

## La lectura en México, un problema multifactorial

ROSA MARÍA CAMACHO-QUIROZ

Juan José Salazar Embarcadero (2011), *Leer o no leer (Libros, lectores y lectura en México)*, México, CELTA Amaquemecan.

Cada vez son más frecuentes las reflexiones sobre el poco o, mejor dicho, nulo hábito de la lectura en México. Todos sabemos que la costumbre de leer no es una de las más apreciadas en nuestro país, y para revertir esta situación se han creado, tanto a nivel federal como estatal, varios programas para incitar este hábito. Se han echado a andar proyectos como las llamadas “Salas de lectura”, “Olimpiadas de lectura”, “El rincón del libro”, “Para leer en libertad”, entre otros. Pero, ¿por qué es un problema la lectura en México? Más del 70% de los mexicanos no lee un solo libro al año. Unos porque son analfabetos y otros porque no quieren o no pueden. En nuestro país, varios factores, entre económicos, culturales o pedagógicos, intervienen para que la lectura, entendida como práctica que conjuga la adquisición de conocimiento con el placer, no sea una rutina común en la población mexicana.

Juan José Salazar Embarcadero, en su texto *Leer o no leer (Libros, lectores y lectura en México)*, hace un estudio sobre los factores que influyen para formar lectores. El libro se compone por cuatro apartados: “La industria editorial en México”, “Comercialización editorial”, “El consumo cultural y los índices de lectura” y “Las industrias culturales y las políticas públicas”; todo esto en 126 páginas.

El texto comienza con un recorrido por la historia de la industria editorial en México, menciona un contexto revolucionario que influyó en la edición de periódicos, y que si bien el analfabetismo era alto, no impidió que surgieran editoriales como Porrúa y, más tarde, la Comisión Editorial Popular, que editaban material didáctico. Asimismo, nos sitúa en los momentos vasconcelista, callista, cardenista, entre otros, y su entorno cultural y educativo, tiempos en que se impulsó la vida editorial en México, haciendo a la industria editorial mexicana líder en los años cincuenta. El autor hace una compara-

ción de la industria editorial mexicana entre 1999-2000, donde aborda datos editoriales relevantes y posturas interesantes sobre la producción y consumo de libros. También se refiere al problema de la globalización de la industria editorial y los grandes consorcios, que han desvirtuado el fin de un libro, pues ya no interesa su calidad cultural o intelectual, lo importante para su publicación es que toque un tema que guste o atraiga a cierto grupo de la sociedad, o bien, que el autor sea conocido y vendible.

Más adelante, se toca el tema de la comercialización editorial. Esta parte comienza con una serie de cuestionamientos sobre la cultura y los índices de lectura en México. Se habla de la comercialización editorial, la relación de consumo y la disponibilidad de librerías o espacios que fomenten la lectura, así como sobre la *bestsellerización* que ha modificado los criterios de selección y exhibición de libros para su venta.

El escritor señala que en México tener una librería es un negocio de alto riesgo y, por esto, los negocios familiares dedicados a la venta de libros han desaparecido y, en cambio, han florecido aquellas grandes cadenas de librerías que cuentan con la posibilidad de realizar extensas campañas publicitarias. “El lector no ha muerto, está enfermo de marketing”, título de uno de los incisos que conforman esta parte y que, sin duda, parodia la idea de Roland Barthes “el autor ha muerto”; expresa que los medios de comunicación masiva, sobre todo los electrónicos, nos incitan a comprar lo que está de moda o lo que ha ganado premios. Obtenemos lo que vemos en todos lados sin importar su contenido, porque nos dejamos seducir por textos que se nos presentan como soluciones a nuestra vida, aquellos que nos dicen cómo hacer para...

