

# Reflexiones de una librería

Trabajar en una librería es un estrés («sí, seguro», dirán algunos que me estén leyendo). La falta de personal hace que termines encargándote de todo: que si las dudas de los clientes, que si contestar al teléfono, que si la caja, que si las devoluciones, que si los cambios de precio, que si salir a recoger los pedidos...tienes que ser un mozo de almacén con una eterna sonrisa en la cara, presentable y que entienda de los productos que vende (que no solamente son libros, claro): todo en uno.

Pero no estoy aquí para quejarme, sino para realizar una exaltación de los libros. Los libros lo son todo en mi vida desde que tengo uso de razón, y ni siquiera la entrada del fascinante mundo digital pudo romper con eso. Si los *e-readers* no están siguiendo la estela de sus paisanos electrónicos no es por casualidad: nada puede suplir el olor de un libro de papel, una portada vistosa y la satisfacción de llegar a la última página y cerrar el tomo. Pero no: tampoco estoy aquí para criticar los libros digitales.

Exiliada de mi país, como muchos otros, terminé trabajando en una librería por pura casualidad. Y si en España ser un ávido comprador (que no lector) de novelas es algo en peligro de extinción, uno de los placeres que me proporciona mi actual trabajo es ser testigo de cuántas personas compran libros a diario. Será que aquí son mucho más baratos (encuentras cualquier novela a 7-8 libras), que hay muchas ofertas del tipo «compra uno y llévate el segundo a mitad de precio» o que el clima lluvioso acompaña, pero lo cierto es que la gente lee más. Y me refiero a gente de todas las edades, no solo a la típica abuela que viene los domingos a llevarse el periódico y de paso se pilla la oferta de la semana con el cupón que viene en la contraportada: me refiero a niños de 8-10 años que compran compulsivamente series de autores infantiles como Rick

Riordan, Robert Muchamore, Michael Morpurgo, y a jovencitas (uy, ¿he dicho esa palabra? Ya me estoy haciendo mayor) que rastrean las estanterías en busca de las recomendaciones de Zoe Sugg (una célebre bloguera británica) y se llevan novelas que no solo versan sobre los primeros amores juveniles, sino también de temas más peliagudos como el suicidio, las sectas o el acoso escolar. Tenemos a las (y LOS, que también los hay) fieles lectoras que se llevan sus tomos semanales de Mills & Boon (la «Harlequín» británica), hombres que leen todo lo que publica James Patterson y gente de mediana edad que busca respuesta a los enigmas de la existencia en las obras de Yuval Noah Harari. Los hay que compran un libro; otros se emocionan y se llevan directamente tres. Y sí, la sección digital (de la que también me encargo) sigue triunfando con sus productos de última generación y sus auriculares sin cable (no digo *wireless* para no incurrir en más anglicismos), pero no es la prioridad absoluta, y eso es algo que me enorgullece, porque me hace ver que la gente no ha olvidado la lectura: que si parece que hay menos lectores no es porque los videojuegos o el cine hayan tomado posesión de nuestros sentidos y nuestro cerebro, en su comodidad, haya perdido el gusto por imaginar personajes o situaciones a partir de descripciones. Tal vez se deba, simplemente, a que los precios son más competentes. Y así ganan todos: clientes, escritores y editoriales.

Pero no: éste tampoco es un artículo para criticar a España, sino para señalar algo que me toca de cerca. Ojalá que «los que mandan» se apliquen el cuento.