



Librerías que NO venden libros

Tonatiuh Trejo



Con profundo agradecimiento a Yoshiyuki Morioka, Valeria Mata, Mara Rahab, Annouka Lahirinska, Marc Delal, Cecilia Arbolave, Sergio Torres, Nicolás Franky, Mauricio Marcín, Maru Calva y Jorge Munguía, por compartir su tiempo y experiencias para el desarrollo de este texto.

JAPÓN, LA TELÚRICA NACIÓN del *ikebana*, de la danza *butoh*, de los *otaku*, matriz de neón donde se gesta el hombre-robot, hogar de los *hikikomori*, también tiene una palabra para el arte de inventar herramientas útiles pero demasiado absurdas para ser reproducidas: *chindogu*. Todas estas manifestaciones explicitan particularidades de la cultura local: elogio a la insipidez, desapego, devoción por los espíritus *que habitan en las cosas*; reflexiones profundas sobre aspectos aparentemente anodinos. No sorprende —y quizás hasta era previsible— que en la tierra del *chindogu* haya abierto sus puertas Morioka Shoten, la librería que ofrece *sólo* un título a la venta.

Regentada por Yoshiyuki Morioka en la calle de Ginza, edificio Suzuki (Tokio), Morioka Shoten es un espacio pequeño pero profundo en varios sentidos; es una caja de zapatos que al fondo presenta un mostrador y al centro una esbelta mesa de madera sobre la cual se exhiben algunos pocos, quizá diez, quizá quince, ejemplares del libro en venta (que cambia cada semana). De sus tres paredes perimetrales (el frente está delimitado por un amplio ventanal) cuelgan obra gráfica, plástica o elementos relacionados con la publicación de marras, axis de la composición espacial general.

El local propone una hiperreducción al modelo de librería convencional —donde la acumulación de títulos representa un aumento proporcional en las perspectivas comerciales— y su motivación es muy sencilla: el libro no es solamente ese objeto que yace sobre el depositario central, también puede extenderse, repercutir en el espacio que lo rodea, al grado de conseguir que lector “entre” a la publicación. Un ejemplo: si el libro está relacionado con las flores, Morioka Shoten se convertirá en jardín que a su vez venderá las flores elegidas por el autor para salpicar su narrativa.

Este gesto holográfico que proyecta el contenido del libro fuera de sí, hacia la tridimensionalidad, libera un robusto conjunto de consideraciones respecto a los puntos de contacto —comerciales o no— entre publicaciones y públicos, respecto a las relaciones íntimas y sociales que proponen los espacios culturales, respecto a las motivaciones detrás de la instalación de librerías y bibliotecas; respecto a los procesos de circulación de las ideas en un panorama fracturado por la licuefacción del libro, por la proliferación de nuevos dispositivos de lectura y por la evolución del sentido de lo editorial en general.

Entrar a Morioka Shoten es, además de todo lo anterior, apostar por conocer al autor o el editor del libro seleccionado, ya que Yoshiyuki les solicita estar presentes el mayor tiempo posible para compartir sus experiencias en el desarrollo de la publicación.

En 1984, Hill Hiller y Julienne Hanson propusieron, desde *La lógica social del espacio*, un enfoque semiótico de la espacialidad cartesiana entendida como medio de comunicación, como una combinatoria de unidades y cadenas sintácticas. Postularon el análisis de las edificaciones como elementos prefigurados que juegan un papel dentro de las diegéticas urbana, social y cultural. Esta forma de analizar configuraciones espaciales en su grado de significantes cristalizó en un nuevo fundamento arquitectónico: la “sintaxis del espacio”, una herramienta que permite gestionar relaciones de integridad y conectividad entre objetos, volúmenes y personas, concediéndoles un valor sintáctico particular y combinado.

Mediante su propuesta sintáctica, Morioka Shoten supera lo anecdótico y puede “leerse” desde las relaciones que genera entre publicaciones, contenidos, público y ofertante; relaciones que cimentan su discurso identitario. Esta amplia combinatoria de relaciones también ha ido definiendo varias nuevas e interesantes figuras de distribución bibliográfica. Presento a continuación algunas de ellas, atractivas además por sus argumentaciones políticas, sus motivaciones culturales y el papel social y comercial que han decidido interpretar en sus comunidades. En principio —y en un sentido más bien filosófico— estos proyectos NO venden/promueven libros pues admiten que el libro sólo existe hasta que el lector realiza el último gesto creativo del proceso editorial: lo lee. Su objetivo principal es tomar parte en ese proceso gestacional de la publicación y participar en la experiencia de lectura. Es ésta una diferencia epistemológica respecto al modelo de librería que todos conocemos.

A casi mil ochocientos kilómetros de Morioka Shoten, en la ciudad de Nankín, en la provincia china de Jiangsu, la Librairie Avant-Grade ordena sus

objetivos sobre una superficie mucho mayor (cuatro mil metros cuadrados).

