

LA EDICIÓN UNIVERSITARIA EN EL SIGLO XXI

Antonio Pérez Lasheras

Director de Prensas Universitarias de Zaragoza

Al hablar de edición universitaria asociamos dos conceptos diferentes: uno referido a un sector empresarial, por una parte, y cultural, por otra, el de los libros, y otro relacionado con el mundo de la educación, la Universidad. Así pues, el sintagma *edición universitaria* produce una ambigüedad que ha sido utilizada —y manipulada— en más de una ocasión. El sintagma se refiere, al menos, a dos conceptos diferentes: 1.º, los libros publicados por las universidades, y 2.º, los libros publicados para cursar cualquiera de las materias de los distintos planes universitarios. *Por* o *para* las universidades, o ambas cosas al mismo tiempo.

En cuanto a lo publicado por las universidades, que es a lo que me voy a referir, hay que consignar, en primer lugar, que las universidades españolas editan todo tipo de libros y no se limitan a los clásicos manuales ni a las tesis doctorales. Disponen de editoriales activas y modernas que publican colecciones de cuantas materias y disciplinas se imparten en estudios superiores (destacando las monografías de ciencias sociales y humanidades, que suponen seis de cada diez títulos, pero también obras de arquitectura, ciencias puras o aplicadas, medicina y ciencias de la salud..., y hasta libros infantiles). Entonces, ¿en qué se diferencian los libros publicados por las universidades de los publicados por otras editoriales? La verdad es que cada día se diferencian en menos cosas, aunque quizás sí en la filosofía que impulsa y motiva su publicación.

A pesar de que la labor editorial de las universidades españolas ha sido constante desde el nacimiento de la imprenta —allá en los albores del Renacimiento en la segunda mitad del siglo xv—, e, incluso, antes, en los talleres de copias de textos escolares y escolásticos, lo cierto es que la creación de la mayoría de los servicios de publicaciones universitarios se produce en la década de los ochenta del siglo

pasado, al amparo de la Ley de Reforma Universitaria (LRU, de agosto de 1983). Es evidente que anteriormente a esta fecha las universidades editaban libros, pero en la mayoría de las ocasiones a través de organismos intermedios (ya sean los ICEs ³/₄Institutos de Ciencias de la Educación³/₄, colegios universitarios, facultades u otros órganos capaces de recabar fondos para ese fin específico que suponía la publicación de una obra concreta), y no existía una unidad específica que centralizara la edición y se encargara de tener una línea editorial concreta. Evidentemente, hay algunas excepciones a esta norma; la principal la conformaría la Universidad Complutense de Madrid (antes llamada Universidad Central, la única durante mucho tiempo en España en la que se podía cursar estudios de doctorado) y el Consejo Superior de Investigaciones Científicas (CSIC), aunque en los años setenta existe ya alguna otra excepción, en las universidades más importantes, que empiezan a cobrar cierta autonomía.

Los nombres nunca son gratuitos: algunas de estas unidades se denominaron, en primer lugar, Secretariados de Publicaciones, dando a entender que la labor que desempeñaban era justamente ésa, la de proporcionar apoyo administrativo a la tarea de publicar, pero sin adoptar ellas mismas la labor editora, con todo lo que implica de responsabilidad conceptual y formal; se da un paso más cuando, al amparo de la mencionada ley, se forman los Servicios de Publicaciones, denominación que todavía perdura en casi todas las universidades, de igual manera que el nombre de Secretariado se mantiene en otras, como las universidades de Sevilla, Valladolid y León.

Del mismo modo, las competencias de estos departamentos editores han sido variables según la entidad a la que pertenecen: en unos casos, el Servicio de Publicaciones albergaba tanto las labores editoriales como la reprografía (con lo que, aparentemente, teníamos juntos al lobo y al cordero, al libro y a su principal competidor, la fotocopia, aunque con el tiempo se ha observado que existe una obligada y necesaria complementación, sobre todo en la incorporación de nuevas tecnologías como la edición bajo demanda), en otros se complementaba con el servicio de intercambio o el de medios audiovisuales, etc. La casuística es muy variable.

Las funciones de esta unidad dependen de cada institución, pero, en la mayoría de los casos lo que se hizo fue copiar tanto el nombre como las atribuciones de otros organismos que tenían competencias editoras y que, por consiguiente, disponían de un departamento de ediciones. Sin embargo, en ambos casos, del mismo nombre se sonsaca la total dependencia de esta unidad con respecto al organismo que la crea, su absoluta falta de autonomía. Lo curioso es que todavía persisten estas denominaciones en muchas de las editoriales de las universidades.

