bien el e-book todavía no tiene una gran utilización, porque tiene que competir directamente con la parte más sensible y sensual del libro, sí que la edición on line, digital, puede ayudarnos a complementar aspectos de actualización de parte de los contenidos de nuestros libros e incluso favorecer en una interfaz particular más interacción entre el editor y el lector. La simbiosis de diferentes soportes para proponer diferentes lecturas sería también un reto a tener en cuenta.

“El libro como objeto con independencia de la letra impresa ¿puede comunicar algo? Y, de ser así, ¿qué?”

Bruno Munari

5. Conquistar nuevos mercados lectores

Es cierto, y de todos es conocido, que nuestro público objetivo, es el universitario y que es un mercado cautivo. Pero lo que debemos tener en cuenta es que actualmente podemos considerar nuevos mercados, mercados potenciales, targets que hasta ahora no habíamos contemplado. En primer lugar, y bajo la concepción del Long Life Learning, los universitarios pasan a ser universitarios no solo en la franja de edad a la que estábamos acostumbrados, de los 18 a los 25 aproximadamente, sino que esa franja se amplía mucho más, incluso puede llegar hasta los 70 años. Así pues, con programas de posgrado y formación continua... estamos ampliando considerablemente nuestro target.

Por otro lado, también debemos tener presente que las editoriales privadas muchas veces no editan libros que nosotros sí, al ser institucionales, podemos editar, y no sólo me estoy refiriendo a los productos editoriales conocidos con el nombre de “hueso” sino a todos aquellos productos que apuestan claramente por la dimensión cultural del libro y no tanto por la dimensión económica del mismo. Así, pues, fuera de las fronteras de nuestras universidades también tenemos un público lector que debemos tener presente y al que debemos seducir.

Bien, hasta aquí les he querido plantear de manera muy sucinta cinco posibles ámbitos de la edición universitaria a transgredir. Y, ahora, si me permiten, les voy a mostrar un ejemplo de una de las transgresiones que llevé a la práctica en el

INNOVACIÓN Y RETOS DE LA EDICIÓN UNIVERSITARIA

ámbito de la edición universitaria en coedición con la editorial Thule y a UAB: un libro-objeto asociado a una exposición sobre las disfunciones del libro desde el punto de vista del arte contemporáneo, un proyecto llamado *Libook. Poéticas del libro*.

“Algunos libros hay que probarlos: otros, devorarlos; y otros pocos, masticarlos y digerirlos. Es decir, que algunos libros hay leerlos parcialmente, otros hay que ojearlos con curiosidad, y sólo unos cuantos merecen ser leídos en su totalidad, con diligencia y atención.”

Francis Bacon

Anexo 1: IMÁGENES

Imagen 1: tapa

Imagen 2: portadilla

Lo externo pasa a ocupar el espacio interno, y viceversa. El libro, al disfuncionarse totalmente, no se puede abrir como un libro. La tapa pasa a ser lo interno y la portadilla interna pasa a sumir la función de tapa.

