


Sortear los demasiados libros

Conversación con Francisco Goñi

Alejandro Arteaga

Una sala de la librería La Central localizada en la Plaza del Callao en Madrid, España.
(Fotografía: Cristina Arias / Cover / Getty Images)





EN ESTA CONVERSACIÓN POR ESCRITO con Casa del tiempo, el ensayista y poeta Francisco Goñi —autor, entre otros libros, de Temor y piedad (2009) y A la orilla del mundo (UAM, 2013)— nos confía parte de su larga experiencia como librero en algunas de las mayores cadenas del país, sus opiniones sobre el mundo de la distribución editorial, las librerías comerciales y las independientes, la situación académica del gremio, la difusión de la lectura y los avatares del “más noble de los negocios”.

¿Cómo se forma un librero? ¿Cómo te formaste tú? ¿Dónde nace tu interés por los libros?

El librero se forma en el campo de batalla, es decir, entre las estanterías. Desde luego sirve mucho si uno antes de trabajar ya cuenta con kilometraje en lecturas; si no es así, no importa, la librería es una suerte de universidad informal, más libre, plural e infinita.

En mi caso, pasé por la universidad, pero siempre reconozco que mi verdadera formación fue en librerías y las mesas de café con amigos escritores.

Mi interés por los libros nace mediante la poesía. Un par de compañeras y un mentor universitario fueron fundamentales. Después, por el vínculo entre cine y literatura, me sumergí en la novela canónica, las artes y humanidades en general. Hoy en día lo que más leo es ensayo.

Tú eres un librero que además escribe, o un ensayista que además distribuye libros. ¿Crees que eso te da una perspectiva distinta frente al negocio del libro o frente a la escritura?

Por supuesto, desde el lado librero, te vuelve respetuoso con el trabajo de los escritores; al mismo tiempo, exigente: no disfrutas si tienes en las manos libros banales o efímeros. Desde la óptica del escritor, te quita toda ingenuidad y te convierte en tu peor crítico, ya que todo el tiempo te comparas con los más grandes.

Como lector, ¿qué buscas de una buena librería? ¿Cuál sería tu librería ideal? ¿Has visitado alguna que te lo parezca?

Todos los lectores esperan que sus expectativas se vean cubiertas; si no, eres despiadado con las librerías y vas desertando, hasta que encuentras aquella(s) que te brinde(n), cual *dealer*, lo que necesitas. A veces, mezclas librerías para formar una ideal. En mi caso, siempre visito todas las que puedo.

Me gusta mucho La Central, de España, creo que es la más interesante en nuestra lengua.

¿Es un buen negocio vender libros?

En definitiva es un negocio complejo, de baja rentabilidad. Debes hacer demasiadas estrategias para vender y seducir a los lectores. No es el mejor negocio que puedes emprender, pero quizá sí el más noble. El destino entre libros es lo mejor que me ha pasado.

¿Cómo se organiza desde cero una nueva librería, quiénes participan, en cuánto tiempo ocurre y cómo se elige su ubicación?

Es básico empezar con el concepto: qué tipo de librería deseas, a qué público quieres llegar, con qué editoriales vas a trabajar. Se debe pensar hoy en día a la librería como un lugar de experiencias: incluir salas de lectura, cafetería, espacio para eventos.

El tiempo que te demanda para abrir es proporcional a la inversión que tengas. Si cuentas con todo lo dicho, tal vez, en tres o cuatro meses lo consigas.

La ubicación siempre será ideal si cuenta con un flujo interesante de gente.

¿Existe algo parecido a la “payola” de la radio en las librerías? ¿Cómo funciona? O en todo caso, ¿cómo se vende o se ofrece una librería a una editorial en cuestiones de exhibición de sus productos?

Hasta donde sé, no existe. Sería algo completamente desleal y muy complicado de sostener. Lo que existen

son acuerdos comerciales, alianzas y planes en conjunto que facilitan los proyectos: promociones, lanzamientos, autores o sellos que se quieren impulsar.

¿En qué es distinta la apuesta de Gandhi a la de El Sótano o el Péndulo, o la de las librerías del FCE y las universitarias?

La diferencia que veo más marcada es entre librerías del Estado y las de iniciativa privada. Las primeras dependen de presupuestos, políticas y estatutos del gobierno. Las segundas son más libres en todos los sentidos: concepto, política de precios, identidad, acciones, presencia en ferias y eventos.

¿Cómo es el trato con los grandes sellos editoriales y con los pequeños? Es decir, ¿cómo es el trato con editoriales tan cuidadosas en sus ediciones como Atalanta y con editoriales de consumo masivo como Editores Unidos Mexicanos? ¿Tienen peticiones distintas?

Los grupos editoriales transnacionales tienen cada vez mayor peso y presencia en el sector. La cantidad de novedades es impresionante. Así que cada librería debe sortear “los demasiados libros”, seleccionar los materiales y administrar sus espacios, que pareciera una obviedad decirlo, pero no, son finitos.

Por su parte, los sellos independientes requieren apoyo para iniciar, capitalizarse, darse a conocer. A veces ya vienen con apoyos de becas, de universidades o gobiernos estatales, eso ayuda mucho para su continuidad. Las librerías de iniciativa privada, por lo general, reciben bien los proyectos nuevos.

¿Los editores te piden consejo sobre qué tipo de libros publicar?

Algunos de ellos, sobre todo los colegas más cercanos, llegan a pedir mi opinión en el tiraje o en la proyección de los títulos. Tengo algunos casos afortunados en los que han tomado mis sugerencias para publicar o rescatar a un autor.

¿En todo ese entramado comercial y de distribución hay lugar para la literatura?

Yo diría que todo el entramado se hizo, en su origen, por la literatura y los buenos libros. Hay que estar recordando esto como *leitmotiv* y regresar a las ideas básicas para no perder norte.

