

♦ ANTONIO RAMOS REVILLAS

*ENTRAR A UNA LIBRERÍA
ES ENTRAR A LA MENTE
Y AL CORAZÓN DE QUIEN
LA ATIENDE*

**ENTREVISTA CON
CLAUDIA BAUTISTA**

ANTONIO RAMOS REVILLAS: De los muchos conceptos que existen para definir una librería, ¿con cuál te defines como librera?

CLAUDIA BAUTISTA: Me gusta mucho pensar la librería como un “tercer espacio”; como aquel sitio que sin ser centro de trabajo, ni casa, representa un lugar de esparcimiento, convivencia, distracción y sosiego. Dentro de los terceros espacios prefiero imaginar a las librerías como parques, jardines o bosques donde puedes caminar, observar las copas de los árboles, mirar con detalle algún color de la vegetación y la manera en que se filtra la luz; en pocas palabras, sumergirte en la experiencia total de estar en un lugar que sale de lo cotidiano. Las librerías de igual manera, permiten cruzar un umbral que da la libertad de experimentar la totalidad del entorno: la música o el silencio, la conversación, la observación cuidadosa de uno o muchos libros y, sobre todo, el encuentro de uno mismo a través del otro. Siempre he creído que el elemento central de Hyperion, que trasciende a los libros, incluso, es la gente que visita el lugar, física o virtualmente.

ARR: La historia de las librerías independientes en nuestro país tiende a no ser tan reconocida, pero deja una huella. ¿Cuál crees que es la huella de librería Hyperion en su comunidad?

CB: La primera respuesta es que nosotros formamos parte de la comunidad. Vivimos en el mismo barrio donde está la librería y sabemos que todo lo que hagamos por el vecindario tendrá un impacto en nuestra calidad de vida. Me gusta pensar que Hyperion ha sido cuna de varios proyectos colaborativos que han tenido un impacto positivo en el barrio, más allá del tema meramente cultural. En Hyperion se gestó una red de vigilancia vecinal para todos los locales comerciales de la Avenida cuando el tema de la delincuencia era preocupante. Aquí también generamos un vivero recolectando semillas de las jacarandas del parque del que somos vecinos; regalamos los arbustos después en la compra de los libros. Hace un par de años, a partir de la librería, surgió el Proyecto de un corredor seguro “Murillo Vidal” para que las personas que se sintieran amenazadas, pudieran refugiarse en cualquiera de los locales de la Avenida donde estamos. Nos preparamos para brindar primeros auxilios. El proyecto se

replicó en otros municipios de Veracruz. Por último, considero que Hyperion abrió brecha para que la librería fuera considerada por los vecinos como un lugar cercano, familiar y de confianza para ingresar.

ARR: Sin duda, no puedes leer todos los libros que ofreces, pero hay un gusto y sensibilidad para aprender a leer las colecciones. ¿Cómo has armado las colecciones que ofrecen en la librería?

CB: Hay varios componentes. Primero es observar el entorno y el momento por el que está atravesando ese entorno. Por eso dicen que lo que pasa en una ciudad se refleja en su librería de barrio. Después pensar en los lectores que frecuentan la librería; los conoces y el primer trabajo del librero es leer al lector, así que al hacer la selección de títulos vas diciendo mentalmente “este tema le gusta a tal persona; este autor es similar a aquel otro que le encantó a tal otra”. Por último, y no con menos peso, uno elige los libros por gusto propio, porque te gusta una editorial y sabes que los títulos que tiene son de calidad, por las temáticas, por el autor, por la ideología. Cada librería tiene una personalidad propia, que se mezcla con la de su librero; así, cuando entras a una librería es un poco entrar a la mente y corazón de quien la atiende.

ARR: Así como no hay una formación académica para los autores, los promotores de lectura u otros agentes del mundo del libro y la lectura, el oficio de librero sigue siendo gremial. ¿Cuál consideras que fue tu formación como librera?

CB: Sin duda la experiencia misma y el continuo ensayo y error. Moisés, cofundador de Hyperion y uno de los mejores libreros que conozco, había trabajado en una librería, y a partir de sus consejos, pude dar los primeros pasos como librera y continué aprendiendo. Para todas las demás áreas donde el librero debe estar inmerso (administración, manejo de redes, diseño de interiores) sí he tenido que leer manuales, ver tutoriales y asistir a cursos. A principios de 2020 me inscribí a un curso de Creación y Gestión de Librerías que organiza la Universidad de Educación a Distancia, de Madrid. Ahí aprendí a hacer cuestiones de diseño de marca, atención focalizada en el cliente (por cierto, me disgusta llamar cliente a mis lectores), y otros temas que considero ayudarán a fortalecer Hyperion.

