

El porqué de las cosas. Librerías

Maite PÉREZ LARUMBE*

Hay que empezar diciendo, en honor a la verdad, que comprar un libro no es ningún problema. Una puede hacerlo casi en cualquier parte. Es fácil. Entra en el establecimiento elegido, por ejemplo la multitienda o megaespacio o cualquier otro concepto/ofilosofía de un área de servicio, echa una ojeada al expositor y sale con el *Lobo estepario* o *Las cenizas de Ángela* como frágil escudo a mitad del asfalto y, bueno, también con unos clínex y un paquete de chicles y la botellita de agua porque muy mala tengo que estar para beber agua, pero mira, en el coche es distinto. También puede ir abajo a la vuelta a por el periódico y salir con *Yo el supremo* o *Bodas de sangre* y quedar como la vecina que lee ante el vecindario. Esta es una situación más bien de fin de semana, con ropa cómoda y zapato deportivo. Sin problema y también en días de labor, en el quiosco de cualquier estación se consiguen aceptables o magníficos libros de intriga que van fenomenal con esa gabardina tan viajada y best-sellers espíritu-emocionales para situaciones desesperadas o crisis propias de la edad. Incluso ciertas tiendas de alimentación con evidente valor añadido, suman al espacio destinado a la mercancía cuatro o cinco metros cuadrados de biblioteca coquetona para salir con el libro bajo el brazo después de preguntar como una ingenua si esos libros están a la venta o son sólo de consulta, a lo que el dependiente o dueño contesta con sornita: están a la venta, ¿le interesan? Y entonces una no puede dejar de responder que le parece al menos curiosa si no subyugante la irrefutable relación entre ajo y salud, cereales y salud o cualquier otra cosa y la de más allá, y ahí te pillan sin defensas y asumes con disciplina el libro que eleva el tono cotidiano y banal de comprar, al fin y al cabo, comestibles. Un libro que redime, un ejemplar salvífico. Valor añadido, ya hemos dicho.

También se puede conseguir el deseado ejemplar en la red y no es necesario quitarse el pijama ni las legañas o, en una biblioteca, donde sale gratis y si se lee in situ se ahorra calefacción en invierno o aire acondicionado en verano si lo tuviéramos previamente, romerías a la nevera, peregrinaciones al mueble-bar, tentaciones sedentarias e incluso peores y horizontales. Es posible también comprarlo por teléfono, por cierto ¿hay tele-libro? o mediante correo tradicional.

Lamentablemente el progreso ha engullido a los vendedores de enciclopedias a domicilio, que facilitaban enormemente el acceso al libro y además proporcionaban al cliente la satisfacción de haber hecho no sólo una buena compra, sino lo mejor que en el momento se podía hacer

139

* Autora de *El nombre que me diste*

por lo hijos en estas edades tan difíciles. Una excelente enciclopedia donde encontrar lo mismo la fosa de las Marianas que el proceso de fabricación del vidrio o la voz Viriato. Por cierto, el progreso también parece habérselo tragado junto a los inefables Indíbil y Mandonio, los toros de Guisando y el tambor del Bruch.

Recapitulando: si usted, querida lectora en su mayoría si hacemos caso a las estadísticas, o más esporádico pero no menos querido lector, se desplaza por una ciudad no más que medianeja, a pie, durante, digamos, veinte minutos, va a comprobar que las ocasiones de mercar un toquete digno no van a escasear sin necesidad de entrar en una de esas tiendas con sus estanterías llenas de libros, sus mesas, sus librerías y librerías, su papel de envolver o bolsitas ad hoc. De hecho cuántas veces el que llegó tarde al cumpleaños se excusó contrito: "toma, te traigo un libro, a estas horas no he podido encontrar otra cosa".

Quien va a una librería, hay que reconocerlo, es porque quiere. Demostrado que comprar un libro es una transacción anodina, normalizada y sin mayores complicaciones en los casos anteriores, sólo queda buscar las razones que mueven a un número no desdeñable de individuos a recalar en los establecimientos específicos.

Quitando aquellos que se dejan ver en este tipo de locales movidos por amor o atracción sin más, o lazos de familia con el personal al cargo ("Bueno, vale, vemos la que tú quieras", en el primer caso o "Fulanito, acuérdate que el jueves llevas tú los pasteles" y también "Oye, que la tía está peor, voy para allá un rato" en el segundo), y otro contingente cuya magnitud soy incapaz de calibrar, los hay que como yo mantienen cierta niñez evolutiva, cierto estadio prerracional o mítico. Me explico. Digamos que el librero es el pontífice que une las dos orillas, la más mundana y transitada, la de la vida cotidiana y esa otra de los arquetipos, las tramas, los autores que se arraciman o acerezan y tras uno vienen los demás. El librero ha entrado al aposento, conoce el nombre del dios, el trato le ha hecho distinguir santos de beatillos y farsantes. Pero también sabe que la carne es débil y un día en plena ascesis pide Joyce y al otro se desfonda y no me atrevo ni a decir el nombre. Y comprende, y perdona, y sugiere levemente los beneficios del esfuerzo y la cliente agradece que se le tome en serio y se le oriente y se espere de ella un poco más. Y a veces el pontífice hace de puente como el nombre indica y la que entró menesterosa en el templo pidiendo: "una novela de esas que te raptan y hacen olvidar plazos, familia, obligaciones, la elemental cortesía, la higiene elemental, los afluentes del Ebro por la izquierda y lo bien que nos va todo" vuelve a los días iluminada, los ojos como ascuas, hecha una conversa, poseída, aureolada, y besaría la frente al librero de no desaconsejarlo la prudencia y cierto sentido del ridículo no del todo desaparecido y da las gracias y no tienen palabras porque la novela era vida y dime qué más ha escrito este hombre y el librero, que es sabio, se lo dice pero se lo desaconseja "porque te va a defraudar, no tiene nada que ver con esta primera. Se cae". Y la lectora reconoce el contraste del oro en este gesto y quiere más aún al sacerdote, porque la decepción duele más que el olvido y él ha querido evitársela.

Y esto ni internet, ni el periódico de los sábados ni el sursum corda.