

Editoras contemporáneas en busca de lectores



Laura Lecuona

Desde varias décadas atrás la intervención de las mujeres en los diferentes campos laborales se ha visto reflejada arduamente. Sin embargo aún existen esferas de trabajo, como el editorial, en las que no se ha explorado su labor concreta.

El Centro Cultural España como parte del *Programa Fomento a la Equidad de Género y Lucha contra la Violencia hacia las Mujeres*, organizó el ciclo de mesas redondas Más que viudas y huérfanas: mujeres en el mundo editorial, para contribuir al conocimiento del trabajo realizado por las mujeres en el mundo editorial iberoamericano desde el siglo XVI hasta el XXI.

(“... si no tienes lectores no cuentas con aquello de mayor valor en un esfuerzo editorial y cultural”)

“Editoras contemporáneas en busca de lectores”, primera de tres mesas de discusión, puso en primer plano el problema de la generación y formación de lectores, “el trabajo del editor es ser un mediador bidireccional, es decir, los editores buscan autores para lectores y lectores para sus autores”. La parte más complicada, comenta Tomás Granados, moderador de la mesa, es la de buscar a los lectores y con esto da a entender que el editor debe conocer a los que ya existen, generar a los lectores que podrían llegar a ser lectores de nuestro trabajo e inventar lectores refiriéndose a descubrir o hallar los posibles temas a los cuales atender. “La búsqueda de lectores es realmente muy complicada si nos atenemos a la muy escasa información cuantitativa con el mercado de lectores en México. Con cien millones de habitantes, México, en un horizonte de cuántas personas leen, según el estudio de la Encuesta Nacional de Lectura a mayores de 12 años, 56.4% de la población se consideran lectores, pero al revisar cuántos libros leen al año el horizonte cae radicalmente, sólo 4.2% de la población encuestada lee 11 libros o más, y 3.1 compraron libros en el 2007”.



Marisol Schulz

Mónica del Villar

Amparo Espinosa Rugarcía

Con esta información dio inicio la mesa en la que se dieron a conocer algunas de sus experiencias y estrategias que han implementado para enfrentar la problemática de lectores en nuestro país desde muy distintos enfoques: Mónica del Villar, de Artes de México; Laura Lecuona, Ediciones SM México, Marisol Schulz, Alfaguara y Taurus México y Amparo Espinosa Rugarcía de Documentación y Estudios de Mujeres.

La importancia del lector para las distintas casas editoriales es la misma, "... si no tienes lectores no cuentas con aquello de mayor valor en un esfuerzo editorial y cultural. Los lectores son la finalidad y la gran motivación... no por ello demerito la importancia de la parte económica... La calidad, la credibilidad y la presentación de los contenidos editoriales (autores, imágenes, edición, impresión), cualquiera que sea su giro, es la mejor garantía para conseguir, mantener y alcanzar lectores y lectoras", señaló Mónica del Villar.

El ser editora y la importancia del trabajo editorial como los contenidos, las revisiones, la edición y demás no sólo está en quien aparece en los forros de los libros, sino también en todas las personas que colaboran para la realización de éste. Laura Lecuona explicó: "... así como es importante reconocer a los que trabajan detrás de las cámaras, vale la pena tomar conciencia que detrás de un libro hay alguien más aparte del autor, porque es un trabajo hasta cierto punto invisible y, como el trabajo doméstico, sólo se nota cuando no se hace o cuando algo falla; ves una errata y ahí te acuerdas que existe alguien que la dejó pasar".

La trascendencia del equipo llega a manos de quienes hacen crecer o derrumbar a la editorial, de ahí que la dirección apoyada de estrategias como conocer e indagar al

lector puede, como en el caso de Amparo Espinosa Rugarcía de Documentación y Estudios de Mujeres, lograr tener gran éxito en el mercado y ser para sus autoras algo emotivo para seguir de pie.

Documentación y Estudios de Mujeres edita libros de autoras desconocidas, de mujeres por ejemplo que escriben desde el reclusorio contando su historia. La elección de todos los textos que llegan a esta institución se logra a través de una revisión muy cuidadosa multidisciplinaria.

Sobre el género, Marisol Schulz, de Alfaguara y Taurus México, hace notar que si bien en México hay mayor número de editoras que de editores, y es lamentable el hecho de que la participación en la toma de decisiones estratégicas sea inapreciable y que pocas son las que derriban los obstáculos que aún existen para lograr llegar a un buen cometido. La promoción a favor de la aprobación de la "Ley del Libro" y la lectura, ambas por medios de comunicación como televisión y radio, son las vías que utiliza Schulz para Alfaguara y Taurus México.

Y cómo es un editor. Un editor puede haber estudiado comunicación, ingeniería, periodismo, filosofía... "Ser editor no está peleado con ser además cualquier otra cosa, es más, es estable, debes tener ganas de saber de todo y leer de todo... de hecho para ser editor y tomar decisiones acertadas hay que saber discriminar, separar el grano de la pasta, reconocer lo valioso y lo pertinente, detectar por dónde transcurre la conversación que pretendemos animar y nos gusta invitar a todos a leer y de eso se trata todo...".

El editor quiere, sobre todo, propiciar el encuentro feliz entre su libro y el lector.

