AT-195

GERMAN SANCHEZ RUIPEREZ
Editor

**QUE DEBEMOS HACER LOS EDITORES
PARA INCREMENTAR
LOS HABITOS DE LECTURA**

**22 CONGRESO DE LA
UNION INTERNACIONAL DE EDITORES
MEXICO, MARZO DE 1984**

GERMAN SANCHEZ RUIPEREZ. Editor español, nacido el 12 de septiembre de 1926 en Peñaranda de Bracamonte (Salamanca), en el seno de una familia de librerías. En 1959 creó su primera empresa editorial, *Ediciones Anaya, S. A.*, especialmente dedicada a la publicación de libros de enseñanza; a partir de entonces, desarrolla su iniciativa empresarial hasta constituir el *Grupo GSR* compuesto en estos momentos por *Ediciones Anaya, Ediciones Generales Anaya, Anaya Multimedia, Editorial Cátedra, Ediciones Pirámide, Editorial Tecnos, Ediciones Xerais de Galicia, Editorial Barcanova, Ediciones Versal, GSR Internacional, Grupo Distribuidor Editorial, Desarrollo Industrial de Sistemas y Tecnología Educativa (DISTESA)* y *Suministros de Material Didáctico (SUMADISA)*. En su intensa vida, siempre dedicada al libro, ha participado a lo largo de los últimos cinco lustros en numerosas asambleas y reuniones nacionales e internacionales, entre ellas seis Congresos de la Unión Internacional de Editoriales. Es considerado uno de los editores de mayor prestigio en el área de la edición de libros en idioma español.

A finales de 1981, como una culminación de sus tareas empresariales y culturales, ha creado la *Fundación Germán Sánchez Ruipérez*, entidad no lucrativa que se propone básicamente la más amplia difusión y desarrollo del libro y el fomento de los hábitos de lectura. La Fundación sostiene un entramado de instituciones, entre las que destacan el *Centro de Estudios y Promoción del Libro*, en Madrid, el *Centro Internacional del Libro Infantil y Juvenil* que se está construyendo en Salamanca (sede de la Fundación), y los proyectos básicos para la inmediata creación de una *Escuela Politécnica del Libro* en colaboración con la Universidad de Salamanca.

SUMARIO

QUE DEBEMOS HACER LOS EDITORES PARA INCREMENTAR LOS HABITOS DE LECTURA

Como editores individuales

- Hacer cada vez más y mejores materiales de lectura.
- Saber promocionarlos y venderlos bien.
- Abrirnos a coediciones que favorezcan la libre difusión de ideas, autores, ilustradores, etc.

Como editores agrupados en entes nacionales

- Pasar de la competitividad a la cooperación.
- Favorecer campañas públicas de promoción de lectura, ferias, exposiciones, etc.
- Sensibilizar a los Poderes públicos y medios de comunicación social, para una legislación favorable, y un eco social a la imagen cultural del Libro.
- Apoyar y promover fundaciones, instituciones culturales, que trabajen en favor del libro y la lectura.

Como editores en el marco internacional

- Cooperar, a través de la Unión Internacional de Editores, con la UNESCO, CERLAL, IRA, IBBY y otras instituciones de nivel mundial.
- Reclamar la libre circulación del libro, la protección de los derechos de propiedad intelectual frente a la reprografía, etc.
- Proponer que el Año Internacional de la Juventud (1985) se decante en programas eficaces sobre literatura infantil en todos los países del mundo.

I

Es obvio —o, como se dice en España, “verdad de Pero Grullo”— que *la misión sustantiva del editor* es publicar libros, cuantos más y mejores sean, para tratar de venderlos en el mínimo de tiempo y al mayor número de gentes posible. En el cumplimiento exitoso de su misión tiene el Editor bien cumplida *su promoción de la lectura*.

Cuando de literatura infantil se trata, y hoy primordialmente vamos a referirnos a niños y jóvenes que se adentran en la práctica lectora, y a los que tenemos que hacer lectores de por vida, la exigencia de *calidad* es la mayor garantía del éxito. Porque es bien sabido que el niño no es un adulto a medio hacer, sino una personalidad cabal y muy terminante en sus elecciones y rechazos. A veces, los editores de obras para público infantil y juvenil olvidan esta regla de oro, y creen que para editar cuentos o materiales de lectura cualquier improvisación es válida, cualesquiera medios técnicos o materiales son suficientes. Mi experiencia como editor para jóvenes y niños es la contraria. La mediocridad en las inversiones y en la gestión lleva al fracaso; por contraste, tenemos que reconocer que no hay público más agradecido, fiel y numeroso que la clientela infantil cuando tiene a su alcance una producción editorial interesante y digna, con calidades literarias y artísticas del máximo grado.

