

Jorge Carrión

Contra Amazon



Galaxia Gutenberg

JORGE CARRIÓN

Contra Amazon

Galaxia Gutenberg

También disponible en eBook

Publicado por
Galaxia Gutenberg, S.L.
Av. Diagonal, 361, 2.º 1.ª
08037-Barcelona
info@galaxiagutenberg.com
www.galaxiagutenberg.com

Primera edición: septiembre de 2019

© Jorge Carrión, 2019
Según acuerdo con Literarische Agentur Mertin, Inh.
Nicole Witt e. K. Frankfurt am Main, Alemania
© Galaxia Gutenberg, S.L., 2019

Preimpresión: Maria Garcia
Impresión y encuadernación: Romanyà-Valls
Pl. Verdaguer, 1 Capellades-Barcelona
Depósito legal: B. 15972-2019
ISBN: 978-84-17747-82-4

Cualquier forma de reproducción, distribución, comunicación pública o transformación de esta obra sólo puede realizarse con la autorización de sus titulares, aparte de las excepciones previstas por la ley. Diríjase a CEDRO (Centro Español de Derechos Reprográficos) si necesita fotocopiar o escanear fragmentos de esta obra (www.conlicencia.com; 91 702 19 70 / 93 272 04 45)

Índice

Nota del autor.	9
Contra Amazon. Siete razones/un manifiesto.	13
I. Porque no quiero ser cómplice de una expropiación simbólica . .	13
II. Porque todos somos cíborgs, pero no robots	14
III. Porque rechazo la hipocresía	15
IV. Porque no quiero ser cómplice del neoimperio	16
V. Porque no quiero que me espíen mientras leo	18
VI. Porque defiendo la lentitud acelerada, la relativa proximidad. .	19
VII. Porque no soy ingenuo	20
Las mejores librerías del mundo no son las que tú crees.	23
Viaje al final de la luz. Caminando por Londres con Iain Sinclair. . . .	25
I. Casa	25
II. Paseo	27
III. Taxi	30
Las bibliotecas más importantes del mundo.	33
Borges antes y después de Borges.	37
Desarticulo mi biblioteca.	47
I. La primera biblioteca	47
II. Universidades	50
III. Mi biblioteca se cae a pedazos pero sigue siendo memoria	52
Las librerías mitológicas de David B.	57
De Little Havana a Miamizuela.	61
Mi Buenos Aires libresco. Una entrevista a Alberto Manguel en la Biblioteca Nacional de Argentina.	67
Ese interrogante que llamamos <i>librería</i>	83
Bibliotecas de ficción	89
I. El patrimonio común	89

II. La biblioteca de Alonso Quijano, <i>el Bueno</i>	91
III. La biblioteca del <i>Nautilus</i>	94
IV. La biblioteca de Babel.	97
Los perros de Capri	101
I. La casa selfi.	101
II. Bajo el volcán	107
III. El mar en miniatura	114
En defensa de las librerías	121
Librerías de viejo versus librerías de nuevo.	
Una conversación con Luigi Amara	125
¿Dónde acaba el papel y empieza la pantalla?	
Viaje a Seúl entre signos de interrogación.	143
Las librerías se reinventan en Tokio.	163
Contra la bibliofilia	169

Nota del autor

«Contra Amazon. Siete razones/un manifiesto» fue publicado *online* por *Jot Down Magazine* en abril de 2017. La revista española también imprimió varios centenares de pósteres que fueron enviados a librerías de todo el país. Enmarcado, todavía puede leerse en la puerta de Rata Corner de Palma de Mallorca y en rincones de algunas otras librerías de trinchera y de futuro. En noviembre de ese mismo año, traducido por Peter Bush, apareció en inglés también simultáneamente en ambos formatos. Digital, en la web *Literary Hub*, y en papel, en forma de un precioso librito artesanal, cosido a mano, que la editorial canadiense Biblioasis regaló a unos trescientos libreros y periodistas durante el lanzamiento en América del Norte de *Bookshops*. Fue tal el interés que despertó el *chapbook*, que mi editor Dan Wells acabó regalando casi 3.000 ejemplares a profesionales de todo el mundo. El texto fue difundido también en portugués, gracias a la traducción del escritor brasileño Reginaldo Pujol que publicó *La Folha de São Paulo*. Cuando *Publishers Weekly* se hizo eco del fenómeno –inesperadamente internacional– en mayo de 2018, Dan y yo hablamos por teléfono y decidimos la existencia de este libro, para el que conté inmediatamente con el apoyo de Joan Tarrida, mi editor en español. Enseguida comencé a recopilar y a leer todos los artículos, ensayos, entrevistas y crónicas que había publicado sobre el mundo libresco en los últimos años. Seleccioné los más sólidos. En muchos de ellos aparecía, para mi sorpresa, la palabra «Amazon». Incluso Alberto Manguel me dijo, sin que yo le preguntara: «Yo no compro en Amazon», como si fuera indispensable el posicionamiento. ¿En qué bando estás?