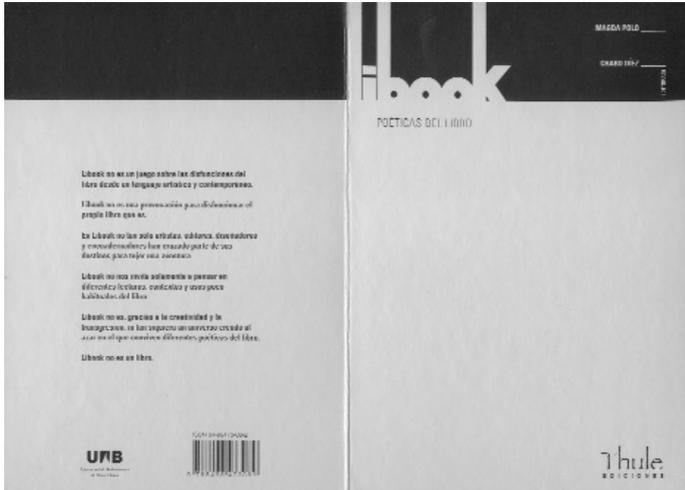


Imagen 1: tapa

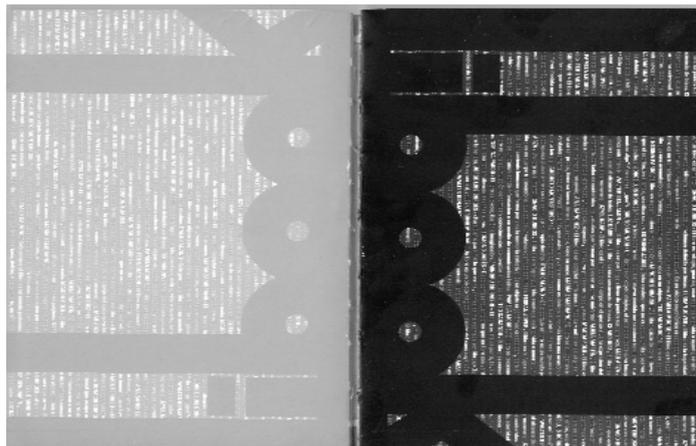


Imagen 2: portadilla

Imagen 3: Portada

La portada ocupa una doble página y juega con una tipografía ex profeso, la de “libook”, y con la direccionalidad de los nombres, con la direccionalidad de la lectura.



Imágenes 4, 5, 6 y 7

La mitad del libro estaba concebido para exponer las obras de los artistas que participaban en la exposición y un texto creado por la autora Magda Polo para explicar lo que pretendía la obra. En las imágenes se muestran portadillas y textos del catálogo de los diferentes artistas. Se puede observar que cada artista poseía un espacio que constituía una unidad. En cada uno combinaban, en la portadilla, diferentes elementos gráficos que se asociaban a través de las líneas con libros.

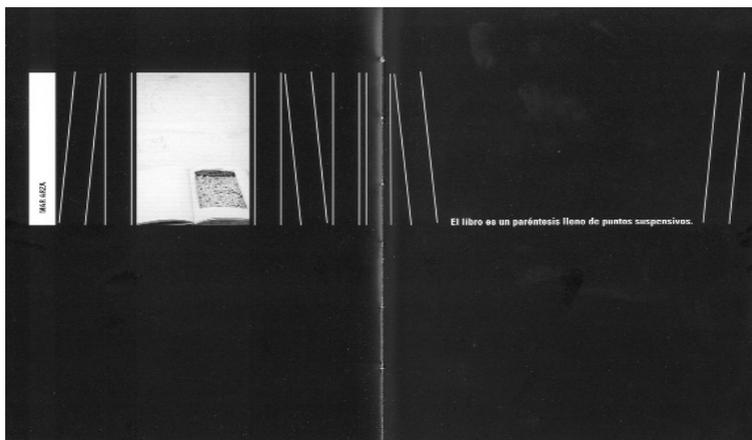


Imagen 4



Imagen 5

INNOVACIÓN Y RETOS DE LA EDICIÓN UNIVERSITARIA

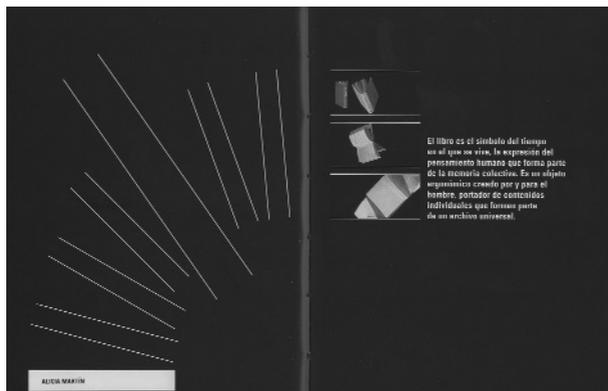


Imagen 6



Imagen 7

Imágenes 8, 9, 10 y 11

La mitad del libro estaba concebida para introducir textos de escritores relevantes que disfuncionaban al libro en algunos de sus textos.



Imagen 8



Imagen 9



Imagen 10



Imagen 11