De librerías y libreros

Encuentros y pasiones

Librería Carlos Fuentes
EDITORIAL UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA
ASOCIACIÓN DE EDITORIALES UNIVERSITARIAS DE AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE

De librerías y libreros

Encuentros y pasiones

De librerías y libreros

Encuentros y pasiones

Librería Carlos Fuentes
EDITORIAL UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA
ASOCIACIÓN DE EDITORIALES UNIVERSITARIAS DE AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE

Ricardo Villanueva Lomelí
Rectoría General

Héctor Raúl Solís Gadea
Vicerrectoría Ejecutiva

Guillermo Arturo Gómez Mata
Secretaría General

Missael Robles Robles
Coordinación del Corporativo
de Empresas Universitarias

Librería
Carlos Fuentes

Verónica Mendoza Urista
Dirección de la Librería Carlos Fuentes

EDITORIAL
UNIVERSIDAD
DE GUADALAJARA

Sayri Karp Mitastein
Dirección de la Editorial

ASOCIACION DE EDITORIALES
UNIVERSITARIAS DE AMERICA
LATINA Y EL CARIBE

Sayri Karp Mitastein
Universidad de Guadalajara
Presidencia

Marybel Soto-Ramírez
Universidad Nacional de Costa Rica
Vicepresidencia septentrional

Juan Felipe Córdoba Restrepo
Universidad del Rosario
Vicepresidencia andina

Daniela Verón
Universidad Nacional de San Martín
Vicepresidencia atlántica

Primera edición electrónica, 2019

Textos
© 2019, Tomás Granados Salinas
y Francisco Goyanes

D.R. © 2019, Universidad de Guadalajara

Librería Carlos Fuentes
Periférico Norte 1695
Parque Industrial Belenes Norte
45100 Zapopan, Jalisco

www.libreriacarlosfuentes.mx

Editorial Universidad de Guadalajara
José Bonifacio Andrada 2679
Colonia Lomas de Guevara
44657 Guadalajara, Jalisco

www.editorial.udg.mx
01 800 834 54276

ISBN XXX-XXX-XXX-XXX-X

Noviembre de 2019

Hecho en México
Made in Mexico

Se prohíbe la reproducción, el registro o
la transmisión parcial o total de esta obra
por cualquier sistema de recuperación de
información, sea mecánico, fotoquímico,
electrónico, magnético, electroóptico, por
fotocopia o cualquier otro, existente o por existir,
sin el permiso por escrito del titular de los
derechos correspondientes.

Índice

7 **Presentación**

15 **Introducción**
Elogio a la clasificación

21 **Ser librero**
La profesión, el oficio y la formación

53 **Transformación**
Una mirada a la diversidad

91 **Formación de públicos**
Comunidades lectoras, conversaciones y ventas

131 **Políticas públicas**
El fortalecimiento de las librerías y las fronteras del libro

169 **Epílogo**
Paredes y vitrinas

177 **Participantes**

Presentación

Verónica Mendoza
Librería Carlos Fuentes
Sayri Karp
Editorial Universidad de Guadalajara

El proyecto de la Librería Carlos Fuentes inició hace poco más de 3 años y se incubó en la Editorial de la Universidad de Guadalajara; aunque ahora funciona de forma independiente, ambas empresas colaboramos y desarrollamos proyectos conjuntos que enriquecen nuestro quehacer cotidiano. Hemos trabajado en la construcción del modelo de librería que creemos responde a las necesidades de la ciudad en la que vivimos, a una institución como la Universidad de Guadalajara que nos permitió sumergirnos en esta tarea y en una tradición que ha valorado al libro como un elemento fundamental para la sociedad.

El interés en convocar y generar un espacio permanente de trabajo y reflexión nos recordó una experiencia cercana: hace 3 años en coordinación y complicidad con las diversas asociaciones de editoriales universitarias en América Latina realizamos la publicación *De libros, conocimiento y otras adicciones*, en donde a través de las voces de más de 130 editores tuvimos una radiografía sobre su papel e importancia en la industria, así como sus preocupaciones, entre ellas, la distribución y la falta de visibilidad en librerías y puntos de venta de sus respectivos países.

Ante el resultado de este precedente nos planteamos el reto de realizar de nuevo un ejercicio colectivo teniendo como punto de partida el I Foro Internacional de Librerías, un espacio en el que esperamos que la presencia y la voz del mayor número de libreros sea el estímulo para compartir nuestro trabajo y ver el de los demás, para desde ahí pensar de manera colectiva, respetando diferencias y posiciones, pero buscando siempre satisfacer esa necesidad de tender un puente

con el otro a través de la lectura y los escenarios que esto nos plantea. Compartir cómo nos concebimos es fundamental para propiciar un diálogo en el que haya claridad sobre diferentes puntos que nos permitan reconocer las coincidencias y las conversaciones por venir. Conocer de primera mano la información relevante sobre nuestras experiencias, características específicas, la situación actual del mercado y de nuestra profesión aclarará en qué punto nos encontramos y hacia dónde vamos con el objetivo de lograr una mayor sensibilidad entre los miembros del ecosistema del libro y de la sociedad sobre el papel fundamental del librero y las librerías.

Iniciar una conversación no siempre es tarea fácil. Ni qué decir de que se prolongue de manera fluida y supere los escollos en los que pueda caer. Estas y otras dificultades siempre van a estar presentes, razón por la cual decidimos estructurar nuestro encuentro desde una reflexión inicial sobre la condición misma de ser librero. En este sentido definirse o definir lo que se hace implica muchas cosas, no sólo los alcances de un quehacer, de un oficio vinculado al libro, a la lectura y a un espacio determinado, sino también a formas desde las cuales se asume la vida, las relaciones con el otro, con el lector. Además, no todos los libreros somos iguales, ni todas las librerías responden a los mismas necesidades o contextos. En el oficio del librero en Latinoamérica, y en el mundo entero, convergen excepciones y contrastes que determinan nuestra labor como eslabón final de la cadena del libro.

A continuación, hacemos un planteamiento sobre 4 líneas generales que nos permite ver diferentes escalas, niveles de complejidad y acción sobre los cuales hay que volver con regularidad y tener señalados en el tablero para no descuidar avances o permitir estancamientos.

Ser librero. La profesión, el oficio y la formación

Los primeros acercamientos al libro y la lectura definen una manera de comprender esa relación tan profunda con el oficio del librero. Pero de esta fascinación por los libros y por los anaqueles dispuestos para

el lector sin restricción alguna, a emprender una librería hay una distancia enorme. Las imágenes recurrentes de sosiego y recogimiento a media luz son prácticamente producto de la fantasía. Para ser librero es necesario comprender y establecer un modelo de negocio, una estructura que haga posible el funcionamiento de un establecimiento que comercia con libros, sin importar sus dimensiones y apuestas, teniendo en cuenta lo que esto puede llegar a significar y las implicaciones que pueda tener en lo económico, en lo social y en lo cultural. Desde la elección y disposición de una serie de libros en un espacio determinado, la conformación de un equipo y una serie de roles, pasando por las tareas permanentes que implican la solicitud de títulos, levantar cajas, realizar cortes, pagos y otra infinidad de labores administrativas —las cuales pasan totalmente desapercibidas para los visitantes— sin descuidar el contacto con cada una de las personas que entran a nuestros espacios, lectores furibundos o no, hacen parte del oficio del librero.

Es un quehacer que requiere tiempo y pericia para afinar el olfato, además de lectura permanente; una formación marcada por la observación y la figura de los maestros debido a que en nuestro medio son escasas las oportunidades para profesionalizar y especializar cada uno de los roles que componen el buen funcionamiento de una librería en sus diferentes posibilidades, y que por eso mismo exige la aparición de nuevos formatos y espacios para la construcción y divulgación de conocimientos sobre esta labor, así como el fortalecimiento y la construcción de redes que incentiven el diálogo entre pares. Un panorama cada vez más claro en este sentido permitiría que las diferentes agremiaciones del sector del libro en Latinoamérica, los sectores encargados de las políticas públicas y la academia jueguen un papel protagónico en el fortalecimiento de la cadena del libro.

Ahora, la revolución tecnológica que hemos vivido en los últimos años, a diferencia de las predicciones fatalistas acerca de la supervivencia del libro, han permitido una convivencia entre los formatos y la posibilidad de ampliar el acceso a información y fondos que antes era mucho más difícil tener a la mano, además de nuevas formas de relación con el público amén de las redes sociales y herramientas in-

formáticas que permiten un manejo más estricto del de los inventarios, las devoluciones y la facturación, por mencionar sólo algunos aspectos cada vez más importantes en el ejercicio profesional

Transformación. Una mirada a la diversidad

El libro, a lo largo de su historia y a través de cada uno de los cambios que ha vivido —de los rollos de papiro al códice y luego a la convivencia de diferentes soportes disponibles actualmente—, ha sido un bien preciado para diferentes tipos de lectores. Los libros tienen precio y valor. Han dinamizado la vida cultural de los hombres y también su economía. Hoy por hoy la industria editorial y el entorno en el que vivimos imponen ciertas lógicas que, a su vez, contienen o permiten infinidad de posibilidades. El mercado y sus transformaciones pueden aparecer como un todo difuso que se extiende sin control, que homogeniza e impone cierto tipo de contenidos, pero esto encuentra respuestas en diferentes orillas, alternativas que enriquecen y dinamizan los escenarios que brindan filones por descubrir y explorar.

Por esta razón consideramos que el primer aspecto por abordar son las diferentes formas de enfrentar los comportamientos de un mercado, sin olvidar la necesidad de construir y preservar una diversidad en la oferta y una identidad en el espíritu de las librerías teniendo en cuenta, además, que las personas leen impulsadas por intereses variados y se enfrentan a muchas más opciones, que no son sólo de libros. En este orden de ideas, el espacio de la librería y la labor del librero requieren una reflexión constante sobre esta situación, un cuestionamiento permanente sobre la sostenibilidad y las motivaciones que dan sentido a este tipo de empresas (asumiendo, obviamente, todos los sentidos de la palabra), a una pasión, a una forma particular de entender y asumir la lectura, la relación con sus lectores y el funcionamiento de la industria.

Formación de públicos. Comunidades lectoras, conversaciones y ventas

La creación y larga vida de una librería depende indispensablemente, o al menos en la mayoría de los casos, de consolidar un público, una comunidad, que acuda a su espacio y compre libros. Cientos o miles de personas visitan nuestras librerías porque valoran su importancia como escenario calificado de intermediación con el libro. Pero esta relación con los lectores, ese diálogo, no necesariamente es fácil, no siempre las condiciones y el entorno están dados y por ello hay que encontrar formas efectivas de estrechar los vínculos con esos lectores, de encontrarlos y, en ciertas ocasiones, de formarlos.

La manera de entender la relación del oficio del librero y el deber ser de la librería establece una trayectoria compartida con el lector, un ejercicio constante, siempre creativo e imaginativo, para poner al alcance el libro que alguien busca, que quiere o por el cual está dispuesto a dejarse sorprender, mientras se hacen posibles nuevos caminos y estrategias para hacer de las librerías negocios rentables y lugares vivos gracias a un público en crecimiento.

Políticas públicas. El fortalecimiento de las librerías y las fronteras del libro

El universo en el que se instalan las librerías no es sencillo ni ideal. La lectura como un derecho y un ejercicio democrático exige una articulación con niveles que superan el espacio inmediato de las librerías. Es necesario pensar en un ecosistema, en sus relaciones, en sus equilibrios, matices y posibilidades. Frente a esto lo público y las políticas de estado adquieren una relevancia trascendental y, lamentablemente, se muestra como un escenario que requiere mayor trabajo, cohesión y diálogo.

La relación con la educación y la cultura como procesos dinámicos y permanentes en los que los intereses de todos los participantes encuentren respuestas debería reducir las restricciones para el ejercicio del oficio librero y el acercamiento a la lectura. Es un camino largo que se ha recorrido con mayor o menor éxito y que no puede abandonarse, una tarea permanente que implica estrechar vínculos entre libreros y librerías, ampliar la mirada y conseguir una voz cada vez más fuerte y clara. Latinoamérica, a pesar de los pasos dados, tiene mucho por hacer y entender, por lo cual es necesario propiciar encuentros y diálogos que fortalezcan los diferentes niveles de articulación en cada uno de los países y como región. Pensar, por ejemplo, en la lengua común y en las fronteras que nos unen como una posibilidad de ampliar el impacto de la producción de conocimiento e información que tiene lugar en cada uno de nuestros países es una necesidad para los creadores, los públicos y cada eslabón de la industria del libro como garantía para alcanzar una sociedad lectora.

Agradecemos la respuesta de los 61 libreros de 11 países de Latinoamérica que de forma generosa compartieron su experiencia y conocimiento para dar vida a esta publicación. Libreros independientes, universitarios, de grandes cadenas, de barrio y especializados nos compartieron su realidad, sus preocupaciones, lo que han logrado, lo que tienen por lograr, sus necesidades más inmediatas para llevar a buen puerto y mantener con éxito y con vida esta empresa tan particular, la librería. Ha sido enriquecedor conocer las anécdotas e historias de vida que han llevado a cada uno de nosotros a ser libreros.