Parece imposible escribir sobre el protagonismo del mundo del libro en el siglo XXI, sobre las librerías independientes y las bibliotecas más desafiantes o innovadoras, sobre las constelaciones de lectores que siguen creyendo en el papel, sin pensar en Amazon como nuestro antagonista. Aunque Google Libros y otras grandes plataformas también hayan influido muchísimo en los nuevos modos de relacionarnos con los textos, la multinacional logística que dirige Jeff Bezos se ha convertido en la marca más icónica y más elocuente, la que ha alterado –y a menudo ha violentado– con más fuerza las relaciones tradicionales entre los lectores y los libros. Es un monstruo tentacular que no para de innovar ni de crecer. Algunos detalles de mi manifiesto tal vez hayan quedado obsoletos, pero su espíritu sigue vigente. Sobre todo después de que, a principios de 2019, la ciudad de Nueva York, gracias a la lucha de sus habitantes bajo el liderazgo de la congresista demócrata Alexandria Ocasio-Cortez, haya rechazado acoger una sede de la multinacional. Desde ese momento, si introduces «*against amazon*» en un buscador ya no aparece solamente mi manifiesto. En paralelo han ido proliferando los repartidores de Amazon, que recorren las ciudades con sus grandes mochilas a cuestas, como lo hacen los de otras compañías supuestamente disruptivas. En realidad han hecho propio –y neoliberal– el modelo precario de los cartoneros y los vagabundos de la chatarra.

Escribí *Librerías* en 2012, sin imaginar que quedaría finalista del premio Anagrama de Ensayo ni que sería publicado en tantos idiomas y leído en todo el mundo. Desde entonces he seguido visitando librerías y estudiando sus historias en los cinco continentes. Gracias a las traducciones, he podido regresar a algunas librerías importantes y, sobre todo, he ido añadiendo a mi colección otras, nuevas o no, la mayoría admirables. Sigo sin conocer, no obstante, la que tal vez sea la más importante de mi vida: la Biblioasis de Windsor, Ontario, con su toldo marrón, su exquisita selección bibliográfica y su equipo de libreros y editores, los primeros que se interesaron en publicar *Librerías* fuera de las fronteras de mi país. He paseado muchas veces por la calle Wyandotte: he mirado la cartelera del Olde Walkerville Theatre, he fantaseado con descubrir la comida de New Orleans en Nola's y me he detenido finalmente en la puer-

ta de Biblioasis. Siempre está aparcado en la puerta el mismo coche gris en las fotografías de Google Street View.

También me he aficionado, durante estos últimos años, a visitar las bibliotecas más antiguas, más distintas o más impresionantes de las ciudades adonde viajo. Los libros se mueven en un cuadrado en cuyos vértices encontramos a las editoriales, las librerías, las bibliotecas personales y las bibliotecas colectivas. Los lectores estamos en el centro centrífugo de esa circulación incesante. No hay más que acercarse a la biblioteca de tu barrio para constatar que no toda la información se encuentra en internet. En la Biblioteca Nacional de Argentina, en la State Library Victoria de Melbourne, en las Hyundai Card Libraries de Seúl, en la International Library of Children's Literature de Tokio o en la maravillosa librería Kids Republic de Pekín (extremadamente téxtil y táctil) recordé algo todavía más importante: las experiencias que te brindan esos espacios tampoco tienen una alternativa digital. Por esa razón las secciones infantiles de las librerías y de las bibliotecas tal vez sean las decisivas: forman a los lectores y usuarios del futuro. La novela, el cine, el cómic y la televisión no han cesado de imaginar espacios libresco –tanto en clave realista como en relatos fantásticos y de ciencia ficción– porque la convergencia del discurso y del objeto, de lo virtual y de lo físico, de la mente y del cuerpo es lo que nos hace humanos.