Otra cuestión que se menciona son las dificultades para la distribución de textos, ya sea editados en España o en México, problema producto de las crisis económicas que ha vivido nuestro país y que, por supuesto, han repercutido en los productos culturales. Aunado a los problemas financieros, las editoriales mexicanas se enfrentan a los canales de venta que se siguen hoy en día, los catálogos de antaño se han cambiado por inventarios de temporada que atienden las inquietudes de lectores ocasionales influidos por lo que ven y lo que oyen. Las librerías, espacio *per se* para la venta de libros, así como las ferias de libro, tienen que rivalizar con las librerías virtuales, aquellas que se consultan desde un escritorio; evita el viaje a la librería o feria. Otra cuestión importante que se plantea es el ambulante y la piratería editorial, acciones que deterioran la comercialización de los textos.

Este libro también da muestras del consumo cultural y los índices de lectura. Salazar hace una clara diferenciación entre “consumo” y “consumismo”, y habla de la utilización de los productos culturales y televisivos, así como sus repercusiones en la lec-

tura y en la actividad editorial mexicana, uso que nos lleva irremediamente al *best seller*, producto vendido en exceso por causa de escritura estereotipada, donde el lector busca su reflejo y encuentra fin a sus problemas sentimentales, laborales, etcétera; y no es que sea así, todo es producto de la mercadotecnia que ofrece formularios de éxito. En esta parte, el autor hace una tipología del lector con base en tres variables sacadas de los resultados obtenidos de la Encuesta Nacional de Lectura (ENL) que arroja datos importantes, los cuales sustentan el escrito. Las cifras más significativas y aterradoras que se manejan, a partir de la mencionada encuesta, y de otros tantos estudios que versan sobre la lectura, son los índices de lectura en México, que sólo por mencionar algo:

39.9 % de los encuestados mayores de 15 años no leyó ningún libro durante el año, 60.1 % dijo haber leído cuando menos un libro y apenas un 6.6% leyó más de diez libros en el mismo periodo; el 51.0% del 86.6% de quienes declararon en la ENL “que lee o ha leído” no recuerda el título del último libro que leyó; o que de ese mismo porcentaje, el 52.3% no sabe cuál es su autor favorito. En la misma ENL el 52.3 del 86.6% de los entrevistados que dijeron leer o que han leído no supieron el nombre de su autor favorito, el 1.4% mencionó a Cervantes, frente a un 3.8% para Carlos Cuauhtémoc Sánchez y un 2.5% para García Márquez. En cuanto a libro favorito aparecen: *Don Quijote de la Mancha* (1.4%), *Juventud en éxtasis* (1.6%) y *Cien años de soledad* (1.2%) (p. 77).

Estas cifras llevan a cuestionar al sistema educativo nacional: ¿Está creando lectores?

La última parte de *Leer o no leer*, disyuntiva que sugiere el conflicto ontológico del ser o no ser, afronta las industrias culturales y las políticas públicas. Formula los problemas derivados del capitalismo, la globalización, los tratados de libre comercio, entre otras relaciones económicas, que han mermado la actividad cultural en los países en desarrollo. Los libros, en estas naciones en crecimiento, en América Latina y México, más allá de ser un eje cultural, han sido un sostén político. Y no estando normada la industria editorial, en el sexenio del presidente Fox se promulgó la primera Ley del libro, que nunca se hizo efectiva, porque para los gobiernos no ha sido importante la industria cultural. La cultura, dice Salazar: “ha estado lastrada en los discursos económicos. No es raro, entonces, que el subsector de cultura no sea tema de interés para muchos gobiernos” (p. 144). El texto termina elucidando la importancia de que México se convierta, a través de políticas públicas, en un referente editorial en castellano y en uno de los principales editores de libros de calidad. ¿Cómo lograrlo?

La importancia del libro de Salazar Embarcadero radica en que posibilita comprender la condición lectora de nuestro país, en el que hay un sinnúmero de componentes que influyen para ampliar el índice de lectura. Cómo hacer de México un referente editorial, como lo propone el autor, si no conocemos los elementos que circundan a los libros, a los lectores y a la lectura. Percatarnos de estos factores permite vislumbrar nuestra situación y tomar medidas para pugnar, desde nuestros lugares, para que la lectura no sea una opción, sino un requerimiento inherente a nosotros para acceder al poder de la palabra, al poder de la apropiación y de la comprensión de nuestra realidad.