A lo largo del libro encontrarán una diversidad de realidades y experiencias sobre los temas antes planteados, así como también 2 aportaciones especiales: una de Tomás Granados, editor y fundador de la editorial Grano de Sal, quien nos comparte su visión sobre las librerías desde su experiencia como editor y gran promotor a favor del desarrollo de la industria en México; y segunda de Paco Goyanes de Librerías Cálamo en Zaragoza, España, quien fue un

gran apoyo y un buen cómplice en la creación de la Librería Carlos Fuentes y a quien invitamos a compartir su sentir sobre esta gran tarea de ser librero.

Agradecemos al equipo de la Librería Carlos Fuentes y de la Editorial de la Universidad de Guadalajara. Los invitamos a disfrutar de este encuentro de ideas, de voces, de pasiones y de compromisos de todos aquellos dedicados a esta labor, a este oficio tan enriquecedor.

Participantes

57 librerías

61 libreros

11 países de América Latina

Argentina · Bolivia · Brasil · Colombia · Costa Rica · Chile · Ecuador · México · Panamá · Perú · Uruguay

Introducción
Elogio a la clasificación

Tomás Granados Salinas
Grano de Sal ▪ Ciudad de México, México

Los libros impresos de hoy se parecen mucho a los que salieron de las flamantes prensas de Gutenberg. Sí, el liviano papel de celulosa no tiene nada que ver con el pergamino de las primeras biblias, los esculturales tipos móviles que talló el orfebre alemán no pasan de ser ancestros de la tipografía digital del presente, la actual rapidez de composición y reproducción confirma que Johannes no deliraba al empeñarse en encontrar una forma veloz de saciar la sed de conocimiento y solaz de los lectores. Aún hace poco más de dos siglos, los oficios de editor, impresor y librero confluían en una misma persona: ese hombre de libros —no hay sesgo de género al omitir a las mujeres de este retrato, sino la expresión estadística de un hecho histórico— debía ocuparse de la selección de las obras, de la marcha de las prensas, de la venta de los pliegos impresos (no encuadernados, esa era una función de la que se hacía cargo el comprador para dejar su impronta en el ejemplar terminado) y, cosa más trabajosa, del engrasado de la maquinaria financiera que permitía la producción masiva de ejemplares. En nuestros días, la norma es que las funciones técnicas sean atendidas por especialistas, que acaso intuyen lo que hacen sus colegas pero rara vez han experimentado los quebraderos de cabeza que los demás padecen.

La oceánica oferta de lectura, las innovaciones del comercio electrónico, la batalla por el tiempo libre y por la atención del público se cuentan entre los factores que están dando forma a las tiendas de libros del siglo XXI. La indudable crisis de la librería como principal

punto de venta ha exigido que quienes pasan sus días organizando mesas de novedades, secciones temáticas y vitrinas de temporada identifiquen la médula de su oficio. Esa reacción es en parte en defensa propia, pues está en riesgo la supervivencia misma de esta variedad del comercio libresco, y por otra parte es una ocasión para reinventarse, con todo lo festivo de ese tipo de ejercicios. Por eso es de agradecerse la iniciativa de someter a decenas de libreros a un interrogatorio cariñoso y a la vez exigente, como el que ha dado origen a *De librerías y libreros. Encuentros y pasiones*; como en todo afán introspectivo, el mero hecho de plantear una pregunta oportuna e incisiva es parte de la respuesta.

Aventuro dos funciones esenciales que deben desempeñar los libreros de hoy. Una es la invención de formas de clasificar los libros para hacerlos relevantes al público, concebido no como una homogénea masa de compradores, sino como una confederación de intereses puntuales e irrepetibles, individuos que comparten aficiones, preocupaciones, anhelos. La división tradicional en áreas temáticas o en tipos de obra (libros de texto en el exhibidor de aquí, *coffee table books* en la ventana de allá, literatura latinoamericana en el estante de acullá) debería dinamitarse teniendo como inspiración *Emporio celestial de conocimientos benévolos*, una deseable enciclopedia china que Borges inventó para nosotros, en cuyas "remotas páginas está escrito que los animales se dividen en (a) pertenecientes al Emperador, (b) embalsamados, (c) amaestrados, (d) lechones, (e) sirenas, (f) fabulosos, (g) perros sueltos, (h) incluidos en esta clasificación, (i) que se agitan como locos, (j) innumerables, (k) dibujados con un pincel finísimo de pelo de camello, (l) etcétera, (m) que acaban de romper el jarrón, (n) que de lejos parecen moscas". Nótese, amén de la deliciosa formulación de cada una, que algunas categorías son diminutas y otras enormes, que las hay de una generalidad aburridísima y tan específicas que cuesta trabajo imaginar qué pondremos en ellas, y nótese también que un bicho puede acomodarse en varias (y seguramente, si omitimos la antepenúltima opción, hay algunos que no entrarían en ninguna).

Ya me gustaría ver una librería tan borgiana (es decir, tan radicalmente audaz) a la hora de ordenar su oferta, pero un ejemplo de esa

ingeniosa parcelación es lo que está haciendo en Bogotá Wilborada 1047 con sus secciones estructuradas en torno a los sentidos (libros que apelan a la vista: arquitectura, fotografía y diseño, o al gusto: gastronomía, recetarios e historia de la comida); otro es lo que hace La Central al ignorar deliberadamente su condición de librería en territorio de lengua española y acomodar volúmenes en otros idiomas en cada sección, bajo el supuesto de que algunos de sus clientes preferirán el libro original o provienen de otro ámbito lingüístico (en ambas, conviene decirlo al menos entre paréntesis, se rehúyen las pilas de unos pocas obras y se prefiere la microadministración de los ejemplares: muchos títulos, pocas unidades, atención maniática a la rotación y las reposiciones).

Al clasificar de modo creativo se producen contigüidades significativas, inesperadas, jocosas, iluminadoras, que es la otra función del librero de nuestros días. Ya se sabe que una librería es la tienda que no suele tener el producto que estás buscando, pero a cambio te presenta un millar de alternativas, algunas mejores que la que tenías en mente al traspasar su umbral. Sin algún criterio ordenador, la diversidad se experimenta como un castigo; la curaduría —para usar una palabra pedante con que hemos venido a sustituir la humilde función de seleccionar con buen juicio— es uno de los servicios que ofrece el librero, a menudo sin que los clientes la perciban, la aprecien y, vaya crueldad, estén dispuestos a pagar. Una consecuencia natural de estas sabrosas revolturas conceptuales es que una misma obra puede ir a parar a varios cajones, y en cada uno de ellos, por los demás libros que la acompañan, puede hacer un aporte distinto. Otras formas de estructurar la abundancia son las actividades cada vez más frecuentes en las librerías: a las presentaciones y charlas con autores se han venido a sumar talleres literarios, círculos de lectura, viajes temáticos, veladas gastronómicas de inspiración literaria, siempre con el deseo de "crear comunidad", propósito cursi que sin embargo sintetiza de maravilla el ánimo contestatario con que las personas se enfrentan a los anónimos y distantes colosos del mundo actual, como Amazon o las cadenas de librerías impermeables a la condición híbrida del producto que venden.

Lo complicado de los nuevos retos profesionales del librero es que no pueden enfrentarse sin olvidar el desafío esencial de toda actividad productiva: la rentabilidad, que no es otra cosa que la expresión numérica de que hay sintonía con un volumen mínimo de compradores. Solemos asociar la imaginación con quienes producen el contenido de los libros, no con quienes se ocupan del tramo final, en contacto directo con el lector. Convendría reconocer y estimular toda la creatividad que se necesita ahí, en el terreno, de suerte que las aptitudes empresariales, mercadotécnicas y administrativas se vean bañadas con una nueva luz. La celebrable iniciativa intelectual de organizar una tienda exige un correlato con los pies en el mercado, que sepa compaginar la métrica de un soneto con la de un estado de resultados.

Nos quiere hacer creer la Real Academia de la Lengua que la pasión es "lo contrario a la acción"; el librero hoy sabe del anacronismo de esa tercera acepción: la entrega, el entusiasmo, incluso el deseo y la emoción, que son los componentes de cualquier pasión, están en la base misma de todas sus acciones. Es de celebrar que estas páginas hagan que se encuentren, convivan y se multipliquen las acciones de nuestros libreros, cómplices esenciales en la búsqueda del lector. Me muero de ganas de ver cómo está clasificado este volumen.

Antigüedad

11 librerías cuentan con más de 25 años de existencia

9 20 a 25 años

4 15 a 20 años

6 10 a 15 años

8 5 a 10 años

19 2 a 5 años

Ser librero

La profesión, el oficio y la formación

Las librerías son lienzos en blanco a la espera de quién las dibuje, diseñe y pinte; bastidores que admiten todos los estilos, corrientes y gustos.

Paco Goyanes

Desde los 18 años empezó mi vinculación laboral con el sector del libro y con una intención muy personal de convertir tal oficio en la profesión de mi vida. Desde que fui auxiliar en una pequeña librería hasta la dirección general en Lerner, pasando por la experiencia editorial (mínima pero enriquecedora), manejo de la importación y distribución de un importante grupo editorial español y promoción de la lectura en colegios, he captado la importancia y proyección que tal oficio entraña. Siempre percibí que lo más importante era cómo me formaba como librera y el desarrollo de propuestas para generar entusiasmo por la lectura de libros. Desde hace más de 25 años he desarrollado actividades de formación de libreros, además, he organizado charlas, conferencias y reuniones con autores, todo con la intención de que la librería se perciba como un espacio de búsquedas, encuentros y una buena alternativa para disfrutar el tiempo de ocio.

La Librería Lerner es un espacio abierto a muchos públicos. La universalidad de su oferta, la organización, la amplitud de los espacios, la preparación y la buena información e interés de los libreros generan confianza y proporcionan una experiencia cabal tanto al lector especializado como al que comienza a desbrozar el camino para desarrollar su hábito lector. Su valor como espacio cultural se fortalece con la nutrida programación, que se materializa en presentaciones de libros, debates universitarios (Conversa), charlas en torno a diferentes expresiones musicales o temáticas históricas. Hay que mencionar además los cursos sobre literatura, historia y asuntos de interés general. Ahora bien, el semillero de lectores se forma dentro de las múltiples actividades que ofrece el programa "La librería…un espacio para descubrir". La Sala Colombia es otro distintivo que robustece el prestigio de Lerner: allí se expone la abundante y sustancial oferta de libros sobre Colombia y sus autores. Asimismo, la producción editorial de las principales universidades del país tiene espacios destacados y señalizados con su logo institucional. De esta manera, la librería afirma su influencia en la dinámica cultural de la ciudad y va más allá a través de sus redes.

En el largo trayecto que he recorrido, ser librero se confunde con mi vida. Este camino me ha llevado por muchos senderos, andados sola o de la mano de alguien. Es imposible desprenderse de la idea de que

cuando algo sorprende atiza la curiosidad, o cuando percibimos un rasgo de la condición humana, la profundidad, ironía o sutileza de un juego de palabras, una sentencia o moraleja, el cómo y el por qué de lo que hacemos y sentimos, incluso la certeza de lo infinito y de la muerte, todo esto ya, desde hace rato, alguien lo plasmó en un libro. Conocer, aplicar y mejorar procesos y procedimientos administrativos que mantengan la viabilidad económica de la librería, es el otro aspecto que te proyecta como tal, dándole continuidad y espacio para el desarrollo del oficio.

Creo que una librería es una metáfora de la diversidad, que capta lo permanente en lo cambiante, y para el caso de las librerías es precisamente la gente: gente que se pregunta, que trata de responder a preguntas, que busca otras respuestas y plantea nuevas preguntas, que se deleita con una frase, que ama el ruidoso silencio de las palabras atrapadas, que ama a otra gente, que destruye y construye, que miente y olvida. Ese montón de gente, siempre diferente, que se sumerge en la multiplicidad de los libros porque sabe que allí encontrará un igual o algo que lo inspirará. La diferencia se marca cuando sabes escuchar, cuando el lector llega con su búsqueda y emerge la empatía porque entiendes que hay algo importante y necesario para él.

La identidad se conserva cuando se es consciente de que te vuelves parte de la identidad de otros y esos otros hacen parte de la nuestra —son espacios que se complementan—, y en ese contexto se es capaz de captar que incluso al sugerir un mismo libro cada uno maneja una perspectiva prescriptora diferente. El carácter de la librería se forma reconociendo unas necesidades, un entorno, las posibilidades de satisfacer los requerimientos a través de una propuesta bibliográfica robusta, actualizada y que contiene lo fundamental en cada una de las temáticas. Es probable que ciertos libros o líneas editoriales se vendan mucho y que algo riñan, pero no hay por qué dejar de tenerlos mientras no invadan y desfiguren la tradición y vocación con la que cada librería ha configurado su carácter. La presencia de las pequeñas editoriales, con sus rescates, nuevas traducciones y temáticas novedosas, profundizan el aspecto diferenciador.

