

Evan Friss

LA LIBRERÍA

Un apasionante recorrido
por la historia de las librerías

Traducción de:
MILO J. KRMPOTIĆ



MAEVA

Índice

Prólogo	9
Introducción	16
<i>El conductor de UPS</i>	28
1. Benjamin Franklin	29
<i>El olor</i>	45
2. Old Corner	47
<i>El responsable de compras</i>	67
3. Parnassus on Wheels	69
<i>La artista y la sufragista</i>	79
4. Marshall Field & Company	81
<i>El arquitecto</i>	102
5. Gotham Book Mart	104
<i>El gato</i>	129
6. Strand	131
<i>Los niños</i>	157
7. Aryan Book Store	159
<i>La abuela</i>	180
8. Oscar Wilde	181
<i>El convocante</i>	201
9. Drum & Spear	203
<i>El tipo que nunca compra nada</i>	220
10. Barnes & Noble	222
<i>El rarito</i>	243
11. La acera	244
<i>El muro</i>	262

12. Amazon Books	264
<i>La maestra</i>	279
13. Parnassus	281
<i>El libro de las librerías</i>	305
 Agradecimientos	 306
Créditos de las imágenes	308
Bibliografía	310
Índice onomástico	313

Introducción

THREE LIVES & COMPANY es una librería de sesenta metros cuadrados situada en una esquina del West Village neoyorquino. En sus estanterías talladas a mano, iluminados por lámparas del color verde de los caramelos Jolly Rancher, hay títulos de narrativa y de ensayo, novedades y fondos editoriales, libros ilustrados para niños y de cocina, de historia y de viajes, de temática homosexual y de poesía, de arte y de arquitectura, novelas gráficas y ejemplares de *Granta* y de *The Paris Review*, y todo tipo de cosas relacionadas con Nueva York. Las golosinas para perros están detrás del mostrador.

Toby, el dueño del establecimiento, con barba gris, hace *body surf* por las mañanas en el Atlántico, sale de su casa de piedra rojiza en Brooklyn, va caminando hasta Manhattan —no me extraña que esté tan delgado— y bebe café como si estuviera en una novela de Balzac. Dentro de la tienda —por favor, no la llaméis «negocio» porque a los librereros les parece demasiado comercial— no deja de hacer capas, de podar y reordenar. Por colores. Por escalas. Por sensaciones. Que no haya pilas demasiado altas, ni demasiado bajas, ni demasiado torcidas. Quizá se deba al café. O quizá le venga de familia. Madison, su hermano, es uno de los diseñadores de jardines más importantes del mundo.

Allí, sentado en un taburete solitario, es probable que veáis a Abel, uno de los clientes habituales. También es posible que os encontréis con Camille, que nunca se olvida de preguntar por las abuelas enfermas y por los sobrinos a punto de licenciarse, y a Greg, un escritor a quien se podría tomar por jugador de rugby. Ritchie, inquebrantable seguidor de los Giants, se suele pasar, a menudo con una porción de queso Gruyère.

Miriam (pelo: marrón; rostro: ovalado; aura: cálida) habla con rapidez, nunca sobre sí misma. Aunque lleva más de una década trabajando en el establecimiento, sigue abriendo mucho los ojos cuando alguien entra por la puerta. A veces, la gente llega con un acertijo en apariencia irresoluble: «Estoy buscando un libro para mi hermano, que tiene cincuenta y dos años. Se está divorciando, le gusta la cocina y la ornitología. ¿Tenéis alguna novela buena de misterio? Que no sea demasiado larga. Ah, y es por su cumpleaños... que fue ayer».

Miriam los escucha con atención. Transcurren dos o tres segundos antes de que se dirija dando zancadas hasta la larga mesa rectangular que hay al fondo. Coge un libro en tapa blanda de la segunda fila y se lo encaja al cliente en la palma de la mano.

—Este le encantará —dice.

Esta hija de un pediatra de Connecticut sabe con exactitud lo que debe prescribir.

