

✦ **Fernando Valverde** creó la librería JARCHA en 1974. Situada en una zona periférica de Madrid, en Vicálvaro, ha mantenido su espíritu de librería de índole cultural e informativa, además de lugar de encuentro, pese a las dificultades de una actividad de estas características, con exceso de trabajo y poco lucrativa, incomprensible para la actual mentalidad, sólo atenta a los beneficios inmediatos. JARCHA es una librería representativa de tantas otras, diseminadas por el país, cuya vocación cultural está por encima de intereses comerciales. A las librerías les corresponde un importante papel en el entramado cultural, una función no demasiado apreciada, ni siquiera por los lectores. Sobre todo ello -contradicciones, problemas, necesidades, etcétera- hemos hablado con Fernando Valverde.

FERNANDO VALVERDE

LIBRERO



"Biblioteca y librería tendrían que realizar actividades conjuntas"

¿Cuál es la situación de la librería hoy en España?

Las librerías que tienen futuro son las pequeñas librerías, aunque ahora están en un atasco, enzarzadas en un trabajo bastante improductivo por la avalancha de libros. Libros que entran y salen sin venderse y que requieren un trabajo muy considerable. Hay días que estás permanentemente abriendo, marcando, devolviendo... un trabajo muy pesado. La librería pequeña tiene que afrontar dos retos: uno, conseguir modernizarse, informatizar la librería, que la gestión sea ágil, acceder a una información rápida. En marzo ha llegado el CD ROM del ISBN y el disco está cerrado en diciembre; trabajamos con un trimestre de retraso; la anterior información era de julio; seis meses ahí colgado, teniendo que echar mano de revistas, separatas, sin poder conectarse a ningún sitio. Debemos presionar al Ministerio de Cultura para que liberalicen esa información, pues ahora está prácticamente secuestrada por un contrato con Micronet. Nosotros pedimos que esa información que el editor está pasando con quince días de antelación a que

salga un libro, se facilite por medio de disquetes y por medio de un contrato de mantenimiento anual para que la librería pueda disponer de ese dato. La librería, entonces, podría dar una información más veraz, podría editar hojas, catálogos de novedades, y dirigirse de una manera constante y periódica, a colegios e institutos del barrio, a la biblioteca y al cliente, claro. La informatización cambiará las maneras de trabajar; al principio tendrá un coste alto, pero luego se abaratará el proceso.

¿Y el segundo gran reto?

El librero necesita profesionalización. El gremio ha emprendido unos cursos, pero quizás ha puesto los listones muy altos, con temas que muchas veces no interesan. Hemos insistido en que se hagan cursos monográficos, en vez de plantear cursos de librería con historia del libro, idioma, gestión. Nos interesaría un curso intensivo de dos semanas sobre contabilidad, por ejemplo, otro sobre los circuitos de importación...

¿Existen datos, estudios, para poder tener una panorámica de la librería?

Hace años hizo FANDE un estudio que se viene manejando mucho. Daba datos como que el 70% de las librerías en España son pequeñas librerías, con menos de tres empleados; también en un porcentaje similar son librerías-papelerías. Son datos que te configuran un poco la situación. A partir del nuevo impuesto de actividades económicas, ya conviven la librería y la papelería en el mismo epígrafe, y el mundo de la librería está repleto de gente que trabaja sólo el libro de texto y tiene categoría de libreros -que me parece estupendo-, pero no son libreros que estén mimando el libro de fondo. Es el porcentaje más alto de librerías. Muy pocas librerías surgen queriendo trabajar fondo. En nuestro grupo informal de librerías -somos unas veinte o treinta-, recientemente se ha incorporado un nuevo librero de nuestras características, pero esto es excepcional. Posiblemente en la ciudad de Madrid no surjan más. Surgen las grandes, librerías de fundaciones..., montadas con otros presupuestos. Hay que ir a la periferia, donde sí están surgiendo algunas como las nuestras.

EN PRIMERA PERSONA

Hemos conocido al cliente fiel que tenía a la librería como un centro de información. Ahora todos los periódicos tienen su suplemento cultural, con información de las novedades. Esos clientes llegan con la información ya dada. ¿Cómo funciona ahora la relación con el cliente?