El rol de los libreros es de gran importancia, pues es quien le pone el alma a una actividad que sin mística derivaría en lo prosaico. Esa mística

emerge del interés y la vocación, que se alimentan de la comprensión de lo que está contenido en un libro: un espíritu inquieto que busca dar sentido a algún aspecto de lo humano y cuya exacta expresión se hace a través de la palabra escrita. Un auténtico librero se emociona y vibra ante la infinidad de preguntas, respuestas y alcances que se hallan en los libros y en las búsquedas y puntos de vista de los lectores. Siente un poco de temor ante la posibilidad de no acertar cuando alguien busca un apoyo, un acompañamiento o una guía para encontrar el camino que lo llevará a la respuesta o a más preguntas. El librero, también lector, conoce el ánimo expectante de quien se sumerge en la palabra creadora y ordenadora de mundos, en los pensamientos de otros que no le son indiferentes. El auténtico librero respeta las decisiones del lector, pero también sugiere. Sabe escuchar, en el sentido de entender o más bien de aprehender la dirección de la búsqueda y la emoción o necesidad que la acompaña. Cada lector es un mundo aparte y la relación se va consolidando entre actos de adivinación, intuición, coincidencia de saberes, gustos, o porque ese camino ya había sido recorrido de la mano de otro lector que, como muchos, se convierte en maestro y apoyo en la labor librera.

En nuestro país no hay una carrera académica formal para ser librero, por tanto, el aprendizaje es empírico. Existen aspectos generales que deben aprenderse y que tienen que ver con la organización y limpieza de la librería; el "trapito" que se pasa por los libros no es sólo para quitarles el polvo, sino también para reconocerle: autor, título, editorial, temática, ubicación. La capacitación y formación de los libreros es una constante que se concreta en charlas dictadas por académicos sobre temas literarios e históricos. También se procuran encuentros con autores y editores para escuchar sus argumentaciones acerca de los libros publicados y la intención de sus catálogos. Entre los mismos libreros, a través de redes internas, se da un fluir constante de información sobre novedades, reseñas, comentarios de lectores acerca de temas y libros relacionados o de cómo se resolvió la solicitud específica, a veces muy exigente, de un lector. Con lo anterior, se refuerza el conocimiento del acervo bibliográfico existente o por recibir.

Hablando acerca del mercado del libro, para el caso colombiano es claro que se concentra en Bogotá, y dentro de ella se forma un corredor

que está definido por la presencia de universidades y centros culturales de carácter público. La más emblemática de nuestras librerías está ubicada en un punto estratégico del centro de la ciudad, rodeada por importantes universidades que contribuyen a darle el perfil académico general que ostenta, y el énfasis en literatura y ciencias sociales en particular. Además, el área de literatura infantil y juvenil está bien definida por el diseño, la ubicación que no aísla a los pequeños de la parte dedicada al público adulto y la oferta bibliográfica; se alienta la visita y permanencia de los niños en la librería con un trato amable y proporcionándoles el fácil acceso a los libros, que se refuerza con actividades lúdicas y de entretenimiento relacionadas con la narrativa oral y escrita.

Respecto al tema de las políticas públicas, lo más destacable en nuestro país es que los libros no tienen IVA y que la importación de libros de carácter científico y cultural está exenta de todo arancel, impuesto o tributación especial, gravamen para-arancelario, depósito previo, censura o calificación. La ley 98 de 1993 es la Ley del Libro por medio de la cual se dictan normas sobre democratización y fomento del libro colombiano; cuenta con otras normas que inciden directamente sobre las librerías, por ejemplo, las de carácter tributario, mitigando un poco el peso que tal rubro tiene en las cuentas del balance y liberando recursos para la gestión administrativa y comercial de las mismas. En el caso del Impuesto de Industria y Comercio (ICA) que se aplica sobre los ingresos netos, la exoneración es de por lo menos el 70%. Y por inversión propia totalmente nueva que se dedique al ensanche o apertura de nuevas librerías o de sucursales de las ya establecidas, tendrá efectos deducibles en la renta. Estimular el hábito de la lectura, la creación y desarrollo de librerías en todo el país y la capacitación de libreros se contemplan como posibilidades aprovechables que deben ser tramitadas. Adicionalmente, cada gobierno tiene un Plan Nacional de Lectura y de Fortalecimiento de Bibliotecas y ejecuta grandes compras de libros, pero de las que las librerías quedan excluidas porque son negociaciones que se manejan directamente con las editoriales. Por su baja capacidad de negociación (entiéndase aquí ofrecer amplios descuentos y no poder fungir como distribuidores exclusivos de sellos editoriales), las librerías quedan con pocas posibilidades de participar en condiciones equita-

tivas con distribuidores y editoriales en las licitaciones públicas para proveer material bibliográfico a universidades y entidades públicas.

La conformación de la Asociación Colombiana de Librerías Independientes (ACLI) ha sido fundamental para la estabilidad y visibilidad de las pequeñas y medianas librerías, ya que sus estatutos definen los objetivos de representación ante entes privados y estatales, los cuales velan por la defensa de los intereses culturales y profesionales, y facilitan mejores condiciones para el desarrollo cuantitativo y cualitativo de los libreros de todo el país.

Con sus 60 años de trayectoria, la Librería Lerner demuestra que la manera en que ha sido concebida y manejada le ha dado la estabilidad necesaria para permanecer como librería de fondo, efectuando los cambios y actualizaciones tecnológicas a tiempo y sin improvisaciones. Otro elemento importante ha sido el manejo riguroso de sus recursos, especialmente en los periodos de crisis no sólo propios sino también de la economía en general, manteniendo una actitud de respeto por sus libreros, clientes y proveedores, al reconocer que ellos son socios imprescindibles. Con tales luces, Lerner se proyecta para ocupar espacios en otras regiones del país, y es importante destacar la consolidación de su tienda virtual, que refleja la calidad no sólo del contenido bibliográfico, sino también del servicio, dándole una presencia global a su propuesta. Por supuesto que pensar en una librería es pensar en un lugar de encuentros apacibles pero intensos, porque hoy la barahúnda en los espacios públicos, la inmensidad y espectacularidad de los diseños de los centros comerciales, el apabullante frenesí de mostrar la novedad y la presión de la compra por impulso, no dan sosiego al cuerpo ni a la mente.

Mi relación con la lectura ha sido y es permanente. No sé si leo poco o mucho, pero de lo que sí estoy segura es que leo con provecho para el espíritu, para entender mejor nuestra humanidad, para abrir los ojos y ver que todo es infinito, nada se cierra con una sola mirada, y para escuchar muchas voces, que confunden o aclaran el panorama. De lo que también estoy segura es que las lecturas elegidas me dejan siempre en un estado grato de inquietud y de conciencia de que no hay certezas. Cuando era muy joven una circunstancia económica difícil me obligó a trabajar para poder sostenerme y continuar estudiando, y

ahí fue donde se me presentó la oportunidad de trabajar en una librería. Yo no entendía mucho eso de vender, pero sí de las sorpresas que depara un libro. Me parecía que eso de contar de qué iba la historia o de descubrir para alguien el libro donde se hallaba lo que buscaba, era muy divertido y estimulante. Terminada mi carrera (Economía) no opté por ejercerla porque intuía que mi camino profesional ya se había abierto: ser librera fue una elección.

Alba Inés Arias Figueroa
Librería y distribuidora Lerner
Bogotá, Colombia

Para mí convertirme en librera fue un descubrimiento y un desafío constante. Es poder compartir con los otros mis lecturas y que los otros compartan conmigo las de ellos. Sobre todo, es una profesión en constante movimiento y de la que jamás podré decir "tarea cumplida". En cuanto a la formación, lo primero que hace un nuevo integrante del equipo es limpiar y acomodar los estantes. La mejor forma de conocer el material es tocarlo. Después, el tiempo enseña.

Liliana Libedinsky
Caleidoscopio Libros
Buenos Aires, Argentina

Ser librero es un oficio que nos permite que la venta de libros sea una excusa para poder alimentar los procesos culturales en nuestro entorno. Más que un inquisidor el librero debe ser alguien que oriente y referencie al lector. Yo inicié La Valija de Fuego después de un forzoso exilio debido a mis opiniones y accionar político. Hoy esta librería es mi trinchera y refugio. En los libros hay caminos, sólo nos resta saber mirar.

Marco Sosa
La Valija de Fuego
Bogotá, Colombia

Una de las premisas para abrir Elegante Vagancia era tener los catálogos completos, en la medida de lo posible, de las editoriales con quienes trabajaríamos. Contábamos ya con colecciones históricas completas o en vía de completarse como Joaquín Mortíz (en sus años independientes), Letras Mexicanas del FCE, Ficción de la Universidad Veracruzana, México y lo mexicano de la antigua librería Robredo, entre muchas más. Libros usados, todos ellos. Nos pareció natural que a las editoriales les resultará atractivo tener un *showroom* donde pudiera verse y comprarse todo su catálogo. Fantaseaba yo de ver libreros repletos con lomos marcados del 1 al 2 000... Fue un trabajo titánico convencer a algunos, otros de manera natural respondieron afirmativamente y gustosos (seguimos teniendo sus colecciones) y la librería fue creciendo su acervo a un buen ritmo, aunque muy pronto se transformó en una pesadilla perseguir a editores y distribuidores para que hurgaran en sus bodegas; y para nosotros deshacernos de libros que probablemente no serán reeditados, así como la falta de espacio para almacenar tantos deseos. Nuestra primera lección fue no confundir librería con biblioteca, cosa nada fácil cuando se trabaja con libros viejos y nuevos y se tiene un afán de coleccionar.

Para mí ser librero es la posibilidad de reunir en un espacio confinado una selección de textos que sean susceptibles de convertirse en objetos de deseo, ya sea por su contenido o por su forma (ediciones agotadas, raras o primeras), así como la posibilidad de crear relaciones entre estos mismos objetos: la biblioteca.

Carlos Ranc
Elegante Vagancia
Guadalajara, México

Para nosotrxs ser librerxs es un compromiso que va más allá de los textos que hacemos circular, pues el espacio que construimos implica el encuentro, la reunión de colectividades y la construcción de espacios para la escucha.

La Cosecha
San Cristóbal de las Casas, México

Hoy esta librería es mi trinchera y refugio. En los libros hay caminos, sólo nos resta saber mirar.

Marco Sosa

Significa vender libros, es decir, un libro no es cualquier producto, es un viaje, una historia; es entrar al pasado, imaginar el futuro, obtener una ayuda, aprender a pensar, a dar pasos, a conocer la opinión de otros, a respetar. Una librería es un mundo particular, donde uno encuentra, siempre, aquello que necesita o busca.

Carla María Berdegue
Librerías Lectura
La Paz, Bolivia

El librero debe ser un humanista. Esto quiere decir, alguien al cual nada de lo humano le es indiferente. Es quien ejerce el papel de mediador entre el autor, el editor y el lector. El último eslabón, pero no el menos importante, en la cadena que se inicia con la idea o la imaginación del escritor y por fin llega a quien es fundamental en todo este proceso: el lector. De mí sé decir, que he sido lector toda mi vida y que en mi familia ha existido una tradición de amor al libro. Mi padre fue librero y bibliófilo y jamás lo vi sin un libro a su lado. ¿Autores favoritos? Borges, Stevenson, Mann, Rulfo, Onetti, Sergio Pitol, Antonio Machado, Canetti, Vargas Llosa… y tantos más cuyos nombres se acumulan en el recuerdo de miles de horas de lectura. Si estos escritores han sido mis maestros en el callado ejercicio de lector, en la vida real fueron mi padre, el dueño de la librería, que era un librero de sangre y hueso, con una enorme pasión por su profesión y la lectura, varios amigos mayores que yo en edad y en sabiduría, quienes inicialmente fueron mis clientes y ahora son entrañables compañeros de tertulia. A lo largo de mi vida profesional he tenido contacto con grandes escritores. Recuerdo a García Márquez, a Saramago, a Vargas Llosa, a Sábato, a Martin Amis, y tantos otros cuya conversación, su conocimiento sobre libros, han sido fundamentales para mí. ¿Anécdotas? ¡Tantas! Pero recuerdo una que tiene gracia y ternura. Alguna vez llegué muy temprano a la librería, y había un chico esperando en la puerta. Le pregunté si buscaba algún libro y que tendría que esperarse por lo menos 2 horas para que se abriera. Él me contestó que no, sólo quería que lo dejara entrar a la librería cuando todavía no

se habían encendido las luces ni entrado nadie. Quería saber qué se sentía. Un poco sorprendido por esta petición, lo dejé entrar. Se detuvo ya en el interior, miró a su alrededor, por un momento se quedó en silencio y luego exclamó: "¡maravilloso!". Me dio la mano efusivamente y luego se marchó. Las librerías son lugares únicos y cada una tiene las características del librero que las ha formado libro a libro, cliente a cliente.

Felipe Ossa
Librería Nacional
Bogotá, Colombia

Ser livreiro é abrir portas de descobertas e caminhos de conhecimento, é ser adubo para construção de vidas, de vivências, de sentimentos. O livreiro convive lado a lado com as lágrimas de gratidão e os sorrisos da alegria, vive a sensação de trazer a liberdade para o pequeno leitor ao entregar o seu primeiro livro ou o livro que tanto desejou. Ser livreiro é deliciar tempos depois ao saber que uma certa jovem da zona rural de um pequeno município do interior do estado da Bahia só permaneceu na universidade para terminar o curso e ser a primeira da família a ter uma graduação por conta de um livro comprado a um preço bem honesto na livraria da sua instituição. Ser livreiro é se encantar com um novo livro de um novo autor da pequena editora do seu estado e fazer este livro caminhar por mãos diversas que levarão estes textos por caminhos nunca antes percorridos. Ser livreiro é saborear aquele livro novo com uma leitura profunda e intensa e já imaginar para quais clientes indicar esta leitura, é acreditar na editora parceira pois conhece o trabalho desenvolvido por esta e se alegrar por cada título vendido. É ter a certeza que cada dia que tem uma livraria aberta é mais um dia de formação social, cultural e afetiva pra comunidade a que ela pertence. Ser livreiro é ter o privilégio de poder trabalhar com a arma mais potente na revolução cidadã de seu território, o livro.