Avant-Grade ocupa el espacio de un antiguo estacionamiento gubernamental abandonado (que antes había sido refugio antibombas). Su dueño, Qian Waohua, encontró potencial en este lugar gracias a su cercanía con la Universidad de Nanjing. El salón principal de la librería sirve como foro para charlas, presentaciones y conciertos. También alberga una cafetería, un espacio de exposición permanente para libros bellamente diseñados, un taller para realizar trabajos creativos y un área para libros fuera de lo común, con vendedores especializados. Los pilares de la tienda están grabados con versos y poemas (lo literario vuelve a derramarse hacia el espacio). Dos mesas de lectura largas y más de treientos asientos están disponibles para los lectores a quienes el *staff* anima a quedarse y leer.

Para Qian las librerías representan el bienestar de las ciudades, así como un espacio físico abierto, vivo, que genera comunidad. En ese sentido, Avant-Grade perfila el futuro de librerías convertidas en espacios mucho más parecidos a una exposición abierta y multidisciplinaria de literatura, arte y diseño, campos de juego con experiencias de lectura cambiantes, breves y emotivas. Al contrario de Yoshiyuki Morioka, Qian opta por tener la mayor cantidad de títulos en su librería pues percibe que el panorama editorial contemporáneo goza y padece de la hiperproducción de contenidos, la proliferación de editores y autoediciones que buscan públicos muy distintos, actuales porque consumen cultura de forma diferenciada, personalizada, experiencial; persiguiendo relaciones fuera de la estructurada, fría y calculadora oferta corporativa. En esta inteligencia, la idea de una librería o una biblioteca como piezas sobre un tablero que separa a la alta cultura de las clases populares ignorantes, la idea de la lectura como un ejercicio clasista, colonizante, y del libro como objeto de estatus, también han dado pie a propuestas de distribución editorial basadas en modelos preindustriales de comercio.

Nomadismo, tianguismo y comercio informal siguen siendo actividades que generan diálogos interculturales. En México, proyectos como MUEVE (asentado en la ciudad de Puebla pero itinerante) han reactivado el ejercicio que practicaban los pochtecas en tiempos precolombinos, haciendo de vasos comunicantes entre productores de contenidos y lectores separados por distancias y tradiciones.

MUEVE es una plataforma itinerante gestionada por la antropóloga social Valeria Mata, quien la define como “una matriz de acercamientos, de conversación, de inspiración y de participación”. Físicamente, es un carrito de madera que se desmonta y una mesa plegable, también con ruedas, que se centró en la circulación de publicaciones independientes, fotografía, cerámica, obra gráfica y objetos raros. Así viajó a ciudades como Oaxaca, Morelia, Xalapa, Puebla, Tepoztlán y Ciudad de México, donde la estructura móvil fue emplazada en espacios heterogéneos —desde un centro cultural polivalente hasta la azotea de una casa vieja o una pizzería— “buscando descentralizarla circulación y el consumo cultural independiente”. El desplazamiento de MUEVE funcionó como alternativa a la forma tradicional de exponer y vender piezas creativas, extrayéndolas de los espacios que tienen asignados.

Al ser un proyecto ambulante con una materialidad atípica, la circulación y aparición de MUEVE generaba también una intervención en el espacio. De cara a un urbanismo más bien diseñado para controlar la movilidad y ordenar la circulación a su conveniencia, la intervención de la plataforma rodante provocaba situaciones inesperadas. A la postre, MUEVE escaló hacia un proyecto más ambicioso: Otros Libros Otras Formas (OLOF), feria y foro de editoriales independientes cuya intención fue generar un espacio de encuentro entre editores, lectores, promotores de proyectos y productores independientes.

Así como OLOF terminó emergiendo de un punto de distribución de publicaciones, en sentido contrario El Traspatio Librería (de Morelia, Michoacán) existe

como punto de venta que germinó luego de tres ediciones de un simposio relacionado con la edición y los libros: El Traspatio (lo que sucede detrás del libro). Ambos proyectos son dirigidos por Mara Rahab.

Más que reconsensar los conceptos y procesos detrás de la editorialidad, El Traspatio/simposio plantea sus alcances y sus trastocamientos. En consecuencia, El Traspatio/librería, articulada sobre estos rieles, nació con el objetivo de que las personas se acercaran a “otro tipo de libros”. Es “un espacio que invita y aspira a producir lectores críticos, divertidos y arriesgados”; un ágora donde las publicaciones no compiten entre sí, más bien dialogan entre ellas.