Hablamos de materiales diversificados. Unos que favorezcan la lectura funcional, otros que permitan establecer pautas de entrenamiento y afianzar los comportamientos habituales. Lo esencial es que cualquier lector con afán de lectura pueda encontrar, en cualquier momento, una variedad de textos adaptados a su gusto por la lectura y susceptibles de satisfacerlo. La falta de materiales apropiados es siempre la causa principal de la recaída en el analfabetismo.

De aquí podríamos concluir que un editor ya cumple su rol de promotor de lectura cuando edita mucho y bien, y lo sabe hacer llegar

al destinatario ideal en tiempo y precio aceptables. Este otro aspecto de la *promoción de ventas* también es sumamente importante, porque en nuestros días hay que sacar del arca el buen paño, exhibirlo a los cuatro vientos y ponerlo en el último rincón del mundo donde haya un lector potencial. En este terreno vendríamos a concluir que un marketing editorial moderno, audaz y persistente, es otra contribución que el editor sin apenas moverse del despacho, está haciendo al fomento de los hábitos lectores de su mercado. El público, tanto si es adulto como infantil, no gusta de escalar himalayas para adquirir o tomar un libro en sus manos; aspira lógicamente a tenerlo accesible, próximo a su vivienda, a su colegio o lugar de trabajo. Proximidad, por otra parte, que también se exige en cuanto al foco de interés que representa su ambiente familiar o social, entorno político y económico, nivel de cultura o enseñanza. Saber acertar en todos los aspectos es el desideratum que día a día se plantea el editor. En la medida que acierte, no solamente mantiene su empresa, sino que cumple su misión cultural al crear y consolidar comportamientos lectores entre sus clientes. A la calidad y la cantidad de producción, hemos añadido los canales de difusión, para concluir que en este proceso el editor se realiza a sí mismo y contribuye a la creación cultural.

En el mundo hay avidez de lectura. Lo que hay que hacer es crear las condiciones más favorables con las que pueda saciarse esa demanda. Por eso mismo, permítaseme que ante el auditorio internacional que me escucha, yo haga una profesión de confianza en la cooperación entre editores para el logro de fórmulas de *coedición* que faciliten la mayor difusión del libro entre grandes sectores de población. Este renglón de las coediciones se ve muchas veces analizado según conceptos macroeconómicos, y es cierto que responde a leyes de mercado por todos conocidas y practicadas. Pero en relación con el tema que estamos tratando, las coediciones tienen una luz especial, ya que son el mecanismo más apto para ampliar el radio de acción y presencia de autores importantes, de ilustradores de mérito, firmas que tienen derecho a ser conocidas por encima de fronteras de país, lengua y cultura.

Anotemos aquí esta especialidad de la función editorial como un decisivo aporte a la creación de extensas zonas de lectores, atraídos por el renombre de un premio, por la fama de un clásico, por el prestigio de un técnico. El lector que se siente satisfecho y servido está en camino de "seguir siendo lector", que no otra cosa es ser "lector habitual". No se nos diga que este sentido de mundialidad va en contra de la creación minoritaria a la que tienen perfecto derecho pequeñas editoriales y autores de élite. Porque es bien sabido entre nosotros que estas fórmulas editoriales sólo se pueden mantener sobre la base de otros negocios de mayor envergadura; con lo cual afirmaríamos, sin temor a que nos interpreten mal, que cuando los grandes editores hacen grandes negocios están permitiendo que brille la luz de los escritores más especializados o de mensaje menos masificante. Cualquiera de nosotros tiene experiencias que lo demuestran.

Llegados a este punto cabe reflexionar sobre una tentación que a todos nos asalta cada día. Si cumplimos nuestra misión de empresarios, sacando a flote nuestros negocios cada día y cada hora, y no sin grandes esfuerzos y muchos sacrificios, ¿qué otra cosa se nos puede pedir, en orden a ser unos promotores de la cultura escrita? Contra la respuesta aquietante -"ya es suficiente lo mucho que hacemos para sostener nuestras Casas"- el sentido común nos induce a vernos situados en otras dos plataformas de acción: el *ámbito nacional* en el que nos movemos, y el *nivel internacional* al que, cada vez con mayor intensidad, estamos abocados.