Murillo Almeida Cerqueira Campos
Livraria da UEFS
Feira de Santana, Brasil

Me he encariñado con los libros. Un librero vive rodeado de ellos, es decir de historias, de teorías, de ideas, de conceptos. El librero es quien hace posible que este mundo de conocimiento llegue al resto de la gente. No es un vendedor de libros, es quien establece un vínculo —a manera de guía— con lectores ávidos de sugerencias para sus próximas lecturas. Es quien los ayuda a encontrar ese libro, ese tema, ese autor preciso. Está en sus manos lograr que más gente se aventure a leer, en esta sociedad tan reacia hacia este bello hábito. El oficio de librero está ultra devaluado en mi país. Le toca ser hombre orquesta: bodeguero, cajero, curador, *community manager*, gestor cultural, jefe de inventario, negociador con proveedores, establecedor de puntos de venta, coordinador de logística en ferias del libro… solamente le falta ser cliente. Ardua tarea que las universidades en mi país invisibilizan.

Andrés G. Astudillo
La Librería (Flacso)
Quito, Ecuador

Ser librero es ser un conquistador de mentes, un seductor intelectual, que busca transformar la sociedad, por medio del conocimiento adquirido de los libros. Es creer en la humanidad que puede crear conciencia, aprender y mejorar el entorno, la sociedad, el planeta. Es mantenerse cercano a la gente y escucharla, entender sus necesidades y poder servirle en resolver o acercar la solución. Pero además es poder ir más allá del ser librero, es aprovechar la vasta cultura que generan los libros y sus lecturas para generar otras expresiones artísticas o por lo menos difundirlas.

Bibiana Plasencia ▪ Bernardo Plasencia
Bodet Librería
Ciudad de México, México

Cada librero tiene sus habilidades: algunos conocen los contenidos de los libros, otros son vendedores natos, otros son muy comunicativos, otros tienen la facilidad de arreglar los espacios físicos de manera agradable, pocos tienen la capacidad de toma de responsabilidades y de manejo de personal. Pero lo que los une debe ser la facilidad de entablar un contacto con el cliente, saber atender lo que busca y poder ofrecerle algo que pueda interesarle. En este momento contamos con una serie de libreros con mucha experiencia en el mercado editorial. Es gente que se ha desarrollado durante varios años. Antes de que un empleado esté en la librería hacemos que vayan a ferias y eventos. Ahí valoramos la calidad de atención y gusto por el oficio. Cuando llegan a nuestra librería tratamos de que los libreros entiendan la importancia de manejar información de primera mano; esto quiere decir que estén en contacto con editores y con autores para que puedan transmitir información real al cliente. Tratamos de que, si no lo tienen, desarrollen un gusto por la lectura, el cual les permita entender a sus clientes. Hay una estructura en la que siempre hay un responsable que indica la manera de conseguir que el lector obtenga lo que busca. Este tipo de personal apoya al resto del equipo indicándole como debe de realizar su labor. No nos interesa tener vendedores de piso como lo hacen las cadenas; nuestros libreros deben de tener una relación directa con los libros. Para nosotros la atención es muy importante.

Juan Luis Bonilla Rius
Librería Bonilla
Coyoacán, México

Es la prolongación de mi vida. He estado vinculado al qué hacer con los libros desde hace muchos años, primero como lector, luego como escritor y ahora, en los últimos años, en la construcción y operación de una librería que intenta adaptarse a las exigencias de un mercado plural, competitivo, difícil a veces, pero al final gratificante, por llegar al placer intelectual de la buena lectura. Ser librero para mí es la

oportunidad de unir un trabajo con el placer de la construcción de un mundo imaginario. Ser librero es una profesión libre, que no merece institucionalizarse. Cada librero recomienda la lectura de sus propias vivencias literarias y por tanto cada uno es un mundo diverso, distinto, plural y lúdico, que garantiza la diversidad del conocimiento y la riqueza. No valdría la pena unificarlo y menos monopolizarlo.

Carlos Luis Torres Gutiérrez
Luvina
Bogotá, Colombia

Somos una librería pequeña, por lo tanto compartimos roles y funciones. Todos conocen el catálogo y participan en su formación. En esta librería trabajamos solo mujeres y eso ha generado un equipo de trabajo muy coherente y más un grupo de amigas que una relación de jefa-subalternas. Para postularse a trabajar con nosotros les pedimos conocimiento de libros y que sean lectoras entusiastas; el trabajo diario es la capacitación permanente. Tenemos un sistema casi de aprendiz-maestro. Yo como dueña y las libreras más antiguas vamos enseñando a las nuevas.

Marcela Kahler Roth
Qué Leo Barrio Italia
Santiago de Chile, Chile

Crecí en un hogar donde había libros por todos lados. Veía el ejemplo. Y quise que mis hijos crecieran en un país que les ofrezca esa oportunidad. Esta compañía es como un hijo más. He invertido esfuerzo y creatividad para que crezca y sea parte importante de cada ciudadano de mi país. Realmente lo que más me emociona es ver como la vida de alguno de mis colaboradores ha mejorado gracias a El Hombre de La

Mancha. Por ejemplo, una persona que trabajó en casa que hoy en día es un gerente de una de las sucursales, es una historia de éxito. Y es el ser humano quien tiene los poderes para cambiar al mundo y cada vez hacerlo mejor. Como vemos en el libro *El Principito* de Antoine de Saint-Exupéry, que a veces no entendemos el mensaje que está detrás de las palabras, así como a muchos adultos nos cuesta entender que respuesta es ese dibujo que parece un sombrero. Es la interpretación y la empatía lo que nos llevan a mejorar nuestro trabajo, nuestro aporte a la sociedad y al mundo en que vivimos. Y en micro es donde podemos hacer la diferencia. En ese pequeño espacio que se llama librería, donde la gente entra y busca ese libro especial que te va a llevar a volar a través de la imaginación. Y depende de nosotros, los libreros, si la experiencia va a ser maravillosa o mediocre. En Panamá no existe la profesión de librero como tal. Nosotros preparamos a nuestros libreros de cero y hemos tenido que enseñarles.

Orit Btesh
El Hombre de La Mancha
Ciudad de Panamá, Panamá

Ser livreiro é ter o privilégio de poder trabalhar com a arma mais potente na revolução cidadã de seu território, o livro.

Murillo Almeida Cerqueira Campos

Los roles en la librería no son fijos, son cambiantes, dinámicos. Pienso que recomendar u orientar en la literatura infantil como en música es recomendable y favorable para el librero y lector. Prefiero hablar de "rol" en plural. Hyperion es tan pequeño que somos sus propietarios los que lo atendemos y cubrimos diferentes roles, desde administrativos hasta "técnicos".

Moisés Hernández Romero ▪ Claudia Bautista Monroy
Hyperion Librería
Xalapa, México

El rol de cada librero es de engranaje en línea, como un tren motriz, y de engranaje satelital. El primero para alinearse y ser parte fiel de la misión y alcances de la librería donde se existe como librero, y el segundo, para relacionarse con el exterior de la librería y tomar de ese espacio los elementos satelitales que te nutran para aportar hacia el interior. Para formarse en el oficio son necesarias la pasión, la entrega, la dedicación, el adquirir conocimiento a través de foros, mesas de debate, congresos en torno al libro, conferencias en ferias o centros culturales, presentaciones de libros, charlas con libreros de diferentes lugares y diferentes entornos, lectura de bibliografía relacionada al ser librero, tendencias de mercado en el mundo del libro, conocimiento del mundo literario, local, regional, nacional, hispano y mundial. En 22 años he tenido la oportunidad de ser fundador de 2 librerías, he sido parte de 7, he participado de manera relevante en 14 librerías más y he recorrido por lo menos 98 librerías en 12 países diferentes; por lo que las experiencias, anécdotas, maestros y mentores, encuentros con autores, satisfacciones con lectores y lecturas de unas cuantas líneas de un libro y libros completos, se multiplican y dividen entre esta numeralia, dando como resultado final, un aprendiz de librero feliz y ávido de más y más camino por andar entre libros.

Carlos Alberto Sepúlveda
Librería Carlos Fuentes (UdeG)
Zapopan, México

En Festina Lente, las personas que trabajamos hasta el momento somos tres, dos en atención al público, trabajando en forma alternativa y a veces conjunta, realizando ingreso y egreso de títulos, su ubicación, controles de stock, selección de material para eventos, ordenamiento de depósito, manejo de sistema, actualizaciones de precios. Para nosotros es imprescindible el uso de un sistema para la librería y seguramente en cuanto a la difusión y comunicación es importante explorar para lograr una mejor llegada. La experiencia acompañada de la lectura y conocimiento de libros hace al aprendizaje del oficio. Durante la Feria del Libro, que se realiza anualmente, participamos de las jornadas de libreros que nos permiten conocer cómo funcionan las librerías en otros lugares o países y así enriquecernos con las experiencias realizadas en otros contextos diferentes al nuestro.

Clotilde Baudino
Festina Lente Libros
San Martín, Argentina

La cultura general, los años de trabajo y el amor al libro forman al librero. Considero que la formación de mi generación no puede ser comparable con las actuales, salvo por el amor al libro. Esto debido a que hoy la tecnología reduce el contacto con el libro en papel por computadoras y celulares. En Retta Libros, el método de aprendizaje consiste en que el futuro librero comience trabajando desde "abajo" dentro de la librería, ordenando libros en las estanterías e ir creciendo en forma gradual hasta conocer los pormenores de la profesión. Considero que los espacios y oportunidades se hacen trabajando en una librería por encima de cursos, los cuales no son excluyentes

Luis A. Retta
Retta Libros
Montevideo, Uruguay

Todo el equipo que conformamos la librería buscamos abarcar, en la medida de lo posible, todas las áreas de conocimiento para poder tanto recomendar un libro a unos padres para su bebé como integrar programas lectores en las primarias y secundarias; apoyar esquemas de estudio universitario o cumplir en la búsqueda de bibliografía para tesis y ensayos académicos. Las páginas web y sitios académicos de investigación en Internet son nuestra principal herramienta complementaria para cubrir las demandas de nuestros lectores.

Raúl Iván García Martínez
Librería Efraín Huerta (FCE)
León, México

Dado que no hay escuelas de libreros y el oficio se aprende con la práctica, se deben facilitar al librero publicaciones, que hay muchas, sobre el tema de la atención y conocimiento del negocio de la librería como la colección Libros sobre Libros del Fondo de Cultura Económica. Es importante que asista a las capacitaciones que ofrece la industria editorial que le permiten conocer nuevos títulos y autores, presentaciones de libros, ferias del libro. Ahora que se ha gestionado en México que el oficio de librero y comprador de la librería sea certificado por la Secretaría de Educación Pública en el área denominada Conocer, es importante que los libreros se certifiquen, lo cual les dará seguridad ante sí mismos, los compañeros y la clientela de la librería. Lo ideal sería que las universidades abrieran, como en Alemania, una carrera especializada en la librería. O como la Escuela de Libreros de Milán en la que los libreros pueden hacer cursos y diplomados para llegar a adquirir conocimientos en el oficio que eligieron.

María Victoria Dávila Mercado
Ciudad de México, México

Salí como abogada "lectora" al exilio en México; allí me integré al mundo de la creación y edición de contenidos en ese extraordinario mundo de editoriales mexicanas de los años 70 y 80. Desde allí me relacioné con los colegas y experiencias del libro en otros países. Luego fue el aprendizaje de la parte menos "lucida" pero más eficaz de la cadena del libro: la comercialización; así, aprendí a respetar cada tramo de la cadena y a tomar conciencia de nuestra mutua dependencia. Los ejemplos de algunos protagonistas de la edición y las librerías me enseñaron del libro como vocación y como un puente entre mi individualidad y mi personalidad colectiva. De regreso en Chile, bauticé a mi librería como Prosa y Política no sólo para definir explícitamente mi propuesta, sino también para acentuar las necesidades de formación intelectual y humanista que tienen las sociedades de hoy. Prosa y Política se hizo un recurso insustituible en Chile en el campo de las ciencias sociales y las humanidades y ha aportado, desde los libros, a la investigación y al conocimiento en esta etapa de mi país. Hacia adelante considero más importante que nunca la necesidad de aportar como "mujer de libros" a la reflexión, a la formación sensible y al rescate de las esencias del ser humano y de la vida en la Tierra. En Chile hay pocos espacios y pocas oportunidades para formarse como librero. Pero respondiendo *a contrario sensu*, se puede afirmar que esas ausencias y esos déficits permitirían diversos emprendimientos tendientes a llenar tales vacíos, con aprendizajes empíricos en las pocas buenas librerías, o como la creación de proyectos colectivos apoyados por políticas gubernamentales favorables al libro y la lectura.