El cliente de librería sigue siendo fiel, sigue cautivo de la librería, ahí echa su parrafada y busca su libro. No hemos hablado de la especialización. Hay pequeñas librerías que, según dónde estén ubicadas, tienen que especializarse. La especialización está funcionando bien, pues las hace imprescindibles dentro del área que abarquen, no sólo en su ámbito geográfico, sino que trascienden fuera. En librerías más periféricas -mi caso- la especialización no tiene lugar, y por ello el perfil del cliente es más difuso. Tienes de todo, intentas tener lo más selecto de cada materia.

La información es muy difícil establecerla de una manera general, lo que lleva a la especialización. No puedes decir que han salido cuatrocientos libros esta semana, tendrás que seleccionar.

Exactamente, o ir barriendo en función de intereses. Una librería fuera del ámbito de la gran ciudad no puede especializarse. O si lo hace, no puede abandonar el resto de las secciones. Tiene que dar una información total. CEGAL edita un boletín de novedades, sistemático, por secciones, que llega a todas las librerías de España que lo quieran. Yo creo que una librería en una área periférica no puede abandonar ningún tema. Es un librero que presta todo tipo de servicios, al margen de que, por vocación, pretenda tener una sección maravillosa de libros infantiles, o de novela. Desde ese punto de vista, la librería general es más compleja. En el aluvión de novedades, ¿qué eliges, qué ofertas?

Imagino que una librería general tiene el inconveniente del exceso de trabajo, con una retribución escasa. Supone como una vocación, incomprensible para quien quiera sacar beneficios inmediatos, que es como funciona actualmente todo.

Ese es un problema. Una librería general del tipo que hemos hablado, que maneje entre quince y veinte mil volúmenes, cuando vende un libro, si considera que debe volver, lo pide: es una reposición automática. El problema de las novedades es que la edición está disparada, es horrible. Ahí sí que tie-

nen una desventaja las librerías que están fuera de los grandes núcleos urbanos, de los centros de distribución, que están en Madrid y Barcelona. Esas librerías reciben verdaderos aluviones de novedades, y están haciendo un trabajo excesivo.



¿Lo reciben sin que lo pidan?. ¿Una editorial envía, por ejemplo, cinco ejemplares de los últimos veinte títulos, desde una novela de Delibes a un tratado de gastronomía?

Todo. Y en las librerías de barrios pasa lo mismo. Eso genera un problema de trabajo físico grave y problemas contables también serios. El libro de novedad tiene una duración muy corta. Además se editan cosas disparatadas, se retapan libros, y de repente, un libro que ha salido hace un año, aparece en bolsillo, en lujo, en... no hay por donde cogerlo. Se sigue editando muchísimo y está comenzando a aparecer un fenómeno nuevo en las librerías, que es el libro de saldo. No sólo se publican cuarenta mil libros nuevos al año, sino que el mercado del saldo genera otros diez mil. Hay librerías que han entrado al tema del saldo, porque les resulta rentable. Pero claro, es otra avalancha.

Esto nos lleva, de nuevo, a la profesionalidad.

Lo que más cuesta de una librería es el esqueleto, montar y soportar esos costes. Desde el punto de vista comercial, estamos en una pelea fuerte con los editores. El editor intenta colocar todo lo que produce, pero el librero ya no absorbe más. Esta pelea es cada vez más dura y se está llegando a situaciones feas.

¿No existe cooperación entre libreros y

editores? ¿El editor no cuenta con el librero, para estructurar sus novedades, por ejemplo, o para calcular el número de ejemplares?

Para prever producciones, en absoluto. Sí hay algún tipo de conversación puntual. Hemos tenido conversaciones con pequeños editores, para establecer compromisos de depósito. Las pequeñas editoriales no producen mucho y tampoco llega al circuito. Ahí estamos haciendo esfuerzos. Con las grandes editoriales, esto es cada vez más lejano. Alguna vez un jefe de ventas te llama, cuando promueven algún tipo de campaña especial. Pero te asignan una cuota. Y si no llegas, pues te empiezan a dar la vara, que si devuelves mucho, en fin...

