

Procusto ataca.

La encrucijada de las librerías

Antonio Rivero Taravillo

Escritor y traductor

Frente a los cantos de sirena que envolviéndolas con sones románticos e idealistas han hecho que muchos amantes de la letra impresa hayan puesto pisitos a la amante (ensoñados establecimientos de librería abocados al fracaso por falta de un mínimo estudio de viabilidad), se oyen las otras sirenas, cada vez más poderosas: las alarmas agoreras que desde hace ya tiempo advierten del final de las librerías. Ni una cosa ni otra, o al menos no en grado extremo. Pero, ciertamente, hacen falta entusiasmo y valor para dedicarse al libro y la cultura. Y también se impone la preocupación por los signos de los tiempos, que no son los más favorables.

Para no sucumbir en un entorno cada vez más hostil, las librerías han de adaptarse, se dice. Eso, sin duda. Adaptarse a los tiempos que corren, y al medio en que se desarrollan. Sobre todo a éste, al entorno. Por el señor Darwin sabemos que la no adaptación es fatal. Y los que se adaptan, triunfan (o al menos sobreviven).

II Recuerdo cómo la desaparecida sucursal de Borders que estaba al pie de las Torres Gemelas, librería sobre la que cayeron toneladas de cascotes y hierro retorcido y que se convirtió en minutos en una modalidad no prevista de *Fahrenheit 451* por mano de los descendientes espirituales de aquellos defensores del Libro que no tuvieron empacho en arrasar la Biblioteca de Alejandría, esa librería, digo, tenía excelentes secciones para todos los gustos, sí, pero sobre todo poseía una característica que la hacía posible y garantizaba su permanencia: se adaptaba a sus clientes, a su horario, y abría a las siete de la mañana, antes de que lo hicieran las oficinas; y no cerraba mucho después de que éstas vomitaran, a la tarde, sus legiones de embaucadores bolsísticos y abnegadas telefonistas. ¿Para qué iba a permanecer abierta a las ocho de la noche, cuando ya las engañas y las acciones, las especulaciones y el mercado continuo se habían pospuesto hasta el día siguiente? Aunque otras de la misma cadena, o las de Barnes & Noble, cerraban, y cierran, a las once o inclu-

so a la medianoche, a horcajadas de dos días, según el vecindario en que se encuentren.

Es lógico también, y sano para ellas y para quien quiera verlas abiertas, que las librerías islandesas, holandesas o portuguesas tengan buenas secciones con abundantes libros en inglés de lo que se ha dado en llamar no ficción, pues de muchos temas técnicos y particulares no se edita gran cosa en sus respectivos idiomas. Igualmente es natural que hasta una librería que milite en lo lingüístico céltico, ya sea en Aberystwyth en Gales o en Quimper en Bretaña de Francia, haya de tener, para sobrevivir, libros en inglés o en francés que complementen a los que exponen escritos en las arduas lenguas vernáculas.

Ahora, cuando se trata de igualar y regir todas las librerías por un mismo y uniforme modelo, pierden el lector, los libreros y también –y esto no siempre lo pondera quien debería hacerlo, porque se está jugando con su bolsillo– el accionista, la propiedad.

III Hablaré de casos que conozco bien. La compra hace años de la cadena Dillons por parte de Waterstones, en el Reino Unido, provocó un empobrecimiento de la oferta y una importante disminución de referencias en las estanterías. Y a ello se unió, en seguida, la calamitosa abolición de ese antiguo pacto de caballeros conocido como Net Book Agreement, que consagraba el precio fijo del libro. Sin éste, las librerías británicas se han ido pareciendo cada vez más a un zoco o supermercado con avasalladoras ofertas del estilo «3 por 2», etcétera, que han ido privilegiando cierto tipo de libro en detrimento de otro que, si no era minoritario, por mor de esas políticas se ha ido convirtiendo en tal al ritmo que los empujones de los *managers* lo ha ido expulsando de las librerías.

La entrada en liza de otras cadenas como Borders u Ottakar ha paliado, gracias a la competencia entre unas y otras, la situación, que –sólo disputada la hegemonía de Waterstones por W. H. Smith– se acercaba peligrosamente al monopolio. Pero la concurrencia de todas ellas no es la panacea, y en conjunto todas tienden a la uniformidad.

