

## EL ESCÁNDALO DE LA LECTURA<sup>1</sup>

por Istvan Schritter

Género en donde el texto no puede leerse sin la imagen, y viceversa, el concepto de libro-álbum está bastante socializado entre los lectores de los países más desarrollados, sin embargo, los lectores argentinos aglutinan con frecuencia bajo el mismo mote un libro sencillamente ilustrado y un álbum. La diferencia entre ambos ha empezado a acuñarse en el imaginario colectivo muy recientemente, por esto creo que en Argentina estamos en un momento de renovación, en donde han coincidido varias propuestas editoriales originales que jamás hubieran podido publicarse en las editoriales masivas, las monopólicas o las ya asentadas e históricas.

En las últimas décadas, las colecciones editadas en estas tierras eran solamente concebidas bajo un modelo de libro de formato único, anclaje más en el texto que en la imagen, medidas, diseño y número de páginas preestablecido, y bastante despreocupación en lo gráfico, sobre todo en la calidad de edición. El álbum era una casualidad de cuya especificidad no se tenía conciencia y, en todo caso, era un producto de importación.

En el año 2001 la crisis económica trajo consecuencias en todos los niveles. Los libros, las editoriales y los lectores no quedaron al margen.

Pese al dramático contexto, creo que varios editores supieron ver en esto una grieta por donde meterse. Entre tantas consecuencias, lo importado había pasado a tener precios imposibles y, como decía, los álbumes eran importados...

En el año 2003, aparecieron los cinco primeros títulos de “Libros-álbum del Eclipse”, una colección que se constituyó en la alternativa nacional que buscaban esos lectores que habían quedado ávidos de buenos libros-álbum. Con una visión amplia de mercado, la editorial adoptó la propuesta en el marco de un proyecto global, abriendo en 2006 una filial en España.

---

<sup>1</sup> Esta ponencia es una versión de la conferencia pronunciada en *Segundo Encuentro Internacional de Editoriales Infantiles y de Promoción a la Lectura* celebrado en Parma (Italia) el 17 y 18 de febrero del 2007 en el marco del Festival Minimondi ([www.minimondi.com](http://www.minimondi.com)) y del artículo publicado en la revista *Educación y biblioteca*, Madrid, Ed. Tilde, Año nº 19, Nº 158, 2007, pags. 38-41.

Con esto quiero decir: la apuesta que permitió asentarse y crecer no fue la repetición de modelos ya probados, sino una idea editorial valiente, aventurada. Una apuesta por un producto inexistente, no probado, que las editoriales grandes no se hubieran animado a publicar.

Vale decir aquí: la función del editor es sostener la calidad, originalidad de lo que se publica, pero sin condicionar a los autores. Lo que puede llegar a pedir el mercado es relativo e inabordable, regirse por eso a lo único que puede conducir es a repetir fórmulas, y no se trata de eso el perdurar. La idea es dejar que el autor desee, es él quien marca el camino, no los expertos en marketing. El autor es el que tiene la neurona despierta a lo que señalan los tiempos. No creo que sea función del editor ordenar a los autores tal o cual tema o tal o cual formato “convenientes”. Sino percibir que el proyecto de artista se adapte a una idea eje lo suficientemente flexible como acoger toda idea original que aparezca.

En esta manera de abordar la función de editor, siento que mucho tuvo que ver mi origen de ilustrador de libros para niños. Nunca antes en Argentina había ocupado este espacio alguien venido de este palo y mi experiencia como tal me sirvió para ganar confianza: mi técnica preferida de dibujo es el recorte de papel, si yo hubiera dado lugar a quienes en mis comienzos me desanimaban alegando que era un material de trabajo difícil de reproducir no hubiera logrado un estilo propio. Con los libros sentí que era lo mismo, si son apuestas se corre el riesgo, pero si las bases de la apuesta son firmes y nacen en la pasión, vale la pena correr ese riesgo. Al fin y al cabo, cualquier toma de posición es arriesgada.

Así que la propuesta fue generar algo que a mí como autor siempre me hubiera gustado que me pasara. Libros en los que determinan ellos, de acuerdo a las necesidades de su obra, el formato del soporte (no era usual en Argentina dar a elegir esto a un autor, respetando sus deseos y necesidades). Diversidad. La que por antonomasia hace a los libros.

Una colección en donde el eje es SER ÁLBUM. Un eje que siento que rota en la misma dirección que mi carrera como artista: la OBRA es el LIBRO, y no el texto o las ilustraciones por separado.

El editor aventurado, aquel que cree en lo que hace más allá de lo que el mercado dicte, cree que de estas aventuras salen los grandes libros, las grandes colecciones y las grandes líneas

editoriales. Aquéllas realmente formativas, que apuestan a la inteligencia y a que un lector sin edad encuentre las propias soluciones, aquéllas que no dan respuestas sino que generan preguntas. Es por eso que no creo que un buen libro tenga una edad determinada para ser leído. Un buen libro tiene en sí la posibilidad de leerse a los 5 y a los 85 años con igual pasión, porque siempre tendrá algo que sorprenda desde los saberes y la experiencia propios de cada edad. Esa me parece la parte realmente pedagógica de cualquier libro, algo que nada tiene que ver con lo “pedagogizante”.