Desde hace más de quince años, Toby organiza, justo después del Día de Acción de Gracias, un concurso anual sobre Los Diez Mejores Libros del Año, en que tanto el personal como la clientela predicen los títulos que aparecerán en la codiciada lista del *New York Times*. La persona con un mayor número de aciertos gana cincuenta dólares y lo que se conoce como el Trofeo Miriam. Hasta la fecha, Miriam casi siempre ha ganado el Miriam.

Toby, que rara vez eleva la voz y se mantiene alejado de los medios y los conflictos —salvo cuando tiene que perseguir a un ladrón— es dueño de la totalidad del negocio. Sin embargo, no lo considera *su* establecimiento. Afirma que no es más que su custodio. Es la librería —y no Toby; ni Miriam; ni Troy, el experto en libros de cocina; ni Joyce, que trabajaba ya en *Three Lives* antes de que Toby la comprara en 2001; ni Ryan, que como Miriam y Toby probó suerte en el mundo editorial antes de volver a la venta de libros— la que mantiene una relación con sus clientes. Y, de la misma manera...

- Abel
- Camille
- Greg

- Richie
- los escritores y editores que procrastinan
- los perros y quienes los pasean
- el doctor Gary: reumatólogo que una vez diagnosticó un herpes zóster a una de las librerías en la zona de biografías
- Henry: compositor de Broadway que crea melodías a partir de líneas al azar tomadas de libros al azar
- Adrienne: que deja sus entradas para el ballet en la librería cuando no puede acudir a una función
- J: un diseñador gráfico más interesado en ligar que en los libros
- Dean: el octogenario (tristemente ya fallecido) que hacía entrar a la gente de la calle para que compraran su chapucera autobiografía, imposible de encontrar en cualquier otra librería sobre la faz de la tierra (Toby huye de los conflictos)
- y el desfile de voluntarios que ayudan a envolver regalos en diciembre y comparten bolsas de palomitas y chokolatinas escondidos debajo del mostrador... Todos ellos reciben el mismo título de «amigos de la librería».

Todos mantienen un vínculo con el establecimiento, y el establecimiento lo mantiene con ellos. A veces, los seres queridos de un antiguo cliente llaman por teléfono para dar la noticia de que este ha fallecido. Cuando otros clientes envían felicitaciones de Navidad, postales, cartas y refrigerios, no los dirigen a una persona concreta. Son para la librería. Llamarlos «clientes» tampoco parece adecuado, probablemente porque muchos de ellos casi nunca compran nada, y eso que algunos visitan el establecimiento a diario.

En su lugar, se detienen a pasar el rato, a hablar de libros y de otras cosas que no son libros. Three Lives no es como el resto de puntos de venta. Esta «librería de la esquina» por antonomasia forma parte de lo que hace que el Village parezca eso: un pueblo*. Tiene encanto, personalidad y alma. Por encima de todo, Toby no quiere estropear eso.

* El West Village ocupa la zona oeste del barrio del Greenwich Village, y «village» quiere decir, literalmente, «pueblo» (N. del T.).

EN MUCHOS SENTIDOS, Three Lives es una anomalía. Fundada por Jill Dunbar, Jenny Feder y Helene Webb en 1978, y bautizada en honor a un libro de Gertrude Stein, ha sobrevivido a Barnes & Noble y a Borders, a Amazon, a la crisis de 2008 y a una pandemia. No vende puzzles, papel de envolver, ni tazas con juegos de palabras que dan vergüenza ajena. No contiene demasiados best sellers. Entre los seis mil libros de su catálogo, no hay ni uno solo de Danielle Steel. Rara vez alberga presentaciones. No organiza ningún club de lectura. No hay una barra en la que sirvan vino. Ni tiene cafetería. Three Lives no cuenta con presencia en Twitter, Facebook, Instagram o TikTok. Los libreros controlan el stock de forma manual, anotando los títulos que venden en papelititos de color amarillo.

