



MI VERANO

■ Por Roland



A partir de los primeros días del mes de mayo, el calor azota al menos caluroso y el sudor retoza debajo de la ropa para hurgar en los lugares más íntimos del cuerpo.

Entonces es cuando en el mes de julio el verano se conecta a su fuente y no hay quien resista las temperaturas pasado el mediodía. De la misma manera que el calor es insoponible para algunos, para otros resulta de agrado, porque ¡aquí está el verano!, y aquellos que pueden, planifican su tiempo y sus recursos para salir a vacacionar la temporada en busca de la naturaleza virgen, del manso arroyuelo o de la retozona resaca marina que nos invita a un clavado desde la orillita.

En muchos países europeos se espera el verano con festividades y costumbres tradicionales. En nuestro continente no nos quedamos atrás, y nos sobran motivos para famosas celebraciones como los carnavales brasileros, por citar el ejemplo que más le zumba al repique de la samba.

Nada de los demás es envidiable, porque también nosotros esperamos el verano a nuestra manera. La gente anda por las calles y casi tropiezan unos contra otros; pero todos con el ánimo alto, aun cuando el pavimento arda por abajo. Resulta un entra y sale de las tiendas por divisas; aunque los más, para coger un poco de aire acondicionado, por ser lo único que podemos llevarnos sin costo alguno.

Si observamos bien el verano que nos toca cada año, lo primero que nos asalta a la vista es el atuendo que viste la gente en la calle. Las pantaletas, las chancletas con los sombrerones de yarey y la camiseta andan «a pulullo», y todos nos hacemos de la vista gorda. No es nada criticable, pues de alguna manera hay que mitigar el calor. Los abanicos, pencias y sombrillas también se integran a la vía pública, aunque a veces hay paraguas en las aceras que nos pueden poner la vista flaca en lugar de hacernos de la gorda.

El verano es colectividad, suma de amistades, encuentros con parientes lejanos, y momentos para compartir al amparo de la sombrilla escogida mientras recibimos la caricia espumosa, con el espumoso ámbar de la cerveza fría.

Al más pinto le encantaría veranear en el azulado paisaje de Varadero. La dificultad es que para algunos tal oportunidad no se pinta de color de rosa, pero quien más y quien menos se las arregla para colarse en la temporada, y son muchos los viajes a las bases de campismo en busca del frondoso frescor y de la niebla de arroyuelo.

Aquí está ya el verano con su contagio que se pega, porque en esta estación del año usted no es un veraneante más, pues todos juntos y en familia podemos hacer una verdadera jugada perfecta.



■ Por Narciso Fernández Ramírez

Un ciudadano que no tuvo reparos en dejar su nombre, dirección y teléfono, narró a *Vanguardia* vía correo electrónico sus peripecias de hace varios domingos atrás, cuando en compañía de su esposa —como él, de la tercera edad— decidió dar un paseo por la ciudad y abastecer de alimentos las despensas de la casa.

Nos cuenta que tomar la ruta 1 —desde donde viven, en el reparto Camacho-Libertad— para dirigirse al Parque Vidal, les resultó una odisea. Mas, una vez llegados al centro de la urbe pensaron que lo malo había pasado. Cuán equivocados estaban.

El verdadero vía crucis apenas había empezado. El asedio de los vendedores de dólares desde los portales del cine Camilo Cienfuegos hasta Cadeca les resultó insoponible. Mientras, camino hacia la tienda Novedades, al costado de Coppelía, vieron a varias personas dedicadas a pedir dinero, incluido un minusválido que con un santo delante se dedicaba igualmente a tan devotos menesteres.

Ya en la tienda chocaron con la piedra del desabastecimiento: solo picadillo y nada más, ¡ah!, y algo de pollo. Allí, únicamente adquirieron una barra de mantequilla.

Lecciones de un domingo



Luego, en la entrada del antiguo Ten Cent (Variedades Siboney) recibieron la acostumbrada bienvenida de esos seres omnipresentes que te susurran al oído: «Compro

dólares», «Cambio chavitos», «Vendo gafas, cintos, ropa de marca»... Y para remachar, de regreso al Parque por el Boulevard, de nuevo el asedio de varios jóvenes con pro-

puestas de venta de todo, o casi todo, de lo imaginable: «Desde un televisor hasta un avión». ¿Nadie ve eso?, nos reclamaba finalmente el lector.

Conviene, pues, algunas reflexiones. Lo de las guaguas es coyuntural, unas veces mejor; otras, no tanto. Ha sido siempre así, aun en épocas de mayor bonanza.

El asedio se ha convertido en un mal social, una lacra que nos corroe. Por suerte, los vendedores de dólares tienen los días contados con la llegada de la unificación monetaria, si no surge otra variante cubana.

Pedir dinero y deambular por la ciudad es harina de otro costal, un asunto más delicado y sustantivo. Urge resolverlo, y está en las manos de todos, pero con la energía y constancia de un monje benedictino, en aras de evitar que rebroten, como ha pasado en anteriores ocasiones.

