





## Un universo naranja habitado por libros

Situada en las cercanías de la Universitat Politècnica de València, en la calle Ramón Llull, encontramos la librería del mismo nombre, un espacio amplio en el que predominan el naranja y el blanco, sus colores corporativos, y desde cuyo interior una vocecita parece llamar al lector voraz que llevamos dentro. En la librería Ramón Llull se da la mano el concepto más moderno de negocio con el espíritu acogedor de las librerías de siempre.

Ordenada y espaciosa, pero sensiblemente cálida (algo que podría sorprender a quien, por su cercanía con el campus universitario, esperara una librería técnica al uso), la librería Ramón Llull alberga todo tipo de libros, desde el manual universitario especializado a la novela gráfica más sugerente, pasando por la narrativa actual, la poesía, las publicaciones periódicas atípicas, el arte, la música, la literatura de género o la infantil y juvenil. «No somos un punto de venta de manuales universitarios, somos mucho más que eso» confiesa, orgullosa, Almudena Amador, una de las propietarias del establecimiento. Ella y Esther Mallol pasaron de trabajar en la antigua librería Punto y Coma, a hacerse cargo de uno de los locales de aquella, el que ahora ocupa su librería Ramón Llull. Un acto valiente que, viendo la fuerza que ambas atesoran y la pasión que desprenden por su trabajo, merecía llegar a buen puerto.

### Siete años de historia

Hace ya siete años, desde el 2003, que estas dos mujeres jóvenes e inquietas llevan las riendas de esta librería –«que está viva», apunta Esther con una sonrisa– con vocación de punto de encuentro cultural. No en vano, la actividad que el local genera es una de las alegrías de sus responsables, pese a echar de menos una mayor implicación de los estudiantes, a los que, por edad y nivel intelectual, se les supondría más interés y hábito lector del que muestran por lo general. « Son pocos los que, además de comprar el manual que necesitan, se pasean por la tienda», lamentan mis interlocutoras tibiamente, porque saben que ese cliente les permite mantener abierto el negocio y poder dedicar espacio a otro tipo de lector.



En relación con este aspecto hay que enmarcar el más importante punto de inflexión en la historia de la librería. La necesidad de dedicar el espacio necesario a cada sección las llevó a ampliar la superficie del local, y ahora tiene unas dimensiones que hacen muy agradable el pasear frente a sus estantes perfectamente ordenados, atendiendo a la información de los lomos o a la portada de ese libro destacado a la altura de nuestros ojos y que nos llama la atención. Al fondo de la tienda, dibujando una *ele*, encontramos la sección infantil, bastante bien surtida, a la que quieren dar mayor vida por medio de actividades específicas, según me cuentan, en los próximos meses. Realmente, se trata de un apartado ideal para que los más pequeños disfruten de las palabras e imágenes que los libros les ofrecen. Entre los planes a corto plazo de la librería está hacer alguna exposición, tal vez de ilustraciones infantiles.

### **Una zona que mira hacia la Universidad**

La ubicación de la librería tiene grandes ventajas (en estos momentos de inicio de curso, la vorágine es importante y el trabajo se acumula), pero también inconvenientes derivados de aquella. El barrio cuenta con gran movimiento estudiantil durante la semana, como es lógico, pero «no es una zona a la que vaya alguien a pasear o de compras un sábado por la tarde», como dice Almudena. «En esta parte de la calle ni siquiera hay farolas», añade Esther. No puedo imaginar, por lo que me dicen, la situación cuando, paradójicamente, llega la Navidad (tradicional época de buenas ventas de libros) o alguna otra fecha destacada en el calendario universitario. «Cuando no hay clases, esto parece un desierto».



*Los libros entran y salen, aunque nosotras intentamos mantener en depósito los importantes.*



### Un tiempo de cambios

Aspectos como los apuntados hacen necesaria una labor titánica de promoción de las actividades de la librería para conseguir atraer a su público objetivo, que en estos años no ha parado de crecer. En esto han encontrado un aliado en las nuevas tecnologías y las redes sociales: «tenemos más de mil amigos en facebook». Por medio de ellas, intercambian recomendaciones —«no necesariamente novedades»— y avisan de actividades que no solamente se limitan al ámbito de la literatura, sino que abarcan el cine, el cómic y la música, entre otras disciplinas.

