

Confiar en el TIEMPO



Tomás David Rubio Casas

Licenciado en Lenguas de Modernas de la Universidad de Caldas. Dirige la librería Libélula Libros de Manizales desde 2011.



A diferencia de otros oficios, el de los libreros casi siempre es ejercido por personas que aman hacerlo. En una actividad llena de particularidades, de caprichos y anécdotas diarias, una más apareció y extendió su manto, como a todos: la pandemia. Y durante unas semanas enfurecidas, llenas de ideas y de excesos de creatividad (entendibles, por supuesto, la angustia activa siempre la esperanza), la única solución posible aparecía tres o cuatro veces a la puerta —a través de una campaña, de un hashtag o de un nuevo proyecto— con resultados dispares. En un mundo aturdido y lleno de preguntas (o peor: de respuestas sobre un virus que aún no entendemos), los libreros nos sumamos a la urgencia de la sobrevivencia y la iniciativa. Fueron días muy raros, y tal vez no ha pasado el tiempo suficiente para entenderlos. Reviso con asombro y desconfianza la cantidad de análisis y reflexiones firmados por varios de los filósofos y escritores más reconocidos del mundo —algunos a quienes he leído y admiro—, ¡muchos de ellos escritos desde el mismo marzo o abril de 2020!, y confieso que no me caben tanta seguridad y certezas en la cabeza. Lo que sí queda claro, y esos meses de mediados de 2020 quedarán como evidencia, es que las librerías entendieron bien o muy bien la necesidad de un mercado, y no dudaron en trabajar para esta.

El librero es un experto en el desprendimiento: debe dejar ir lo que ama. Todos los días se deshace de eso que le gusta y que ha escogido. ¿Qué pasó entonces cuando eso ya no fue posible, porque las calles estaban vacías? Que la gente no pudiera salir, que perdiera ese derecho a estar solo en un lugar público —la ciudad también es eso—, anuló toda posibilidad de visitar las librerías y deambular por los estantes. Las redes sociales auxiliaron a que esta pérdida no fuera total, y las vitrinas se trasladaron a





los teléfonos. En la pantalla, y al alcance de un clic, se agruparon las pilas y las secciones de Libélula. Recordemos que un lector también es un vigilante, que desde su casa, a lo lejos y encerrado, pudo acceder y comprar cuanto pudo, quiso o deseó.

Y de todo este esfuerzo por formar nuevos vínculos, hubo uno que se fue esbozando día a día, según iban pasando las restricciones y las cuarentenas: el de mezclar los entornos. Como librero, y sin saberlo muy bien, me convertí en esa persona que intentaba conectar ese espacio privado de la casa o el apartamento, del que no podíamos salir, con el público del establecimiento de comercio, que por miedo u orden política, era inaccesible. El prisionero es esa persona que pierde la posibilidad de comunicación. La pandemia nos confinó pero no nos arrebató esta última libertad, y fue ahí donde muchos comerciantes se fortalecieron o por lo menos sobrevivieron.

La historia de las librerías complementa la historia del mundo. Y hay varias características que, si revisamos hoy, nos ayudan a entender un poco mejor por qué no, como muchos esperaban, las librerías colapsaron y cerraron. Por ejemplo, no olvidemos que desde hace siglos, en mayor o menor medida, los libros hacen parte del espacio doméstico. Sea en un mueble empolvado y olvidado del último cuarto de la casa, empacada en cajas desde los años del colegio, escondida en cajones, o exhibida para maravilla de los nietos, la biblioteca personal es una creación de la sociedad de consumo, destinada muchas veces solo para el entretenimiento y el ocio. No imaginemos miles o cientos de libros, basta una docena para demostrar lo que quiero decir: el libro de recetas de la abuela, un diccionario, la revista *Selecciones*, el almanaque Bristol, la Biblia... Ese objeto que alguna vez sirvió sólo para rezar o aprender, hoy día permite disfrutar del tiempo libre.

Leer para entretenerse, leer para descansar de una pantalla, leer para habitar la casa. Todo esto se conjugó durante los meses más duros del encierro en 2020. Una librería es un lugar que permite consumir un vicio y un placer. La pandemia hizo evidente, urgente, la intensidad que significa ser librero, que por hoy puede ser

definida así: concentrar la capacidad de venta con la selección, vender para mantenerse pero sin dejar a un lado esa gran conversación que es la cultura. Las librerías hacen parte del mercado, pero también se cuelan en la vida de un puñado de personas, de una forma que sólo puede entenderse desde las emociones y la amistad. (Cuando apenas estaba decidiendo si abrir o no una librería cerca a los teatros en Nueva York, Frances Steloff, la fundadora de la legendaria *Gotham Book Mart*, le preguntó a uno de sus antiguos patrones si la empresa valía la pena y qué tipo de libros debía vender. El viejo librero, sin darle mucha importancia a lo demás, le contestó: “Sus clientes la educarán”.)

Queda entonces una última reflexión, para esta y casi todas las profesiones: las críticas circunstancias del contagio y la enfermedad globales nos obligaron a prestar muchísima más atención, a revisar minuciosamente cómo funcionan las relaciones en nuestro trabajo, qué significa “hacer carrera”, qué valor tiene el sacrificio de nuestro tiempo, qué frágiles resultan las elecciones que dirigen nuestra vida. Desde la librería, entre domicilios y paquetes por entregar, el mundo desaparecía por momentos, y no quedaba claro quién había al otro lado, porque la tecnología creó, o más bien intensificó, un nuevo clima: el del anónimo que te escribe a través de un chat y te pide cosas. Nos encerramos y borramos el mundo a nuestro alrededor. Esos fueron los días más duros.

¿Qué ayudó a soportarlos? La certeza de que las cosas sólo pueden mejorar si uno se mejora a sí mismo. Pulir detalles, aprender a conocer nuevas generaciones de clientes, nuevas –por lo menos para mí– plataformas de comunicación, sellar pactos con aliados nuevos, reforzar el trato con los demás colegas de la ciudad y el país... fueron estas las tareas que permitieron que la librería siguiera y no se apagara. Además, darse cuenta y aferrarse de otra enseñanza, una más: que un librero es una persona que todo el tiempo ofrece explicaciones (de los libros que vende), y durante esos meses de zozobra e incertidumbre este tipo de aclaraciones se volvió necesario, una especie de consuelo. Vender libros, ya lo dijo Héctor Yánover, es entregar el futuro.

Y hoy sí que lo necesitamos.