ARR: Se dice que una librería es una idea en el tiempo, pero para que existan, estas ideas deben ser claras. Para ti qué idea hay entre libro, lectura y negocio.

CB: En Hyperion hemos tenido que pisar ese ámbito un poco forzosamente, pues al igual que muchos libreros independientes, solemos volcarnos en la pasión y en la vocación olvidando que para seguir existiendo necesitamos vender. Lo ideal sería que la librería fuera tan buen negocio que uno pudiera dedicar todo su tiempo y creatividad a esta actividad, a sabiendas que el sustento familiar está asegurado. Desafortunadamente y por varias razones, algunas de ellas estructurales, esto no es siempre así. Ya decía en otro espacio que la mayoría de los propietarios de las pequeñas librerías tienen actividades profesionales complementarias (incluso dentro de las mismas librerías, como los cafés y restaurantes) para poder solventar los gastos que genera la misma librería y las necesidades personales. Una de las áreas que a mí parecer necesitamos reforzar más como libreros independientes es el adecuado manejo de nuestras áreas administrativas.

ARR: Tal parece que, para las librerías, la especialización es una oportunidad, en comparación con las librerías de los grandes grupos editoriales. ¿Qué opinión te merece esta propuesta?

CB: Estoy de acuerdo, las librerías enfocadas a las infancias y a los jóvenes son un excelente ejemplo; también aquellas que tienen un catálogo exclusivo de editoriales pequeñas e independientes, e incluso están las que venden un solo libro, como Morioka Shoten, en Tokio.

ARR: Comprar, consignar, ¿cuál es el modelo que más se ajusta a las librerías de modelos como la de Hyperion?

CB: Definitivamente Hyperion no podría existir sin las consignaciones. Incluso hay editoriales con las que nunca hemos podido trabajar por las condiciones comerciales de venta en firme.

ARR: Si algo se ha visto estos años es la aparición de las librerías digitales, no solo Amazon sino, en esta pandemia, cada vez son más las editoriales que abren su market place. ¿Cómo responde la librería de barrio o la librería independiente a esa posibilidad de venta digital?

CB: Estamos haciendo nuestro mejor esfuerzo para ser los aliados que necesitan los demás eslabones de la red del libro, con el afán de reafirmar que las librerías deberían ser el punto principal de encuentro entre el libro y el lector, y que eso es algo que nos conviene a todos. Ello implica por supuesto entrar al ámbito del comercio virtual, y algunas librerías lo han hecho a través de la construcción o mejora de sus sitios web, de la atención mejorada a través de las redes sociales (en Hyperion damos recomendaciones a través de videos en WhatsApp), de la creación de canales creativos de comunicación con nuestras comunidades, y del reforzamiento de nuestra plataforma comunitaria de venta, libreriasindependientes.com.mx Pero más allá de eso hemos buscado activamente el diálogo constructivo con varios actores de la cadena del libro para hallar puntos de convergencia y beneficio mutuo, para limar antiguas asperezas, para compartir empáticamente nuestras necesidades y conocer las de ellos.

ARR: ¿Qué le ha enseñado la crisis al discurso de las librerías de barrio y sus libreros?

CB: Que el oficio de ser librero está lleno de oportunidades para reinventarse. El valor de trabajar en equipo y buscar alianzas. Que el cariño de la comunidad es el recurso más valioso para las librerías de barrio.

ARR: Finalmente, ser libreros es la suma de muchas estrategias, tanto de discurso como de administración y de lectores. ¿Cuáles han sido fundamentales para ti como librera?

CB: Involucrarse de manera profunda y genuina con tu comunidad permite lograr un respaldo a largo plazo de quienes serán tus principales aliados. Tener un manejo óptimo de las redes sociales y, sin duda, tener una página web con tienda en línea. Apostar por el papel del librero como acompañante y prescriptor, y dignificar este papel con la selección del material que se exhibe. Buscar hacer de la librería un espacio cálido, familiar y entrañable. El orden y las buenas prácticas en materia de administración siempre serán un elemento que permita que la librería continúe su andar. ●