Tampoco tienen miedo estas dos jóvenes emprendedoras a los retos de los nuevos tiempos, de hecho, en su página web es posible comprar libros, incluso digitales, hacer pedidos o suscribirse a su boletín de novedades. Ante la incertidumbre que planea en el sector, ellas se muestran partidarias de tomar la iniciativa y posicionarse antes de que sea tarde, porque «todo está cambiando muy rápido».

Es paradójico, me explica Almudena, que España sea, al mismo tiempo, uno de los países europeos en que más se publica y en el que más bajo índice de lectores hay. La estrategia de las grandes casas editoriales, empeñadas en hacer de este negocio una carrera en la que la novedad de hoy sepulta la novedad de ayer en un tiempo demasiado breve para una actividad, la lectura, que precisa de un estado de reposo y ánimo de reflexión, complica el trabajo de las librerías. «Estos estantes que parecen tan ordenados y estáticos, cambian continuamente. Los libros entran y salen, aunque nosotras intentamos mantener en depósito los importantes», me cuenta Esther Mallol.

*Se crea una complicidad con algunos clientes que es de dos direcciones, nosotras les hacemos recomendaciones cuando nos las piden, pero también ellos nos descubren muchos buenos libros.*



### **Soluciones para una época difícil**

Frente a la intrusión de las grandes superficies en el negocio de la venta de libros, Esther y Almudena abogan por la especialización en material universitario, por un lado, y por potenciar el trato personalizado, clave en un establecimiento de este tipo, por otro. «Se crea una complicidad con algunos clientes que es de dos direcciones, nosotras les hacemos recomendaciones cuando nos las piden, pero también ellos nos descubren muchos buenos libros»– y la cara se les ilumina cuando me cuentan esto, desvelando sin necesidad de palabras la razón por la que están en esta aventura. No obstante, son muy conscientes de que el tipo de cliente de la librería Ramón Llull no es, en principio, el que va a comprar las últimas novedades editoriales a unos grandes almacenes. «El número de ejemplares del último libro de Ken Follett que hemos vendido es irrisorio», declara Almudena Amador.

### **Actividades, muchas actividades**

Si algo caracteriza a la librería Ramón Llull es la energía con que afronta el día a día y el espíritu inquieto de sus responsables, como ya he destacado antes. La prueba la encontramos en las muchas actividades que se realizan entre sus paredes y que no solamente se circunscriben al campo de la literatura, sino que se abre a otros ámbitos como el cine o la música.

Desde el mes de abril, existe un colectivo, formado por personas cercanas a la librería y que pertenecen a los más variados campos de la creación, que se encarga de gestionar las actividades de la Ramón Llull. Entre las actividades más destacadas podemos señalar su Club de lectura, que se reúne una vez al mes para hablar



de un libro elegido previamente por uno de sus miembros y leído por todos los asistentes. En estos momentos, me cuentan con cierta emoción, preparan un club de parecida factura que se centrará en la literatura japonesa, por iniciativa de una clienta y amiga especialista en la cultura nipona. Tampoco podemos olvidar los recitales de poesía (como el celebrado en junio por los miembros del taller de la Universidad Politécnica POLIMNIA 222), las presentaciones de libros y los conciertos literarios que celebran en su caseta de la Fira del Llibre o los organizados con motivo del Día de la Música.

### El futuro

Para Esther Mallol y Almudena Amador, propietarias de la librería Ramón Llull, el futuro pasa por «seguir creciendo». Y será difícil frenar el ímpetu de estas dos jóvenes que rebosan alegría e ilusión por un proyecto en el que, es evidente cuando hablas con ellas un rato, vuelcan toda su pasión.

Para acabar, nada mejor que recurrir a la hermosa cita de André Gide con que se presenta la librería en internet y que refleja meridianamente, a mi parecer, el espíritu que en ella se respira: «Ante ciertos libros, uno se pregunta: ¿quién los leerá? Y ante ciertas personas uno se pregunta: ¿qué leerán? Y al fin, libros y personas se encuentran».

□ **Miguel Cruz Montalbán**

Lletres Valencianes, nº 28

**LIBRERÍA RAMÓN LLULL**

C/ Ramón Llull, 41

46021 València

[www.libreriaramonllull.com](http://www.libreriaramonllull.com)