II

Cuando se nos presentan las cifras de lectores y no lectores de nuestros respectivos países, cuando sobresalimos de la empresa para sentirnos agentes de cultura en medio de nuestros conciuda-

danos, la conclusión inmediata es que nuestras fuerzas individuales son pura inanidad ante la magnitud del problema. Pero nos estimula comprobar que hay colegas que sienten la misma inquietud que nosotros. Juntemos las manos, aproximemos nuestros intereses, y demos un paso que no es contradictorio: *mantengamos nuestra competitividad y trabajemos en cooperación*. Porque para el tema que estamos comentando, cualquier proyecto en común de ferias, exposiciones, campañas de imagen y mil iniciativas más, sólo puede tener viabilidad en el marco del concierto gremial o asociativo de los hombres del libro. De propio intento no utilizo aquí el título de editores, porque entiendo que esta cooperación ha de extenderse a todos los profesionales del sector del libro, entre los que cuento a nuestros amigos los gráficos, libreros y bibliotecarios. En cada país existen Entidades, Cámaras, Institutos, Gremios o Sindicatos que nos agrupan. Muchas veces estas asociaciones se limitan a defender derechos, legítimos, eso sí; pero fácilmente pueden y deben ser utilizadas para concertar acciones de beneficio común. Nada más rentable que el crear lectores, y lectores con vocación de perdurabilidad, algo que a todos nos favorece tarde o temprano. Se dice que el que lee, lee de todo; y aunque ésto no sea una verdad completa, es una media verdad y como tal vale.

Insensiblemente he pasado de hablar del *editor*, a mencionar en plural a *los editores*. Pues bien, sólo si nos presentamos como un frente común, cohesionado y fuerte, podremos dialogar con otras instancias, que a la vez que influyen en la vida de nuestros negocios, son agentes determinantes del cambio social que queremos hacer por medio del libro y la lectura. Me refiero a los Poderes Públicos, a las administraciones de cualquier rango que sea, y a los estamentos docentes y medios de comunicación de masas, que son los que tienen la responsabilidad y los recursos para configurar el nivel cultural de los pueblos. Cuando los intelectuales y los políticos, los maestros y los periodistas vean que los editores, en lugar de pelearse por repartirse un mercado estrecho, se comprometen en campañas de extensión cultural con

una razonable generosidad, se moverán montañas y se abrirán puertas. Será también nuestra oportunidad para exigir una legislación que favorezca las compras estatales para la lectura pública, desgrave las inversiones editoriales, y suavice las tasas de importación sobre las materias primas, privilegiando además las tarifas de transporte y las de publicidad en los grandes mass-media, especialmente la televisión. Todo ello se nos dará, y con añadidura, si como editores nos hacemos motores y animadores de la elevación cultural de nuestros compatriotas a través del libro. Por el contrario, la mezquindad de intereses particularistas no encontrará otra cosa que reticencias, sospechas y animadversiones de gobernantes y gobernados; por aquello de que una profesión se eleva y prestigia socialmente en la misma medida que sus profesionales la ejercen con dignidad y magnanimidad. Todo esto puede sonar a sermón de circunstancias; pero pruebas hay, y a ellas me remito, de que cuando el sector editorial de un país se hace potente y digno de respeto, marca el paso a otros segmentos de la cultura y encuentra aliados y amigos por todas partes.

Quisiera añadir una idea: la promoción de la lectura se puede hacer por medios facilones, de relumbrón. "Mucho ruido y pocas nueces" decimos en España. Campañas de lectura ha habido con eco en las calles y brillos de televisión, que apenas han dejado huella. De estas campañas espasmódicas luego examinamos cuentas, vemos números rojos, y nos desanimamos. La norma es bien sencilla: lo que se haga tiene que estar *bien planeado, bien fundamentado y muy persistente*.

Lo primero, hay que marcarse una ambiciosa meta: Sensibilizar a los Poderes Públicos acerca de que una política en favor del desarrollo de la lectura es un fragmento muy importante de cualquier política de desarrollo. La lectura se vincula al desarrollo, simultáneamente como causa y como efecto.

