

El fracaso del Plan de Fomento de la Lectura

A mediados del mes de enero de este año hubo una noticia importante que pasó inadvertida, que apenas se valoró pese a su trascendencia. La ministra de Cultura, Pilar del Castillo, presentó en la Biblioteca Nacional de España la memoria del Plan de Fomento de la Lectura, un Plan en el que, analizados los resultados, han malgastado 125 millones de euros (cerca de 21 mil millones de pesetas), o un cuarto de esa cantidad. Y han malgastado tan ingente cantidad de dinero porque el Plan ha sido un fracaso: no han conseguido incrementar el número de lectores, pese a tan tremenda inversión.

Ante tamaño fiasco hay que hacerse un buen número de preguntas para tratar de saber las causas, partiendo de un hecho claro y probado, pese a los rapsodas de cámara bien cebados: el poco talento de la ministra Pilar del Castillo. Porque despilfarrar miles de millones de pesetas (en esas cantidades todavía no nos acostumbramos a los euros) es muy grave: no hay resultados. Y no hay resultados porque se hacen campañas publicitarias absurdas e invisibles, encargadas sin criterio a gentes incompetentes, posiblemente pagadas en exceso.

Si se quiere que la población lea, hay que recurrir a la televisión, el medio de comunicación más potente: ofrecer programas diarios de lectura, de libros, para niños y para adultos, de forma amena e interesante. Se hace con el Deporte, especialmente con el fútbol: ¿por qué no se hace con la lectura? No es nada difícil, pero el fracaso también es fácil de conseguir: sólo hay dar este y ese programa a este y ese amiguetes, *"intelectuales orgánicos al servicio de los que pagan, normalmente con dinero ajeno"*, para que se forren, para que revienten huecos de vanidad. Y esos programas televisivos, encargados a profesionales independientes (que los hay), infinitamente más baratos (por esa cantidad hasta se podría montar hasta una súper-televisión local), en las horas adecuadas, tendrían mayor incidencia que necias o estériles campañas publicitarias. Pero que nadie se alarme: no nos harán el menor caso. Están a lo suyo: a forrarse, a inventar excusas, a culpar a los demás... a mentir. Se ha impuesto el todo vale por la pasta.

Los números cantan, a la funerala: el 47 por ciento de los españoles consultados declara no leer nunca. Y un 54 por ciento, no compra un libro en su vida. Pese a todo los hay optimistas: *"Hemos logrado el objetivo de no descender el número de lectores"* (Jordi Úbeda, presidente del Gremio de Editores de España, que se habrá quedado a gusto después de semejante parida). Y especificamos: tres cuartas partes de los 125 millones *"invertidos"* se gastan en bibliotecas públicas (¿con fondos libres o sin fondos libreros?). En fin, un fiasco en toda regla. Sin visos de solventarse. Somos el país que nuestros políticos quieren que sea, un país tercermundista. Sin remedio.

Si se quiere que la población lea, hay que recurrir a la televisión, el medio de comunicación más potente: ofrecer programas diarios de lectura, de libros, para niños y para adultos, de forma amena e interesante. Se hace con el Deporte, especialmente con el fútbol: ¿por qué no se hace con la lectura? No es nada difícil, pero el fracaso también es fácil de conseguir: sólo hay dar este y ese programa a este y ese amiguetes, "intelectuales orgánicos al servicio de los que pagan, normalmente con dinero ajeno", para que se forren, para que revienten huecos de vanidad

Noticias Bibliográficas. Imprime GRP, S.A.

Administración y Publicidad: Diego Martín. Teléfono 91 554 58 82.

Redacción: C/Pedro Barreda, 16. Patio D. 28039 Madrid. Teléfono y fax: 91 554 58 82.

ISSN 1578-3413. Correo electrónico: noticiasb@teleline.es. **Internet:** <http://www.noticiasbibliograficas.com>

Director: Pablo Torres Fernández. **Redactores jefes:** Pablo T. Guerrero y Ángel Martín.

Redacción: Miriam Martín, Gabriel Argumánez, Patricia Montero, Esteban Zapata, Hermógenes Ramos y Ana Torres Guerrero.

Noticias Bibliográficas no permite la reproducción total o parcial de sus contenidos, cuando se haga con fines comerciales. Y no comparte necesariamente ni se responsabiliza de los textos de sus colaboradores.