¿Cuál sería tu mayor crítica a las librerías comerciales?

Subestimar a los lectores, nunca hay que hacerlo. Todo lo contrario, se debe hacer todo lo posible por sorprenderlos, cautivarlos. Consentirlos con buenas recomendaciones y con espacios gratos. Por supuesto, todas las librerías deben pensar también en generar nuevos lectores, lamentablemente, no todas piensan en ello.

¿En qué tipo de lector —o comprador de libros ideal— piensa un librero como tú?

En un lector astuto, exigente, curioso, que no se conforma con lo que ofrecen las grandes campañas de *marketing* editorial, sino que va en busca de libros más selectos, ediciones especiales, libros importados, traducciones impecables, libros en otros idiomas, etcétera.

¿Qué tanto debe ceder al mercado el librero y qué tanto obedecer a su propio gusto?

Se debe establecer una balanza equilibrada entre lo que ofrece y demanda el mercado, y agregar una propuesta o canon de lectura. La librería es un ser vivo, orgánico, y debe comportarse como tal, creando sus propias tendencias.

¿Es lo mismo promover el libro que promover la lectura o son cosas distintas?

Son dos tareas distintas. Promover un libro es de alguna forma apostar por un título o autor específico, la lógica se inclina más al impulso.

Promover la lectura, por su parte, exige una campaña mucho más pensada, estrategias sociales de inclusión y expansión; además, conseguir recursos que permitan llegar a los públicos menos favorecidos. La promoción de la lectura es una herramienta para fortalecer la educación de un país, por ello, es un trabajo más profundo.

Es muy importante en este punto subrayar el objetivo de crear nuevos lectores: acercarse a los niños es tan fundamental como a los jóvenes y a adultos que se inician en las letras.

Desde tu perspectiva, ¿cómo está distribuida geográficamente la oferta y la demanda del libro en el país? ¿Dónde hace más falta promover el libro?

Desafortunadamente las librerías se concentran en la Ciudad de México. Poco a poco vemos que las cadenas grandes se expanden al interior de la República, y vemos poquísimos casos de pequeñas librerías que mantienen propuesta y permanencia.

La demanda es vasta, existe una gran necesidad de libros en todo el país, lo que revela que los programas y librerías de gobierno son insuficientes y muchas veces obsoletos.

¿Cómo ha cambiado la industria del libro desde que empezaste a trabajar en librerías hasta ahora?

En los dieciocho años que llevo de librero, el sector ha cambiado brutalmente. Hay muchos factores en el sector que van cambiando las reglas del juego constantemente.

Los grupos editoriales trasnacionales representan un gran porcentaje de libros que circulan en librerías y ferias de libros. Las editoriales independientes deben hacer esfuerzos enormes para sobrevivir, vemos unos cuantos casos de editoriales que, digamos, ya se establecieron y pueden publicar con cierta tranquilidad porque se han ganado un lugar a base de trabajo y calidad en sus propuestas.

La amenaza inmanente de la cultura digital ha obligado a las librerías a reinventarse; incluso, a los medios impresos les ha ocasionado estragos, y no se diga a las editoriales, también les representa un factor crucial para la toma de decisiones.

¿Qué piensas de las alternativas de distribución que las editoriales independientes organizan por sí mismas? ¿Crees que sean efectivas? ¿Qué les aconsejarías?

Las editoriales independientes han tenido que aprender sobre la marcha a encontrar los mecanismos para sobrevivir, vemos todo tipo de estrategias: muy pocas viven de sus ventas, otras de la subvención del Estado, de coediciones o becas.

Su distribución se afecta de la misma manera, muy pocas tienen la logística para entrar a las cadenas grandes, por ello, la gran mayoría se queda en ferias y en pequeñas librerías. Creo que debería haber un programa de gobierno distinto al que ofrece EDUCAL para que realmente lleguen los libros a todos lados.

Las ventas en línea y redes sociales han ayudado mucho a activar nuevas formas de distribución; asimismo, las ventas especiales en centros culturales, escuelas, bares, festivales. Creo que de ahí se debería crear un modelo disponible para todos los editores.

¿Crees que las universidades en México podrían participar en la formación de un librero o incluso organizar una licenciatura o una maestría específica? ¿Acaso ya existen?

Por supuesto debería existir un buen curso, diplomado o licenciatura, en el mejor de los casos. Hasta donde tengo conocimiento, ninguna universidad pública ni privada ha mostrado interés en ello.

Sin embargo, como ocurre en muchos sectores de México, la profesionalización la hace uno mismo, a su tiempo, esperando la buena fortuna. Justo el año pasado participé en un proyecto de CANIEM para crear la certificación a libreros que demuestren su experiencia. Este certificado tiene validez ante la SEP y la Ley Federal del Trabajo, además, es el primero de su naturaleza en toda América latina y España. Al menos los colegas que lleven cierta trayectoria podrán obtener este reconocimiento y luchar por mejores condiciones laborales.

Desde tu experiencia, ¿sabes si existen aún grandes coleccionistas del libro impreso como José Luis Martínez, Alí Chumacero o Carlos Monsiváis? ¿Has ayudado a construir bibliotecas personales?

Afortunadamente, todavía existen grandes lectores y coleccionistas con los medios para crear sus bibliotecas. Contribuí a las de Carlos Monsiváis, Carlos Fuentes, Francisco Toledo, José María Pérez Gay, Vicente Quiarte, Francisco Hernández, entre otros.

Si alguien desconocido te contratara para comenzar a construir una biblioteca personal, ¿con qué títulos comenzarías?

Desde luego con los clásicos y los imprescindibles contemporáneos, incluyendo una oferta sugerente en arte y humanidades. 