

Superventas grande, ande o no ande

Me ha llamado la atención un artículo reciente del crítico de motor Juan Manuel Pichardo, que reflexiona sobre la incoherencia de diseñar coches con poca visibilidad trasera para luego incorporar toda clase de sistemas de mejora de la visibilidad, como las cámaras de visión trasera. La explicación estaría en el hecho simple de que esos coches se crean como [artículos de consumo](#), no como medios de transporte.¹

He denominado a Pichardo *crítico* porque cumple una función esencial en la sociedad de la abundancia: la de utilizar la capacidad de discriminación, el buen juicio, para orientar a sus lectores. No se me ocurre ahora qué término peyorativo regalar a los que, en lugar de utilizar la cabeza, reproducen los comunicados de prensa de los responsables de mercadotecnia (¿o será *mercadominio*?) del sector de la automoción.

Puede parecer que esto no tiene nada que ver con el fomento de la lectura entre los más jóvenes, que es de lo que quiero hablar. Sin embargo, sí guarda relación: en el (escaso) eco que la literatura infantil y juvenil halla en la prensa, predomina, incluso en medios especializados, el elogio del superventas por encima de la crítica. La crítica de la literatura de adultos adolece del defecto contrario: por pose, jamás concede aprobación a los superventas (salvo cuando la editorial y el periódico pertenecen al mismo grupo, claro). Pero en el caso de la LIJ, por un lado, la prensa adulta la desprecia, y le parece más interesante el lugar de vacaciones de la Rowling que un libro extraordinario como el [Chamarío de Eduardo Polo](#);² y en cuanto a mucha de la prensa especializada, vive bajo el yugo de la publicidad. Yugo, servidumbre, esclavitud, no lo sé: el hecho es que hay reseñas que sonrojan, contrastadas con la calidad real de los productos.

La crítica es un ejercicio complejo, dudoso e imprescindible. Se escribe desde un punto de vista concreto (siempre discutible) y se contrasta el despiece de la obra (siempre discutible) con toda una serie de virtudes o ideales (siempre discutibles).

Pero también es discutible si una viga debe ir más aquí o más allá, de qué material debe ser y cómo deben ser sus puntos de apoyo, sin que eso signifique que sea preferible construir las casas sin vigas. Entiendo que el ideal de la sociedad literaria pasaría por un conjunto de críticos con perspectivas diversas y espacio suficiente para que, con la suma de su diálogo y el nuestro, pudiéramos hacernos una idea lo más objetiva posible de una selección de libros. Nadie puede leer todo lo que se edita, no todo lo que se edita merece leerse... La criba es necesaria y al final siempre se hace, pero es preferible que la hagan los críticos, antes que los publicistas o los responsables de ventas.

En el fondo hay una vieja polémica: si los malos libros acercan a la literatura o no. Si eliminamos la capa de oropel con que nuestra cultura ador(n)a al Libro, podemos hacer la pregunta de otra manera: ¿la televisión basura nos acerca a la buena televisión? ¿*Aquí hay tomate* nos anima a ver *Al filo de lo imposible*? Al hilo de no importa ahora qué libro, el crítico Gustavo Puerta resumía así su valoración: «una fácil lectura que se erige como un obstáculo más entre el no lector y la literatura». Una bibliotecaria me decía también, ya al filo de su jubilación, que hacía un tiempo que había renunciado a comprar libros comerciales pero malos, porque no creaban lectores, sino espejismos. Probablemente no todo es tan negro; pero sí creo que un mal libro, un producto, una cosa, no cala como un buen libro y, por tanto, es mejor no confundir el gato con la liebre.

Otra cuestión evidente es que los escritores necesitan —necesitamos— a los críticos, que pueden leernos desde una postura externa y por lo general mucho más amplia, para así darnos una perspectiva distinta de nuestros libros. De sus defectos, pero también de sus virtudes. En el caso de los autores superventas, imagino que eso es más necesario aún, para unir el calor cerrado de un club de fans a la valoración razonada de un buen lector. (Porque está claro que habrá malos críticos, pero también hay malas panaderías. En los casos ciertamente mohosos, basta con comprar en otra panadería u otro medio de comunicación. Parte de la mala fama de los críticos, no nos engañemos, está en su función de árbitros, y todo aficionado al fútbol sabe que no hay penalti claro que se pite en nuestra contra.)

Quiero despedirme con dos recomendaciones. Una es el sitio web de Luis Daniel González, <http://www.bienvenidosalafiesta.com/>, que recoge críticas siempre discutibles, claras, razonadas, sinceras y útiles. Entre ellas, no hay que pasar por alto la que dedica a un superventas como *Memorias de Idhún*,³ que tal vez no sea un mal libro, pero tal vez sea mejorable. La otra es un artículo también a contra corriente aparecido en el último número de *CLIJ*:⁴ «Jóvenes adictos a la lectura. Estrategias de venta y de escritura», de [Gemma Lluch](#).⁵ Puede leerse una versión anterior en «Mecanismos de adicción en la literatura juvenil comercial», *Anuario de investigación en literatura infantil y juvenil*, n.º 3, 2005, pp. 135-156.

Cúidense.

Gonzalo García (Moratalla)

¹ <http://www.km77.com/lecturas/op/Firm/jmp/articulo.asp>.

² http://revistababar.com/web/index.php?option=com_content&task=view&id=580.

³ [http://www.bienvenidosalafiesta.com/UserFiles/File/Memorias de Idhún\(2\).pdf](http://www.bienvenidosalafiesta.com/UserFiles/File/Memorias%20de%20Idh%C3%BAn(2).pdf).

⁴ <http://www.revistaclij.com/>.

⁵ http://www.escriptors.cat/autors/lluchg/pagina.php?id_sec=364.