El cliente de librería, a veces, sale con la sensación de haber estado en una zapatería, porque el servicio de información es nulo. Esto es palpable en las grandes superficies. En las librerías nacidas por vocación no ocurre, pero carecen de rigor empresarial. Ahora comienzan a instaurarse grandes superficies de librería, por empresas extranjeras (caso de FNAC y Virgin) que cuidan mucho, parece ser, la formación de sus empleados.

En España, por el momento, las grandes superficies, en lo que se refiere al libro, no tienen una política muy estructurada. Continuamente están variando de estrategia; ahora se dedican al saldo, mañana disminuyen los metros de superficie para el libro y al día siguiente lo amplían. Trabajan con criterios tremendamente variables. Sí es verdad que algunos editores han publicado para las grandes superficies. En las cadenas de librerías, lo que hay por el momento es mucha oferta y poca especialización y profesionalización. Las pequeñas librerías tenían, previamente, temor a que se les estableciese cerca una sucursal de una gran cadena. Pero han abierto y no ha pasado nada especial. Además, parece que no tienen unos resultados fantásticos. Son librerías que tienen oferta, el cliente entra y está en una especie de autoservicio: sírvase usted mismo, no me pregunte mucho porque no lo sé.

Pasemos a la relación entre librería y bibliotecas. ¿Cuál es el estado actual de la situación?

Desconozco la situación general, pero creo que se caracteriza por la ausencia de relación. En mi caso concreto, la biblioteca del barrio funciona desde

hace poco, cinco o seis años. Tuvimos muy buena relación con la bibliotecaria anterior. Los libros les llegan de los propios centros coordinadores de bibliotecas. La relación con la biblioteca se establece cuando hay interés por las dos partes. Posiblemente los libreros hemos renunciado de manera voluntaria, a fuerza de palos, desgraciadamente, a vender fuera de la librería. Yo vendo poco a los colegios, a los institutos, pero también hago pocos esfuerzos. Y esto es porque se ríen de tí. Si no haces descuento no hay nada que hacer. Puedes ofrecer un 15%, que ya es un lujo, pues es la mitad de tus beneficios; para ellos es risible. Es curioso que el estamento del Magisterio sea el menos comprador de libros. Yo soy maestro y esto me cuesta decirlo, pero es tremendo, siempre vienen pidiendo. Hemos trabajado mucho, hemos hecho exposiciones en el colegio, y hemos regalado mil libros a la biblioteca de un colegio. Pero el potencial comprador es escasísimo, porque les llegan libros regalados o con precios ridículos. Y a ti te destinan el libro que no encuentran, claro.

Las editoriales pueden hacer mayor descuento. ¿Venden directamente en los colegios, a espaldas de los libreros?

Todas las editoriales de libro de texto han creado su división del libro de apoyo y su división de libro infantil. El mercado se ha ido acotando y tú tienes que soportar todas las colecciones. Eso es lo grave.

Las librerías tienen gastos que cubrir, licencias fiscales, contribución, etc. Eso forma parte de una tienda abierta al público. ¿No existe una legislación que impida a las editoriales vender en los colegios? ¿Pueden hacer descuentos del 30% o más?

Legalmente no, no se puede hacer, pero sabemos que se hace. Si una editorial quiere ser escrupulosa con su facturación, lo tiene muy fácil: hace constar un 15%, que es lo que marca la ley, y luego dice "te regalo tanto".

En Ley del Libro sólo se permite el 15% de descuento a instituciones oficiales. ¿No se cumple?

No se cumple

Luego la Ley del Libro es papel mojado.

A esa ley nos agarramos nosotros cuando algún colegio pide descuento.

Hacemos hasta el 15% en libros. Pero son muy pocos, profesores vienen muy pocos. Hace poco (es el segundo año que lo hacen) dos profesoras de un colegio público del barrio pasaron con todos sus chavales por la librería, pero eso son reacciones absolutamente personales. Les has brindado esa posibilidad y lo han hecho, pero eso no es nada. Antes hacíamos exposiciones, ejercíamos una función coordinadora de actividades y aportábamos los fondos; llegamos a mover dos mil libros de un lado para otro, las editoriales prestaban o traían a algún autor, etc. El movimiento era importante, pero luego las compras nunca recaían en la librería. Te decían "es que la editorial nos ha traído esto". La propia editorial con la que estabas trabajando. Aquello se desmontó, entre otras cosas, porque el esfuerzo era muy duro.