Pero gracias también a las traducciones de *Librerías* –o por su culpa– he descubierto sombras en algunas de las más famosas del mundo. En la turística y bellísima Lello de Oporto no venden la edición portuguesa, *Livrarias*, porque al parecer los datos que cito sobre ella –que yo obtuve de su página web– no son correctos y, sobre todo, porque mi editorial se negó a ilustrar con una imagen de la librería la portada del libro. Y en Shakespeare and Company no venden ni la edición francesa ni la inglesa porque cuento la auténtica historia de George Whitman y cito como fuente otros títulos que tampoco se venden en la librería. La censura está en todas partes. Amazon y las grandes plataformas digitales no son nuestros únicos antagonistas. Tenemos que seguir leyendo y viajando. Y permanecer atentos.

JORGE CARRIÓN
Barcelona, junio de 2019

[Detalle a continuación la procedencia del resto de crónicas que ensayan y ensayos narrativos (que tal vez fueran publicados con otros títulos) y agradezco la confianza a Eliezer Budasoff, Elías López, Albinson Linares, Pere Ortin, Mario Trigo, Eugenia de la Torre, Daniel Gascón, Mar de Marchis, Toño Angulo, Iker Seisdedos, Ángel Fernández, Toni Soler, Cristina Vila, Marcelo Cohen y Graciela Speranza, que fueron sus primeros editores: «Las mejores librerías del mundo no son las que tú crees» (*The New York Times en Español*, 15 de julio de 2018); «Viaje al final de la luz. Caminando por Londres con Iain Sinclair» (*Altair Magazine*, diciembre de 2016, premio Mañé y Flaquer de periodismo de viajes 2017); «Las bibliotecas más importantes del mundo» (*The New York Times en Español*, 27 de enero de 2019); «Borges antes y después de Borges» (*Letras Libres*, enero de 2016); «Desarticulo mi biblioteca» (*El Estado Mental*, marzo de 2014); «Las librerías mitológicas de David B.» (con el título «Los misterios de París», en *Revista de Libros*, septiembre de 2016); «Del Little Havana a Miamizuela» (*The New York Times en Español*, 16 de septiembre de 2018); «Mi Buenos Aires libresco. Una entrevista a Alberto Manguel en la Biblioteca Nacional de Argentina» (*Jot Down Magazine*, junio de 2018); «Ese interrogante que llamamos librería» (*El País Semanal*, 8 de diciembre de 2013); «Bibliotecas de ficción» (*El món d'ahir*, diciembre de 2018); «Los perros de Capri» (*The New York Times en Español*, agosto-septiembre de 2017); «En defensa de las librerías» (*El País*, 3 de enero de 2016); «Librerías de viejo versus librerías de nuevo. Una conversación con Luigi Amara», *Otra parte*, 2016); «Contra la bibliofilia» (*Jot Down Magazine*, junio de 2018); «¿Dónde acaba el papel y empieza la pantalla? Viaje a Seúl entre signos de interrogación» (*Altair Magazine*, marzo de 2019; con un fragmento de «Las bibliotecas experimentales de Seúl», CCCB Lab, 4 de diciembre de 2018), y «Las librerías se reinventan en Tokio» (*The New York Times en Español*, 30 de junio de 2019).]