Bertha Inés Concha
Prosa y Política
Santiago de Chile, Chile

A aprendizagem é realmente a prática. Entender do proceso de produção do libro, suas etapas, ser um bom leitor para saber indicar e comentar sobre os libros que estão disponíveis para o leitor.

Flávia Rosa
Livraria da Editora da UFBA
Salvador, Brasil

El vendedor de libros debe aprender a narrar sus lecturas y eso sólo se puede aprender leyendo. He podido complementar con textos sobre promoción de la lectura, sobre estadísticas, ventas; conocer a otros libreros abre una ventana que puede arrojar aire nuevo a una librería estancada. Sin duda la capacitación es necesaria. Para los que vivimos lejos del centro del país, las capacitaciones que ofrecen instancias como Editamos, Caniem, la Red Nacional Altexto y el Encuentro Nacional de Libreros Universitarios resultan costosas y difíciles de gestionar al interior de nuestras instituciones. Quizá una respuesta para alguno de los casos sería la capacitación a distancia.

Christian Cartagena Vega
Librería Universitaria Jaime Labastida
Los Mochis, México

Uno de los elementos que consideramos esencial en la formación, práctica, profesionalización y mejoramiento de este oficio es la curiosidad, es el hambre por más. Así el gusto por más, la curiosidad por indagar o conocer más, es lo que impulsa desde la entrada a una librería, la parte técnica del acomodo en la misma, el trato a los libros y el contacto con los lectores. El método exacto es incierto (justo cuando se genera un método exacto es cuando se coacciona la curiosidad). Entonces, este método abierto sería precisamente el mismo para la venta, en la curiosidad de compartir experiencias en

el oficio por parte de alguien que ya tiene más tiempo, junto con las de alguien que está aprendiendo, pero a la vez su perspectiva puede aportar un nuevo elemento. Básicamente no hay un método ni una clave, sólo mostramos y compartimos lo que hemos aprendido y entendido mejor para el acomodo de libros y la venta de los mismos. Mencionado eso, la curiosidad debe motivar al aprendiz en su camino por profesionalizar su oficio de librero. De igual forma, queda la oportuna retroalimentación en tanto se vea necesario.

Gerardo Morales
Librería Pessoa
Querétaro, México

Yo creo que es indispensable una escuela de libreros, una escuela práctica, pues un oficio sólo se aprende en el ejercicio. Comprender y hacerse cargo de las realidades del mundo del libro me parecen temas más importantes que sólo aprender temas prácticos y mecánicos. Un librero debería estar capacitado no sólo para trabajar en una dependencia con muchos otros libreros, sino debería ser capaz de hacerse cargo de su propio proyecto o de manejar de manera creativa una sección en una gran librería. En Colombia hay una cantidad importante de gente preparada para ser librero "literario", pero hay muy poco conocimiento de los libreros de temas técnicos, de arte o de literatura infantil. Para la formación es importante la conversación y el ejemplo, las reuniones para revisar los libros que llegan, las discusiones de por qué debe o no debe estar un libro en la librería y la misma distribución que permite al librero proponer una gama alta de posibilidades al lector. No nos basamos en preconceptos de edad o valores, ni otras tendencias del comercio de la literatura infantil y juvenil. Cada cliente es un nuevo descubrimiento de un lector.

María Osorio
Babel Libros
Bogotá, Colombia

Las librerías somos un agente disruptivo en el mundo actual que intenta homogeneizar los gustos en las manifestaciones artísticas.

Laura Infante Beovic

Siempre he pensado que para aprender el oficio es fundamental conocer el libro, desde su portada hasta su cuarta de forros, pasando por el contenido y hasta la hoja legal si es posible. No tenemos que enamorarnos de todos los libros pero sí entender qué estamos vendiendo. Tarea que ha resultado no sólo difícil, sino imposible en una librería de estas dimensiones, tan nueva y con tantos proyectos en desarrollo. Por ello ha sido fundamental la sistematización, contar con un programa que nos evita, casi siempre, errar en la ubicación o disponibilidad de un libro, esto no nos aleja del todo de la idea del librero que sabe de memoria cada uno de los ejemplares que está vendiendo, creo que nos ayuda a agilizar ese primer paso de encontrar un libro para después con la calma necesaria poder desde el lado humano y enriquecedor brindar una recomendación e intercambiar ideas con el lector.

Verónica Mendoza
Librería Carlos Fuentes (UdeG)
Zapopan, México

En Perú no hay escuela para esto, el librero se forma por otro librero y/o intuitivamente. Algo que me gustaría sería el intercambio entre libreros de distintos países, hacer uno el trabajo del otro por unas semanas en un país diferente. Es un paso también para conocer libros en otros países e incluirlos en nuestros catálogos, pero principalmente los distintos sistemas libreros. También me gustaría que las compras de libros para bibliotecas públicas o privadas sean encargadas a libreros especializados en temáticas y que se les capacite formalmente en esto, y que por este motivo tengan facilidades o invitaciones a las ferias internacionales.

Carlos Carnero Figuerola
Librería Inestable
Lima, Perú

Me gustaría que se hiciera conciencia de nuestro papel, que es orientar a lectores; también somos promotores de lectura. El librero juega un papel muy importante, aunque hay muchos clientes de las librerías que ya saben lo que buscan, hay muchos que no lo saben y de nosotros depende muchas veces que ese cliente regrese o adquiera el gusto por los libros. Creo que se nos cataloga como vendedores, en ocasiones hasta despectivamente, pero no se ha tomado en cuenta la importancia y no somos "sólo vendedores", somos partícipes de la formación cultural. Se debe pensar no sólo como un oficio, sino que considero que debería haber una formación a nivel licenciatura.

Gabriela Rangel Muñoz
Librería Octavio Paz (FCE)
Ciudad de México, México

Para la formación de libreros el Ministerio de Cultura en Colombia inició un proyecto este semestre en el que por 3 meses 10 libreros hacen pasantías en diversas librerías y ha sido de mucha utilidad. Sería muy oportuno que el tiempo de formación fuera por lo menos de 1 año.

Ana María Aragón
Casa Tomada Libros y Café
Bogotá, Colombia

El nombre de nuestra librería es un acrónimo que sintetiza los tres pilares fundamentales del proyecto:

- **La:** por laboratorio teatral. El espacio es la casa de Teatro Horizontal, un grupo que existe desde 2005 en México y Argentina. Contamos con una sala de entrenamiento y un acervo teatral disponible para estudiar. Con frecuencia se presentan obras de títeres, clown o monólogos.
- **Li:** por librería. Nuestro fondo se compone tanto de editoriales gigantes como independientes. Pretendemos acercar al público un

digno catálogo literario integrado por los géneros clásicos: cuento, novela, crónica, poesía, ensayo, dramaturgia y literatura infantil.

- **Lu:** por lugar de encuentro. Lejos de querer sólo vender libros, deseamos que la librería sea un espacio donde las personas puedan venir y estar. Las actividades que ofrecemos son variadas y el propósito es que siempre haya algo que hacer, además de comprar un libro.

Nunca soñé con ser librero. De hecho, tuve poco trato con libreros de profesión. En algún momento sí fantaseé con ser editor, por lo que leí varios libros de memorias de editores y todos ellos coincidían en la importancia del catálogo. Una editorial es su catálogo, y en el caso de una librería independiente el librero es el catálogo. Cuando se fue materializando la noción de ser librero tenía ciertas ideas sobre los libros que se debían ofrecer: literatura de calidad, ediciones lindas y que llamaran la atención, nunca versiones resumidas. Con eso en mente armé el catálogo y en este momento para mí ser librero significa poder transmitir a los demás las razones por las cuales en la librería están los libros que están, por qué en la mesa de novedades se colocan esos libros y no otros. Ser librero es hablar con pasión con otras personas sobre libros y recomendar con felicidad lo que aquí se ofrece, porque estamos orgullosos de la gran mayoría del catálogo.

LaLiLu ha intentado ser reconocida como un espacio que ofrece literatura de calidad. En ese sentido se puede decir que no estamos hechos a medida del mercado, pero aun así hemos aceptado poco a poco otro tipo de literaturas con las que al inicio no estábamos tan de acuerdo, como literatura juvenil muy contemporánea, novedades de grandes editoriales y libros de calcomanías. No buscamos un equilibrio: nuestra identidad se basa en inclinar la balanza hacia aquellos libros que consideramos mejores, de editoriales independientes, de escritores que han resistido el paso del tiempo, que han sentido la literatura o simplemente que nos gustan.

La principal labor de nuestro librero es poner orden en el universo interno del espacio. La librería carece, por ejemplo, de letreros que indiquen qué hay en cada estante; es tarea del visitante discernir cómo

están ordenados los libros. Pero a veces el visitante no tiene ganas (o tiempo) de hacer esa labor detectivesca y el librero está ahí, listo para indicarle hacia dónde ir o, sencillamente, buscar y entregarle en mano el libro deseado. El librero de LaLiLu, al haber trabajado aquí durante más de 4 años, haber hecho adquisiciones, pedidos, devoluciones y ventas al público, no precisa casi nunca del sistema de punto de venta para saber sobre la existencia o ubicación de un libro. Creo que eso al cliente le gusta, porque es un guía (como Virgilio), además de que hace recomendaciones eficaces. La memoria visual es fundamental para trabajar con libros: memorizar portadas, lomos, logos de editoriales. Como no se puede leer todo lo que uno quisiera, es importante confiar en otros: leer suplementos y críticas, seguir a *booktubers*, estar atento a las conversaciones de Twitter.

Nunca se tuvo un plan de negocios ni una estrategia concreta de mercado. Pero sí estaba claro desde el principio que la presencia digital era fundamental, y ha sido siempre el canal más eficaz de comunicación con la comunidad y posibles clientes. Actualizamos constantemente nuestras redes e interactuamos con la gente procurando hacer una conversación. Creemos que la presencia digital es la que más visitantes nuevos nos aporta, después están los eventos concretos como obras de teatro, cineclub o presentaciones de libros.

Pertenecemos a la Red de Librerías Independientes, que cuenta con más de 50 miembros repartidos en la mayor parte de las entidades federativas de México y es la comunidad más grande de librerías que existe a nivel nacional. Uno de los objetivos de la Red es incidir en las políticas públicas, y a pesar de su reciente creación ha sido invitada a discutir sobre el precio único del libro a la Cámara de Diputados federal y otros foros importantes.

Estoy contento con la librería. Nos mueve la idea de que este lugar sea habitado (de allí que lo consideremos un lugar de encuentro): quizá no siempre uno quiere comprar un libro, pero sí leer algo; quizá no quiere leer, pero sí ver una película, tomar un taller, ver una obra de teatro o tener un lugar silencioso donde tomar un café y pensar. El hecho de que en LaLiLu, en un día u otro, las personas puedan realizar cualquiera de estas actividades nos garantiza que siempre haya al-

guien en este lugar, y ese es el objetivo principal. Nos guía la ambición de ser un poco dignos de aquellos cafés literarios de principios del siglo XX que fueron los centros neurálgicos de tertulias entre intelectuales y revolucionarios. En Estambul se conserva intacto el café Pera en el Palace Hotel, donde Agatha Christie escribió *Asesinato en el Expreso de Oriente*, y en Escocia está el Elephant House, una pequeña cafetería donde J. K. Rowling escribió casi por completo los dos primeros libros de la saga de Harry Potter. ¿Podríamos ser nosotros algo así?

Los libros tienen un magnetismo inherente. Son capaces de atraer, desde muy lejos, a la persona que ansiosamente los está buscando. Además, si quien los busca es tímido y no se anima a preguntar por él, el libro se pondrá en su camino, se hará visible, buscará un contacto visual tan fuerte con su futuro dueño que éste no se verá ni siquiera en la necesidad de emitir palabra. Acá van dos pequeñas historias para ilustrar esta teoría.

La primera es que a mediados del año pasado una persona encargó el libro *Capitanes y Reyes* de Taylor Caldwell. Le advertí que iba a ser casi imposible conseguirlo nuevo pero que, con un poco de suerte, podría tenerlo usado en algún momento. Guardé el encargo en mi memoria y salió a la luz meses después, durante la Feria Internacional del Libro de Guadalajara (FIL). La fil es la mayor feria del libro en español y tiene, entre otras cosas, una pequeña sección para las librerías de viejo. Allí el cazador de libros puede pasar horas escrutando pilas de libros en equilibro precario o estantes con leves curvaturas por el peso que han cargado por años y finalmente obtener su recompensa. Yo, por el contrario, disfruté del magnetismo de mi libro. Caminaba por el pasillo y giré mi cabeza hacia una de las muchas pilas de libros que poblaban un estand. En la cima, como mirándome, estaba *Capitanes y Reyes* de Caldwell. El libro viajó conmigo de regreso a Chiapas y a los pocos días la persona que lo quería llegó por él. Pensó que me había olvidado del encargo, pero me agradeció haberlo conseguido no sin antes preguntarme: "¿Te costó mucho encontrarlo?".

