

Sobre la gestión de la información en las librerías

El Llibreter

Librero; <http://llibreter.blogspot.com>

Hace pocos días comentaba con unos colegas el tiempo que se pierde en la gestión cotidiana de la librería: de la entrada de albaranes a las devoluciones, los diferentes procesos administrativos roban una gran cantidad de horas que podrían dedicarse a una mejor gestión de la información. Una de las principales dificultades es la gran proliferación de proveedores, cada uno con diferentes peculiaridades que hay que conocer si se quiere ofrecer un buen servicio. Muy a menudo, averiguar la disponibilidad de un libro se convierte en algo parecido a interpretar un oráculo; pero la experiencia del librero no siempre permite discernir si un oscuro «no nos ha llegado» por teléfono significa si el libro está agotado o si esperan recibir más ejemplares de la editorial. Aunque la Agencia Española del ISBN –ahora transformada en «Base de datos de libros editados en España»– ofrece información sobre los datos básicos de un libro, suele ser muy poco útil si se quiere saber algo más. Aquí, de nuevo, la experiencia puede servir de orientación: según la editorial, es muy probable que una edición ya esté descatalogada. Pero en la selva de la edición, la experiencia individual no es ni mucho menos infalible, porque muchas veces es la propia editorial la que parece eludir una información precisa sobre si un título se halla descatalogado o agotado. Un paseo por Internet sirve para evidenciar esta falta de responsabilidad hacia los lectores. Frente a quienes ofrecen información fiable sobre su catálogo, hay grupos editoriales cuya importancia en el mercado no se corresponde con la poca utilidad de consultar su web.

«Cegal en red» es un proyecto que puede resolver buena parte de la falta de información sobre el fondo editorial vivo en la actualidad. Integra diferentes bases de datos, cosa que requiere la colaboración entre editores, distribuidores y libreros. Si se desarrolla de manera óptima, además de ofrecer simplemente unos miles de fichas bibliográficas –y de incluir libros en catalán, vasco y gallego–, permitiría acceder a otras informaciones que facilitarían mucho el trabajo de los libreros: la portada de una determinada edición, el índice y otros

datos sobre el contenido, las ventas en número real de ejemplares, la disponibilidad exacta de un título, etc. Entre las bases de datos de las que depende «Cegal en red», además del ISBN, se encuentra DILVE (Distribuidor de Información del Libro Español en Venta), un proyecto cuyos objetivos son similares pero que tampoco se ha desarrollado hasta ahora lo suficiente: cuando escribo estas líneas, sólo cuenta con la participación de 247 editoriales y con un catálogo de 53.772 títulos.

Si bien estos proyectos pueden mejorar la gestión de la información de los librereros, no es menos cierto que también es necesario abordar un problema previo: la brecha digital. Instrumentos como el SINLI, o Sistema de Información Normalizada para el Libro –que permite la transferencia de datos a través de un mismo protocolo informático–, son inútiles si la librería no cuenta con un buen apoyo informático. El SINLI permite, precisamente, ahorrar tiempo en la gestión de albaranes y reclamaciones. A partir de aquí, de ganar ese tiempo tan escaso, es posible plantearse otras cuestiones que cada día son más importantes, como la visibilidad de las librerías en Internet. Aquí el modelo a seguir es, sin duda, Amazon. No porque se aspire a alcanzar la implantación de esta inabarcable librería digital, sino porque la presencia de librerías independientes en Internet no tiene sentido si no se ofrecen contenidos atractivos: una buena base de datos no es suficiente para atraer a los lectores. La especialización, orientada a distinguir el perfil de la librería, parece inevitable para la supervivencia de los establecimientos pequeños y medianos. Por eso es importante seguir la evolución de iniciativas como Google Books o la futura Biblioteca Digital Europea –de la cual sólo se ha desarrollado hasta ahora el portal Europeana–, además de comunidades virtuales de lectores como LibraryThing o la propia blogosfera. Cómo integrar todo este caudal de datos en la gestión cotidiana de la información es un reto que los librereros no podemos eludir si pretendemos mantener una buena posición en el mundo del libro.