Contra Amazon. Siete razones/un manifiesto

I. PORQUE NO QUIERO SER CÓMPLICE DE UNA EXPROPIACIÓN SIMBÓLICA

Durante 55 años ese edificio, uno de los pocos ejemplos de arquitectura industrial moderna de Barcelona, fue la sede de la editorial Gustavo Gili. Ahora, tras una remodelación que ha costado varios millones de euros, se ha convertido en la central de operaciones de Amazon en esta ciudad. Gracias a toda esa tecnología de la eficiencia y la inmediatez que ahora alberga, Barcelona es ya una de las 45 ciudades del mundo en que la empresa asegura la entrega del producto en una hora. La librería Canuda, que cerró en 2013 tras más de ochenta años de existencia, es ahora un Mango de proporciones faraónicas. La centenaria librería Catalònia es ahora un McDonald's con decoración modernista y kitsch. La expropiación es literal, física, pero también simbólica.

Si escribes en Google «Amazon librería» te aparecen decenas de *links* a páginas de Amazon donde se venden estanterías. No me cansaré de repetirlo: Amazon no es una librería, sino un hipermercado. En sus almacenes los libros están colocados al lado de las tostadoras, los juguetes o los monopatinos. En sus nuevas librerías físicas los libros están colocados de frente, porque sólo exhiben los 5.000 más vendidos y valorados por sus clientes, muy lejos de la cantidad y del riesgo que caracterizan a las auténticas librerías. Ahora se plantea repetir la misma operación con pequeños supermercados. Para Amazon no hay diferencia entre la institución cultural y el establecimiento alimenticio y comercial.

La historia de Bezos es la de una larga expropiación simbólica. Escogió la venta de libros y no de aparatos electrónicos porque vio un nicho de mercado: no todos los títulos disponibles cabían en las librerías y él sí podía ofrecerlos todos. En los años noventa había pocos competidores de gran tamaño (sobre todo Barnes & Noble y Borders) y los distribuidores ya tenían el catálogo adaptado a la época digital, con los códigos ISBN incorporados. Por eso hizo un curso de la Asociación de Libreros Americanos y se apropió en un tiempo récord del prestigio que los libros habían ido acumulando durante siglos.

Todavía hoy, cuando Amazon produce series de televisión, ofrece música *online*, acaba de incorporar a su oferta piezas de coches y de motocicletas y se plantea ser operador de telefonía móvil, todo el mundo vincula esa marca con el objeto y el símbolo que llamamos *libro*. El Kindle, desde su lanzamiento en 2007, ha imitado la forma de las páginas y el tono de la tinta. Por suerte, el tacto vegetal y el olor a lignina no son de momento reproducibles en la pantalla. Para bien o para mal, todavía no somos capaces de recordar con la misma precisión lo que leímos en papel y lo que leímos en *e-book*. Las transiciones arquitectónicas son rápidas; no tanto, por suerte, las mentales.

II. PORQUE TODOS SOMOS CÍBORGS, PERO NO ROBOTS

Todos llevamos implantes.

Todos dependemos de esa prótesis: nuestro teléfono móvil.

Todos somos cíborgs: bastante hombres, un poco máquinas.

Pero no queremos ser robots.

El trabajo que deben realizar los empleados de Amazon es robótico. Lo ha sido desde el principio: en 1994, cuando eran cinco personas trabajando en el garaje de la casa de Jeff Bezos en Seattle, ya estaban obsesionados con la rapidez. Lo ha sido durante veinte años, llenos de historias de estrés laboral y de acoso y de trato inhumano para lograr la maldita eficiencia extrema que sólo es posible si eres una máquina.

Ahora los *amazonians* son auxiliados por robots Kiva, capaces de levantar 340 kilos de peso y de moverse a metro y medio por segundo. Sincronizados con los trabajadores humanos a través de un algoritmo, se ocupan de elevar los estantes para facilitar la recogida de los productos. Una vez se han reunido los productos que el cliente ha comprado, otra máquina, llamada Slam, con su gran cinta transportadora, se encarga de escanearlos y empaquetarlos.

Kiva y Slam son los productos de años de investigación. Amazon ha convocado competiciones de robots, en el marco de la International Conference on Robotics and Automation de Seattle, para perfeccionar su procesamiento de los pedidos. En una de las ediciones las máquinas diseñadas por el MIT o la Universidad Técnica de Berlín tenían que recoger en el menor tiempo posible un patito de goma, una bolsa de galletas Oreo, un perrito de juguete y un libro. Para Amazon no hay diferencia sustancial entre esas cuatro cosas. Son mercaderías de rango equivalente.