A partir de aquí, seamos conscientes de que toda campaña dirigida a incrementar los hábitos de lectura ha de incidir en un cuerpo social muy amplio y por lo tanto heterogéneo. Para modificar

positivamente los comportamientos lectores, cierto que lo primero es actuar sobre los niños; pero no basta si el niño en la escuela, en el ámbito de su propia familia, en la calle, en las relaciones juveniles, recibe constantemente mensajes contra-lectores. Además hay que romper la imagen rutinaria de que toda campaña en favor de la lectura hay que hacerla solamente sobre niños y en torno a la literatura infantil. En materia de fomento de hábitos de lectura las acciones rebasan los compartimientos estancos y es necesario apelar a todas las fuerzas sociales: iniciativa privada, entre la que nos contamos los editores, Universidad, Sindicatos, Partidos Políticos. Cuando un país se lanza a una campaña en favor de la lectura, hay que movilizar a todas las fuerzas sociales progresistas. Y hacerlo sin improvisaciones, sin pausa pero sin prisas.

Dicen los expertos que leer constituye de por sí un trabajo, requiere un esfuerzo. Desde niños, el aprendizaje de la lectura se nos hace cuesta arriba. Luego, durante toda la vida, para leer hay que apartarse de otros atractivos, de otros fáciles requerimientos; hay que concentrarse, gastar tiempo y vista, captar el mensaje del libro y, lo que más cuesta al hombre moderno, reflexionar. Y nosotros muchas veces queremos hacer lectores, de la noche a la mañana, por cuatro cuartos y para siempre. La idea que deseo transmitir es que *hay que crear instituciones serias y sólidas*, que investiguen los comportamientos lectores, se marquen objetivos y establezcan acciones a medio y largo plazo. Pongo dos ejemplos:

- a) No puede ser ajeno al interés de los editores la creación y apoyo a centros de documentación y de tratamiento bibliográfico y crítico de los libros infantiles y juveniles. Esta tarea ha llegado a ser en países de alta cultura una auténtica especialidad de la crítica literaria.
- b) También hay que atender a la formación en las técnicas de animación de la lectura de todos los mediadores y prescriptores del libro (catedráticos, maestros, bibliotecarios y libreros). En este sentido los editores no tenemos toda la

responsabilidad, pero sí parte de responsabilidad en crear las instituciones docentes de diverso rango académico que atiendan a la formación integral de todos los profesionales del mundo del libro.

Pues bien, en unos sitios existen ya estas entidades, y basta con apoyarlas. En otros lugares hay que crear asociaciones de lectura, fundaciones no lucrativas, clubs culturales, lo que sea. Pero con la misma exigencia técnica que ponemos en levantar empresas; es decir, con ideas claras por delante y con los recursos básicos suficiente. Para abrir y reponer bibliotecas, para mantener una tensión promotora, para planificar acciones duraderas, mi consejo y mi experiencia está en la línea apuntada: crear entidades especializadas, públicas o privadas, o mixtas, pero bien pensadas y con los pies en la tierra. En mis patrias, la grande España y la chica Peñaranda de Bracamonte, cerca de Salamanca, he instituido una Fundación, que creo que es la primera allí dedicada a la promoción del libro y la lectura. Estamos dando ya pasos importantes y avizorando horizontes de gran eficacia; y es porque —consecuente con lo que acabo de deciros— la he creado independiente de mis empresas y con recursos adecuados a los fines que se invocan en sus estatutos. Con mucho gusto puedo daros en cualquier momento los datos y referencias que deseéis sobre mi Fundación.

III

El segundo salto que os proponía era pasar del ámbito nacional al nivel supranacional. Estamos en un Congreso de la Unión Internacional de Editores, por lo que se supone que todos hemos venido aquí con fe en que las estructuras continentales o mundiales son necesarias para la consecución de nuestros fines. En el seno de nuestra Unión ya se han realizado estudios importantes y se están