El paso cualitativo lo da la consolidación de auténticas editoriales universitarias dentro de las universidades. En muchos casos, este paso adelante supone también un cambio de denominación: será el caso de Ediciones Universidad de Salamanca, Publicacions de la Universitat de Valencia, Publicaciones y Difusión Científica de la Universidad Pública de Navarra, Editorial UPV (Universidad Politécnica de Valencia), Edicions UPC, S. L. (Universitat Politècnica de Catalunya), Editorial UOC (Universitat Oberta de Catalunya), Edicions de la Universitat de Lleida, Publicacions de la Universitat Jaume I (Castellón), Editorial Universidad de Granada, Editorial Complutense, Ediciones de la Universidad de Castilla La Mancha, Publicacions i Edicions de la Universitat de Barcelona, Editorial Universidad de Almería o Prensas Universitarias de Zaragoza.

En todo caso, lo que se pretendía no era sólo cambiar de nombre para evitar la dependencia corporativa de una unidad, servicio, secretariado o departamento, sino y sobre todo dotar de una cierta autonomía a esta editorial. Y esta autonomía supone tener un proyecto editorial propio, no editar únicamente lo que iba llegando del personal investigador de la casa. Porque estos son los grandes axiomas de una editorial independiente: tener un proyecto editorial propio, peculiar y diferenciado de otras editoriales similares, y tener la independencia suficiente para poder editar lo que se quiere y no lo que vienen impuesto por distintas circunstancias, tales como intereses de los organismos directivos, del profesorado y el personal de la institución, etc. Pero hay que tener en cuenta que, en realidad, una editorial universitaria no es absolutamente independiente, ya que se debe a la institución de la que surge y deberá atender a las necesidades propias de una universidad, a saber: editar obras que posibiliten la docencia; publicar la investigación propia o ajena que ayude a la función docente o discente; difundir y ayudar a conocer mejor los hitos de la ciencia, del pensamiento y de la creación universales; contribuir al mejor conocimiento del territorio en el que actúa, y, finalmente, participar por medio del conocimiento a la mejora de la sociedad a la que se debe.

Sin embargo, una editorial universitaria tiene que ser, primero, una editorial y, por lo tanto, debe disponer de la estructura adecuada y necesaria para publicar libros. Para ello, tendrá que adecuarse a un determinado esquema de funcionamiento, por lo que deberá disponer de los medios adecuados:

1. Debe disponer de un Consejo editorial eficaz y conveniente, compuesto, al menos, por gentes especializadas en las diferentes materias en las que se propone editar. Es importante que este órgano funcione, para lo cual es necesario que sus miembros estén comprometidos con el proyecto editorial, ya que son sus miembros quienes derivan los originales para ser informados por especialistas externos a la propia institución.

2. Debe crear las colecciones necesarias para distribuir los títulos que va a editar de la forma más adecuada, tratando de que cada colección vaya destinada a un público concreto y sea fácilmente identificable. Lo ideal, incluso, es que una colección genere unas expectativas concretas y tenga seguidores fieles.
3. Debe crear un diseño general característico de cada colección y propio de cada título, de manera que se identifique la colección y se particularice cada libro.
4. Debe contar con los profesionales adecuados (correctores, maquetadores, etc.) que realicen la preimpresión, para lo cual convendría haber pensado previamente en estas cuestiones y disponer de unas mínimas normas de estilo y de maqueta y diagramación de cada colección. Este personal puede estar contratado por la editorial o trabajar por cuenta propia.

Con estos pasos, estamos en disposición de poner un libro en la calle. Y hasta aquí las instituciones con competencias editoras han mostrado su saber hacer con mucha frecuencia. El problema comienza cuando, además de editar libros, queremos ponerlos en las librerías y que la gente los compre. Comienza a partir de entonces otro proceso que las editoriales institucionales rara vez han completado, en parte por la falta de interacción entre los ingresos y los gastos. Efectivamente, en la gestión pública cada unidad de gasto dispone de un presupuesto anual, al margen de que ese presupuesto se destine a una cosa u a otra. Sin embargo, en unidades como las editoriales, donde, además de hacer gasto, se ingresa dinero principalmente de la venta de libros, es necesario interactuar ingresos y gastos, de manera que exista no sólo una relación, sino, incluso, una dependencia entre ambos conceptos. De otra manera, sin el control de los ingresos y sin que éstos afecten al presupuesto próximo, es difícil que se preste atención a las ventas.