La segunda anécdota tiene que ver con que a veces pido libros sólo por el placer de tenerlos en la librería, pero con una cierta certeza que su venta será casi una locura quijotesca (a veces por el tema, a ve-

ces por el precio y la mayoría de las veces por ambas cosas). Uno de estos libros-orgullo fue *Diarios amorosos* de Anaïs Nin. Su precio, dirían algunos, es desmesurado. Apenas llegó, saqué el libro de la caja y lo coloqué no de perfil, sino de frente, en la parte superior de un librero para que disfrutara de una vista privilegiada. Pensaba, por supuesto, que ya que el libro pasaría algunos años con nosotros, lo mejor es que estuviera cómodo. Ese mismo día mi hermana me preguntó por él. Si bien el precio le pareció desmesurado, prometió que ahorraría y, tarde o temprano, lo compraría. Yo estaba seguro de que no tendría mucha competencia. Al día siguiente entró una persona a los pocos minutos de abrir la librería. Miró la mesa de novedades y preguntó por ese mismo libro. Caminé hacia el librero, lo bajé de su posición de privilegio y se lo entregué. Él lo tomó, lo giró y la etiqueta con el precio no pareció sorprenderlo en absoluto. Me dijo que llevaba mucho tiempo buscándolo y simplemente se lo llevó.

Samuel Albores Amezcua
Librería LaLiLu
Comitán de Domínguez, México

Formación de libreros

13% afirma que hay espacios de formación en su entorno.

28% piensa que hay muy poca oferta.

35% menciona que no existen programas en sus países o regiones.

17% considera que con la práctica es suficiente.

7% no especificó este punto.

Transformación

Una mirada a la diversidad

Comprender y hacerse cargo de las realidades del mundo del libro me parece más importante que sólo aprender temas prácticos y mecánicos.

María Osorio

Somos una librería "independiente" de pequeña escala ubicada en el centro de San José. Inicialmente el proyecto fue orientado más estrictamente a la literatura contemporánea y la poesía, y con los años hemos expandido ese enfoque a otros temas que nos interesan: feminismo, literatura LGBTI, libros infantiles y política, siempre manteniendo fuerte el componente literario y poético.

Para mí ser librero significa poder ejercer un trabajo que sintoniza las pequeñas tareas del día con una visión más grande. Combinar la literatura como arte con las rutinas físicas de la vida cotidiana. Poder combinar destrezas, conocimientos y aprendizajes prácticos dentro de un marco artístico, ideológico, utópico e histórico. Participar en una industria, comunidad y tradición mundial en que todos tus colegas valoran y defienden la existencia de las librerías. Es insertar la literatura y los libros en el mundo físico de una forma plástica y a la vez social, es decir, tener un trabajo cultural como pequeño comerciante. Es interactuar con los lectores más diversos, porque es un punto de contacto totalmente abierto a todo tipo de público. Es cuidar un espacio físico que se inserte en el concepto de "librería", y también defender ese concepto.

Lo que nos permitió tener éxito cuando abrimos, a pesar del tamaño del catálogo, fue un vacío que había en el mercado en ese momento preciso. Al abrir en 2011 fuimos la primera de una nueva ola de aperturas de librerías independientes en la zona metropolitana; en un lapso de 2 a 4 años después de esa fecha se abrieron por lo menos 3 más, y en este año pasado también ha habido un aumento en la cantidad de nuevas librerías en otras zonas. La combinación de una selección exhaustiva de editoriales nacionales independientes con el tipo de títulos y editoriales que importábamos nos hizo ser percibidos un poco como una anomalía, y la necesidad que existía de ese tipo de librería nos dio un colchón de apoyo de clientes, prensa, editoriales y colegas, a pesar de nuestras limitaciones durante los primeros años. Simultáneamente, al proponer insertarnos en ese vacío del mercado, el mismo panorama empezó a transformarse, integrando y transformando esas nuevas posibilidades para diferentes públicos, con

diferentes imágenes, en diferentes localidades dentro del gran área metropolitana. Tradicionalmente la concentración más grande de librerías independientes se encontraba en la zona universitaria, cosa que también ha cambiado en estos años. Nuestra apertura fue una respuesta al hecho de que predominaba una creciente homogenización, y los cambios que han seguido nos han llevado a otra etapa en la que sí tenemos una variedad de pares "competidores"/colegas; entre todos estamos empujando los nuevos límites de lo que podemos lograr en este nuevo panorama.

Muchas de nuestras metas están vinculadas más bien con aprender de esas maneras homogéneas de operar y dar servicio para poder profesionalizar cada vez más nuestras formas de trabajar. Pienso que en nuestra librería y otras parecidas en Costa Rica hay muy poco peligro de homogenización por dos factores principales: lo fuerte que ha sido la figura del librero/la librera en ese tipo de proyectos y la escala en la que operamos, en que los proyectos pueden ser hasta unipersonales y en la que no hay mayor estructura industrial que nos abriga (hacemos todo "a mano").

Por lo tanto, pensar en ir hacia una homogenización de servicios y operaciones en realidad se trata de poder trabajar a nuestro máximo potencial interna y externamente, explotar figuras y conceptos típicos de librería para poder dar siempre un servicio no de buenas bibliófilas con local físico, sino indudablemente de librería y proporcionar esa experiencia, algo que yo personalmente añoro como cliente y que puede tomar una infinidad de formas.

En cuanto a un peligro de homogeneización de catálogos, la dinámica en el país ha sido muy interesante. En términos de catálogo y oferta se ha transformado muchísimo el mercado en estos 8 años desde que existimos. Hay varias editoriales, autores o títulos que hace 8 años a una cadena comercial no les interesaba tocar y que ahora mercadean fuertemente. También la nueva concentración de librerías independientes aumenta la facilidad de conseguir buenos libros. Creo que por eso hay cierto tipo de lector que con los años se puede llegar a impresionar menos con editoriales a las que ya se ha acostumbrado,

porque hay cadenas ahora que están más actualizadas en términos de tendencias editoriales y porque hay mucho acceso a librerías independientes. Pero a la vez hay otro tipo de lector que más bien piensa que tiene que viajar para encontrar buenos libros, incluyendo esos de los que en realidad está surtido el mercado nacional. Entonces el rango de impresiones públicas en cuanto a disponibilidad de libros es enorme, y hay que trabajarlo desde esos dos extremos simultáneamente.

Me parece que hasta cierto punto el miedo a la homogenización en nuestro contexto es una ilusión. Que haya ciertos autores particularmente amados por los buenos lectores que deben de estar en la mesa de novedades de todas las buenas librerías independientes, que haya una serie de autores imprescindibles que cualquier librero lector vaya a tener siempre en el estante, que haya una industria editorial que esté sacando novedades puntualmente y que somos un colectivo de gente que nos vamos a emocionar con esas, nada de eso homogeniza por sí sólo los catálogos de las librerías. Intentamos más bien comprender y desafiar cierta distorsión de percepción con la que hay que convivir, causada por las condiciones del mercado.

En cuanto al catálogo nacional y centroamericano que manejamos, siempre desde el primer día hemos recopilado todos los proyectos editoriales independientes más interesantes. Con los años los esfuerzos de distribución de esos proyectos se han intensificado y es mucho más fácil encontrarlos, lo cual me parece sumamente positivo en términos de salud del ecosistema del libro y hace que más gente busque y encuentre una diversidad más grande de editoriales. Lo ideal en un escenario del tamaño como el nuestro es que todas las novedades nacionales se consigan en todas las librerías, que sus lanzamientos estén acompañados por campañas de publicidad de las editoriales más íntegras, que todos los proyectos estén integrados plenamente a ese ecosistema y que eso fortalezca su plena profesionalización, lo que a su vez tendría repercusiones positivas en toda la cadena.

Para una librería independiente o de pequeña escala en Costa Rica es de difícil acceso el tipo de herramientas digitales que serían útiles; a grandes rasgos se puede decir que están fuera de nuestro alcance bases

de datos de libros, sistemas digitales para hacer pedidos, incluso en algunos casos bases de datos internos del catálogo, y en gran parte mucho del trabajo que puede sistematizar esas herramientas lo hacemos manualmente, con un buen manejo de Google para investigar y Excel para sistematizar. Un cambio que ha sido interesante en el último año fue la imposición obligatoria por Hacienda de la facturación electrónica a nivel nacional, lo cual hizo que de repente hubiera una oferta variada de sistemas de punto de venta en la nube con precios accesibles. En mi caso, había pasado años buscando y probando sistemas gratuitos amigables con las especificidades de una librería para intentar digitalizar el inventario (y de un catálogo que cambiaba radicalmente de mes a mes), y ahora pude y fui obligada a pagar un sistema que, si bien no estaba diseñado para librerías, sí me permite por lo menos funciones básicas del manejo digital del catálogo internamente.

Con respecto a la construcción de nuestra comunidad lectora, en nuestro caso ha sido algo muy orgánico, aunque no por eso dejemos de trabajar duro para seguirlo logrando; mucho ha pasado a través de eventos, talleres y clubes de lectura, tanto internos como externos, y buena parte pasa nada más por tener las puertas abiertas con tanta consistencia, de ser un lugar físico a donde la gente pueda llegar y que la persona que les atiende vaya a ser conocido. Definitivamente el boca a boca ayuda, y creo que siempre ha ayudado que los círculos laborales, afectivos y de conocidos de toda la gente que ha trabajado con el proyecto están llenos de lectores.

Siempre hemos tenido un programa de consignaciones de autores muy comprensivo, intentamos apoyar mucho a las editoriales y autores nacionales. Hemos tenido una programación de eventos, talleres y clubes de lectura muy intensa a lo largo de los años, y además de los que gestionamos, las puertas están siempre abiertas para recibir propuestas de eventos. También hemos intentado participar lo más que podamos en actividades del sector del libro de diferentes entidades y en iniciativas de empresas culturales del barrio.

Uno de nuestros más grandes obstáculos es que no hay políticas públicas referente a las librerías. Por lo tanto, cualquier cosa que im-

pacte negativamente a la empresa privada nos afecta y peor, porque además de empresas somos librerías, y luego encima de ambas somos microempresas, por lo general sin ningún tipo de capital. Algunos ejemplos incluyen el nuevo IVA a alquiler de locales comerciales, tropiezos en los sistemas de Hacienda que se supone que respalden la exención de IVA de los libros a través de sus sistemas de conectividad con bancos y datafonos, políticas de importación que implican tarifas extremas de desalmacenaje, a pesar de que los libros importados sólo deben cancelar el 1% de impuestos. En términos de políticas del libro, ha habido esfuerzos dentro de las instituciones culturales de tenernos en cuenta cuando se habla de la industria del libro, pero nada que se extienda a políticas públicas.

Hace unos 3 años las librerías independientes del área metropolitana creamos una red que se llama Las Pequeñas Librerías, de muy pequeña escala; en este momento somos miembros 4 librerías y lo más que hemos tenido son 5. Funcionamos como un grupo de trabajo para impulsar proyectos en conjunto. Al nivel de interacciones con instituciones también hemos trabajado juntos para gestionar de forma colectiva nuestra participación como librerías en la FILCR, tanto con el Ministerio de Cultura como internamente entre nosotros. En general nos hemos agremiado de esta forma informal a través de la figura de una red para acompañarnos, multiplicar nuestros esfuerzos y a veces para intentar detectar y enfrentar prácticas insanas que nos afectan al nivel industrial.

Cuando hemos visto metas a corto plazo con esa red de trabajo, hemos hablado de tomar acciones en conjunto para fomentar una cultura de temporadas de novedades editoriales, tanto importados como nacionales, gestionar más acciones de publicidad en conjunto e intentar representarnos frente a instituciones públicas. También nos queda mucho trabajo por delante en términos de enfrentar juntos prácticas industriales que nos perjudican, para promover la competencia.

Creo que en 2011 la librería nació sin conciencia real de que existía un futuro y que nuestra capacidad en ese momento era cumplir una visión específica dentro de las posibilidades que teníamos sin

capital y con poca experiencia industrial, más que nada a partir de nuestra visión y gustos como clientes de librerías o como profesionales de diferentes campos relacionados a la literatura, pero no desde el otro lado. Conforme pasa el tiempo, la librería va exigiendo más cosas para que quien entre tenga la experiencia de estar en una librería, que "lean" el espacio como tal. A corto plazo seguimos con muchas mejoras: perfeccionar la rotulación y la frecuencia, mediciones y equilibrio de los pedidos, agregar secciones de temas que no tenemos, hacer que crezca poco a poco el catálogo, ofrecer más y mejores servicios, resolver problemas de mercadeo/redes y gestión de públicos para eventos, afinar sistemas de trabajo internos. A mediano plazo quiero que podamos incorporar otra librera de tiempo parcial, porque me interesa mucho el proceso de aprendizaje de oficio y porque mientras más gente se ha involucrado en el proyecto más rica ha sido la experiencia y mejores avances hemos tenido. A largo plazo me gustaría seguir poco a poco implementando todas esas cosas que desde un principio sabía que formaban parte de mi definición de una librería, pero que por falta de tiempo, recursos o dinero nunca hemos podido hacer, o por lo menos no hacer bien. Me gustaría que mientras tanto sigamos logrando suficientes visitas y ventas para seguir sosteniendo el proyecto mientras lo vayamos siempre mejorando. También me ilusiona mucho el trabajo en conjunto que hemos hecho entre las librerías para redefinir el panorama más allá de nuestros negocios particulares.

