

## Sobre la lectura

P. de P.

La revista *RESEÑA de crítica cultural*, después de su reciente remaquetación a favor de una mayor agilidad lectora, propone dos cuestiones que merecen leerse despacio por cuanto significan aproximaciones relevantes y de suma actualidad. Dejo constancia aquí.

Gracias a Dios, la revista en cuestión, tras serle demandado durante años, introduce una página editorial, donde se define ante cualquier cuestión del momento y toma postura en cuanto tal. En el pasado número de diciembre, tal editorial lleva por título “*Leer es vivir*”, y pone sobre el tapete algo asombroso a comienzos del siglo XXI: *casi un treinta por ciento de los españoles no lee jamás un libro, un periódico o una revista*. Y añadimos nosotros, tal cosa sucede, en gran medida, por la irrupción tremenda del mundo audiovisual, que permite divertirse prácticamente sin esfuerzo en la mayoría de los casos. Un ciudadano que antes hacía su pequeño trabajo por “comprender un texto”, ahora se entrega “con pasividad entusiasta” al hecho de ver, de asistir, de disfrutar con, mientras come palomitas, en una sala comercial o en su propia casa. El palo viene por ahí, pero también son ciertas las reflexiones que aporta el editorialista tras la informa-

ción anterior: pésima política cultural gubernativa, poca sensibilidad del posible lector, y olvido de una tradición cultural española. Un asunto tan desmayante como preocupante.

Por otra parte, en el mismo número de *RESEÑA de crítica cultural*, aparece un excelente y sumamente revelador estudio sobre el exitoso Paulo Coelho, un escritor que lleva vendidos 27 millones de ejemplares de sus obras, vertidas a 45 idiomas y vendidas en más de 120 países. Cuando el autor del estudio, Seve Calleja, analiza de dónde proviene la clave del éxito de este brasileño, nacido en 1947, recalca en el fenómeno de la *Nueva Era*, perfectamente integrado en ese otro más amplio de la postmodernidad. Vale la pena conocer este análisis crítico de Coelho para conocer mucho mejor este nuevo momento de la historia cultural. Y tengamos presente que en una sociedad no lectora, el amigo Coelho es un auténtico superventas, lo que plantea interrogantes serios e incisivos: cuando el autor gusta, vende.

¿No será que nos gusta leer aquello que previamente vivimos? ¿No será que hemos cambiado de mitos vitales? No estaría mal añadir estas preguntas al vacío mortal/cultural en que nos hallamos.