

# Indicadores de cultura

## Editoriales universitarias, ¿tienen futuro? (segunda parte)

**GERARDO OCHOA SANDY**

☉ Suele decirse, mitad en broma y mitad en serio, que para un autor en México la mejor manera de preservar el anonimato es publicar en un sello universitario. Lo chusco del comentario va en menoscabo de lo que tiene de serio, pues presenta el hecho como una realidad sin más y no aborda a fondo la cuestión. Es loable por ello que en noviembre de 2006, 42 editoriales universitarias del centro-occidente de México, dedicadas a la publicación de textos académicos, científicos y de difusión cultural, crearan la Red Nacional Altexto.

Las animó la aspiración de mejorar la edición, distribución y comercialización del libro universitario, pero sobre todo la convicción de su valía. Desde el inicio de los encuentros que precedieron el nacimiento de la red, ocho años atrás, los sellos editoriales involucrados —asociados en ese momento a 31 instituciones educativas— realizaron jornadas anuales en las distintas universidades participantes, alentaron la discusión de los problemas compartidos, definieron una agenda común y propiciaron el intercambio de títulos. Un año después, en 2007, Altexto presentó en la Feria Internacional del Libro de Guadalajara la primera colección de textos de 24 instituciones de educación superior.

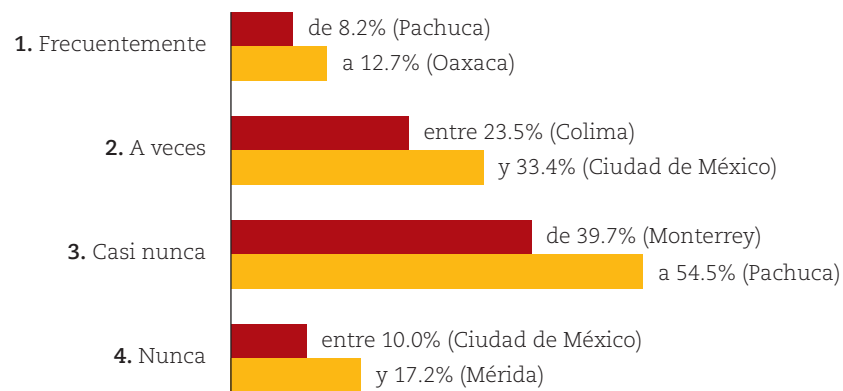
Sayri Karp, coordinadora editorial de la Universidad de Guadalajara y Secretaria Técnica de la red, explicó en aquella ocasión a Laura Poy Solano, del diario *La Jornada* (4 de diciembre de 2007), la problemática. La mayoría de los sellos dependen del presupuesto público, que se vuelve cada vez más limitado. Los ingresos por ventas, debido a disposiciones administrativas de las universidades, no se reinvierten en las editoriales. Una excepción es justo la editorial de la Universidad de Guadalajara, que desde 2005 no recibe apoyo y funciona con lo que obtiene de la distribución y comercialización de su propio catálogo. En varias ocasiones, el titular editorial de la universidad pública no es un profesional del área ni cumple con el perfil idóneo, y responde más a un nombramiento del rector,

lo cual facilita a la máxima autoridad la publicación de los libros que sean de su gusto. Los sellos editoriales universitarios requieren, junto a un editor capaz, de consejos editoriales que no sólo ayuden en la selección de los títulos sino también definan el tiraje adecuado, según las características de cada libro, pues sucede que títulos que ameritarían amplios tirajes no superan los 1,000 ejemplares, o que textos especializados se imprimen de más. Los primeros pasos de Altexto se dirigen a la consolidación de un catálogo único de títulos y una red de librerías a nivel nacional que amplíe la difusión y acerque el libro universitario a otros sectores de la sociedad. Uno de los logros de la etapa inicial es el corredor de librerías universitarias en el metro Copilco de la Ciudad de México, a propuesta de la UNAM.

Un diagnóstico del estado de la cuestión es la investigación “Producción editorial de las universidades mexicanas”, de Virginia Careaga Covarrubias, presentada el 30 de marzo de 2004 en el contexto del seminario La Educación Superior en México, organizado por la ANUIES, la Subsecretaría de Educación Superior e Investigación Científica de la SEP y el Instituto Internacional de la UNESCO para la Educación Superior en América Latina y el Caribe. Careaga Covarrubias señala, de entrada, el problema central: “Las editoriales de instituciones de educación superior se han manejado como instituciones y no como empresas. En esa dicotomía se encuentra, entonces, su conflicto. Es decir, tienen un presupuesto y deben producir una cantidad de títulos que justifiquen dicho presupuesto. Producen, pero apenas empiezan a ocuparse de todo lo demás que implica el proceso editorial”.