Existen, todavía, algunos prejuicios acerca de que instituciones públicas como las universidades (me refiero ahora a las públicas, lógicamente) dediquen parte de su tiempo a vender. Parece como si perdieran la pureza y se metiesen donde no deben, pero lo cierto es que, una vez fabricados los libros, podemos hacer varias cosas. Una: regalamos unos cuantos; dos: colocamos el resto en un almacén y nos olvidamos de ellos; tres: hacemos lo posible porque estos libros estén en las librerías a disposición de quien quiera comprarlos. Evidentemente, la más racional es la tercera opción, además de la más acorde con el mandato a que estamos obligados en la función pública, por cuanto se trata de rentabilizar lo mejor posible el dinero público y, sobre todo, de hacer que lo producido con él esté a disposición del mayor número de ciudadanos.

Por lo tanto, y a partir de la asunción de estos conceptos últimos, una editorial universitaria tendrá otras necesidades:

5. Debe disponer de las infraestructuras adecuadas para que los libros puedan entrar en el mercado, ya sean propias o externas: almacén y logística, distribución que cubra el territorio en el que quiere que se vendan los libros.
6. Debe tener los medios y el personal de administración necesarios y el programa de gestión editorial para el seguimiento y control de ventas, etc.

De nada servirá que hagamos buenos libros si no somos capaces de ponerlos en el mercado, jugando con sus propias leyes (no podemos inventarnos los porcentajes de distribución o de descuento a librerías, que vienen ya fijados por el mercado; no podemos tratar de eliminar las devoluciones porque resultan incómodas...).

Pero volvamos a la edición universitaria en su diacronía para observar la evolución operada en los últimos veinte años. Los números son muy significativos a este respecto. Si buscamos en la base de datos del ISBN (la más completa sobre libros españoles) títulos publicados por universidades españolas (y con relativo margen de error, dado que la búsqueda se realiza sobre el término *Universidad*), vemos que han publicado un total de setenta mil títulos desde la creación de esta agencia, en 1972, con un ritmo ascendiente cada año, desde los diecisiete del año inicial hasta los poco más de quinientos en el año de promulgación de la LRU (1983). Así tenemos que entre 1972 y 1982 las universidades españolas habían publicado apenas 2885 libros, mientras que en la década siguiente llegaron a más de 15.500, y en los seis primeros años de la década del nuevo siglo, son ya más de 28.000 los títulos publicados por las universidades. Si tenemos en cuenta que las editoriales universitarias han ido diversificando sus nombres, podemos cuantificar, *grosso modo*, entorno a cinco mil los títulos publicados desde las universidades y centros de investigación universitarios cada año. Veamos en un cuadro la evolución de los títulos publicados por las universidades españolas en los últimos años (teniendo en cuenta que no constan los centros de investigación universitaria ni el CSIC):

Año	Títulos	Año	Títulos	Año	Títulos
1980	= 304	1990	=2254	2000	= 5544
1981	= 418	1991	= 2440	2001	= 3856
1982	= 475	1992	= 3086	2002	= 3329
1983	= 523	1993	= 3325	2003	= 4270
1984	= 597	1994	= 2774	2004	= 3446
1985	= 678	1995	= 3221	2005	= 4470
1986	= 1029	1996	= 3440	2006	= 3534
1987	= 1360	1997	= 3552		
1988	= 1715	1998	= 3591		
1989	= 1972	1999	= 3623		

INNOVACIÓN Y RETOS DE LA EDICIÓN UNIVERSITARIA

Es, por lo tanto, en las dos últimas décadas cuando se ha producido la eclosión de la edición universitaria en España y es en estos veinte años cuando las editoriales universitarias han caminado juntas, por medio de la Asociación de Editoriales Universitarias Españolas (AEUE), ahora la Unión de Editoriales Universitarias (UNE).

La UNE asocia a unas cincuenta editoriales universitarias y de centros de investigación, con un nivel de publicación que ronda también los cinco mil títulos al año.

Desde mi perspectiva, esta unión ha supuesto muchas cosas, tanto individual como colectivamente. Así, por ejemplo, la mayor proyección de la edición universitaria y su mayor presencia en ferias nacionales e internacionales, por un lado, y en la publicidad de medios de comunicación nacionales, por el otro, han representado un cambio cualitativo en la consideración de la labor editorial de las universidades y en visibilidad en la sociedad, lo cual ha redundado, lógicamente, en mayores ventas que obligan, a su vez, a tiradas mayores.