Pero no para nosotros.

Amazon ha eliminado progresivamente el factor humano. Durante los primeros años contó con redactores que escribían reseñas de los libros en venta; ahora ni siquiera hay mediación en el procedimiento de maquetar y subir a la red un libro autoeditado. Ha robotizado la cadena de distribución y pretende que los consumidores actuemos del mismo modo.

Pero no.

Porque para nosotros un libro es un libro es un libro.

Y su lectura –atención y regalo– es un rito, el eco del eco del eco de lo que fue sagrado.

III. PORQUE RECHAZO LA HIPOCRESÍA

Una gran vergüenza de Barcelona, ciudad de muchas y muy buenas librerías, ha sido la existencia durante veinticuatro años de la librería Europa, regentada por el neonazi Pedro Varela y un centro relevante de difusión de ideología antisemita. Por suerte, cerró el pasado mes de septiembre. En Amazon hay a la venta multitud de

ediciones de *Mein Kampf*, muchas de ellas con prólogos y notas la mar de cuestionables. De hecho en 2013 el Congreso Mundial Judío alertó a la empresa de las decenas de libros negacionistas de que disponen sin cortapisas. Es decir, la librería Europa es cerrada por, entre otros delitos, incitar al odio, pero Amazon no. Pese a que en muchos países donde actúa sea delito negar el holocausto.

Amazon defiende que no cree en la censura. Por eso mantuvo en venta, pese al clamor en contra, *The Pedophile's Guide to Love and Pleasure: a Child-lover's Code of Conduct*, de Phillip R. Graves, aunque finalmente tuvo que retirarlo. Antes ocurrió algo similar con *Understanding Loved Boys and Boylovers*, de David L. Riegel. Abogó por la posibilidad de que sus clientes accedan a esos libros que defienden el amor sensual a los niños, como lo hacen los que promueven las ideas nazis, porque supuestamente no desea censurar. Sin embargo, lo cierto es que censura o privilegia los libros según le interesa. Durante su controversia con el grupo editorial Hachette de hace un par de años, la escritora Ursula K. Le Guin denunció que sus libros fueron más difíciles de encontrar en Amazon mientras duró la disputa.

Aparentemente lo único que importa es la rapidez y eficacia del servicio. Parece que no hay mediación. Que todo es automático, casi instantáneo. Pero detrás de todas esas operaciones individuales existe una gran estructura económica y política. Una estructura que presiona a las editoriales para obtener el máximo beneficio del producto, como hace con los fabricantes de monopatines o con los productores de pizzas congeladas. Una macroestructura que decide la visibilidad, el acceso, la influencia: que está moldeando nuestro futuro.

IV. PORQUE NO QUIERO SER CÓMPLICE DEL NEOIMPERIO

En Amazon no hay libreros. La prescripción humana fue eliminada por ineficaz. Por torpedear la rapidez, el único valor de la empresa. La prescripción está en manos de un algoritmo. El algoritmo es el colmo de la fluidez. La máquina convierte al cliente en

prescriptor. *Los clientes que compraron este producto también compraron.* La autoedición deja el proceso en manos del productor. Amazon elimina a los intermediarios o los hace invisibles (equivalentes a robots). Parece una máquina de ordenar. Aspira a ser tan fluida que parezca invisible. Eliminando los gastos de envío, regateando con sus grandes clientes para conseguir el menor precio posible para el cliente individual, Amazon parece barato. Muy barato. Pero ya sabemos que lo barato sale caro. Muy caro. Porque la invisibilidad es un camuflaje: todo es tan rápido, tan transparente, tan fluido, que parece que no hay intermediación. Pero sí la hay. La pagas en dinero y en datos.