La sabiduría convencional indica que, para que una librería sobreviva, tiene que vender un montón de productos suplementarios —el margen de ganancia es mayor con la mercancía llamada *non books*)—, albergar actos casi a diario, ampliar al máximo sus redes sociales y utilizar la tecnología. Sin embargo, Three Lives brilla por su sencillez. Es una librería diminuta llena de libros y libros y libros y más libros. Todo suena amortiguado: las conversaciones en voz baja, el susurro de Aimee Mann que brota de los altavoces, los pasos que se arrastran y la callada sinfonía que conforman los volúmenes cuando los colocan y el girar de las páginas. El personal, que no lleva placas con su nombre ni uniformes, se fusiona con los lectores que van a comprar allí. Interactúan a diario. Cada jornada es un acontecimiento comunitario. De esa forma, aunque esos mismos libros se podrían comprar en Amazon, a menudo a un precio más bajo, Three Lives ofrece algo que no está al alcance de un coloso digital: gente, conversación, libros con los que tropezarse y que sostener en las manos, suelos que crujen, una atmósfera.

THREE LIVES ES lo que se conoce como una librería independiente. Solo hay un Three Lives. Es propiedad de una sola persona, un lector serio a quien se puede encontrar en el establecimiento casi cada día. Three Lives destaca incluso entre las demás librerías

independientes, las llamadas *indies*. Se encuentra en un barrio de vecinos cultos y pudientes, del tipo que tiene más probabilidades de comprar libros.

En la actualidad, los negocios independientes de cualquier tipo tienden a llamar la atención. No hace tanto, eran la mayoría. Por entonces se les llamaba simplemente «librerías». En 1958, los estadounidenses compraban en torno al 72 % de sus libros en librerías como Three Lives, pequeñas, personales y que ocupaban establecimientos individuales. Las librerías de cualquier tipo son mucho menos comunes ahora. En una fecha tan reciente como 1993, el Instituto de Estadística de Estados Unidos contó 13 499 librerías (una por cada 19 253 personas). Eso incluía a las independientes, las generalistas, los grandes almacenes, los comercios especializados y cualquier lugar cuyas ganancias se derivaran al menos en un 50 % de la venta de libros. En 2021, no obstante, solo quedaban 5591 librerías (una por cada 59 283 personas). Hoy en día, el principal vendedor de libros ni siquiera es una librería, sino Amazon.com.

Para hacer una comparativa con España con datos recientes, en la actualidad hay en torno a tres mil librerías, según el Mapa de Librerías 2022 de CEGAL, lo que significa que tenemos 6,2 librerías por cada cien mil habitantes. En 2008 eran 7074 y en 2013 unas 5500 librerías, por lo que ha disminuido considerablemente.

Entre los comercios físicos, los dos grandes vendedores de libros en Estados Unidos son los supermercados Costco y Target, a los que nadie definiría tampoco como librerías. Tanto en su apartado independiente como de cadenas, lo mismo en el estado de Nueva York que en el de Nuevo México, cada vez hay menos librerías. Si fueran animales, figurarían en el listado de especies protegidas en peligro de extinción.

Es posible que las librerías sean espacios que corren el riesgo de desaparecer, pero también son lugares llenos de poder. La imagen recurrente de la librería pintoresca y del librero a una chaqueta de punto pegado ha hecho que no fuéramos conscientes de ese poder. Un libro correcto que llegue a las manos adecuadas en el momento oportuno puede alterar el curso de una vida, o de varias. Los lectores, los

escritores y la literatura nos moldeamos a partir de la manera y el lugar en que compramos los libros. Michael Cunningham, novelista galardonado con el premio Pulitzer, dijo que *Three Lives* era «un santuario» y «el lugar más fiable al que puedo acudir cuando necesito recordarme por qué sigue valiendo la pena que me tome la molestia de escribir novelas».

Las librerías influyen en nuestros gustos, en nuestras ideas y en nuestro pensamiento político. También nos ofrecen ejemplos de serendipia. Tanto es así que Toby lleva un diario de momentos mágicos, como cuando un cliente pregunta por un libro y resulta que su autor está a pocos metros. Lo hacían también los libreros del Borders de Emeryville, California, en 1997. Su libreta en espiral registraba momentos tiernos, como el niño con una cámara colgada del cuello que le preguntó al librero servicial si quería sumarse a las vacaciones de su familia; clientes irritables, como «el esnob» que exigió tener la versión original francesa de *El Principito*, y tenerla de inmediato, y otros que daban miedo, como aquel tipo a lo Ted Kaczynski (el aficionado a las cartas bomba) que quiso saber dónde estaba la sección de matemáticas. Lo llevé hasta allí muy poco a poco.