poniendo en marcha programas de alto beneficio mutuo. Como editores nos enfrentamos con el reto de las nuevas tecnologías, con las barreras a la libre circulación de los libros, con las prácticas de la piratería, etc.; y para cada problema estamos buscando soluciones colectivas. Sin pecar de exagerado, yo proclamaría que el mayor peligro que tienen los editores de todos los países es justamente el que aquí nos congrega: el de no tener lectores. Si estamos de acuerdo en esta simplicidad, estaremos a punto de convenir que también en este terreno se debe obrar con alcance internacional. *La Unión debe alumbrar desde este Congreso un grupo de trabajo o Comisión que permanentemente se encargue de los temas de fomento de la lectura.* Por de pronto, para hacer un inventario de las realizaciones que se hacen en muchos países, y que son poco conocidas en otros; preparar expertos en la materia, publicar material de apoyo y reunir sistemáticamente a las personas que, por afición o por profesionalidad, pueden hacer un seguimiento a las acciones que desde la Unión o desde las asociaciones nacionales puedan realizarse. Pero en este terreno afortunadamente no estamos solos. Un puesto de primera categoría hay que reservar a la UNESCO y a sus oficinas regionales, como en el caso de Latinoamérica es el CERLAL. La UNESCO mantiene planes y programas en favor del libro y no se entiende bien por qué no trabaja con igual intensidad en la promoción de la lectura. Desearíamos desde aquí hacer un llamamiento a los dirigentes de UNESCO que con tantísimo acierto convocaron el Congreso Mundial del Libro celebrado en Londres en 1982. Allí promulgaron una feliz convocatoria para que todos dirigiéramos nuestros esfuerzos "hacia una sociedad que lea", después de comprobar que durante la década precedente se habían hecho notables adelantos en la producción de libros, e incluso en superar obstáculos que se alzan contra la libre circulación de los mismos. La conclusión de aquel memorable congreso fue, en líneas muy generales, la siguiente: De nada nos vale hacer cada vez más libros y difundirlos más libremente, si no contamos con una sociedad de lectores. Pero paradójicamente estamos en un círculo vicioso: No

habrá sociedad lectora sin la previa producción de materiales de lectura. Creemos firmemente, y la UNESCO nos da la razón, de que estamos en buenos o por lo menos aceptables niveles de producción mundial de títulos y en algunos países con una respetable cantidad de ejemplares en circulación. Ahora, UNESCO nos convoca a todos para crear un medio propicio a la lectura en todos los tipos de sociedad y en sus distintos niveles desde la edad preescolar hasta la educación formal y no formal y la formación permanente y que incluya a todos los tipos de lector, entre ellos los recién alfabetizados, los grupos lingüísticos minoritarios, los inmigrantes, hasta los lectores lentos y los que tienen la vista deficiente. Se busca crear un medio en que la lectura sea tan natural como deseable y sea considerada como una actividad vital que ha de ser estimulada por estrategias nacionales oficiales y conscientes del fomento del libro y asistida por la acción internacional cooperativa. Hemos transcrito unas pocas líneas de la Declaración de Londres y de las conclusiones y recomendaciones del Congreso Mundial celebrado en aquella ciudad en junio de 1982. La voluntad y los planes de UNESCO están, pues, bien claros. Y coinciden plenamente con los intereses de la Unión Internacional de Editores y de todos los hombres del mundo del libro.

Por si esto fuera poco, a finales de diciembre de 1982 se celebró en Río de Janeiro el Congreso Regional del Libro para América Latina y el Caribe. Era obligado que este Congreso reiterara las ideas generales del de Londres y que hiciera aplicaciones prácticas al continente latinoamericano. Así pues, el "objetivo 4" del Congreso brasileño hablaba de la creación de un medio propicio a la lectura para lograr una sociedad consciente de los beneficios que proporciona la lectura. Como factor prioritario se marcó la formación del lector. Efectivamente, la acción de un lector crítico, creativo y selectivo, puede originar un desarrollo significativo del libro y la lectura. En consecuencia, se decía en Río de Janeiro, la acción prioritaria hacia una sociedad que lea debe ser dirigida a los niños como lectores del futuro, resaltando el papel clave que ejerce la escuela si se consigue hacer que ella no sea solamente un

lugar para aprender a leer, sino medio que permita descubrir el valor de los libros y el placer de la lectura.

Tenemos, pues, el apoyo y la guía de UNESCO y de su oficina regional para América Latina y el Caribe y otros documentos de trabajo tan importantes como el que luego se elaboró en el Seminario Latinoamericano celebrado en Bogotá para analizar el nivel de las investigaciones sobre los comportamientos lectores.

La UNESCO, como es natural, convoca a gobernantes, pedagogos, bibliotecarios, editores, libreros, hombres de la prensa, de la radio, de la televisión e intelectuales en general para grandes campañas como ésta que estamos glosando. Pero para la ejecución de programas puntuales necesita la respuesta y práctica de aquellos estamentos que de una manera determinante influyen en la elaboración de los materiales de lectura y en su distribución. Este es el papel que nos toca jugar a los editores. Apoyar a UNESCO y apoyarnos en UNESCO. Por tanto, desde aquí, agradecemos y alentamos las iniciativas que sus oficinas regionales, en especial la de Latinoamérica y el Caribe, vienen encauzando con no poco esfuerzo.

