





## L'intens perfum del paper

La Farándula és el nom d'una veterana llibreria de Novelda (Alacant), la trajectòria de la qual s'ha vist reconeguda recentment amb el Premi a la tasca dels llibrers de la Comunitat Valenciana 2008, en el Foment del Llibre i la Lectura, un guardó que atorga la Generalitat.

La Farándula és un mot amb una ressonància tan optimista i alegre que s'adiu d'allò més bé amb la idea d'un comerç de llibres. Aquest pensament va rondar sens dubte pel cap dels seus impulsors quan van decidir tirar endavant el projecte ara fa vint anys. Augusto Beltrà, el seu actual gerent, es va convertir en llibreter, digam que per via marital. Va ser la seua dona Soledad Tauste que va obrir la llibreria La Farándula, l'any 1988, al carrer Sant Josep de la població alacantina de Novelda i ell, que en aquella època ocupava el lloc de gerent d'una fàbrica de marbre, va agafar-ne el relleu deu anys més tard, quan aquesta va decidir tornar a la seua professió de mestra d'escola.

Per a Augusto Beltrà, que es declara un llibreter vocacional: «no hi ha més remei que ser-ho –afirma– si és que vols mantenir oberta una llibreria de poble». Quan se li pregunta sobre l'atractiu més gran de l'ofici de llibreter, respon sense parpellejar: «El contacte amb el llibre i el poder oferir aquest contacte a les persones que freqüenten la llibreria». I és que aquest llibreter de cinquanta-tres anys i deu de professió, sap quin és el secret: la relació de proximitat amb el lector-client, l'intercanvi d'idees, de recomanacions. En aquest sentit explica que la satisfacció d'un llibreter quan un client li demana el seu parer sobre un llibre, és tan gratificant com quan un client li fa descobrir un títol nou, perquè, «al capdavall –comenta– aquesta informació acabarà, a través del llibreter, depositant-se en altre lector-client». «Les llibreries –afegeix Augusto– no poden deixar de ser el que han estat sempre, un lloc d'intercanvi d'informació i d'idees on treballen professionals accessibles i no només empleats que van i vénen».



Malgrat tots els entrebancs i les dificultats que, cada cop són majors, les llibreries de sempre encara hi són, i és perquè de lectors àvids i exigents, sempre n'hi haurà. «No és fàcil –declara el propietari de La Farándula– poder assenyalar quins són els problemes més greus amb què s'enfronta el llibreter avui dia –i afegeix– són molts els fronts contra els quals ens toca batallar diàriament i, de vegades, ens arribem a sentir un Sant Jordi davant del drac». Per això –continua–, no és d'extranyar que molts llibreters no puguin suportar-ho i acaben rendint-se. Entre altres, la competència ferotge de les grans llibreries i la pressió que exerceixen les editorials mastodontiques, en són el problema. «Com a membre del gremi llibreter –declara Augusto Beltrà–, no sé i no crec que ningú pugui dir en aquests moments que ens depara el futur –i conclou– de moment, ja fem bastant si aconseguim obrir les portes cada dia».

Si bé les llibreries de tota la vida compten amb menys clientela que les grans llibreries, la diferència entre totes dues és essencialment, com explica el propietari de La Farándula, que les segones constitueixen espais amb ànima o, si es prefereix, amb caràcter, calidesa: «són espais on hom pot encara sentir l'intens perfum del paper». I és que la noció de llibreria ha canviat molt en els últims anys, si pensem en la llibreria com un espai silenciós, quasi de culte, on s'entrava amb una actitud semblant a la d'un explorador. De fet, els macroestabliments que venen llibres tenen una aparença radicalment diferent, amb il·luminació molt agressiva, música, profusió de cartells indicadors i altres guarniments típics de les grans superfícies. Entre un extrem i un altre, se situen llibreries com La Farándula, on el soroll i el



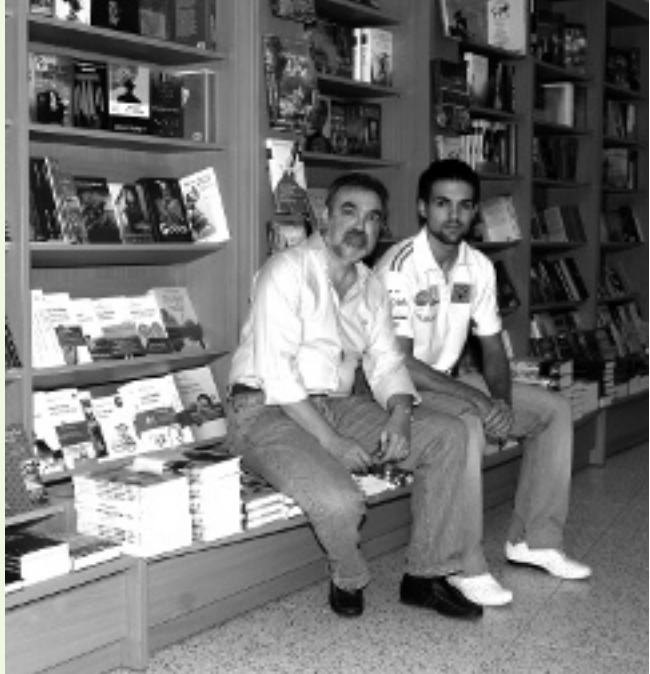
*Les llibreries no poden deixar de ser el que han estat sempre, un lloc d'intercanvi d'informació i d'idees on treballen professionals accessibles i no només empleats que van i vénen.*