También prolongado desde el México prehispánico, el intercambio y la venta de productos en plaza abierta sobrevive hoy en tianguis “sobre ruedas” y mercados públicos. ¿Tienen los libros cabida en estos espacios? También. Pienso en la editora y traductora radicada en Querétaro Anna Styczyńska (a.k.a. Annouk Lahiri), al frente de la editorial La Mirada Salvaje, quien luego de dos años de contar con una distribución bastante precaria “y, encima de todo, cara y exclusiva”, comenzó a vender sus libros en un mercadito “sobre ruedas” enclavado en un cuadrante universitario. Annouk recuerda que las jornadas transcurrían entre charlas apasionadas pre y postventa. Muchos lectores regresaban tiempo después para discutir sus lecturas. Eso a menudo encendía discusiones sobre política, literatura y hasta sobre religión. En cierta ocasión, una lectora cristiana se fue aseverando que ella era el diablo encarnado.

Pienso también en los integrantes del Colectivo de Pensamiento Político Reciclable (Pensaré), haciendo de manteros en las callejas de San Cristóbal de las Casas, Chiapas, para mover sus publicaciones y las de otros editores afines. Como puede verse, cada proyecto editorial posee sus propias posturas, sus propias ambiciones, necesidades subjetivas que también evolucionan en puntos de encuentro con las publicaciones y la lectura.

Extraviado, fugitivo, a la deriva, el habitante de las ciudades se relaciona con éstas mediante desplazamientos y actividades socioculturales que encuentran

sentido al desembocar en espacios y situaciones justificadas emocional, intelectualmente, espacios firmes con influencia y producción social. Empero —postula Marc Augé— la sobremodernidad ha ido salpicando nuestros escenarios urbanos con un feroz salpullido de no-lugares, sitios donde no hay una correlación entre disposición espacial y disposición social, secos de emocionalidad compartida, dispuestos en serie para recibir soledades trashumantes, programados para acoger transacciones más bien comerciales que engrosan al capital sin rostro. Un no-lugar paradigmático es el centro comercial, el autoservicio, y bien visto las librerías ortodoxas —salvo honrosas excepciones— están siendo proyectadas con la lógica del supermercado.

Antagónico a la idea del no-lugar, el catedrático y crítico Martí Perán ejerció en 2008 la proliferación de *sitios post-it* (concepto acuñado por Giovanni La Varra en su texto *Post-it City: los otros espacios públicos de la ciudad europea* para designar “un dispositivo de funcionamiento de la ciudad contemporánea que concierne a las dinámicas de la vida colectiva fuera de los canales convencionales”), micro categoría urbanística que acoge a cualquier modo de ocupación temporal del espacio público para distintas actividades (comerciales, académicas, sexuales) de un modo ajeno a las previsiones impuestas por los códigos políticos subyacentes al urbanismo. Las *situaciones post-it* pueden develar necesidades concretas que fracturan determinados contextos sociales y, al mismo tiempo, incentivar habilidades subjetivas en la tarea de reconquistar el espacio público frente a la presión institucional a la que está sometido. El potencial político de estos *lugares post-it* asoma desde proyectos como MUEVE, las vendimias de Anna Styczyńska y la absoluta informalidad de Pensaré, que coinciden en su objetivo de producir relaciones, incorporar el diálogo y contribuir a la dinámica cultural. Buscan *tener sentido*.

Sobre la acera, al paso, es más fácil sorprender, atraer al caminante si éste se atreve a cruzar su umbral de curiosidad. Hay que tener cierto perfil para pasar frente a una librería y entrar impulsivamente, pero la Banca

Tatuí (Sao Paulo, Brasil) y la Red de Reproducción y Distribución (RRD, CDMX), se han tomado en serio la labor de atraer públicos *in situ*, refrescando aquel axioma de que “la calle es de quien la trabaja”, ofreciendo oasis desalienantes en plena vía pública.

Banca Tatuí es un quiosco de arte gráfica y publicaciones independientes que además de su local físico también mantiene una tienda virtual que distribuye publicaciones a todo Brasil. Fue creado en 2014 en el centro de Sao Paulo, y su punto de partida fue la editorial Lote 42, proyecto que en primera instancia reconoció la necesidad de tener un espacio físico donde las personas pudieran conocer mejor su trabajo. Su catálogo estaba en librerías, pero algo diferente se perfilaba al imaginar un lugar propio.

En 2014 Cecilia Arbolave y João Varella compraron un quiosco viejo de publicaciones en Rua Barão de Tatuí para aliviar el drama que implicaba la distribución de su material y el de otras editoriales compañeras. Hoy en día son más de 170 colectivos, editoriales y artistas las que conviven en la Banca Tatuí, que aprovechando el momentum de la editorialidad independiente en Brasil, pronto se posicionó como referente para aquellos con debilidad por el arte impreso. Recientemente la Banca Tatuí se expandió y nació Sala Tatuí, una librería a puertas cerradas y espacio para dar cursos.

