

¿Cómo se Gana la Batalla?

por *Sebastián Salazar Bondy*

En los países donde la cultura general ha alcanzado un desarrollo correlativo al progreso general, existe una conciencia cabal de lo que el libro significa como fundamento del adelanto general. En dichos países —algunos de ellos cercanos al nuestro—, son pocas las personas que no se hallan en situación de “estar leyendo”, ya sea un texto técnico que procura un conocimiento nuevo y eficaz para la actividad profesional del individuo, ya sea una obra literaria o científica que enriquece el entendimiento del lector. Ahí, el hábito de leer está arraigado y funciona naturalmente. Existe una prueba simple para verificar si un pueblo es dueño de tan saludable afición: sin necesidad de acudir a las estadísticas, una ojeada a la multitud que se desplaza de un lugar a otro, cotidianamente, en los transportes urbanos, da ocasión de saber con bastante precisión si la gente lee y, además, qué lee. Este sencillo experimento nos puede decir cuán difundido está el libro en Santiago de Chile, por ejemplo, y qué escaso, paralelamente, es su uso en Lima.

En efecto, la desproporción entre habitantes y librerías que revelan las cifras locales es más que descorazonante. Contra ese desequilibrio se impone una campaña cuyos diversos aspectos —relacionados, en verdad, con la economía, la educación, la vida política, etc.— tienen que ser encarados de un modo integral, concibiendo el programa de acción con el ánimo táctico que exige toda batalla. Es por eso que no resulta exagerado el belicoso nombre que el Patronato del Libro Peruano, institución de reciente establecimiento, ha dado a su empeño por multiplicar el consumo popular de los frutos de la creación literaria e intelectual de los escritores nacionales. Batalla es, y batalla, en realidad, contra esa indiferencia que lo que podríamos llamar “la prueba del ómnibus” manifiesta cada vez que indagamos en la multitud sobre la inquietud espiritual que mueve al hombre común de nuestro medio. Sólo revistas frívolas, publicaciones de “comics” o, en último caso, novelitas intrascendentes —y estos impresos, además, en no muy grande cantidad— se despliegan ante la vista de un buen porcentaje de los pasajeros que todos los días, rumbo a su trabajo o a su hogar, se mueven de un punto a otro de la ciudad.

¿Cómo ganar la batalla? Es importante, sin duda, la decisión de los escritores que se han reunido en el Patronato citado, y lo es también la de los impresores y libreros que, junto a ellos, están decididos a colaborar en la lucha emprendida. No menos esencial es la disponibilidad estatal a prestar su auxilio a la campaña. Pero hace falta la contribución de aquellos miles de anónimos ciuda-

danos que con su fervorosa actitud mantienen viva la llama de la cultura: esos miles que visitan las librerías, que van a los teatros, que acuden a las exposiciones de arte, que asisten a las conferencias, que constituyen, en suma, la élite culta de nuestra comunidad. Es indispensable formar una conciencia colectiva del libro, y de su valor social y educativo, y en esa tarea el hombre de la calle ha de asumir un papel principalísimo. A su celo por fundar dicha conciencia en quienes lo rodean —familiares, amigos, colegas, etc.— se puede deber algún día el esperado renacimiento espiritual del país por ahora algo remoto. Se trata, aunque la expresión parezca exagerada, de encomendarle un apostolado laico, que consistirá en despertar en los otros la misma sensibilidad que en él actúa como impulso hacia los conocimientos. Por último, nadie está, en un país como el nuestro, libre de obligaciones primarias: cada ciudadano, si puede, debe ser un maestro, un orientador.

Se ha dicho que las estadísticas de las bibliotecas públicas arrojan índices altos con respecto a la concurrencia de lectores. Esto no puede sino regocijar a quienes están empeñados en elevar el nivel intelectual del país. Pero en este caso también una ojeada a las salas de dichas entidades nos permite comprobar cuál es la composición de esa masa de consumidores. Son, en principio, escolares y universitarios en tren de estudio. Sin menoscabar en un punto los méritos de dichos jóvenes, es posible afirmar que feen bajo el imperio de un deber insoslayable, y no con la gratuidad que es característica del lector habitual y perpetuo. Y si bien es cierto que las bibliotecas públicas cumplen una función harto beneficiosa, no es falso que sus presupuestos de adquisición —fuente básica de sus fondos bibliográficos— son precarios, inclusive los de la Biblioteca Nacional. De otra parte, la cultura general de una nación depende de la tensión entre la producción y el consumo: si los libros no se compran, los escritores no pueden vivir de sus obras, y, en consecuencia, los escritores no pueden escribir. La solución radica, más bien, en provocar el juego de la oferta y la demanda, inexorable ley económica de cuya vigencia está libre, en nuestra época, ni lo que atañe al espíritu.

Cabe confiar que la presente ofensiva en pro del libro peruano, tan oportunamente llevada a cabo por el Patronato, hace poco fundado, tendrá éxito. Ello depende de muchos factores, pero no es difícil mancomunarse los esfuerzos para atacar a todo lo largo de este vasto frente y vencer, a la postre, una resistencia que nadie está dispuesto a sostener. La conciencia del libro crecerá, entonces, en la medida en que se logre que cada individuo posea una insaciable voluntad de saber.