de silenci tenen cabuda, tot depenent del moment i del tipus de client que s'hi dóna cita. En tot cas, com apunta el seu propietari, la llibreria, per essència, és un recinte on no caben les presses, on hom pot prendre un llibre, fullejar-lo, deixar-lo, prendre un altre, seure, disposar del temps que li calga. Aquest és l'esperit de La Farándula o, si més no, a això aspiren els seus responsables.

Però no es pot oblidar que el llibre no és un producte com qualsevol altre, cal examinar-lo, escollir-lo, perquè cada llibre és un objecte únic. O encara més, com afirma Beltrà: «Tot i no ser un ésser viu, el llibre té vida pròpia i, d'alguna manera, influirà en el lector de mil maneres diferents –i afegeix– perquè el llibre és molt més que tot això que es diu d'un instrument de cultura o d'evasió, el llibre és el que lector decideix en cada moment». Tanmateix, la celeritat de la societat de consum, el caràcter caduc dels objectes de consum es reflecteix també en el procés que acompanya la vida d'un llibre. I és que –explica Augusto– són tantes les novetats que arriben a diari a les llibreries que, de vegades, no permeten que algunes obres romanguen el temps que realment els correspondria. «En el nostre cas –continua–, mireu d'organitzar un apartat dedicat a les novetats que es mantenen amb una duració limitada i, alhora, raonable».

A la Farándula, s'hi pot trobar de tot: llibre de text, infantil i juvenil, d'autoajuda i, sobretot, molta literatura. Per bé que predomina el format de luxe, a l'estiu, de manera puntual, també creix l'aposta pel llibre de butxaca. Són les exigències del comerç, perquè, al capdavall, una llibreria, encara que d'una manera molt particular, no deixa de ser un negoci. És per això que en aquest comerç alacantí de llibres,

*L'objectiu principal per a tot llibreter hauria de ser que el client quede satisfet, que gaudezca del llibre i que torne a visitar la llibreria, independentment de l'obra que li oferesca o que acabe comprant.*



tot i apostar amb força pel llibre en valencià, la venda no va en relació amb l'esforç realitzat. A ningú se li escapa quina és la realitat sociolingüística de la província d'Alacant i que, si la venda del llibre en valencià és un cavall de batalla a tot el país, al sud encara ho és més. I a pesar de tot, a La Farándula es mostren optimistes i posen l'accent en el llibre infantil que és el més demanat, dins del conjunt del llibre en valencià.

A més, tenen clar que el lector és un animaló que s'educa des de les beceroles. L'hàbit lector, com és sabut, comença a crear-se des de la infància i, per això, els llibreters tenen molta cura amb l'apartat de literatura infantil i juvenil, perquè s'apunta a la doble cara de la moneda. D'una banda –comenta Augusto–, amb el públic infantil es guanyen lectors i, ja se sap, que la lectura nodreix l'esperit crític i reflexiu i, per tant, contribueix a fer dels habitants del món, gent, *a priori*, més sana, des d'un punt de vista intel·lectual. I d'altra –continua– el llibreter s'assegura potencials clients que, en el futur, faran possible, la supervivència de la llibreria i de l'ofici de llibreter.

Com a llibreter Augusto Beltrà, es planteja diversos objectius: incitar a la lectura, descobrir els clàssics als lectors, donar a conèixer autors novells o desconeguts per al gran públic, etc. I tanmateix, declara que «l'objectiu principal per a tot llibreter hauria de ser que el client quede satisfet, que gaudezca del llibre i que torne a visitar la llibreria, independentment de l'obra que li oferesca o que acabe comprant». I encara més, «Fer de la llibreria un lloc de trobada per als lectors i lectores de Novelda de totes les edats, preferències o gustos literaris i, és clar, contribuir a la





dinamització cultural de la població». Amb aquesta idea des de La Farándula es publica una revista d'actualitat literària que funciona com a bulletí mensual el qual, a més de donar cabuda a l'anunci d'activitats que es realitzen a la llibreria, conté ressenyes de novetats literàries, entrevistes a autors que han passat per la ciutat i per la llibreria, informació cultural de tot tipus, etc.

En demanar-li per la clau de l'èxit de llibreter, la resposta d'Augusto Beltrà és concloent: «Guanyar-se la confiança del client, fidelitzar-lo i tenir-ne cura».

□ **Alicia Toledo**

**LA FARÁNDULA**

*C/ San José, 9*

*03660 Novelda*

*Telèfon 965 601 033*

Lletres Valencianes, n° 27