Seguramente que también hay otras instituciones internacionales que trabajan en este campo.

Mencionaré ahora el alto interés que los editores debemos poner en seguir las actuaciones de la "International Board on Books for Young People" (IBBY) que a través de sus treinta años de existencia ha crecido hasta contar con secciones nacionales en medio centenar de países. Su contribución al desarrollo de la literatura infantil con la organización del Día Internacional que se celebra todos los años en el aniversario de Hans Christian Andersen; la concesión de premio y menciones honoríficas de la misma denominación, así como sus congresos y publicaciones, constituyen una guía meritoria que orienta y estimula a los editores de todo el mundo.

Nos queremos referir con especial énfasis a la "International Reading Association", que desde los Estados Unidos de Norteamérica ejerce una poderosa influencia sobre todo el sector de los altos estudios de investigación sobre la materia y en el campo de los docentes que se dedican al aprendizaje de la lectura de lectores normales y de los que tienen dificultades en lecto-escritura. Venimos recibiendo sus publicaciones; leemos sus estudios y aplicamos, en la medida de nuestras capacidades, sus orientaciones. Pero para nadie es un secreto el considerar que en la "International Reading Association" tienen un fuerte peso las realidades norteamericanas. Esta importante institución es internacional en la medida en que se halla instalada en muchos países de todo el mundo, en el continente asiático, en Europa y América. Pero a veces echamos de menos en ella una mayor compenetración con las idiosincrasias de otros países y me refiero muy especialmente al mundo de habla hispánica. Pero no basta apuntar esta fuerte orientación, que en definitiva es consecuencia del alto grado de afiliación de universitarios e intelectuales norteamericanos, y de la extensa red de oficinas y agencias que mantienen los Estados Unidos, sino que necesitamos tender puentes de acercamiento a esta apreciable institución, cosa que ya estamos haciendo desde España con algunas iniciativas, entre las que destaca la próxima edición en castellano de varios libros del catálogo de IRA que seguramente será de mucha utilidad para los lectores españoles y latinoamericanos.

Para ser coherentes con lo que hemos dicho al principio de nuestra intervención, seguimos entendiendo que es promoción de lectura y fomento de sus hábitos todo lo que contribuya a la mejor y más selecta producción de libros, así como a su libre circulación por todo el mundo: y en este sentido subrayamos el papel que ya viene ejerciendo la Unión Internacional de Editores y la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI), frente a problemas que amenazan gravemente al sector editorial en todo el mundo. Me quiero referir aquí expresamente al vandalismo de la reprografía, que no sólo vulnera derechos legítimos de autores y editores sino

que en realidad, bajo capa de un acercamiento de la lectura al público, lo que hace es prostituir las calidades de la creación literaria, desalentar a los autores y poner en graves dificultades a editoriales modestas que tienen que luchar con grave desproporción de recursos contra esa malentendida libertad de reproducción, que no es otra cosa sino un libertinaje que amenaza los valores sustanciales de creatividad de una cultura mundial. Desde una perspectiva de fomento de los hábitos lectores nada abona el relajamiento de la reprografía ilícita. No hay más que analizar qué es lo que se piratea y cuál es el destino de esta piratería para darnos cuenta de que con ello no se hacen lectores permanentes, lectores cultos, lectores reflexivos e inteligentes, que es lo que proporciona verdaderamente un nivel de cultura a las sociedades.

Dichas estas consideraciones para reflejar nuestro pensamiento sobre lo que debe ser la postura de los editores en favor de la promoción de la lectura en el marco internacional, deseamos terminar nuestra intervención con una propuesta a los organismos directivos de la Unión Internacional de Editores. Estamos en vísperas del *Año Internacional de la Juventud*, a celebrar en 1985. *Proponemos que este Congreso y el Secretariado de la Unión Internacional de Editores como organismo de continuidad entre congreso y congreso, prepare un plan de actuación que pueda quedar incorporado a los grandes programas del Año Internacional de la Juventud*, de tal manera que se considere que la literatura infantil y juvenil y los problemas de aprendizaje de la lectura y la formación de comportamientos lectores en esa edad tan propicia, sean piezas básicas durante todo el año 1985 para la ordenación y coordinación de acciones eficaces en favor de los niños y jóvenes de todo el mundo.

Madrid, enero de 1984

Printed in Spain - Imprime : Litografía Josmar, S. A.
Artesanía, 17 - Polígono Industrial de Coslada (Madrid)
Depósito Legal : M. 7.747 - 1984