El mercado trata de imponer leyes que si el editor respeta a rajatabla cae en el sometimiento, en la trampa. Incluso un monopolio editor de estereotipos fundados en base a estudios estadísticos de expertos en marketing, estará bajo la tutela de esos mismos expertos, fundando una línea editorial cual editores (¿enfocados más a las ventas que a la formación del lector? seguro, pero ocupando –¿usurpando?– el lugar de editores al fin). No existe editorial sin editor. La contradicción desarma de manera automática esa posibilidad.

Lo realmente interesante –divertido, inteligente, desafiante, apasionante–, es meterse por las grietas que el mercado ofrece. Allí donde la estadística y el marketing se rasgan es donde empiezan y se generan las verdaderas apuestas editoriales que fundan algo rico, perdurable.

La verdadera función didáctica del editor no es ofrecer al lector fáciles lecturas predigeridas, sino darle la oportunidad de plantearse preguntas, buscar en los libros las propias respuestas, y descubrir sus propias estéticas.

El lector en el que pienso es aquel que busca resolver por sí mismo los desvelos a los que le lleve el libro. Niño o adulto, leyendo de acuerdo con sus propias competencias. Y debo advertir que no es una utopía, creo que cualquiera de los presentes puede reconocerse en este lector sagaz que no espera condescendencia de parte del libro.

Marcela Carranza y Cecilia Bajour hablan de “el planteo de lectura de este género como un juego en el que el lector está llamado a ser un partícipe privilegiado debido a que el significado sólo comienza a tramarse con él”<sup>2</sup>. Un lector que acepte o rechace. Plante posición

---

<sup>2</sup> Bajour, Cecilia y Carranza, Marcela (2003): “El libro álbum en Argentina”, en: *Imaginaria*, N° 107. [www.imaginaria.com.ar/10/7/libroalbum.htm](http://www.imaginaria.com.ar/10/7/libroalbum.htm)

frente al libro, el rechazo también es aprendizaje y todo auténtico aprendizaje genera escándalo. Si no existen los estereotipos, si lo ofrecido es una apuesta a la capacidad de pensamiento, ese libro será valioso aún cuando sea rechazado. No valen los temores si la creación nace de la pasión, porque en todo caso la esperanza revive en la RELECTURA, a ejercerse en cualquier momento de la vida. Lo importante es que el libro no sea desechable, cualquier creación –y el libro lo es–, no tiene puntos medios, es cautivante o revulsiva: dos caras de la misma moneda, porque ambas implican apropiación, nunca indiferencia.

Cualquiera de estos extremos implicará conservación. Un libro estereotipado, repetitivo, es indefectiblemente efímero; un libro apasionante o revulsivo tiene algo que nos hace conservarlo. La preservación existe en la memoria si al libro revulsivo se lo haya hecho desaparecer físicamente, interiormente se sabe que es posible de retomar en algún momento desde saberes nuevos.

Dice Juan Gelman “todos pueden comulgar en la belleza de un poema de cualquier autor, cualquiera fuere su nacionalidad, su lengua o religión. En este mundo cada vez más dividido, atomizado y gris, mercantil y consumista, la belleza es un escándalo. La poesía es un escándalo”<sup>3</sup>

Como la poesía, la lectura es un acto de creación. Libre por antonomasia, el verdadero lector lee lo que lee, se lee a sí mismo leyendo y lee cómo lee el otro que lee. Un auténtico escándalo.

Sin más orden que el propio e íntimo, la lectura no acepta corsés. Autores, ilustradores, editores, lectores, librerías, imprenteros y quién a usted le parezca que deba sumarse, están relacionados en el entrecruzamiento de sus lecturas. Cada lector tiene tanta razón como deja de tenerla. Sabe tanto lo que quiere como deja de saberlo. Un buen lector es un cazador furtivo que desea encontrarse con presas que lo sorprendan, busca (siempre) aquello que lo sacuda, aquello que lo escandalice... por ende la verdadera función del editor es detectar qué es aquello que el lector **no sabe** que desea. Leer lo que pide el lector es la función del experto en marketing. Leer lo que **no pide** el lector es la función del editor. Por eso si pretendidos expertos en estadísticas creen saber qué publicar en base a éstas (que supuestamente les dicen qué es lo que los lectores quieren) van a caer en la trampa de nunca saber qué es lo que los lectores **no saben** que quieren.

---

<sup>3</sup> Gelman, Juan, “Escándalos”, en diario *Página/12*, Buenos Aires, 23 de febrero de 1995, contratapa.

Y descubrir ESO (lo que los lectores **no saben** que quieren) es lo más comercial que se puede encontrar en el mundo. Y eso nunca se animará a suponerlo alguien simplemente experto en marketing, parapetado detrás de tan rígidos como frágiles cuadros de estadísticas.