Más complejo, si ello fuera posible, resulta ver a tantos jóvenes «haciendo su agosto» sin trabajar. Duele verlos tan rozagantes caminando Boulevard arriba y Boulevard abajo, o calle Villuendas arriba y calle Villuendas abajo, proponiéndonos con total desenfado de cuanta cosa existe.

Claro que no han faltado operativos policiales, pero luego las aguas cogen su nivel y ellos, como si nada, retornan a las andadas.

Nada de lo expuesto resulta fácil de resolver, mas llegar a una sociedad socialista próspera y sostenible, exige eliminar de raíz todas esas dificultades y males. Como bien dice el eslogan televisivo: Entre todos, podemos lograrlo.

¿QUE TE COMPRE EL QUE NO TE CONOZCA?

■ Por Laura Rodríguez Fuentes



¿Cómo se manifiesta el proceso de mercado del libro en Cuba? ¿Por qué es casi imperceptible su venta en las librerías? Estas y otras cuestiones han devenido motivo de frecuente discusión entre los intelectuales cubanos en cualquier plataforma de debate.

Cada día se venden menos libros. Los *e-books* (libros digitales) llegaron para solventar la carencia de textos clásicos y poco publicados en el país, pero la pregunta que se hacen muchos es si las casas editoriales realmente piensan en el público al que van destinadas sus publicaciones. Urge evaluar los planes editoriales y cono-

cer a escala nacional las estadísticas por tema, género o autor publicado.

En varios lugares del mundo las revistas de vanidades ocupan la gran parte del tiempo destinado a la lectura. De ahí que muchas casas editoriales hayan recurrido a estrategias de mercado para lograr mayor atractivo de sus ejemplares.

Sin embargo, para nadie es un secreto la mala factura de algunos de nuestros impresos, exceptuado la literatura infantil, la cual, generalmente, destaca por su presentación y calidad del papel.

Está claro que a veces «lo que no entra por los ojos jamás será comprado», peor aún si se trata de un escritor desconocido o fuera de los circuitos ciudadanos.

Existe la necesidad de mantener géneros y autores protegidos, pero llegará el momento en que, desafortunadamente, una parte de la totalidad dejará de ser subvencionada. Sin ser fatalistas en cuanto a la situación de la palabra impresa, no es menos cierto que la demanda de la población en cuanto a ciertos nombres o títulos casi nunca resulta cubierta.

Las Ferias del Libro no satisfacen tampoco las necesidades de los públicos, al menos así sucedió con las últimas ediciones. Los textos más esperados se agotan enseguida, mientras otros destinados a un sector pequeñísimo permanecen todo el año en los estantes a merced del polvo. Entonces, ¿por qué no se garantiza una mayor tirada para los primeros?

La mayoría de los libros producidos solo se pueden adquirir en dicho evento anual, en caso de que no se atrase el plan. Y es que las editoriales generalmente se planifican para guardar las novedades para este momento. De ahí la concentración del interés colectivo en la «fiesta de la literatura». Además, algunos ni siquiera traspasan la frontera capitalina.

Una política editorial efectiva no puede estar enfocada hacia los escritores que quieren publicar porque sí, sino hacia quienes consumen el producto: los lectores.

¿Cuánto se pierde en textos que nadie compra? Resulta imprescindible y necesaria una mejor jerarquización y rigor a la hora de medir las obras en las que se invierten toneladas de papel y dinero en salarios por año.

El escape para una mayor venta no será nunca la superpublicación de «novelas rosa» o de «textos de autoayuda». Lógico: si una empresa lanza al mercado a Corín Tellado, para poner un ejemplo, será indiscutiblemente rentable. Ya está probado el éxito de la «literatura ligera» y las novelas comerciales, pero existen otras, fuera de dichos conceptos, que precisan de mayor interés editorial y que son, incluso, de gran aceptación y demanda populares.

Un balance efectivo de las publicaciones permitirá dirigir las estadísticas hacia una mayor promoción de los clásicos cubanos y universales. No se trata de negarles a los jóvenes —y quizá hasta otros ya consolidados— la posibilidad de publicar, sino de evaluar de manera más certera lo que llega en grandes pacas a nuestras librerías para quedarse por años condenado a la oscuridad de un almacén.

También debería percibirse un enlace entre las encuestas realizadas y la propuesta anual de las ferias. La producción no puede estar condicionada por favoritismos, sino avalada por las preferencias y necesidades del consumidor. Aunque, por otra parte, lo trivial tampoco puede ocupar el lugar de lo realmente valioso con el objetivo de incrementar la venta.

Deberían reeditarse libros demandados, que no precisamente entran dentro de la categoría *light* o *cursi*. Incluso, en Villa Clara, se han agotado novelas de muchos escritores del patio que bien podrían ser reproducidas por Capiro o Sed de Belleza.

En tanto no se piense mejor la oferta editorial, el país seguirá derrochando recursos. De nada vale programar una presentación para que te compren tus propias amistades. Mientras las librerías no mantengan un programa estable de actividades y la promoción de la literatura se realice en los lugares precisos, el lector continuará descontento y millones de ejemplares, con las páginas cerradas.