Todo este proceso, iniciado hace ya unos cuantos años, culminará cuando todas las editoriales universitarias y de centros de investigación agrupadas en la UNE dispongan de una distribución conjunta, de manera que su presencia y su visibilidad en el mercado editorial y, sobre todo, en las librerías aumente considerablemente y se la identifique como un bloque editor fuerte y con peso específico dentro del sector del libro español y del libro en español, porque hay que reconocer que el libro universitario español goza de un gran prestigio en Latinoamérica, donde tiene uno de sus mercados más fieles.

Pero hagamos un breve análisis de la situación del mundo editorial español, con objeto de observar la evolución del sector editorial universitario.

Después de muchos años en ascenso lento pero constante, la industria editorial española sufrió en 2005 un leve retroceso en su facturación y en el número de títulos publicados; frente a esto, las editoriales de las universidades y centros de investigación han crecido más de un 14 % en los dos últimos años, debido, en gran medida, a que la edición universitaria parte de tasas todavía muy bajas que afectan sobre todo a la tirada media y a la facturación.

Las editoriales universitarias han vivido una profunda transformación en los últimos años: han profesionalizado su estructura y han incorporado el diseño a sus productos, someten los originales a juicios externos de expertos y cuentan con un consejo que decide la evolución editorial. El resultado es visible con sólo comparar un libro publicado por una editorial universitaria hace diez años y otro recién-

te: cambian los grafismos, diseño de cubierta, lomos, contracubiertas y solapas, logotipos y hasta el nombre, por no hablar de los paratextos editoriales, publicidad, catálogos o difusión social.

En gran medida, este cambio se debe a la asociación que desde 1987 ha unido los esfuerzos de las editoriales universitarias españolas para comenzar a ser algo más que medio centenar de pequeñas editoriales —beneméritas pero aficionadas—. El resultado en este caso también se ha hecho evidente: desde la Asociación de Editoriales Universitarias Españolas (AEUE) se realizó una verdadera unión de editoriales universitarias que trabajan solidariamente, por lo que la nueva denominación, Unión de Editoriales Universitarias (UNE) resulta, incluso, más acertada; la UNE participa en ferias nacionales e internacionales; edita un boletín de novedades con casi ochenta mil ejemplares de tirada; programa cursos de formación para su personal y un máster de edición. En fin, la UNE realiza multitud de actividades que, individualmente, las editoriales universitarias no podrían llevar a cabo, de manera que comenzamos a ser algo en el difícil mundo editorial español. Juntas, las editoriales universitarias publicamos un 6,5 % de los títulos anuales editados en España, pero su catálogo vivo representa más de un 10 % del fondo editorial activo. Somos, además, un paradigma para asociaciones similares en Latinoamérica, donde tanto el libro como las universidades españolas gozan de un gran prestigio.

Desde la UNE se procura que el libro universitario sea cada día un producto más profesional y atractivo en su continente y en su contenido. Sin embargo, luchamos muchas veces contra enemigos imaginarios —mucho más peligrosos que los reales porque no se reconocen como tales— que quieren negarnos no sólo la existencia, sino incluso nuestro derecho a existir. Y, no contentos con ello, pretenden también negarnos la visibilidad, en ese viejo espíritu del totalitarismo postmoderno que entiende que lo que no se ve no existe. Pensamos que hay sitio para todos, que todos podemos contribuir a la complicada tarea de promocionar el libro y hacer de él un instrumento de conocimiento y de progreso, y no sólo una fuente de ingresos o un negocio. Tuvimos hasta hace cuatro días que reivindicar nuestro derecho a existir, a ser y trabajar en un mundo libre, de hombres libres y libres asociaciones. Pero no a todos gustó nuestra presencia. Hoy tenemos que luchar por dignificar el libro universitario, por tener una presencia propia en las estadísticas —que se nos considere de forma unitaria en los anuarios y memorias oficiales, como editoriales de las universidades y centros universitarios—; tenemos que seguir peleando por un mayor reconocimiento dentro y fuera de nuestros propios centros. Lo conseguido es mucho: hemos logrado llevar nuestros libros muy lejos y, sobre todo, hemos hecho de nuestras editoriales todo un referente de calidad y rigor científico.

INNOVACIÓN Y RETOS DE LA EDICIÓN UNIVERSITARIA

Pero falta mucho por hacer. La UNE está inmersa en un proceso de renovación. Porque universidad y libros han estado siempre unidos en una relación casi de causa-efecto, las editoriales universitarias españolas tienen la obligación de mejorar en su empeño y contribuir a la difusión y al desarrollo de la ciencia y el pensamiento.