El deterioro de la economía nacional, indicaba la autora en 2004, impacta en los sellos editoriales, que enfrentan entonces el antes impensable desafío de la rentabilidad. Y ese dilema obliga a plantearse la situación en blanco y negro: amparadas “en los fines

### Estudiantes que compran libros y revistas



de sus instituciones matriz —docencia, investigación y difusión y preservación de la cultura—, [...] las editoriales han publicado sin discriminación; no había estudios previos que sustentaran los tirajes adecuados, se desconocía el impacto real de los títulos en la sociedad”. Señala Careaga Covarrubias: “La banda en que se movían era muy ancha porque podían publicar materiales cuyo destino final era abarrotar la bodega, pasear por las ferias de libro y regresar a la bodega, aunque a veces encontraban algún lector, que podía no ser al que estaban destinados” los títulos. Y si bien los libros universitarios en México están dirigidos a estudiantes, profesores e investigadores, quienes son los “primeros clientes potenciales de dicha producción”, de cualquier modo “no alcanzan a cubrir las necesidades de su público natural”.

Careaga Covarrubias formuló en su momento un planteamiento similar al de Karp: los responsables de las editoriales universitarias producen libros, pero no son administradores ni contemplan el proceso editorial en su conjunto. Ello ocasiona “desvinculación entre los programas de estudio y los programas editoriales, lo que repercute en la falta de libros propios, [por lo que] se carece de libros científicos y técnicos en número suficiente y [se depende] en gran medida de las traducciones”. La

moraleja: hay una “carencia de políticas editoriales claras”. Los estudiantes, así, obtienen el material que necesitan para sus estudios principalmente de la biblioteca, la fotocopia y la Internet, “porque no hay libros o porque éstos resultan onerosos para la economía estudiantil”.

En su investigación, Virginia Careaga se apoya en un estudio de Adrián de Garay, *Los actores desconocidos. Una aproximación al conocimiento de los estudiantes* (ANUIES, 2001), que documenta los “medios para la adquisición de información y material de estudio por ciudad”. Es decir, las fuentes a las que acuden los estudiantes y que sustentan la certeza de que los libros universitarios en México ocupan, desde este punto de vista, un lugar marginal.

De Garay se ocupa de la Ciudad de México, Oaxaca, Mérida, Tijuana, Colima, Veracruz y Pachuca en los campos de las ciencias agropecuarias, ciencias de la salud, ciencias naturales y exactas, educación y humanidades, ingeniería y tecnología, ciencias sociales y ciencias administrativas. Está claro que no es el país completo, pero el corte transversal ilustra la situación. Las respuestas fueron agrupadas bajo los siguientes criterios: “frecuentemente”, “a veces”, “casi nunca” y “nunca”. Seleccionemos algunos indicadores.

En primer lugar están las bibliotecas de las escuelas. Los porcentajes

de los estudiantes que las consultan frecuentemente oscilan entre 36.7% (Oaxaca) y 59.2% (Mérida), y de los que las consultan a veces entre 32.0% (Mérida) y 38.9% (Veracruz). Le siguen las fotocopias: entre 28.2% (Monterrey) y 36.8% (Mérida) requieren de ellas frecuentemente, y entre 52.3% (Mérida) y 56.45% (Pachuca) a veces. El uso de la Internet, por supuesto, comienza a extenderse. De 10.8% (Ciudad de México) a 25.6% (Colima) la consulta frecuentemente, y de 11.4% (Oaxaca) a 38.5% (Colima) a veces. Los porcentajes relativos a la compra de libros y revistas para el desahogo de las tareas no son alentadores: lo hacen frecuentemente de 8.2% (Pachuca) a 12.7% (Oaxaca); a veces, entre 23.5% (Colima) y 33.4% (Ciudad de México); casi nunca, aproximadamente la mitad: de 39.7% (Monterrey) a 54.5% (Pachuca), y nunca entre 10.0% (Ciudad de México) y 17.2% (Mérida).

Nuestras editoriales universitarias enfrentan un reto difícil, más aun en la situación económica actual. En la siguiente entrega, presentaremos algunas reflexiones y datos al respecto de presupuestos, estructura del trabajo editorial, títulos publicados, contenidos y comercialización y distribución, que nos permitirán perfilar algunos horizontes posibles. ~