

**con acento**

## **Muchos títulos, pocos lectores**

Marisa Regueiro

España se enorgullece de ser una potencia editorial, con los casi setenta mil títulos publicados en el año, lo que la sitúa en la tercera posición europea, tras el Reino Unido y Alemania. Se siente especialmente satisfecha con los números del volumen de negocio interior -2.529 millones de euros en el 2000-, y más todavía con los triunfantes del mercado exterior, de 603 millones en el 2001. No es que queramos empañar estos logros, pero no sabemos muy bien cómo pueden mantenerse cuando vemos las cifras de los índices lectores, con ese 46 % de personas que no leen nunca o casi nunca de las que hablan las estadísticas. Surgen inmediatamente muchos interrogantes sin respuesta. ¿Será que, los pocos que leen, lo leen todo, incluidos los libros que corresponderían a esos no-lectores que forman casi la mitad de la población? ¿Será que compramos para regalar más que para leer? ¿Será que las estadísticas fallan?

Lo cierto es que las cifras de venta de libros parecen estancarse, como denuncian y sufren algunos editores, y algo tendrá que decir al respecto este escaso índice lector. Y se

estancarán más –no cabe duda- en la medida y proporción en que las dificultades económicas de los primeros países compradores de Iberoamérica se agudicen, como está ocurriendo. Los más de 6.000 millones de pesetas en libros que compraba Argentina, por poner sólo un ejemplo, a las editoriales españolas en el año 2000, son ya un recuerdo de tiempos mejores y pasados, como casi todo lo bueno en el sufrido país del Plata. Tampoco Brasil, Venezuela e incluso México están para muchas alegrías compradoras, y menos lectoras.

Está claro que, por muy equivocadas que estén las cifras de las encuestas, se lee mucho menos de lo que se produce; y que falta mucho para corregir este desnivel. Los profesores, casi al unísono, se lamentan de que sus alumnos sientan “alergia” a la lectura; y se declaran vencidos en la dura tarea de formar nuevos lectores y en la lucha contra los atractivos de los medios audiovisuales, a los que se señala como los máximos culpables. Un año tras otro, la administración educativa presenta ideas y proyectos de apoyo y fomento de la lectura. Se anuncian, con un loable optimismo,

campañas que prometen la definitiva solución del problema; incluso las editoriales, más sensibles a la necesidad de nuevos lectores-compradores, desarrollan proyectos con el mismo fin. Pero se avanza poco, a tenor de los estudios sucesivos.

Es cierto que estamos en la sociedad del *homo videns*, que la seducción de la imagen se impone al esfuerzo intelectual que exige la lectura. Pero, ¿no serán otras las causas, no detectadas todavía, las que inciden en esta situación? ¿Qué saben, por ejemplo, los profesores de la lectura como proceso cognitivo complejo? Sin este conocimiento, es difícil trabajar con eficacia, con una herramienta tan sutil, compleja y variada como es el leer. Casi se mira exclusivamente en todas las campañas hacia la lectura literaria como fuente de placer; pero ¿qué se hace por la lectura comprensiva, la argumentativa o la analítica y valorativa en las aulas?

Prácticamente no hay profesor que no lamente las dificultades de comprensión lectora de sus alumnos, en todos los niveles y en todas las asignaturas; sin embargo, ¿enseña a comprender el texto, con verdadero conocimiento de la complejidad del proceso? Seamos serios: no podemos lamentarnos sin más, ni exigir lo que no damos. Los avances en estudios científicos especializados sobre la lectura son una realidad en otros ámbitos, con investigaciones serias, y con formación adecuada de los educadores. De poco valen cursillos

con lectores famosos que recuerdan su primera emoción lectora, para la magnitud del desafío. Tal vez, si superamos la opinión subjetiva sobre lo maravilloso que es leer, por muy famoso que sea el lector invitado, y nos ponemos a estudiar de verdad en qué consiste este maravilloso invento humano y civilizador que es la lectura, en relación con un sólido conocimiento del vehículo esencial de la lengua de la que depende, estaremos más cerca del certero diagnóstico y, por ende, de la curación. Obviamente, si se consigue esta meta, los políticos que ahora se afanan por presentar la campaña más novedosa de formación del hábito lector, contarán con electores mucho más conscientes, más críticos, más exigentes. Surge, sin quererlo, otra pregunta: ¿son éstos los electores que quieren? ■