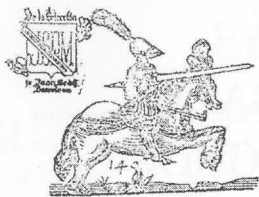


EL INGENIOSO HIDALGO DON QUIJOTE de la Mancha.

Compuesto por Miguel de Cervantes
Saavedra.

DIRIGIDO AL DVQUE DE
Bojar, Marqués de Gibraltar, Conde de Baza, y
Bañares, Visconde de la Puebla de Alcocer, Señor
de las villas de Capilla, Gurrea,
y Burguillos.



Impreso con licencia, en Valencia, en casa de
Pedro Patricio Mey, 1605.
A costa de Joseph Ferrer mercader de libros,
delante de la Diputación.

Balance quijotesco sobre el Año Cervantes-Quijote

Ha finalizado el año de celebración del IV Centenario de la primera edición, de la primera parte del Quijote. Y el balance ni es bueno, ni malo, ni inverso... es algo sin substancia. Lo más destacable es la publicidad, una publicidad maravillosa, visualmente muy atractiva, pero poco más; porque entre lo "poco más" todo un conjunto de exposiciones hechas con precipitación, un tanto de relleno: un conjunto de objetos de época y ya tenemos "El tiempo en el que vivió Cervantes", o algo similar; un conjunto de libros, y ya tenemos "Los libros de la época de Cervantes", o algo parecido. Se toca a arrebatado para que unos cuantos, normalmente los de siempre, escriban unas chorraditas, se añaden las ilustraciones... y ya tenemos un catálogo (al parecer hay una Sociedad estatal o para-estatal que se dedica a eso de organizar eventos y centenarios: no estaría de más que nos ofreciera un balance económico, detallando quiénes y cuánto han cobrado por hacer lo hecho o escribir lo escrito. Sería muy ilustrativo para todos).

En cuanto a libros, han visto la luz Quijotes con calidad de contenidos, pésimamente editados. El Quijote del euro está bien para promocionar el libro, pero no hubiera estado de más regalar una lupa para poder leerlo sin dañar la vista. No hemos visto esa gran edición que resumiera el IV Centenario, que fuera la envidia de propios y extraños, que sirviera de ejemplo para el V centenario. No, las grandes ediciones españolas siguen siendo las antiguas, empezando por la de Ybarra. Sí hemos visto ediciones privadas, no subvencionadas, de gran calidad. Pero los criterios son otros, muy diferentes a los del mundo oficial, donde se gasta con dinero ajeno, donde se compensan favores (no estaría de más acabar en este país, de una vez por todas, con las subvenciones a la Cultura). En fin, en suma, un balance en el que se puede decir fu, o se puede decir fa; o ni fu ni fa. Gran pobreza cultural.

Absurdos planes de lectura

El diagnóstico es muy conocido: en España se lee poco o muy poco; y entre los pocos que leen, las mujeres. Como las sociedades culturalmente pobres tienen poco futuro (en España vamos hacia una sociedad ágrafa: las bibliotecas escolares, por ejemplo, carecen de los fondos mínimos que pide la UNESCO), las autoridades han decidido que hay que leer. Y para leer, pues se recurre a la publicidad, el ministerio de Cultura ha destinado 31 millones al nuevo Plan de Fomento de la Lectura. Ya se ha hecho otras veces, con pésimos resultados. La lectura no se fomenta con publicidad y los planes de lectura únicamente sirven para que unos pocos se lo lleven crudo. Y para que no digan que únicamente criticamos, vamos a aportar gratis, nuestra propuesta de lectura:

Inviertan en programas diarios de televisión, de 10 minutos, antes de los informativos, donde se explique una obra y su autor (si a los espectadores se les da calidad es fácil que acaben abandonando esa basura de los gavilanes o los golondrinos de remarcado paquete para insatisfechos/as). Encarguen los programas a productoras, para que hagan algo parecido a los programas de cocina, atendiendo al libro como vehículo cultural, e insistan, un día sí y otro también (hay buenos libros y excelentes autores, normalmente fuera del circuito comercial). Por supuesto, excluyan a las grandes editoriales: mayoritariamente publican bazofia para ganar dinero. La cultura les importa un rábano.

Ni que decir tiene, que nosotros no tenemos ninguna productora televisiva, ni amiguetas que nos encarguen los programas; aunque sí podemos facilitar una relación de obras y autores que merecen la pena, que servirían para fomentar la lectura. Si únicamente van a contratar a una de las grandes agencias publicitarias; y unos pocos "creativos" nos van a dar la brasa con eso de que hay que leer para saber, y se van a emitir unos cuantos spots, les avanzamos los resultados: los índices de lectura seguirán siendo ínfimos y caminaremos inexorablemente al agrafismo más puro y duro: masas posesas de fútbol, toros y siniestros programas televisivos. Seremos los que somos hoy: un país de servicios, camareros para turistas.

