

Sobre la ardua tarea de un librero al tratar de difundir libros editados en España y América Latina

Klaus D. Vervuert (Editorial Iberoamericana)

RESUMEN

Este ensayo expone los problemas de un librero, gerente de una librería especializada: Iberoamericana-Vervuert. Nuestros clientes son mayoritariamente bibliotecas académicas fuera de España, sobre todo Alemania, Francia y Estados Unidos. No nos interesa tanto el “bestseller”, sino el libro académico y el libro que refleja temas culturales, sociales, políticos o históricos de España y América Latina. La tesis de este ensayo es que el mercado del libro en España, y más aún en América Latina, es precario, y que habría que superar esta precariedad para que autores y obras sean visibles y la producción cultural accesible, no solamente los libros de venta masiva y rápida.

Palabras clave: Iberoamericana-Vervuert, venta, marketing, bestseller, América, España

ABSTRACT

This paper describes the problems of a bookseller, manager of a specialized bookstore: Iberoamericana-Vervuert. Our clients are mostly academic libraries outside Spain, especially Germany, France and the United States. We are not as interested in the bestseller, but the academic book and books that reflect cultural, social, political or historical themes in Spain and Latin America. The thesis of this essay is that the book market in Spain, and even more in Latin America, is poor and it's necessary overcome this problem for make visible and accessible authors and works, not just selling books in a massive and rapid way.

Keywords: Iberoamericana-Vervuert, sale, marketing, bestseller, America, Spain

Sobre la ardua tarea de un librero al tratar de difundir libros editados en España y América Latina.

Klaus D. Vervuert (Editorial Iberoamericana)

A continuación voy a exponer algunas observaciones sobre algunos problemas de un librero, gerente de una librería especializada. Nuestros clientes son mayoritariamente bibliotecas académicas fuera de España, sobre todo Alemania, Francia y Estados Unidos. No nos interesa tanto el *bestseller*, sino el libro académico y el libro que refleja temas culturales, sociales, políticos o históricos de España y América Latina. Mi tesis es que el mercado del libro en España —y más aun en América Latina— es precario, y que habría que superar esta precariedad para que autores y obras sean visibles y la producción cultural accesible —y no solamente los títulos de venta masiva y rápida. Ejemplifico más con referencia a España— pero estos ejemplos son también válidos para todos los países de América Latina. Si el mercado del libro en España es precario, cuánto más lo son los mercados de América Latina. La precariedad a la que me refiero a continuación es la de la falta de información y la dificultad de suministros.

Hablo desde una posición peculiar y creo que privilegiada. Soy editor y librero, y por lo tanto conocedor de ambos lados, y siendo alemán creo que conozco medianamente bien los dos mercados del libro, el alemán y el español. Gestionamos una pequeña librería en Madrid, mientras que la editorial mantiene además de la sede principal —también en Madrid— una oficina en Frankfurt. Tanto en nuestra actividad de libreros como en la de editores, estamos especializados en temas sobre España y América Latina —principalmente literatura, historia y lingüística. La librería importa libros de América Latina y exporta libros publicados en España— además de la venta directa al público o la venta por catálogo, Internet y correspondencia. Nuestra clientela es, lo mismo en la editorial que en la librería, principalmente académica.

Comparando el trabajo de librero en Alemania y en España, se llega a la conclusión que los mercados del libro español y latinoamericano están más bien *des*-organizados y parecen albergar la intención de que desaparezcan las librerías, por lo menos las pequeñas y medianas. Trabajar como librero en España es harto difícil, trabajar con libros latinoamericanos más difícil aun. No hay en España ni en ningún país latinoamericano una distribuidora donde centralizar los pedidos. Entre el 90 y el 95% de los libros que pueda necesitar una librería se consiguen en Alemania a través de