Demanda, objetos, precios, envío: los procesos individuales se deshacen en la lógica inmaterial de la fluidez. Para Jeff Bezos—como para Google o Facebook— el píxel y el *link* pueden tener un correlato material: el mundo de las cosas puede funcionar del mismo modo como lo hace el mundo de los bytes. Las tres empresas comparten la voluntad imperialista de conquistar el planeta, defendiendo el acceso ilimitado a la información, a la comunicación y a los bienes de consumo, al mismo tiempo que hacen firmar a sus empleados contratos de confidencialidad, pergeñan complejas estrategias para no pagar impuestos en los países donde se radican y construyen un estado paralelo, transversal, global, con sus propias reglas y leyes, con su propia burocracia y jerarquía, con sus propios policías. Y con sus propios servicios de inteligencia y con sus propios laboratorios ultrasecretos. Google [x], el centro de investigación y desarrollo de proyectos futuros de la empresa, se encuentra en un lugar indeterminado, más o menos cercano a los cuarteles centrales de la compañía. Su plan estrella es el desarrollo de unos globos estratosféricos que aseguren en diez años el acceso a internet de la mitad de la población mundial que actualmente está desconectada. El proyecto paralelo de Amazon es Amazon Prime Air, su red de reparto con drones, que actualmente son híbridos de avión y helicóptero, con un peso de veinticinco kilos. Desde el pasado mes de agosto ha cambiado la regulación de la Federal Aviation Administration de Estados Unidos, facilitando el vuelo de drones con motivos comerciales y haciendo que sea muy sencillo acceder al certificado de piloto de drones. Viva el *lobbying*.

Que el cielo se llene de repartidores robóticos de galletas Oreo, perritos de peluche, monopatines, tostadoras, patitos de goma y... libros.

A diferencia de Facebook y de Google, que tienen que lidiar con la posibilidad de que tu nombre y tus datos sean falsos, que hacen todo lo posible para conseguir tu número de teléfono porque no te lo pidieron cuando abriste la cuenta, Amazon posee desde el principio todos tus datos reales, físicos, legales. Hasta tu número de tarjeta de crédito. Tal vez no accedan con tanta facilidad a tu perfil sentimental, emocional e intelectual como lo hacen Google o Facebook, pero en cambio saben casi todo lo que lees, lo que comes, lo que regalas. Es fácil deducir el perfil de tu corazón y de tu cerebro a partir de tus cosas. Y el imperio nació de las cosas que más prestigio cultural atesoran: los libros. Amazon se apropió del prestigio del libro. Construyó el mayor hipermercado del mundo con una gran cortina de humo en forma de biblioteca.

V. PORQUE NO QUIERO QUE ME ESPÍEN MIENTRAS LEO

Todo empezó con un dato.

En 1994 Bezos leyó que la *world wide web* crecía a un ritmo mensual de nuevos usuarios del 2.300%, dejó su trabajo en Wall Street, se mudó a Seattle y decidió empezar a vender libros por internet.

Desde entonces los datos se han ido multiplicando, se han ido agrupando orgánicamente en forma de monstruo con tentáculos o de nube tormentosa o de segunda piel: nos hemos ido convirtiendo en datos. Los dejamos en las miles de operaciones cotidianas que dibujan nuestras huellas dactilares por internet. Los emiten los sensores de nuestro móvil. Estamos escribiendo constantemente nuestra autobiografía con nuestros teclados, con nuestras acciones, con nuestros pasos.

El pasado Día del Libro, Amazon reveló cuáles fueron las frases más subrayadas durante estos cinco años de plataforma Kindle. Si lees en su dispositivo, lo saben todo sobre tus lecturas. En qué pági-

nas las abandonas. Cuáles concluyes. A qué ritmo lees. Qué subrayas. La gran ventaja del libro en papel no es su portabilidad, su duración, su autonomía ni su relación íntima con nuestros procesos de memoria y aprendizaje, sino su desconexión permanente.

Cuando lees un libro en papel la energía y los datos que emites a través de tus ojos y tus dedos son sólo tuyos. El Gran Hermano no puede espiarte. Nadie puede quitarte esa experiencia ni analizarla ni interpretarla: es sólo tuya.

Por eso Amazon ha lanzado la campaña mundial «Kindle Reading Fund»: supuestamente para incentivar la lectura en los países pobres, en realidad para acostumar a una nueva generación de consumidores a leer en pantalla, para poder estudiarlos, para tener datificados los cinco continentes. Por eso el Grupo Planeta –corporación multimedia que aglutina a más de cien empresas y que es el sexto grupo de comunicación del mundo– está invirtiendo en escuelas de negocios, academias e instituciones universitarias: porque quiere mantener niveles altos de alfabetización que aseguren las ventas en el futuro de las novelas que hayan ganado el premio Planeta. A ver quién gana.

