

Revista cultural electrónica

Construyendo Nuestra

Interculturalidad

Año 5. N°5. Noviembre 2009. Lima-Perú.

www.interculturalidad.org



La Literatura sobre Mujeres. Algunos alcances comerciales

Gladys Díaz

Presidenta de la Cámara Peruana del Libro

La presencia de la mujer en la literatura peruana tiene muchos aspectos, desde mi experiencia profesional quiero esta noche brindar algunas cifras y opiniones que ayuden a este debate y claro sin interés de presentar opiniones categóricas pero que nacen de mi experiencia de empresaria en el mundo de los libros por más de 25 años.

La escritura parte de una experiencia personal que traza nuestra forma de escribir, quizá ese sea el aspecto que marca una diferencia entre la escritura de un hombre y una mujer. Este aspecto sumado a las experiencias de una mujer de nuestra ciudad u otra, la hagan más específica aún y quizá la experiencia de una mujer que es madre aún más. Así puedo detallar diferentes aspectos que individualizan la experiencia de la escritura. Sin embargo, creo que al decidir publicar estas experiencias y querer comunicarlas, existe una variable ya ajena a la escritura misma. Ese deseo de dar a conocer lo que escribimos nos enfrenta a lo que en cualquier circunstancia, académica, política, social se podría definir como el mercado o el público consumidor. Quiero decir con esto que la escritura al ser publicada, se transforma en una fuente de comunicación hacia un lector. Por ello en este punto la escritora mujer se enfrenta a muchas barreras que impedirán o viabilizarán su difusión. Desde el siglo pasado el Perú se caracteriza por su mentalidad y conducta social



eminentemente machista. Desde Magda Portal, pasando por Flora Tristán, solo por citar dos ejemplos emblemáticos se enfrentaron a un lector masculino o masculinizado que ha impedido su difusión. El paternalismo y sus jerarquías sociales las enfrentaron al destierro o discriminación que impiden la difusión de sus ideas. El alto grado de analfabetismo en las mujeres es una brecha más a la que aún nos enfrentamos. Ejemplos históricos hay muchos, en los cuales nos enfrentamos y seguimos haciéndolo a un número bastante reducido de mujeres escritoras y que aún en las esferas intelectuales no son reivindicadas o reconocidas como líderes de opinión.

Partiendo de estas someras opiniones hago un análisis actual de la literatura de mujeres y el actual mercado de lectores que hoy enfrenta. Aún nos encontramos con una sociedad en cambio, que transita de un arraigado patrón social machista hacia uno más abierto, pero que con tantos años sigue internalizado en nuestras mentes. Aún seguimos rezagados en este tránsito, en el que la mujer juega un nuevo rol social, tanto en la parte comercial como en la vida académica. Puedo citar algunos datos obtenidos de la Agencia ISBN del Perú en el que el año 2006 y 2007 en promedio las autoras mujeres representan solo el 12% del total de autores publicados. De 4000 publicaciones registradas el año 2006 solo tenemos 90 publicaciones de mujeres. Muchas de ellas publicadas en antologías o en selecciones. Existe en el mismo registro 128 empresas editoriales, de las cuales 19 son dirigidas por mujeres. Algunas editoriales jóvenes están marcando un nuevo rumbo en la edición de literatura de mujeres. Muchas de ellas han llegado a publicar entre 30 y 35 % de títulos escritos por mujeres, tenemos editoras mujeres que publican mujeres y también tenemos más mujeres que escriben. Quizá las nuevas tecnologías como el internet nos permitan mayores canales de expresión femenina y tal vez dentro de unos años encontremos un panorama más ponderado entre las publicaciones de hombres y mujeres.

Quiero finalizar esta breve exposición comentando algunos aspectos del público lector. Creo que aún tenemos consumidores encasillados en nichos de mercados, como los llaman los marketeros, que aún están sesgados por sus patrones culturales, que mantienen los estándares de publicaciones masculinos, pues son los que más se venden, este panorama ha cambiado en libros de ficción donde grandes best seller son publicados por mujeres, sin embargo en la narrativa aún tenemos consumidores preponderantemente de literatura escrita por hombres. No contamos con cifras de consumo de literatura de hombres y mujeres pero me atrevo a decir que aún el 90% de los libros que se venden son escritos por hombres. Sin embargo me atrevo a decir que estas cifras son bastante alentadoras comparadas con cifras de hace nada quince años atrás. Estamos, creo, frente a un cambio



paulatino e irreversible que requiere por sobre todas las cosas de la fortaleza de nuestras mujeres escritoras, son ellas y nosotras las lectoras las que podemos cambiar estas cifras. Hagamos un esfuerzo por consumir creaciones femeninas, no solo por su procedencia sino por su alta calidad literaria y los aportes que estos textos tiene sobre nuestra vida de mujeres. Gracias.

Cómo citar este artículo:

Díaz, Gladys. La Literatura sobre Mujeres. Algunos alcances comerciales. *Revista Electrónica Construyendo Nuestra Interculturalidad*, Año 5, N°5, vol. 4: 1-3. 2009.

Disponible en: http://www.interculturalidad.org/numero05/docs/1007-Literatura_sobre_mujeres-Diaz.Gladys.pdf