Las librerías también estimulan nuestros sentidos. Estar rodeado de libros es importante. Los sociólogos han descubierto que el simple hecho de criarse en un hogar lleno de libros —su mera proximidad— conduce a una vida de beneficios intelectuales. Los libros ofrecen calidez, consuelo y refugio. No es de extrañar, pues, que haya tantas cuentas en las redes sociales que trafican con lo que se podría denominar porno librero, ofreciendo destellos de librerías, bibliotecas y refugios con paneles de madera siempre repletos de libros. A la vez, los libros están imbuidos de un espíritu semi-sagrado. Muchos de nosotros nos estremecemos ante la idea de tirar uno a la basura. Y esas son algunas de las razones por las que, al entrar en una librería, sentimos que nos estamos adentrando en una iglesia.

El poder de las librerías no emana solo de sus libros, su arquitectura y su personal. Los clientes también conforman el espacio. No son ni el hogar, ni el lugar de trabajo, sino un «tercer espacio» que funciona como ámbito crítico para el intercambio intelectual, social, político

y cultural. Nutren a comunidades ya existentes y fomentan otras nuevas. Son espacios públicos de facto, puntos de reunión. No cuesta nada entrar en ellas. A menudo, la gente tan solo busca compañía. Three Lives nunca ha estado tan llena como la noche en que asesinaron a John Lennon.

Son lugares en los que perderse, incluso más que los bares y las cafeterías; lugares en los que, a través de los libros, huir de la realidad. Por cada cliente parlanchín hay otro que prefiere que lo dejen en paz. Estar solo entre la gente. Sentir el peso de un libro. Oler el perfume de una edición en tapa blanda. Saborear el tiempo al ralentí.

Las librerías son parques literarios y empresas capitalistas; a veces una cosa es más evidente que la otra, y a veces parecen atrapadas en un espacio intermedio. Incluso los libreros que priorizan los beneficios económicos tienen que hacer a menudo como que no es así. Los márgenes escasos de beneficio pueden ser una fuente de orgullo. En *Crossing Delancey*, película de 1988, un personaje brinda por «la última librería de verdad en Nueva York» y se lamenta por los poderes que hay detrás de las nuevas tiendas, «limpias» y «obsesivamente altas y rentables». Los negocios son fríos y calculadores; los libros, cálidos y de un valor incalculable. La idea misma de un negocio librero puede parecer un oxímoron. En 1821, Thomas Jefferson dijo por carta a James Madison que los libros son «capitales», y que no son «productos para mero consumo». Un siglo y medio más tarde, las fundadoras de Three Lives imaginaron un espacio que fuera una «sala de estar» antes que una tienda.

POR LO GENERAL, los libros siguen una misma ruta para llegar a las estanterías. El autor lo escribe y encuentra un agente que venda el manuscrito al responsable de la editorial, quien corrige, diseña, promociona y vende el libro al comercio, que a su vez se lo vende a los lectores. Hay porteros por todas partes. El autor tiene que ganarse al agente, que tiene que ganarse al editor, que tiene que ganarse a sus colegas del departamento comercial, que tienen que ganarse a los libreros, que tienen que ganarse a los clientes.

Incluso en la era de la IA, la venta cara a cara y el boca-oreja siguen resultando esenciales. Cuando un librero de confianza (no solo Miriam) le dice al cliente que compre un libro, a menudo el cliente le hace caso. En un momento en que nunca se ha imprimido tanto, los libros necesitan más que nunca que los descubran. Las mesas, los estantes, la iluminación y los libreros encaminan al cliente en una cierta dirección. Cuando entra al local con un libro en la cabeza, el comprador a menudo sale con otro, un fenómeno que es dos veces más frecuente en las librerías físicas que en Amazon. Mientras que el vendedor cibernético sabe quién eres, dónde vives y qué libros (y cepillos de dientes eléctricos) has comprado en el pasado, la librería del barrio no ha perdido su carácter de *influencer*.

