

# Adéu a les llibreries (1). Des de Nova York

Antoni Furió

Poques coses hi ha més agradables que passejar sense rumb, sorprendre's a cada nova cantonada, deixar-se atrapar pels atractius inesperats d'una ciutat, en comptes d'intentar atrapar-los armat de plànols i guies turístiques. És el que els francesos diuen *flâner*, un verb de no fàcil traducció al català i que exigeix practicar-lo per a entendre'l plenament. I poques coses més agradables que visitar llibreries per a, a més del goig que suposa fullejar les novetats exposades en les taules o escodrinyar en les prestatgeries, si és que t'agraden els llibres, penetrar en els gustos i els interessos de les gents que habiten la ciutat.

Les llibreries, però, estan patint pertot arreu una doble transformació. Cada vegada n'hi ha menys i les que sobreviuen o les que s'obrin de nou, són totes cada vegada més paregudes. Les llibreries petites i mitjanes, les llibreries de llibreter, aquelles que asseguraven la biodiversitat de la cultura i el pensament, estan desapareixent, i el seu lloc està sent ocupat per les grans superfícies, interessades només en dos tipus de llibre: els textos escolars i els *best sellers*, és a dir, els que són negoci. Poden dedicar un bon espai a piles i piles d'un mateix títol, perquè la seua venda assegura una bona rendibilitat per metre quadrat, i en canvi no dedicar ni un centímetre o dos de visibilitat al lloc d'un llibre d'assaig, d'un llibre acadèmic, d'un llibre de fons, perquè la seua venda és més incerta o irregular, esporàdica. I l'interès primer del bon mercader és fer caixa tots els dies.

Amb els llibres universitaris, com amb molts altres bons llibres, pot passar i passa com amb moltes pel·lícules, que ni tan sols arriben a estrenar-se; ni tan sols arriben a les pantalles perquè als propietaris de les sales de cine no els interessin: perdrien diners si les exhibissen en comptes de programar la pel·lícula nord-americana de torn, de rendibilitat assegurada, encara que siga dolenta i de consum i oblit immediats.

Les llibreries s'estan omplint també d'això, de llibres de consum i oblit immediats. De llibres prescindibles, sense interès. I això no sols passa en les grans superfícies, sinó també en les seccions de llibres vinculades a cadenes o establiments comercials, com El Corte Inglés, la Fnac o la Casa del Llibre, que és on cada vegada més la gent sol comprar els llibres. Cada dia s'assemblen més. Cada dia les seccions i els llibres que tenen exposats són els mateixos. Per a mal, naturalment. En la Fnac ja fa temps que els llibres d'assaig i de ciències socials en general han quedat reduïts a la mínima expressió. Ara els ha tocat el torn també als llibres d'història i d'humanitats, que han perdut espai considerablement i, per tant, en la lògica mercantil dels mercaders de llibres, prestigi i interès. Fins i tot els llibreters – encara que seria millor dir-ne els dependents de la llibreria o l'estrateg comercial que s'encarrega de la seua distribució en taules i prestatges – fan trampa i et colen entre els

llibres d'història novel·les històriques, gasòfies sobre els templers i els croats, patracols esotèrics i fraus colossals com les obres de César Vidal i Federico Jiménez Losantos.

El retrocés espacial dels llibres d'història ha sigut ocupat immediatament pels manuals d'autoajuda, les guies de viatge i les obres sobre espiritualitat i misteris, inclosos els religiosos. És el signe del nostre temps. Almenys a Madrid, Barcelona, València o Sevilla, on les llibreries tradicionals, petites, tanquen, i les seccions de llibres dels grans magatzems redueixen les seues pretensions a la comercialitat i la irracionalitat més absolutes. Irracionalitat, perquè no se m'ocorre un altre nom de secció per a tots aquests llibres d'esoterisme, espiritualitat i autoajuda que ara triomfen i ocupen els estants on abans s'apinyaven els llibres de pensament, cultura i bona literatura.

No és del tot el cas de Nova York. També als Estats Units i en els països anglosaxons en general s'ha produït el fenomen de concentració i simplificació del mapa de llibreries. Costen de trobar, però encara hi ha llibreries petites, mitjanes, especialitzades o generalistes. Però el mapa apareix dominat ja per les grans cadenes (com Barnes and Nobles, igual que Waterstones i Borders a Anglaterra), que repeteixen el mateix model, i, per tant, la mateixa oferta, per totes les sucursals que tenen obertes per tota la ciutat. No hi ha sorpreses, no hi ha emoció. Entres en una nova llibreria i saps que vas a trobar-te el mateix que acabes de veure en l'anterior. I a més, en el paquet, poques coses que valguen la pena. Potser, de tant en tant, alguna bona novel·la o algun bon assaig, sobretot de política o economia, mig ocults entre l'oferta aclaparadora de llibres intranscendents, que seran ràpidament oblidats quan una nova remesa de llibres igualment prescindibles vinga a substituir-los. Amb una sola excepció: les obres d'economia.

En la llibreria de Barnes and Nobles que tinc més a mà, prop del Rockefeller Center --i on entre, mentre fora, davant de la seu de la cadena de televisió NBC un petit grup de manifestants vocifera contra la influència esquerrana en els mitjans de comunicació--, les seccions d'història i de ciències socials són tan pobres i decebedores com a tot arreu. Res de bo, res d'interès, amb alguna honorable i aïllada excepció. I a més, has d'anar a buscar-los al soterrani, en una ubicació recòndita i humiliant. Bé, no és per res, però els títols d'història, humanitats i ciències socials representen entre els dos terços i les tres quartes parts de la producció anual --i del fons-- de les editorials universitàries espanyoles. També de les *university presses* nord-americanes, el títols de les quals tampoc estan presents en les llibreries de les grans cadenes. Les editorials universitàries, que publiquen molt i molt bé, no venen els seus llibres en aquesta mena de llibreries. El que significa que hi ha d'altres canals de distribució i venda.

Però el que m'interessa destacar ací, per a tancar aquesta primera nota prèvia a la inauguració de la BEA d'enguany, és la insòlita presència dels llibres d'economia en una llibreria comercial com Barnes and Noble. Insòlita per la gran quantitat i diversitat de títols --d'economia en general, de management, d'investment, de bussiness, d'empresa...-- i pel seu

emplaçament en un lloc d'honor com és la planta baixa de l'establiment, només entrar. Lògicament aquest lloc de preferència i aquesta profusió de títols només s'expliquen si els llibres d'economia es venen molt, i és que sembla que les anàlisis, tesis i profecies dels economistes susciten entre els lectors nord-americans un interès semblant al que susciten les obres d'espiritualitat, esoterisme i autoajuda entre els lectors espanyols. Ben mirat, i encara que algú podria argüir que l'economia no deixa de ser també una matèria esotèrica, els lectors nord-americans, en contra dels tòpics que els presenten com quasi analfabets, despreocupats intel·lectualment i menys curiosos culturalment que els europeus, no sols es preocupen més pels problemes reals i contemporanis –la meitat dels llibres d'economia tracten de la crisi de 2008, les seues causes, les seues conseqüències, les seues possibles solucions, les seues analogies amb la de 1929–, sinó que busquen explicacions racionals. Els lectors espanyols, si jutgem per les seccions i els títols que triomfen en les llibreries, semblen més preocupats pels misteris irracionals i per com autoajudar-se un mateix (no importa si molts dels autors d'aquests llibres són nord-americans, com aquell espavilat que s'ha fet ric preguntant a tot el món qui s'ha emportat el seu formatge).