

Hay Festival – Talento Editorial III

Viernes 30 de enero de 2015 – 10 hs: Mesa: Estrategias digitales. La librería

La librería y el oficio librero se han convertido en un foco de atención mediática. Tan pronto se anuncia su **desaparición** como se reclama la **necesidad** de su supervivencia. Es posible que la librería tradicional sea parte ya de la historia, pero también es evidente que día a día surgen nuevos e innovadores espacios libreros.

Intervienen Philippe Hunziker, Librería Sophos, (Guatemala); Leonora Djament, librería Eterna Cadencia (Argentina); Adriana Laganis, Librería Arte y Letra (Colombia) y María Elsa Gutiérrez, Librería Ábaco Libros y Café (Colombia).

Leonora Djament – Eterna Cadencia

La librería Eterna Cadencia es un espacio cultural creado por Pablo Braun durante el año 2004 y que abrió sus puertas el 20 de diciembre de 2005 en el barrio de Palermo, de la ciudad de Buenos Aires. Puedo decir sin ponerme colorada que se trata de una de las librerías más bonitas de la Argentina no solo porque está armada sobre una bella casa reciclada sino, sobre todo, porque desde su concepción, la idea fue pensarla como un espacio cultural, un lugar de encuentros, un lugar de sociabilidad. Por eso es que la librería cuenta desde el inicio con un bar, donde sentarse a leer y tomar un café o conversar con amigos, y al poco tiempo se le sumó un blog, la organización de charlas, cursos, mesas redondas, presentaciones de libros y lecturas. (A los dos años de abierta la librería, nace la editorial Eterna Cadencia, pero de eso vamos a hablar mañana, así que no me detengo hoy). Así, la librería desde un comienzo está pensada como algo más que un comercio de venta de libros: está pensada como un espacio cultural, como un lugar de sociabilidad, como una de las tantas formas posibles de vincularse con la literatura.

Esto hace que Eterna Cadencia se posicione de un modo particular frente a lo digital que es el tema que nos convoca hoy. Creo que la clave está formulada en la presentación de esta mesa: “tan pronto se anuncia [la] desaparición [de la librería] como se reclama la necesidad de su supervivencia”. Efectivamente entre la **desaparición y la necesidad**, en la tensión irresuelta por el momento entre ambos polos se juega hoy el rol de las librerías o de cierto tipo de librerías. Desde Eterna Cadencia creemos que la librería debe ser un espacio *necesario* para **organizar la cultura** del mundo del libro, el conocimiento, las ideas, la ficción. No importa en qué soporte se lea, creemos testarudamente que ciertas mediaciones son fundamentales para el dinamismo de un mercado y una cultura. “Organizar una librería es organizar una conversación”, decía Gabriel Zaid. Decidir qué se va a vender y qué no,

qué se va a exhibir y qué no, cómo se va a exhibir lo que se va a exhibir, qué secciones se va a tener y cuáles no, es organizar esa conversación. Creer que estas mediaciones se pueden borrar, creer que los accesos se vuelven más “directos” en la era digital es no ver un mundo de universal mediación como el que vivimos. No es cierto que uno accede a lo que llamamos “los contenidos” por generación espontánea sino que la recomendación de un librero, los famosos algoritmos de Amazon, una vidriera bien armada o un debate social sobre determinados asuntos son los que moldean nuestras decisiones. Es por eso que lo que mejor podemos hacer es volvernos conscientes de ese rol y asumirlo, porque lo contrario significa entregarlo.

Y hoy, muy especialmente, las organizaciones de esas conversaciones giran en torno de la **especialización**. La verticalización, como la llama Mike Shatzkin, los nichos, la segmentación, la especialización, como quieran llamarlo, es uno de los modos más certeros de organización. *Todo*, lo que se dice *todo*, está en las infinitas megalibrerías virtuales. El resto es trabajar focalizadamente con aquellas comunidades que leen lo que nosotros queremos vender. Sabemos que no podemos participar en todas las conversaciones simultáneamente con toda la gente. Por eso, como librería, es fundamental decidir en qué conversaciones sí se va a participar.

Así, la librería Eterna Cadencia se piensa como espacio de debates, como espacio de formación, de discusión y de intervención. Y, para lograrlo, es necesaria cierta innovación, cierto grado de dinamismo, movilidad, adaptabilidad. Y **lo digital**, en sentido amplio, internet y sus múltiples posibilidades, brindan herramientas no ya fundamentales, sino *de-ci-si-vas* para el sostenimiento de estos proyectos culturales. A qué me refiero: a la utilización de las redes sociales, del blog, de la página web, los newsletters y toda la viralización que se puede esperar de estos recursos. Porque de lo que se trata desde la librería es de “hacer saber” y compartir. Hacer saber que en Eterna Cadencia se puede encontrar la mejor literatura argentina y latinoamericana, pero también del mundo. Hacer saber que no priman las novedades sino los catálogos de fondo. Y hacer saber de una **manera personal**: es el librero que recibe al lector en nuestra librería y es el twitter de Eterna Cadencia que habla en primera persona dándole vida a la librería como mujer. Es el trabajo con lo digital para afianzar el vínculo humano, no para enfriarlo. Es, como decía al comienzo, crear espacios de sociabilidad.

Ahora bien, no hablamos todavía de la venta de libros digitales, venta que por el momento en la Argentina y en América Latina es todavía marginal. La librería Eterna Cadencia resiste la incorporación de venta de ebooks. (Mañana cuando hable de la editorial voy a decir todo lo contrario!) Preferimos seguir apostando por el lector que viene a la librería y compra libros en papel, libros tangibles, libros que se pueden regalar, dedicar y hasta prestar más de 6 veces. Y, eventualmente, cuando ya no quede opción, quizá solo quizá –y cito textualmente a Pablo Braun- Eterna Cadencia sea tan solo una librería de reliquias: una librería de libros usados.