Que las librerías sigan subsistiendo es, en cierto sentido, una especie de milagro. Hubo gurús que predijeron que a estas alturas llevarían mucho tiempo muertas. También lo pensaban los libreros. Uno de ellos dijo en broma que los libros «llevan al menos cinco mil años siendo un negocio moribundo». El comentario es de 1961, un momento al que los libreros posteriores se referirían en términos de «edad dorada». En realidad, da la sensación de que todo el mundo recuerda una «edad dorada» en torno al momento en que comenzaron en el negocio.

Los libreros del siglo XIX temían que las bibliotecas públicas acabaran con ellos. En el siglo XX, el hombre del saco pasó a ser la radio, luego el cine, luego la televisión, luego las ediciones de bolsillo de consumo masivo y luego las grandes superficies. En el siglo XXI, las amenazas existenciales han sido el libro electrónico y Amazon. El temor a que el negocio librero corriera peligro —y se acercara incluso a la muerte— ha sido siempre un elemento esencial de la industria. En 1887, el editor Henry Holt lamentaba que «las librerías han dejado de existir, al menos como tales. Ahora son tiendas de juguetes y heladerías» que se hacen pasar por librerías. En 1930, el periodista H. L. Mencken se preguntaba qué se podía «hacer para salvar al pobre librero», cuyo destino sería convertirse en contrabandista o, peor aún, en quiropráctico. En 1952, Adolph Kroch, fundador de la librería epónima de Chicago, escribió un libro titulado *Bookstores*

Can Be Saved («Es posible salvar las librerías»), que comienza con esta frase: «¿Cuáles son los problemas de las librerías?». Sus catorce propuestas de salvación nunca llegaron a buen puerto.

Pese a todo, las librerías han sobrevivido. Y, para quienes apoyan lo estrafalario, lo local, lo independiente; para quienes se adhieren al consumo ético, para quienes ansían estar rodeados de libros y hablar con otros seres humanos sobre esos libros y para quienes aprecian lo que no podrá ofrecerles ninguna transacción digital, las librerías nunca habían estado tan vivas.

DE LA MISMA manera que los libreros disponen de una cantidad limitada de metros de estantería, los autores cuentan ciertas historias en detrimento de otras. Todos somos selectores. Cada uno de los capítulos que siguen está ambientado en una librería que encarna un tema importante en la historia de la venta de libros, un tema que centra un debate más amplio y que aborda un relato más extenso sobre el poder de las librerías y la relación cambiante que los estadounidenses han mantenido con ellas. La librería —su diseño y su función— no ha sido nunca un ente fijo. Las librerías reflejan el mundo cultural, intelectual, económico y político que las rodea, y también son actores e instituciones capaces de proyectar su propia sombra.

Para ti, querido lector, que has repasado el índice sin encontrar ninguna mención a tu librería de referencia: lo siento. Tu decepción, de hecho, forma parte de esta historia. Que tanta gente tenga una opinión más concreta sobre cuál es su librería preferida que sobre cuál es su colmado o tienda de productos electrónicos o cualquier otro negocio favorito forma parte de la cuestión.

Este libro abarca mucho terreno, pero difícilmente puede llegar a todo. La restricción en el número de palabras, el tictac del reloj, mis propios puntos ciegos y la disponibilidad de las fuentes me impusieron unos límites. Por fortuna, encontré tesoros en forma de cartas, diarios, documentos del FBI, catálogos y recibos en archivos de todo el país. También visité todas las librerías que me fue posible,

y hablé con gente que ha dedicado la vida a moldearlas y se ha dejado moldear por ellas.

Pasé una mañana en el despacho que tiene en la Quinta Avenida el hombre que convirtió Barnes & Noble en un nombre familiar y, esa misma tarde, estuve en la punta septentrional de Manhattan con una mujer que fundó una pequeña librería sin la menor intención de obtener beneficios con ella. Entrevisté a otra mujer que vende libros en las aceras y a una cuarta que ejerce de directora ejecutiva de la American Booksellers Association (la «Asociación de libreros norteamericanos» o ABA). Hablé con los dueños, libreros y clientes de las superindependientes, como Strand o Parnassus o Books & Books, y de algunas librerías diminutas que muy pocas personas que vivan a más de dos calles de distancia conocen. Por suerte, a la gente de las librerías le gusta hablar sobre librerías.