distribuidores grandes de un día al otro. La Asociación de Libreros y Editores en Alemania registra un total de 75 miembros, FANDE (la Federación española de Asociaciones Nacionales de Distribuidores de Ediciones) 200, y sospecho que no todas las distribuidoras son miembros. Solamente para Madrid tenemos más de 50 proveedores, lo que conlleva un alto costo administrativo. El intento de crear en España una distribuidora central según el modelo alemán fracasó en varias ocasiones. No es necesario insistir en que tampoco en América Latina existen distribuidoras donde centralizar los pedidos. En España rara vez es posible surtir libros directamente del editor; el librero tiene que proveerse a través de muchos distribuidores y trabaja con un promedio del 30% de descuento —una medida premeditada o no, pero estratégicamente importante para que desaparezcan las librerías—. Con estos pequeños márgenes, el dueño de una librería está obligado a auto-explotarse y pagar mal a sus empleados, con la consecuencia de que el personal no tiene buena formación y existe una alta fluctuación del mismo. El precio de venta al público promedio del libro editado en España y vendido en nuestra librería es de 22 Euros. Calcule cuantos libros tiene que vender un *mileurista*, que cuesta a la empresa 1500 Euros para cubrir solamente los costos de su sueldo y tendrá una cifra de 227. Si añadimos los costos de alquiler, limpieza, contabilidad etc., llegamos muy rápido a unos gastos mensuales de 5000 euros, lo que significa que tendrían que venderse ahora 757 libros al mes. No parece una cantidad alta, pero si tomamos en consideración el trabajo adicional que conlleva, vemos que es prácticamente imposible para una sola persona. En Alemania, otra vez como ejemplo, los libros que uno quiere tener en stock en su librería, los pide directamente al editor, muy a menudo con un descuento del 40% o más. Al distribuidor se le piden los libros que un cliente solicita y que uno no tiene en sus estanterías. Estos libros los recibirá con un 30% de descuento al día siguiente. Contrariamente a España, en Alemania no existe el derecho generalizado de devolución. En España las devoluciones suponen casi el 30% de las ventas de las editoriales y distribuidoras. Nuestra propuesta de comprometernos a no devolver ningún libro si se nos aumenta el descuento al 35% no tuvo ningún éxito.

Tanto en el caso del libro latinoamericano como el editado en España, aunque en diferente medida, el gran problema es la falta de información. Se puede hablar de una sistemática “no-information-policy”. Prácticamente no hay catálogos, y no conozco ninguna editorial que publique un “preview-catalogue” (catálogos de avances de publicación) como lo hacen editoriales norteamericanas o alemanas. Dos veces por año —puntualmente a finales de diciembre/principios de enero y finales de junio/principios de julio— el librero alemán recibe el catálogo con la información de lo que será publicado el próximo semestre y en base a eso hace los pedidos para

surtir su librería. Después de pedírselo encarecidamente, muchas editoriales nos han incluido en sus listas de correos —nos informan por mail sobre novedades—. Pero la mayoría sigue remitiéndonos a sus páginas en Internet. Es una política de marketing muy curiosa: se exige al cliente que se informe, cuando debería ser al contrario. Y es imposible lograr el propósito. No he calculado en cuantas webs nos tendríamos que meter mensualmente para ver si se ha publicado alguna novedad —pero serían bastante más de cien—.

No existe país de habla hispana que tenga una bibliografía nacional actualizada. En 2009, se nos informaba en el portal de la Biblioteca Nacional de España, que “*La Bibliografía Española en línea* va a sufrir un pequeño retraso en la puesta al día de la publicación debido a la sustitución del Sistema Informático en la BN. Estamos trabajando para su mejora y confiamos en poder actualizar pronto la información”. Ruegan que perdonemos las molestias. El *pequeño* retraso fue de poco más de dos años. En diciembre 2009 se colgaron en Internet las informaciones bibliográficas desde el 2007 hasta septiembre del 2009. Ahora, en 2010, aunque está al corriente y se publica mensualmente en línea, continúa con la gran desventaja de no indicar precios, lo que limita su utilidad para libreros y bibliotecarios. Es prácticamente imposible o muy difícil trabajar con ella, ya que cada edición mensual tiene más de 7000 entradas, algunas más de 9000. Eso no significa que se publiquen esta cantidad de novedades. El sistema de clasificación es redundante. Si un título pertenece a varias materias, aparece hasta tres o cuatro veces, por ejemplo, un libro editado recientemente por nosotros, *Mito, pragmatismo e imperalismo: la conciencia social en la conquista del Imperio azteca* de Tzvi Medin se anuncia en tres diferentes apartados. No se distingue entre “literatura gris” —publicaciones institucionales sin ISBN— y, como una bibliografía de más de 7500 entradas suponen unas 580 páginas impresas (la de septiembre 2010), en realidad no hay quien la trabaje. Es prácticamente “secret science”: el Estado español no organiza con eficacia la diseminación de la producción de sus investigadores y tampoco hay agentes privados que asuman esta tarea.

Existe además la base de datos de la Agencia ISBN que se nutre de las informaciones de los editores (la Bibliografía Nacional Española se confecciona en base de los libros físicamente catalogados después de haberlos recibido como “Depósito legal”), pero es deficitaria. Puede ser que se actualicen los precios (los editores españoles suelen aumentar los precios una vez por año), puede ser que no; puede ser que la editorial informe que un título está agotado, puede ser que no. Más probable es que no, ya que los derechos derivados por fotocopias se pagan según la cantidad de registros que un autor tiene en la base de datos del ISBN, así que conviene tener la máxima cantidad de títulos en la base de datos. Las entradas son

gratuitas, contrariamente a por ejemplo en Alemania donde pagamos 1,5 Euros por entrada en el VLB (Libros Alemanes Disponibles) más 1,1 para la clasificación (subject headings).