Ahí sí que había una cooperación con las editoriales.

Sí. Determinadas editoriales eran entusiastas y con ellas muy bien, todo eran facilidades, una maravilla.

Dada la situación, parece que el librero necesitaría un balón de oxígeno para sobrevivir. Es una profesión que está puenteada por todas partes, por las editoriales, por el colegio, por las bibliotecas.

Por eso es difícil sobrevivir; yo creo que es un problema, a veces, de resistencia. Los libreros hemos tenido ese defecto, estar resitiendo, y eso pasó, hay que sacudirse esta historia, hay que ser más empresarios. Hemos sido más activistas culturales que empresarios. Pero hay que racionalizar, hay que reducir los costes... Una librería de barrio o de un pueblo, creo que la gente la reconoce, porque no se tiene que desplazar y eso lo agradecen. Allí tienen de todo, no barajan simplemente sota, caballo y rey; puede ser un negocio rentable. Pero la gente se va escapando. No veo el futuro pesimista para la pequeña librería si afronta esos retos, pero vivimos en un mundo en el que salir fuera es horroroso, cualquier operación que intentas hacer fuera, y si la haces, que te paguen es difícilísimo.

Como pequeño negocio es un trabajo muy duro.

Sí, pero estás ahí. Recuerdo los años de Jarcha, haciendo ese tipo de actividades, con menos trabajo en la librería, con ganas de hacer cosas. A lo mejor un librero no tiene porqué hacer lo que hacíamos nosotros, pero sí estar

en disposición. Si la biblioteca hace una actividad, y el colegio la apoya, también la librería tiene que estar ahí.

Ese tipo de reflexión también falta desde el mundo del bibliotecario. Malamente puede promocionar la lectura cuando está puenteando al librero de su localidad. Es decir, está echando piedras sobre su propio tejado.

Los editores están a la pelea y cuando un bibliotecario viene a alguna reunión... Yo asistí a los encuentros de Guadalajara, a los primeros que hablaron del libro infantil, y en las reuniones los editores planteaban quién tenía que suministrar a las bibliotecas. A veces, los libreros también entrábamos al trapo. Yo creo que eso está más racionalizado. No me importa que la biblioteca se nutra de otro sitio en su pedido jugoso, no tengo ninguna pretensión ni creo que ningún librero deba tenerla de que tenga que ser él quien va a suministrar los libros; eso es una auténtica majadería, pero lo que sí debe haber es fluidez. Que yo le venda a la biblioteca algo, bueno, la biblioteca necesitaba en ese momento ese libro. Lo que sí tiene que haber es una relación de incitación, hacer un boletín conjunto, actividades concretas, actividades que confluyan.

¿Cuáles son los canales de información del público que acude a la librería, tanto adultos como infantiles? ¿Los suplementos literarios de los periódicos juegan un papel importante en este sentido?

Estáis, seguramente, al tanto del espacio de televisión *La Isla del Tesoro*. A mí me parece que eso tiene repercusión diaria en la librería. Es curioso, porque en momentos de poca audiencia (se emite a las 16,30 h. en la 2) te encuentras con que un flash de 5 ó 3 minutos tiene repercusión en la librería. Raro es el día en que ese libro no te lo piden por la tarde, aunque sea para verlo. Y a mí me llama la atención, porque el programa llegó a la librería a través de CEGAL, nos avisaron de que lo iban a hacer, e incluso nos avanzaron los títulos de los primeros libros; luego lo han abandonado. Es una pena, porque no es lo mismo tenerlos con antelación, disponer de los libros. Este es uno de los servicios primordiales de la librería.

Francisco Solano y Ramón Salaberría

Librería JARCHA.
c/ Lago Erie, 6.
☎ (91) 776 24 12.
28032 Madrid