

Leer o no leer

miguel ángel granados chapa

Anoche, no es exagerado decirlo, el país estuvo en vilo, para ver a María Félix entrevistada por Verónica Castro. Millones de personas se quedaron despiertas hasta muy tarde para presenciar ese espectáculo, típico de una era en que sólo importan los grandes números. Ninguno de esos miles de miles de televidentes, al irse a la cama, habrán cumplido un rito frecuente en familias de clase media, de leer unas páginas antes de conciliar el sueño. De ese modo, la televisión habrá ganado una batalla más a la lectura de impresos.

A partir del domingo próximo, entrará en vigor el sistema PPV, pagar para ver, que un servicio privado de televisión ofrece al público. Los usuarios escogerán de un menú lo que les plazca, con lo que se acercarán al ideal de la televisión individualizada, en que cada quien integra la programación de su preferencia. Comparado con la dimensión del público que atendió anoche el canal dos, es caso raquítico, unos cuantos miles, el que el domingo podrá deleitarse con el concierto del año, el que con motivo del 250. aniversario de la Gala de la Metropolitan Opera House. De cualquier modo, esa porción del auditorio se consagrará a la tele, dejando de lado las eventuales lecturas dominicales que pudo haber abordado.

Y no se diga lo que ocurrirá en miles de hogares también, hoy o el fin de semana, con el alquiler de películas en formato para video, que de más en más constituye un nuevo hábito de los sectores adinerados --y aun los que no lo son tanto--. En todo el país hay 14.5 millones de telehogares, de los cuales el 35 por ciento, unos cinco millones, cuentan con ~~vasetera~~, por lo que son clientes potenciales de la pujante industria del video, dominada naturalmente por Televisa. En el campo de la producción para la venta, se lanzan al mercado unos ocho millones de <sup>casetes,</sup> ~~xxxxxx~~ cincuenta por ciento de los cuales son hechos por Videovisa. Y en el ámbito de la videorenta, hay entre siete y ocho mil establecimientos, de los cuales dos mil pertenecen a Videocentro que ~~xxxxxx~~ participa, sin embargo, con el 60 por ciento del mercado (todo lo cual fue declarado por Justino Con



leer o no leer/2

peán a la revista mensual para el Inversionista). Cada vez que un consumidor adquiere un video probablemente deja de comprar un libro, y cada fin de semana que consagra a la doméstica función de cine alquilado, por lo menos emplea en esa actividad el tiempo que acaso hubiera podido dedicar a la lectura.

Esas referencias refuerzan la versión de que los medios audiovisuales alejan de la lectura a su público, por lo que la industria editorial en general (la de libros y publicaciones periódicas) y el comercio respectivo, se batan en retirada. Es de tal magnitud ese fenómeno, según se nos asegura, que diríamos que a la producción y venta de libros ya sólo les hace falta, a modo de epitafios, libros donde se cante su derrota, de igual modo como la cinematografía lo hizo, con gran donaire, con cintas como Splendor o Cinema Paradiso.

Pero siempre es riesgoso enterrar a alguien, o algo, antes de que muera. Los responsos anticipados suelen ser fallidos. Cuando se decretó la muerte de Dios, o la de las ideologías, o el fin de la historia, los sujetos de esos predicados se levantaron de las tumbas y ~~vig~~ continúan su reinado o su vigencia. Hace ya un cuarto de siglo que McLuhan sentenció a muerte a los libros, y si bien no se puede decir que siguen a pesar de ese tiempo, tan campantes, sí es posible encontrar indicios de que la industria y el comercio editoriales tienen capacidad de adaptación de la que faltó a los grandes saurios antediluvianos, y que por ello no está destinada a la extinción. Los departamentos de publicaciones de las droguerías estilo norteamericano y de los almacenes de autoservicio son un señal a la mano de tal aptitud para la resistencia. Allí se aproximan a los libros, y los adquieren, muchas más personas de lo que nunca lo hizo el público habitual de las librerías tradicionales.

Se dirá que en esos lugares se expende material de lectura que es impropio. La objeción conduce a una doble pregunta. ¿Quiénes componen el alto tribunal que decide sobre la calidad de lo impreso? Y, si lo hubiera y sus dictámenes fueran contrarios a la mayor parte de esa mercancía, ¿sería preferible retirarla del mercado, para evitar que inficione al público? Dicho de otro modo,

¿es mejor no leer que leer malas publicaciones?

Opino --porque el tema es esencialmente polémico, discutible, opinable--, que los lectores de mala literatura, de periodismo mediocre, de publicaciones insanas quedan en ventaja de quienes son analfabetos funcionales. Como rezaba la fórmula clásica, la lectura es un capital que aumenta al gastarse. La lectura, como destreza, tiene que ser afinada con la práctica. Quienes apenas llegaron al deletreo en los rudimentos escolares que forman el equipaje intelectual de la mayor parte de los mexicanos, mejoran su capacidad para leer si leen, así sean los anuncios comerciales en las calles, así sean publicaciones que desde un cierto prejuicio puedan ser deleznable.

El dilema de leer nada o leer al menos algo, es un falso dilema. Resolver el verdadero, el de impedir que la lógica puramente comercial avasalle a las empresas editoriales, sobre todo las de libros, que dependen exclusivamente de la venta de ejemplares, es decir de la cantidad de lectores, es un tema político capital, que tiene que ver con el futuro del país.