

Más que viudas y huérfanas

Mesa: Editoras en busca de lectores

9 de abril de 2008, Centro Cultural España de México

Marisol Schulz Manaut

Directora de Alfaguara y Taurus México

Celebro antes que nada la excelente idea de Marina Garone –y apoyada por el Centro Cultural de España— de convocar a las editoras a hablar de nuestro oficio en esta mesa cuyo nombre es elocuente y nos refiere a lo que como profesionales de la edición nos enfrentamos todos los días, amén de que es un juego de palabras certero y divertido. ¿Somos nosotras mismas viudas o huérfanas? ¿Nos enfrentamos a la orfandad o a la viudez en tanto que mujeres editoras o simplemente por la carencia cada día mayor de lectores?

Me parece una iniciativa muy loable porque a lo largo de los ya muchos años que he trabajado en la industria editorial uno de los grandes cuestionamientos que he hecho es que a pesar de que somos más las editoras que los editores, normalmente nosotras no tenemos representación y no creo recordar ninguna ocasión en que se nos haya reunido. Con más frecuencia de la que imaginamos, a las mujeres que se desarrollan como profesionales no se les brindan las mismas oportunidades para ocupar puestos que impliquen alta responsabilidad y toma de decisiones estratégicas. Lamentablemente, muchas se topan con una barrera que quienes se dedican a los estudios de equidad de género han dado en llamar “el techo de cristal”: una barrera invisible que sólo se puede explicar como un prejuicio, como una subestimación de nuestras capacidades y posibilidades.

Somos miles las mujeres que trabajamos en distintas áreas del mundo editorial mexicano, y ésta suele ser una labor solitaria, silenciosa y soterrada, muchas veces circunscrita a nuestros escritorios. Las editoras podríamos tipificarnos como una especie de secta secreta, o mejor dicho una fraternidad: “la fraternidad misteriosa”, para parafrasear al extraordinario poeta español Pedro Salinas, en un célebre texto en defensa de nuestro idioma.

Definitivamente, me siento parte del reducido grupo de editoras que aún cree que la lectura puede salvar al mundo y ha dedicado su vida, o al menos su vida profesional, a luchar por este ideal a través de la edición de libros y revistas, por lo que efectivamente sé que un motor que me ha echado a andar desde tiempo atrás es la insaciable búsqueda de lectores (y lectoras).

En el largo camino recorrido en defensa del libro, de la lectura y de la palabra impresa, y en el oficio de perseguir lectores, con frecuencia he sentido que remo a contracorriente, cuando observo que la lectura se ve desplazada por el caudal interminable de lo trivial y lo superfluo, en una sociedad que cada vez más promueve una visión reduccionista y simplificada de la vida y de los problemas cotidianos, y que desgraciadamente no ve en el libro la mejor forma de entender nuestra realidad.

En un homenaje escrito que el periodista y editor espa_ol Juan Cruz hizo a Fernando Esteves, actual director en México de Santillana Ediciones Generales, decía: “En los editores siempre tiene que haber, latente, un cierto grado de felicidad, para trasladarla a los autores, para trasladarla a los lectores, para hacer mejor la tarea ímproba, casi hercúlea, de desaparecer mientras los otros se llevan el foco.”

Hago mía esa alegría, pero aderezada con una dosis mínima de preocupación y ocupación acerca de las aristas y espinas que el editor enfrenta en su quehacer cotidiano cuando se topa que aquello que edita y distribuye no tiene el número de lectores que en principio se esperaba, para lo cual tiene que hacer circo, maroma y teatro con el objeto de acercar el libro a sus potenciales lectores.

Se ha pronosticado de muchas maneras la muerte del libro para dar paso a la lectura de otros soportes, especialmente los digitales. No comparto esa impresión. Al menos, no creo que ocurra en el corto plazo. Como se_ala Umberto Eco: “Aunque impresos en papel ácido, que sólo dura setenta a_os aproximadamente, [los libros] son más duraderos que los soportes magnéticos. Además, no sufren cortes de corriente y son más resistentes a los golpes. Al menos hasta ahora, los libros todavía representan la forma más barata, flexible y práctica de transportar información a muy bajo costo”.

Al respecto, el historiador francés Roger Chartier afirma: “El libro no va a morir como objeto, porque este ‘cubo de papel con hojas’, como decía Borges, es todavía el más adecuado a los hábitos de los lectores que entablan un diálogo con las obras que les hacen pensar o so_ar”.