Andrea Mickus
Libros Duluoz
San José, Costa Rica

Nuestro servicio con el paso del tiempo se ha adaptado a las necesidades de los lectores de la región: lo que ahora son los pilares de venta editorial, en los inicios de la librería era el reto. Comenzamos a profundizar en la filosofía para dar apoyo bibliográfico a los estudiantes

y maestros, que como consecuencia se han hermanado con los estudiantes de seminarios e instituciones religiosas. De ahí que seamos ahora la piedra de toque en teología y estudios religiosos. En materia de historia somos el principal proveedor de instituciones, por tanto, es una de nuestras áreas con demanda cotidiana. Nos hemos transformado, pues luego de albergar secciones enormes de educación o desarrollo humano, ahora tenemos que buscar un mercado para estas áreas. La carencia de matrícula en estas disciplinas ha provocado que nuestras metas de crecimiento varíen.

Raúl Iván García Martínez
Librería Efraín Huerta (FCE)
León, México

Una librería jamás podrá ser igual a otra, cada una tiene en su interior libros especiales y un librero favorito que podrá solventar la gran mayoría de las dudas que se puedan presentar. A pesar de que la tendencia comercial (moda) y la era de la comunicación global van de la mano con la venta en volumen de libros, seguimos adaptándonos sin perder la esencia que nos caracteriza. En cada una de nuestras librerías tenemos compañeros que abarcan los conocimientos de varias categorías que se exhiben en el espacio. Podemos recomendar desde libros para los más pequeñitos hasta aquellos libros que necesitan un análisis más profundo. Somos una librería que tiene un gran alcance y nos permite poner en nuestras vitrinas las novedades del mundo editorial. Nuestra diferencia está marcada por la experiencia del lector en nuestras librerías, hemos ambientado el espacio para sentirse como en casa, acercamos con eventos de autores tanto nacionales como internacionales al público lector.

Danny Torres Estrella
Mr. Books
Quito, Ecuador

Las librerías que no se adaptan a los cambios que sufre el mercado están destinadas a desaparecer; en un mundo dinámico es la única forma de permanecer. El librero debe estar atento a los cambios y a los nuevos formatos a fin de estar siempre al día y acorde con la situación.

María Victoria Dávila Mercado
Ciudad de México, México

No cabe la menor duda que los catálogos tienden a homogenizarse, y para poder transformar esta realidad las librerías deben ser más curiosas frente a los mercados paralelos y/o independientes. Generar alianzas con editoriales independientes y con entes académicos es una buena herramienta para resistir a esta realidad. El balance ideal es utópico. El vaivén en el que nos encontramos las librerías es y será la realidad. La identidad debe ser también dinámica, teniendo siempre como eje al lector y al librero; es la relación librero-lector y no el mercado el que nos debe dar la pauta.

Santiago Aguirre Sánchez
Garabato Librería
Chía, Colombia

No sabría responder con exactitud si estoy hecho a la medida, si me he adaptado. Creo que de una manera u otra tenemos que adaptarnos a los tiempos que corren, no podemos quedarnos con lo aprendido. Precisamente también en eso radica el oficio de ser librero, estar siempre en constante crecimiento y cambio. Siempre estoy aprendiendo cosas nuevas y maravillosas.

Óscar Omar Cambrón Liñan
Librería Laberinto
Querétaro, México

En Chile durante mucho tiempo solo había dos cadenas de librerías y un grupo ínfimo de librerías independientes. La dictadura terminó con toda iniciativa que marcara alguna diferencia, además las editoriales nacionales desaparecieron y desde fuera llegaba muy poca oferta. Al terminar la dictadura estaba todo por hacer y eso generó que durante los últimos 25 años surgieran iniciativas que con mayor o menor éxito y permanencia han ampliado la oferta de libros en Chile. Las dos cadenas que aún existen son las que han estado más sujetas a lo que el mercado manda; las librerías más pequeñas hemos estado, en general, manteniendo catálogos más independientes.

Marcela Kahler Roth
Qué Leo Barrio Italia
Santiago de Chile, Chile

Nos dedicamos a la venta de libros antiguos y modernos, especialización en libros y publicaciones periódicas de Colombia, Cuba, Paraguay, Uruguay y Venezuela. La mejor manera de permanecer en el mercado es adaptándose a los cambios, sin perder la identidad, buscando nichos, ofreciendo libros y servicios poco comunes.

Luis A. Retta
Retta Libros
Montevideo, Uruguay

Clasificación

22 librerías se consideran independientes, 7 de ellas están especializadas en literatura infantil.

4 forman parte de cadenas.

3 se dedican exclusivamente al libro viejo o usado.

5 combinan la oferta de libros nuevos y usados.

13 son librerías generales.

10 son librerías universitarias o académicas.

Somos una librería de barrio que busca ser un lugar acogedor de encuentro con los vecinos. Concebimos los libros como un ecosistema cultural en el que conviven con la música, el arte, la comida. Nuestro tema es la diversidad. Santo y Seña nace como una rémora (en el mejor sentido de la palabra) de Rey Naranjo, editorial independiente de Bogotá. Poco a poco ha ido creciendo y se ha convertido en el puente de comunicación con un público ávido de contenidos. Es difícil hablar de mercado en el mundo de las librerías, pues son el eslabón mas débil en la cadena del libro en Colombia (creo que en toda Latinoamérica, exceptuando Argentina). En un mundo post Amazon y con la presencia de fuertes cadenas de centros comerciales es tal la falta de puntos de ventas de libros que en ciudades de 300 mil habitantes, como Riohacha, no hay ni una sola librería. La lectura como tejido social y como formadora de ciudadanos lectores se da a través de las librerías y sobre todo de las de barrio, que son las que atienden comunidades específicas. Defender, promover y estimular las librerías pequeñas e independientes es la savia que inyecta la cultura y el bienestar a las comunidades, además de ser el pilar de la producción literaria y del ecosistema del libro de un país.

No estamos hechos a la medida del mercado. Si en este momento nos guiáramos por indicadores de negocios, por estímulos fiscales, por políticas estatales y por índices de lectura, tener una librería sería algo cercano a una imbecilidad financiera. Pero al vislumbrar nuestro oficio como tenores de la cultura del libro, está todo por hacer. Son tan malos los indicadores que no podemos sino mejorar. ¿Nos hemos adaptado o transformado? Por supuesto. Hemos crecido sin traicionar nuestra vocación de trabajadores culturales y sin descuidar la viabilidad financiera. Ser librero significa tener un bote, navegar e invitar a los pasajeros a la experiencia de la lectura en su más amplia concepción.

Hay que formar un público, avizorar la librería como un engranaje comunitario. La lectura es un hábito, y como todo hábito es difícil de formar, pues requiere tiempo y dedicación, aunque también es difícil de erradicar. Es complicado compaginar la lectura dentro de la reali-

dad postdigital en la que vivimos, pues ningún indicador financiero ni de productividad nos va a demostrar los beneficios del hábito de leer. A través de los libros somos felices y esto es lo que le transmitimos a nuestros amigos que visitan la librería.

Hay que ser claros que nadie, en los tiempos que corren, se vuelve rico montando una librería (salvo algunas excepciones). Hay que tener un balance entre el negocio financiero, el trabajo cultural y la labor comunitaria. Si se encuentra este balance, la librería será viable. El mundo del libro está lleno de estereotipos: el escritor atormentado a punto de morir de inanición, el lector que sólo vive entre las páginas de sus libros, el librero que detesta a los clientes, el editor que es una especie de Montgomery Burns, explotador y ultracapitalista. Creo que para lograr un balance hay que salirse de los estereotipos y tener una visión real del mercado. Hay muchas carencias en todo el ecosistema lector latinoamericano que se pueden volver oportunidades. La identidad se trabaja y se solventa día a día con el ejercicio librero.

Últimamente la Cámara del Libro ha empezado a explorar el tema de la formación, lo cual es muy positivo. Las universidades, de forma esporádica, han empezado a ofrecer cursos. Hay una singularidad en cuanto a la formación de los libreros y es que hoy en día son profesionales: literatos, filósofos, graduados de ciencias sociales, pero no tienen ninguna formación en cuanto al funcionamiento de un negocio. No hay formación técnica para los libreros, por eso creo que debería existir una escuela (como en Alemania o Italia) que apoyara su adiestramiento.

La librería es un laboratorio de experimentación social y cultural permanente, y está llamada a ser la unidad de inversión social de un estado. Hay que ser fiel a una idea, perfeccionarla, aterrizarla, educarse permanentemente en ella y materializarla, por supuesto confrontándola constantemente con el público. Con la editorial llevamos 10 años de formación de un público. Para esto han sido fundamentales las redes sociales. Hoy en día podemos asegurar que tenemos una comunidad, la cual nos ha costado un par de años de trabajo.

En Bogotá hay ciertas becas y estímulos que propenden por tener eventos culturales o de formación en la librería. Son escasos, pero existen. También hay programas de apoyo concertados con el Ministerio de Cultura, pero más pensados hacia salas de teatro. En general se puede asegurar que en Colombia, el Estado y las administraciones locales desconocen y casi desprecian la labor librera. Es un problema que, al no existir una política pública clara de cara a las librerías, dependemos de la voluntad de los funcionarios de turno, quienes llegan, recién nombrados, a aprender y cuando ya están listos para emprender acciones cambia la administración. Un paso básico sería incluir a las librerías como actores dentro de las leyes del libro de cada país. Para ser librero también hay que ser gestor cultural para participar en los programas de becas y estímulos que tiene el Estado y el gobierno de la ciudad. Nosotros por la antigüedad no habíamos podido participar en ninguna de estas iniciativas (la mayoría pide 3 años de conformación como persona jurídica), pero esperamos ser muy activos en el corto plazo en esto.

Somos parte de la Asociación Colombiana de Libreros Independientes (ACLI), sin embargo, el trabajo asociativo y gremial es muy difícil, ya que culturalmente estamos acostumbrados a no pensar como gremio y a trabajar de forma individual. Pese a ello, la ACLI es muy activa y ha tenido experiencia como distribuidora, partícipe en ferias de universidades y colegios, y se ha convertido en un referente en cuanto al trabajo librero.

El libro sigue siendo un lugar de encuentro para las mentes, y las librerías son la puerta de entrada para ello. Amazon y las grandes compañías tecnológicas auguran la muerte cercana del libro y, por ende, de los libreros. Allí caerán los editores y los autores. Tal vez nuestro futuro es un gran robot que crea, consume y digiere contenidos digitales prescindiendo de toda la cadena y matando también al lector. Mientras tanto nuestro oficio librero es de resistencia, y probablemente en 100 años, cuando un investigador se encuentre un Kindle con 100 mil libros en su interior, pero sin el dispositivo para darle energía,

también se encontrará un tomo de *Cien años de soledad* o de la *Biblia Mazarina* de Gutenberg, que podrá leerlos sin problema. El día a día de la librería es una lucha con metas, presupuestos, pero con un engranaje basado en el conocimiento y en la experiencia del libro que es su unidad indivisible. No hay un día en el que no lleguemos a casa con la satisfacción del deber cumplido. Amamos los libros y creemos que son una herramienta natural del conocimiento y de la esencia que nos hace humanos. ¿Qué mejor sueño cumplido que poder recomendarte un libro?

John Naranjo
Santo y Seña
Bogotá, Colombia

Como livrarias que ocupam espaços no Campus da própria Universidade não conseguimos, por exemplo, agregar um café ou um espaço para eventos. Hoje, as livrarias precisam oferecer espaços múltiplos. O espaço físico é reduzido e temos que buscar otros diferenciais.

Flávia Rosa
Livraria da Editora da UFBA
Salvador, Brasil

¿Estoy hecho a la medida del mercado, me he transformado? Ambas posibilidades, tanto el mercado que homogeniza el catálogo como la transformación de éste, son menester existencial de cualquier negocio, aún más de las librerías. Ya que, por un lado, como negocio respondemos a las necesidades que solicitan la situación geográfica en primer momento, es decir, responder a las exigencias de los lectores inmediatos. Sin embargo, en segunda instancia la curiosidad de cualquier librero es un fuego que se enciende como fuerza atrayente de otros lectores, es decir, debemos entender las necesidades del mercado, pero a su vez influir sobre el movimiento de esas solicitudes ofertando otras posibilidades similares. Creemos que antes que nada no se trata con clientes,

se trata con lectores (principiantes, expertos y nulos), y al tratar con lectores la necesidad de la venta se disipa sólo para generar una venta no obligatoria, sino natural, evidente y hasta espontánea. A partir del intercambio de las experiencias al leer se genera esta venta. La diferencia radica principalmente no el asunto persuasivo de la venta sino, en el contacto emotivo, perceptivo del universo que está en cualquier libro, así como del descubierto por uno mismo en el mismo libro y, sobre todo, lo descubierto por el lector. El balance es la búsqueda constante, es un acto inmanente de un librero, de una persona curiosa, de siempre estar innovando desde el movimiento, el movimiento es el balance dinámico. Si entendemos que la identidad es sustantivo transitivo, entendemos que para conservar una identidad hay que ser estáticamente dinámicos o dinámicamente estáticos.