Pero al menos Waterstones vio que tenía que mantener las características de determinadas librerías emblemáticas y atender a lo que el público de ellas demandaba. Con ello, no sólo hacía un bien al público; también conseguía un mayor beneficio para la propia cadena y en última instancia para el capital que la respaldaba. Así, se ha mantenido hasta la fecha la idiosincrasia de la librería académica que fue buque insignia de Dillons, en la Gower Street aledaña a la Universidad de Londres. Así se mantuvo igualmente la especialización en el fondo sobre temas irlandeses de Hodges Figgis, que en la Dawson Street de Dublín enfrenta su escaparate a un Waterstones más *mainstream* y con un públi-

co menos exigente. Así, Hatchards, en Londres, mantiene su sabor añejo y su enseña conocida desde el siglo XVIII. Lo contrario, como decía, hubiera sido una locura.

La misma que aquí, y volvemos a España, ha cometido el Grupo Planeta al permitir a Espasa adocenas la otrora excelente cadena Casa del Libro, que va perdiendo de forma acelerada sus características (aquellas que sus lectores reconocían y apoyaban con ese plebiscito que es pasar por caja en el recuento de votos, digo, de tickets). Ahora hasta el logotipo laureado de Alberto Corazón desaparece en favor de uno nuevo, más *tetrabrik*. Excelente, etimológicamente, significa «que sobresale». Y aquí entra en juego Procusto.

IV El mal es simple, y tiene algo que ver con la mitología griega. Era Procusto un bandido del Ática que con peculiar forma de hospitalidad obligaba a los viajeros que llegaban a su casa a acostarse en una cama de hierro. Si las piernas del invitado sobresalían, se las cortaba para que se ajustara su longitud a la del lecho. Si eran cortas y no llegaban a su borde, las estiraba, descoyuntando a la víctima de tan retorcida hospitalidad. La búsqueda de una igualdad imposible.

Volviendo al ejemplo nada ejemplar de Casa del Libro, las nuevas aperturas podrán ser lo que los accionistas quieran, pero la consolidada tienda de Gran Vía, una de las mejores de Europa, el referente cultural en que se había convertido la de Sevilla, las excelentes de Valencia y tantas otras en buen funcionamiento antes de que llegaran lo que llamaremos gestores del fracaso, a los que se adivina una duración de poco tiempo en el sector, ¿había que sacrificarlas, degradarlas, empobrecerlas, para hacerlas gemelas, cuando no siamesas (compartiendo una cabeza «centralizada» pero hueca) de las nuevas, alevnas, simplonas, para masas, que se abran en centros comerciales? Es cierto que hay una posibilidad de crecimiento en los *malls*. ¿Pero hay que replicar este modelo en las *high-streets*, en los centros urbanos tradicionales, donde el tipo de cliente es distinto? No se trata de elitismo, pero, ¿hay que dar la espalda al cliente universitario, de segmento alto, exigente? ¿Hay que dar un portazo a la venta a bibliotecas, a instituciones, a organismos, que si requieren mayor calidad y esfuerzo ofrecen también importantes recompensas?

Cuando una cadena de librerías cae en manos de gestores muy capacitados para la distribución de otro tipo de productos, pero no desde luego para la de ese algo escurridizo (para ellos) que es el libro, mercado en el que una y otra vez se estrella hasta el MBA más pintado, el problema está servido. Es lo que está provocando la inundación de directivos procedentes de Leroy Merlin o Decathlon (no hago caricatura, enuncio una realidad). Todo se iguala con un rasero pobre, se hace tabula rasa de lo conseguido y Procusto ataca, vaya si ataca,

aunque sea por mano de quienes ignoran su venerable relato o qué sea la mitología. No se respetan entonces las características de las diferentes sucursales, los diversos intereses de la clientela que las honra con su frecuentación y sus compras, el entorno, como decíamos al principio. Así, se sacan de las estanterías muchos títulos que, aunque no eran *best-sellers*, sumados unos con otros aportaban una importante cifra de negocio (y un motivo de fidelidad para los lectores). Así se maltrata el fondo local, tan importante siempre y en todo lugar. Así se lanzan malhadadas campañas de mercadotecnia que proscriben a otros títulos que podrían venderse igual o mejor aún. Se desmotiva, y cómo, al personal. Se malvende el escaparate a costa de no poder poner en él apuestas de los libros, el sello personal, el guiño a cierto tipo de lector que existe, y al que cada vez más se ahuyenta de las librerías. Se destruye la bibliodiversidad, en suma.