Y sobre todo: a ver si ganamos todos.

VI. PORQUE DEFIENDO LA LENTITUD ACCELERADA, LA RELATIVA PROXIMIDAD

Ha llegado nuestro momento.

Amazon se apropió de nuestros libros. Nosotros nos apropiaremos de la lógica Amazon.

Primero, convenciendo al resto de lectores de la necesidad del tiempo dilatado. El deseo no puede ser inmediatamente colmado, porque entonces deja de ser deseo, se vuelve nada. El deseo debe durar. Hay que ir a la librería; buscar el libro; encontrarlo; hojearlo; decidir si el deseo tenía razón de ser; tal vez abandonar ese libro y desear el deseo de otro; hasta encontrarlo; o no; no estaba; lo encargo; llegará en veinticuatro horas; o en 72; podré echarle un vistazo; lo compraré finalmente; tal vez lo lea, tal vez no; tal vez deje que el deseo se congele durante días, semanas, meses o años; ahí

estará, en el lugar que le corresponde en la estantería correspondiente, y siempre recordaré en qué librería lo compré y cuándo.

Porque la librería te regala el recuerdo de la compra. Comprar en Amazon, en cambio, iguala una experiencia a la anterior y a la siguiente. Difumina el contorno de cada lectura, las vuelve borrosas.

Una vez hayamos conquistado nuestro tiempo y nuestro deseo, tal vez llegue el momento de dar un paso más y poner en las estanterías de todo. No temamos la mezcla –que es lo que nos hace humanos. Que en las librerías haya café y vino. Que las botellas de vino argentino estén junto a las obras completas de Borges, los CD de Gotan Project, *El Eternauta*, la filmografía de Lucrecia Martel, los libros de Eterna Cadencia, un vinilo de Mercedes Sosa, *El hambre* de Martín Caparrós y tres biografías de Carlos Gardel (aunque no fuera argentino).

O, mejor aún, olvidemos las categorías nacionales como olvidamos los géneros aristotélicos. No existen ya las unidades de tiempo ni las de espacio. En el siglo XXI no tienen sentido las fronteras. Ordenemos los anaqueles temáticamente, mezclemos en ellos los libros con los cómics, los DVD con los CD, los juegos con los mapas. Apropiémonos de la mezcla de los almacenes de Amazon, pero creando sentidos. Itinerarios de lectura y de viaje. Porque, aunque dependamos de las pantallas, no somos robots. Y necesitamos las librerías de cada día para que sigan generando las cartografías de todas esas lejanías que nos permiten ubicarnos en el mundo.

VII. PORQUE NO SOY INGENUO

No: no lo soy.

No soy ingenuo. Veo series de Amazon. Compró libros que no se pueden conseguir de otro modo en IberLibro.com, que pertenece a AbeBooks.com, que en 2008 fue comprada por Amazon. Busco constantemente información en Google. Y le regalo constantemente mis datos, más o menos maquillados, también a Facebook.

Sé que son los tres tenores de la globalización.

Sé que su música es la del mundo.

Pero creo en la resistencia mínima y necesaria. En la preservación de ciertos rituales. En la conversación, que es arte del tiempo; en el deseo, que es tiempo hecho arte. En silbar, mientras paseo entre mi casa y una librería, melodías que sólo yo escucho, que no pertenecen a nadie más.

Los libros que no están descatalogados siempre los compro en librerías físicas, independientes, de confianza.

Eso hice, por ejemplo, el otro día. Fui a Nollegiu, la librería de mi barrio, y me compré *Acerca de la ciudad*, del arquitecto y pensador Rem Koolhaas. Y mientras me tomaba un café, allí mismo leí: «A veces una ciudad antigua y singular, como Barcelona, al simplificar excesivamente su identidad, se torna Genérica». Transparente, añade. Intercambiable: «como un logotipo».

El libro, por cierto, fue editado por Gustavo Gili en esta misma ciudad, cuando su sede era otra de la que es ahora.