A algunos los conozco desde hace mucho tiempo. Esa librería de Three Lives a la que le diagnosticaron un herpes zóster mientras colocaba volúmenes en las estanterías era mi esposa, por entonces embarazada. Amanda trabajó allí durante ocho años. A la hora de la cena, me contaba historias sobre sus clientes habituales, representantes de ventas, perros, los famosos que habían avistado, turistas suecos, unidades de aire acondicionado con goteras, llaves perdidas y personas extraviadas. Yo mismo fui testigo de algunas de esas cosas, como cuando Murakami lanzaba sus libros a medianoche, o como cuando el comediante inglés David Mitchell firmó y dibujó retratos simpáticos a sus sudorosos seguidores. Pero también pude seguir la rutina del día a día, pues me pasé un sinnúmero de horas allí. Y se me hizo evidente que no era ni mucho menos el único que lo hacía.

Un día, Toby me preguntó si podía ayudarle. Había algunos libreros de baja por enfermedad. Y allí me encontré, trabajando mi primer y único turno en Three Lives. Es algo que nunca olvidaré, en parte porque, al bajar al almacén del sótano, olvidé agachar la cabeza. Al margen de los varios minutos que tuve que pasar con una bolsa de hielo pegada a la frente, sobre todo recuerdo lo empoderado que me sentí. La gente entraba a preguntarme a mí qué debían leer. ¡Menuda responsabilidad! ¡Menudo privilegio! ¡Menudo poder!

¿Por qué habrían de confiar en un completo desconocido? Aunque jamás hubiera coincidido con esos clientes, ellos no me veían como a un extraño. Por un día, Three Lives me confirió su reputación, su autoridad y su consuelo. El local me transfirió su sentido de la idoneidad, que indica que quienes trabajan allí saben lo que se dicen.

La tarde de domingo en que me casé con una de sus librerías, Three Lives & Company permaneció cerrada. Un pequeño letrero en la puerta anunciaba: «¡Amanda se casa!». Fue como si Manhattan se hubiera convertido en un pueblo pequeño. Claro que habría lectores que se presentarían allí hambrientos de libros y se marcharían decepcionados, molestos incluso. Y otros sin duda lo entenderían. Algunos incluso asistieron a la boda.

EN 2016, CUANDO se vendió el edificio que albergaba Three Lives, cundió el pánico. ¿Qué iba a ser de nuestra querida librería de la esquina? Los clientes preguntaron cómo podían ayudar. Toby exploró otras localizaciones. Tenía un contrato de arrendamiento mensual y los nuevos dueños no habían ocultado sus planes para renovar todo el edificio, tal y como había pasado con tantos otros en el barrio, y generar espacio para hacer apartamentos de lujo. Entonces, para sorpresa de muchos, las dos partes acordaron un contrato a largo plazo. Los dueños del lugar decidieron que querían mantener la librería donde estaba, como pilar con encanto del barrio y de las residencias palaciegas de los pisos superiores.

Durante las obras, y en medio de la pandemia, Three Lives se trasladó temporalmente un par de calles hacia el oeste. El nuevo establecimiento estaba al lado de una cafetería noruega. Toby descubrió que eso suponía una bendición para los dos negocios. Los consumidores de café de primera hora de la mañana se pasaban a mirar libros, y los consumidores de libros de la tarde se detenían a por un tercer café. Para Toby, en lo personal, la cafetería estaba demasiado cerca, era demasiado tentadora, y le resultaba imposible (con la tienda a plena vista) tomarse un respiro de verdad.

Cuando visité la nueva Three Lives, la encontré en gran medida igual que siempre, con ese encanto a pequeña escala tan familiar, aunque los suelos brillaran más y chirriaran menos. Las paredes nuevas eran de color azul. El sótano daba menos miedo. Joyce, que se había pasado casi todo 2020 y 2021 confinada en su apartamento, volvió a repartir abrazos. Miriam seguía ocupada ordenando libros, seguía haciendo un montón de preguntas, seguía negándose a hablar de sí misma. El taburete de Abel continuaba allí, igual que Abel, el mismo cascarrabias adorable de siempre. Camille también estaba. Entonces entró Greg, que se había pasado a saludar. A los librereros. A sus amigos. Y al establecimiento.