¿Será ya tarde cuando reaccione quien debe tomar cartas en el asunto?

V Es un hecho que las grandes superficies, con Carrefour a la cabeza, han ido aumentando su cuota de mercado en los últimos tiempos, y que es el suyo un modelo que funciona en determinados lugares y ambientes. Ahora, ¿se ha de deducir de su relativo éxito que ese ha de ser el espejo en que se miren todas las librerías? Las de El Corte Inglés, aunque aún conservan buena parte de su peso, retroceden y son cada vez algo más residual en su propia organización, que las desplaza en favor de la marroquinería o los cosméticos. ¿Cuál es entonces la alternativa? Fnac es una fórmula limitada pero atractiva, de la que se sabe qué esperar y que sirve bien a determinado tipo de público. Pero hay temáticas y editoriales muy mal o nulamente representadas. Bertrand, que estos días desembarca en España, aporta un buen conocimiento, el famoso *know-how*, más el apoyo de otro gran grupo (Bertelsmann) y su exitosa experiencia en Portugal. Aquí parte de cero y todos son posibilidades, que esperamos no se vean defraudadas. Pero tampoco podrá cubrirlo todo.

Entre unos y otros quedan resquicios, huecos, que pueden ser aprovechados por los libreros independientes, especializados o no, que estén dispuestos, como los nuevos *chefs*, a hacer de la necesidad virtud y manjares de las migas (que son muchas) que caen de las mesas de los grandes. Son ellos los especialmente dotados para la venta institucional, siempre que las instituciones públicas asuman que no pueden por un lado defender «la Cultura» y por otra aceptar, cuando no imponer, condiciones leoninas y descuentos desorbitados que contravienen el máximo legal del 15%. Los ardidés y las lagunas legales son aquí también preocupantes, y esto nos llevaría lejos, pues hay editoriales que liquidan cantidades distintas de derechos de autor según los libros hayan sido vendidos a través de distribuidoras, y en consecuencia el canal habitual de la librería, o directamente en lotes para bibliotecas públicas.

La edición sin editores, decía Schiffrin. ¿Vamos a las librerías sin libreros?, responderé con otra pregunta. ¿No nos pasará que creíamos estar en viaje y de repente nuestro amable compañero en el tren nos advierte de que ya –despierta– hemos llegado a la estación? Efectivamente, ya está ahí, oscuro y amenazante, el andén del futuro que parecía lejano. Sin libreros, sin criterio individual, sin la búsqueda de la excelencia se agudiza el problema de Procasto, con su uniformidad contra viento y marea. ¿Dónde hay una librería en la que cobijarse?

Junto a los «libródromos» de los que habló con arrobo Vargas Llosa (¿a quién no le gusta una gran librería?), atractivos aún pero cada vez más desnaturalizados y próximos al supermercado, caben también las genuinas librerías grandes, medianas y pequeñas. De cadenas o de particulares. Pero no como ese pisito para la amante, tanto en su vertiente primera de la que hablábamos más arriba como en la otra de los ejecutivos que flirtean con el sector para hacer currículum y luego le son irremediabilmente infieles. Tales relaciones suelen durar poco.

Más bien como casas sólidas, hogares, en los que se quiere que crezcan los hijos. Y vinculados, siguiendo con el símil, como matrimonio o pareja de hecho, con la sociedad con la que conviven. Voluntad de permanencia. Esa de la que carece tanto iluminado que como ave de paso mañana volverá a vender sofás o tornillos, dos respetables artículos queridos de Procasto, el de la cama de hierro.