Otra preocupación de la Banca tuvo que ver, en su origen, con la fenomenología espacial de su propuesta, de modo que se creó un espacio “que invitara al lector a entrar, sentarse, mirar los libros con un ritmo diferente”. El local es bastante dinámico, en él conviven libros de ficción y no ficción, fanzines, publicaciones de formatos híbridos, cómics, poesía y posters. El techo sobre la marquesina se adaptó para dar *shows* gratuitos que atraen a la gente. Esas fiestas informales y divertidas consiguen que el paseante termine conociendo publicaciones, editoriales y artistas.

Compartiendo ADN, en la calle Gral. Pedro Antonio de Los Santos, afuera de la estación de metro Juanacatlán, la RRD es un colectivo de amigos egresados

de la Escuela Nacional de Pintura, Escultura y Grabado “La Esmeralda” que decidió agruparse “para sumar habilidades técnicas e intereses generales encaminados a desarrollar un trabajo artístico expandido y abierto al público”. La salida obvia era expresarse a ras de calle y, cierto día, caminando la ciudad, toparon con un puesto de la Unión de Vendedores Vicente Guerrero (gremio que utiliza este tipo de estructuras para distribuir libros viejos y números atrasados de revistas). Allí la RRD comenzó a distribuir editoriales independientes. Esa fue sólo la primera parte del proyecto, ahora cuentan con un segundo espacio que funciona como taller de producción e imprenta y tienen la tarea de armar un catálogo en línea para vender en la red.

La RRD piensa y utiliza las publicaciones como espacios expositivos democráticos, parte de que algunas obras tienen mejor salida aprovechando las bondades de lo impreso (practicidad, economía) y también conceptualiza sus proyectos a sabiendas de que su materialidad será impresa. Detrás de su hacer hay una postura política confesa (la vía pública, por ejemplo, fue pretexto para sacar adelante una compilación de ensayos sobre trabajo informal). A sus integrantes les interesa tener contacto directo con las personas y la retroalimentación sirve para empujar nuevos proyectos. A veces los transeúntes se descolocan frente al puesto, a veces conocen a alguien que hace publicaciones y a veces ellos mismos publican y han dejado material en la RRD. Su relación con los vecinos también se ha ido fortaleciendo, sobre todo porque dentro del puesto o a su alrededor se montan instalaciones, pequeñas obras de teatro o se conectan sonideros, acciones llamativas que consiguen que el público se acerque, conviva, se relacione.

Otros proyectos de acercamiento entre libro y lector no plantean intercambios comerciales. Aeromoto y Catálogo Contemporáneo son ejemplos de ampliaciones distintas del concepto de “biblioteca pública”.

Aeromoto fue fundada por Maru Calva, Macarena Hernández, Mauricio Marcin y Jerónimo Rüedi, cuatro amigos con orientación hacia los libros de artes

visuales y cultura contemporánea publicados por editoriales independientes. Ubicada en la colonia Juárez (CDMX), surge como una forma de combatir algunos aspectos de la realidad que inconformaban a sus gestores: “el capitalismo excesivo que rige las vidas de los seres vivos y la prisa descomunal que reina y regula la vida en las ciudades”. (Hay una consideración de tiempo en varios de los proyectos aquí compilados). El espacio posee tres cuerpos pequeños, dos que funcionan como biblioteca y área de trabajo, y uno más que funciona como jardín. Los tres aceptan otro tipo de actividades como presentaciones, talleres y convivencias, siempre alrededor de los libros. “Aeromoto combate la idea de propiedad privada y postula, en oposición a ella, la idea de un bien común”; bajo su techo los libros son herramientas que fomentan la socialización y la creación de comunidad.

Sumando la movilidad a su proyecto bibliotecario, Catálogo Contemporáneo —una idea de la Oficina de Proyectos Culturales Buró Buró— “se basa en una red nómada de micro-bibliotecas que ofrecen acceso a publicaciones de cultura contemporánea de forma gratuita para su consulta *in situ* en sedes culturales dentro y fuera del país”. La red defiende la reflexión y el pensamiento crítico como consecuencias directas de los libros, definidos como “mecanismos de impulso al análisis creativo e instrumentos para enfrentarse a realidades actuales de forma productiva”.

Apoyado por el Fonca, en Catálogo Contemporáneo las publicaciones forman parte de “listas de lectura” curadas bajo un mismo tema por agentes culturales con el propósito de abrir conversaciones y facilitar la reflexión en torno a temas de actualidad.

Termino aquí este recorrido. A mi juicio, falta aún revisar las propuestas que han involucrado la tecnología a su modelo de distribución de contenidos gráficos y literarios, otros proyectos cruzados con lo digital y las redes sociales, el escalamiento de la librería a partir del *big data* y otros casos aislados donde las narrativas aún circulan oralmente. Lo dejaremos para otra ocasión. ■