En el pasado hemos tratado de convencer a la Agencia ISBN de que sería un servicio excelente si pudieran facilitar “nuevos registros”, o sea las entradas de, por ejemplo, la última semana. Imposible: “este servicio no se presta” fue la respuesta rutinaria. Teóricamente sería posible buscar los registros de julio de 2010. Pero entonces se nos dice: “Su consulta devuelve más de 1.000 resultados. Se recomienda que acote la misma.” Pero no es una recomendación. Es determinante. Yo no encontré la opción para visualizar los más de mil títulos. Otro ejemplo de una “no-information-policy”. Ahora, en noviembre de 2010, el problema está “resuelto” (si se me permite esta observación irónica): “Debido a una importante reorganización de la Agencia Española del ISBN, las bases de datos de títulos y de editoriales dejan de actualizarse desde el día 21 de septiembre de 2010 hasta nuevo aviso”. No se nos informa de qué consiste esta “importante reorganización” y cuáles son las metas. Si ya parece una duplicación de trabajo el de la Agencia ISBN y la Biblioteca Nacional con la Bibliografía Nacional sin que se obtengan resultados satisfactorios, la creación de DILVE (=Distribución de información del libro español en ventas) parece un intento de triplicarlo. En principio, DILVE es una plataforma de Internet para que todos los profesionales de la cadena del libro gestionen y distribuyan información bibliográfica y comercial del libro. Las editoriales pueden “subir” los datos y la clasificación de sus libros y el librero puede (o podría) programar la descarga periódica de esos contenidos. Pero no todas las editoriales participan ni actualizan su información con la misma frecuencia. Tampoco la información es siempre homogénea ni la clasificación exacta. Y el uso del sistema resulta todavía bastante trabajoso.

En América Latina tratamos de centralizar nuestros pedidos en librerías de los diferentes países. Aunque tengamos descuentos menores que pidiendo directamente a las editoriales ahorramos en los gastos de envío que son muy altos. Pero tampoco éstos, con contadas excepciones, informan. Es desesperante la cantidad de veces que uno escribe —sobre todo cuando se trata de instituciones— sin recibir ninguna respuesta. Escribo al Departamento de Publicaciones de la Universidad Andina Simón Bolívar en Quito: no hay respuesta. Escribo a la biblioteca ofreciendo canje con nuestras publicaciones: no *answer*. Me pongo furioso y escribo una queja al rector de la universidad: otra pérdida de tiempo. En un congreso en Brown University, Julio Ortega, miembro del comité científico de *Letral*, lamentaba que los libros latinoamericanos no se encuentran en Europa porque los europeos no se interesaban por ellos. Le tuve que contradecir. Casi todos los que hayan tratado de importar y ofrecer libros latinoamericanos

lo dejan, no por desinterés si no por desesperación.

Otro detalle de la sistemática “no-information-policy”, ahora en lo que se refiere al trabajo diario, tuvo lugar cuando tratamos de conseguir —es un ejemplo, pero en nada singular— el libro de Andrés Neuman, titulado “El viajero del siglo”, que nos solicitaban mucho nuestros clientes extranjeros, tras verse galardonado con el Premio Alfaguara. Lo pedimos a Itaca, distribuidor del Grupo Santillana, y no lo servían, pero tampoco informan del por qué. Tardamos dos meses, reclamando constantemente, hasta que vimos el primer ejemplar. La razón fue que la distribuidora esperaba las devoluciones de las librerías. La primera tirada se había distribuido entre las grandes librerías, y a la nuestra, que no íbamos a pedir 50 ejemplares de un golpe, se nos había olvidado. Si los distribuidores no informan, las editoriales tampoco. Pedimos por ejemplo a Itaca o Planeta 30 títulos, recibimos 20. Sobre los restantes: ni una palabra. La conclusión de que los no servidos están agotados puede ser correcta pero también errónea. Véase el ejemplo del libro de Andrés Neuman: puede ser que el libro esté distribuido en librerías, y el distribuidor espera a que le lleguen las devoluciones. Pues volvemos a pedir los 10 que faltaban dos semanas más tarde y apenas recibimos otros 3. Y así sucesivamente. No se anotan pedidos para libros en preparación o momentáneamente agotados, ni se aceptan así llamados “Standing Orders”: suscripciones a series y a obras de varios volúmenes.

Con todo esto, “el viajero” de Andrés Neuman y tantos otros libros corren el riesgo de tener que esperar otra centuria para llegar a sus lectores, si es que el librero se entera de su existencia.