Sin embargo, debo reconocer que cada vez son más las amenazas para el libro, para la lectura y para la actividad editorial misma. Parten de factores muy diversos, desde los meramente económicos hasta los cambios en la forma como la gente emplea su tiempo libre. Se se_ala, y con razón, que un factor que afecta el entorno de la industria editorial a nivel mundial es la sobreproducción y la

comercialización de libros con base en un sistema de novedades que llega al extremo de provocar que los libros se hayan vuelto artículos perecederos, con una duración máxima de tres meses en los anaqueles, luego de lo cual se devuelven a los editores y muy difícilmente se vuelven a exhibir.

En el caso de México, es ineludible hacer ajustes en todas las fases de la cadena productiva del libro (desde su creación, el trabajo editorial e industrial, la mercadotecnia y la comercialización y distribución); y en definitiva, la promulgación de la Ley del Libro es absolutamente imprescindible, por lo que hago un llamado a los legisladores para que le den curso, con la certeza de que es un paso indispensable para establecer las condiciones jurídicas necesarias para el desarrollo de un país lector. Esta Ley, vale la pena enfatizarlo, cuenta con el consenso de libreros, editores, distribuidores y personas vinculadas con el ámbito editorial.

Hoy en día pensar en un país de lectores y lectoras es una utopía. Hay en nuestro país millones de personas que el único libro que han tenido en las manos ha sido el de texto gratuito y que nunca han entrado en una biblioteca. Cuando en otros países ya se discute el derecho de la población a tener acceso a sistemas digitales, en el nuestro aún es asignatura pendiente estrechar la brecha entre quienes han tenido acceso a una educación formal y los millones que todavía viven en la marginación educativa.

La lectura es una actividad placentera y divertida, y por si ello hiciera falta, también es una fuente invaluable de información. Pese a ello, es evidente la escasez de lectores y ese es un problema que nos ata_e a todos: padres, maestros, autores, editores, autoridades gubernamentales y sociedad en su conjunto. Los bajos índices de lectura en México dan cuenta de una grave situación a la que debemos hacer frente de inmediato y con planes a largo plazo.

En los a_os que llevo en el mundo de la edición he oído todo tipo de lemas; he participado en múltiples mesas, seminarios; programas de animación a la lectura, discusiones de todo tipo y he escuchado cientos de discursos sobre la necesidad de promover la lectura, pero la situación no ha mejorado: seguimos teniendo índices de lectura y de comprensión lectora, por decir lo menos, preocupantes. Y sin embargo, porque creo en su poder transformador, en su potencial humanista y en sus bondades, aquí estoy con ustedes, que seguramente también creen en ello, en una mesa en la que coincido con mujeres que han centrado su vida profesional en la búsqueda (caza) de lectores, desde diferentes trincheras.

No es una búsqueda fácil, y creo que para encontrar lectores no sólo no hay recetas de cocina sino que cada publicación entra a un grado de complejidad distinto, lo que obstaculiza mucho el hecho de siquiera imaginarse el tipo de lector a que llegará la publicación de la que somos responsables, pero eso no exime a ningún editor de la responsabilidad ética, civil, social y por qué no ecológica de formularse varias preguntas en el momento de planear una edición, para por lo menos tener muy claro qué se pretende, a quién se dirige y cómo se piensa hacerla llegar.

En esa caza de lectores no sólo interviene el trabajo editorial mismo, la calidad, la sintaxis, el formato, la caja tipográfica, y aspectos inherentes al cuidado editorial tradicional, sino que cada vez más el editor debe dominar aspectos antes impensables para este oficio como son el marketing editorial, la distribución, las ventas, la búsqueda de canales alternativos de venta y en suma el estar al frente de toda la cadena del libro desde que es un manuscrito hasta que un lector (por fin) lo tiene en sus manos, lo cual tampoco garantiza que lo vaya a leer.

Comencé citando a un poeta y terminaré haciendo más las palabras del inmenso poeta chileno Pablo Neruda:

“Yo escogí el difícil camino de una responsabilidad compartida y, antes de reiterar la adoración hacia el individuo como sol central del sistema, preferí entregar con humildad mi servicio a un considerable ejército que a trechos puede equivocarse, pero que camina sin descanso y avanza cada día enfrentándose tanto a los anacrónicos recalcitrantes como a los infatuados impacientes.”

Muchas gracias.

Marisol Schulz Manaut

Directora de Alfaguara y Taurus México