Gerardo Morales
Librería Pessoa
Querétaro, México

Una librería independiente se enfrenta a la unificación cultural que propagan los medios de comunicación al promocionar escritores y libros como mercancía de novedad y con fecha de caducidad, segmentando públicos por el nivel socioeconómico. La librería no es únicamente un punto de venta, sino un punto de reunión. Parte de la estrategia sobre fomento de lectura se basa en nuestra selección de libros, que se orienta principalmente a las editoriales independientes o fuera de los circuitos comerciales comunes, editoriales que, al no estar sujetas a los intereses de los grandes mercados y librerías, arriesgan por publicar autores más diversos, muchos de ellos presentes en grandes librerías pero sin visibilidad para el consumidor. Contamos con publicaciones de proyectos editoriales autogestivos, muchos de ellos preocupados por difundir información de movimientos sociales, posturas políticas radicales y textos de pensadores y activistas, también escritores contemporáneos mexicanos y latinoamericanos emergentes, muchos de los cuales difunden su trabajo en publicacio-

nes de corto tiraje, algunas elaboradas artesanalmente y en las que el diseño del libro cobra parte importante para la experiencia del lector. La selección abarca géneros como cuento, novela, poesía, crónica periodística y literaria, investigaciones académicas, corrientes de pensamiento crítico como feminismo y anarquismo que a su vez se ligan a las actividades que realizamos, con las que pretendemos salirnos de la oferta tradicional de eventos culturales y del modelo vertical en el cual el asistente está sujeto a lo que se le presenta únicamente como público cautivo y distante.

Marabunta
Ciudad de México, México

La apuesta que tenemos es lograr la mayor bibliodiversidad posible. Estamos especializados en literatura, entendiendo las otras ciencias sociales también como una ficción.

Ana María Aragón
Casa Tomada Libros y Café
Bogotá, Colombia

Como toda empresa, el máximo beneficio económico será la divisa que guíe nuestras operaciones, pero no la única, ni la principal: nuestra misión primera radica en construir lectores, desarrollar el gusto e interés por la lectura y la escritura, crear la demanda, generar un consumo de libros y materiales complementarios a la lectura. La razón económica en que se basa nuestro proyecto reside en la gran cantidad de pueblos y comunidades aisladas y con problemas de comunicación, muy difíciles de sortear. La dispersión demográfica y el número considerable de escuelas de todos los niveles educativos, es la causa formal de lo mismo. Construir lectores es la misión que justifica y explica esta estrategia de mercadotecnia. El mercado ya existe

en términos demográficos. Hay que desarrollarlo y nutrirlo porque la causa final radica en la naturaleza y papel que desempeña el objeto de nuestra empresa: el libro y el uso que se deriva del comercio de libros: la Lectura y la escritura. Una razón mayor, eminentemente política, es fomentar la lectura para formar ciudadanos, que accedan a la palabra y a la sociedad. Saber leer y escribir es saber pensar.

Luis Guillermo García Ruiz
Librería LibrArte
Tejupilco, México

Sí, cada vez más la edición y comercialización de los libros se centraliza en muy pocas editoriales. Por eso todas las vitrinas de las librerías de la ciudad tienen los mismos títulos, el mismo color, el mismo contenido, etc. Esto obliga a que los lectores vean lo mismo y al final piensen por el mismo lado. Esto va en contra de lo plural, del pensamiento libre, de la literatura, pues se piensa que lo literario va en pro de lo original y de lo nuevo.

Carlos Luis Torres Gutiérrez
Luvina
Bogotá, Colombia

Nuestra apuesta es una apuesta suicida. No hacemos concesiones, sólo vendemos lo que consideramos indispensable para la cultura.

Iván de Jesús Loyola Rodríguez

La librería El Ateneo Grand Splendid fue montada sobre un viejo teatro construido en 1903. El Teatro Nacional, más conocido como Norte, fue remodelado y bautizado como Splendid Theater en 1919, y rápidamente se convirtió en el más lujoso de Barrio Norte. Desde su nacimiento, el Teatro Grand Splendid se constituyó en un estandarte de la época, no sólo por su arquitectura de tono ecléctico con un estilo griego y otro que oscila entre el manierismo y el romanticismo, sino también por convertirse en cuna de actividades innovadoras como el cine, la radiofonía y la grabación musical. En 2018 fue elegida por National Geographic como la librería más linda del mundo.

Uno es lo que es todo el tiempo, las 24 horas del día. La cabeza es una y está siempre entregada a esas pasiones que se entrelazan constantemente. Uno es escritor todo el tiempo cuando estás en un café escuchando apasionadamente la conversación de la mesa de al lado; uno es librero todo el día cuando intenta descubrir a 10 m en el subterráneo la portada apenas torcida de otro pasajero, cuando entra a una librería que no es la propia y por puro instinto le da golpecitos con la mano a los libros que están rompiendo levemente la simetría.

Creo que se multiplicó la lectura porque se incrementaron los formatos, las plataformas. Ya no se puede hablar de lectores solamente, sino que hay que especificarlos. No todo lector es de libros. Algunos son lectores de diarios, de revistas, de textos cortos en Twitter, a quienes, por no leer libros, no se les puede quitar la cualidad de lectores, porque no todo lo útil para sobrevivir en el mundo moderno está en los libros.

Para marcar una diferencia hay que mantener en la medida de lo posible una atención personalizada y estar actualizados a la altura del cliente, que hoy por hoy tiene toda la información a su alcance. El espacio es imponente, eso nadie podría negarlo, pero hay que trabajar para brindar algo más, para mejorar, para hacer del equipo que formamos un grupo sólido y que, por más que la mayoría de los libros estén en otras librerías también, venir a la nuestra sea una experiencia única. No hay que olvidar que por más formatos y plataformas que vayan

apareciendo, los libros en papel son los que realmente nos interesan a los libreros, los que realmente amamos y los defenderemos siempre que algo los ponga en peligro.

Los libreros principalmente tienen que ser lectores y, por sobre todas las cosas, lo más difícil es que tienen que perder todo prejuicio con respecto a lo que llena nuestras estanterías; esos miles de libros que, claramente, no todos son de nuestro agrado. Hay que tener presente que somos libreros, lo cual significa que (quitando todo aquello poético que pueda sugerir esta palabra) tenemos que vender.

La organización es fundamental para nosotros. La librería cierra sus puertas sólo 2 veces al año, por lo tanto, todo el trabajo se hace sobre la marcha y con ella en funcionamiento. Desde que los libros llegan en sus cajas hasta que se acomodan en las estanterías hay un largo camino en el cual no hay mucho margen de error, es decir, si se corta un eslabón de esa cadena, puede alterar la estructura de manera caótica. Recibimos cientos de libros cada día, por eso trabajar de manera prolija es indispensable.

Nos concientizamos sobre algo importante: si bien el formato digital no prosperó en Argentina como se pensaba en un principio que lo haría, no hay que olvidar el motivo, a mi entender, de su "fracaso": a muchos no nos gusta comenzar sin ver la forma. Eso tiene el libro. Seduce mucho antes del texto, te va mostrando un poco sus méritos desde que vas dando los pasos hacia él.

Como anécdota personal, puedo contar que los libros que había en mi casa eran aburridísimos. Nunca me interesaron las ciencias exactas. Organizaba cosas en mi cabeza de niña, planeaba, imaginaba. A los 8 años puedes sentarte en el borde de un muelle a ver un atardecer y apreciarlo muchos años después. Todas esas cosas, buenas o malas que guardas en tu memoria, afloran años más tarde; después se trata de ver qué haces con eso. Yo intento que los recuerdos o vivencias vayan colándose en mis textos lo más naturalmente posible, tergiversados, inexactos, borrosos, no importa. Todo está ahí siempre, porque hay un punto en el que la memoria y la imaginación terminan cruzándose.

Eso es lo fascinante de trabajar en esta librería y al mismo tiempo lo incomprensible; el espacio por sí mismo te hace pensar en escenas de género fantástico, divagar con las posibilidades, por ejemplo: imaginar que al terminar el día, al apagarse las cientos de lamparitas del viejo teatro, todos los libros puedan convivir entre sí, contra todo pronóstico, hasta incluso, quién sabe, poniéndose uno en el lugar del otro, hasta que se haga nuevamente de día, y ahí sí, de manera casi inevitable, vuelva a ser cada uno quien realmente es. Y podemos pensar en aquella frase de Marguerite Yourcenar: "Los libros divagan y mienten, igual que los hombres".

Andrea Stefanoni
El Ateneo Grand Splendid
Buenos Aires, Argentina

Las librerías deben de ser un espacio útil para el entorno, entre más útil sean, más visitas tendrán. Hoy hay pocas librerías que sean entera y únicamente un espacio exclusivo de venta de libros. El nuestro es un proyecto muy intuitivo, conservador, vamos construyéndonos poco a poco. La librería está subsidiada por el bar, lo cual nos permite tener títulos no necesariamente tan comerciales, y eso, en un segundo plano, nos hace tener visitas de lectores y lectoras que buscan publicaciones no convencionales. Así hemos construido paulatinamente un público.

Emiliano Becerril
Bucardón
Ciudad de México, México

Las grandes librerías comerciales estandarizan los catálogos. El énfasis se concentra en lo que tiene más demanda. Generalmente la dinámica de la demanda está directamente relacionada con la inversión en publicidad (a mayor publicidad, mayor demanda). Aquí se plantea un marco de referencia para librerías de menor tamaño como la mía, sin

presupuesto para publicidad a gran escala. Considero que no menos de 30% del catálogo a ofrecer en nuestros locales debe tener literatura con alta demanda (de aquella impuesta por el mercado), pues necesitamos generar un flujo constante de ingresos y esto se logra con ventas. Aquí aparece el arte del librero, como curador de los títulos a exponer. El librero posee una especie de radar para identificar que temáticas o autores son más requeridos que otros. Su criterio determina lo que vamos a ofertar. Luego, el 70% restante de los títulos a exponer los divido primero en ediciones que produce la editorial de Flacso (30%) y después en ediciones de otras universidades y editoriales (40%) que ofertan en sus catálogos temáticas relacionadas con humanidades. Para lograr vender los libros producidos internamente, necesitamos estrategias de difusión: lanzamientos, clubes de lectura, ferias de libro, conversatorios, reseñas escritas y en video. Estas dinámicas se contraponen (en algo por lo menos) a la fuerza de la publicidad a gran escala. Así le jugamos —un poquito— al sistema.

Andrés G. Astudillo
La Librería (Flacso)
Quito, Ecuador

Consideramos que el tema del mercado es una discusión importante para nosotrxs por distintas razones. Inicialmente, por ser una cooperativa, nuestra fuerza de trabajo está en constante construcción, por el hecho de no tener patrones. Por otro lado, San Cristóbal de las Casas es una ciudad peculiar, pues nuestro público y lxs lectores son lxs que permiten que existamos y al mismo tiempo nos permiten estar en una constante conversación e insumos para diferentes actividades, presentaciones y encuentros. Por último, consideramos que es una ciudad habitada por personas involucradas en movimientos sociales, organizaciones e instituciones académicas, esto provoca un flujo constante de material, ideas e intercambios.

La Cosecha
San Cristóbal de las Casas, México

La diferencia, desde mi opinión, se marca forjando el criterio para hacer una librería que corresponda a los fondos que los libreros optan debido a intereses y afinidades y no simplemente a dinámicas del mercado. En ello y por mi experiencia particular pienso que el libro usado y las pequeñas editoriales permite un ejercicio importante: en primer lugar porque amplía el ciclo de vida del libro y también porque, por otro lado, permite encontrar contenidos que en la actualidad no se editan o en su defecto permite tener otras traducciones, formatos, etc.

Marco Sosa
La Valija de Fuego
Bogotá, Colombia

Aceptar que hay sistemas, imposiciones, modas o tendencias. Se reciben, pero también se analiza qué aplica para cada librería, cuál es su misión y cuál es la trascendencia social. Si sólo interesa generar riqueza y vender al por mayor o ser un detonador de cambio. La transformamos al observar y escuchar cómo se va comportando el mercado, pero incluso cómo se determina la zona en la que estamos ubicados. Se logra tener un balance al tener cierta apertura y tolerancia a los cambios o modificaciones y creo que siempre se debe ceder ante algunas cosas para lograr ciertas adaptaciones. Conservar nuestra identidad es ser fieles a nuestra estructura de creencias y valores, es escuchar las opiniones u observar tendencias, pero tomar lo que creemos que se adapta a nuestra identidad; es lo que la apuntala o la hace crecer.

Bibiana Plasencia ▪ Bernardo Plasencia
Bodet Librería
Ciudad de México, México

Las editoriales independientes y las universitarias, tanto nacionales como internacionales, son por vocación nuestro reto; queremos darles mayor visibilidad y la oportunidad de que el público las conozca.

Sin embargo, esto no implica que queramos dejar de lado a los grandes grupos editoriales, que también son fundamentales para el desarrollo del libro y la difusión de la cultura. Es por ello que estamos plenamente abiertos a trabajar a la par de las fuerzas que mueven el mercado y las exigencias del mismo para encontrar un equilibrio. De esta manera, esperamos ir moldeando nuestra oferta, darle las características que nos parecen más afines a nuestros ideales como universidad y como personas que hemos crecido o esperamos crecer de la mano de esta industria.

Verónica Mendoza
Librería Carlos Fuentes (UdeG)
Zapopan, México

Fazer entender ao público que ele faz parte da livraria, é elemento de um conjunto que precisa está uniforme para funcionar. É dá a identidade do seu cliente ao espaço da livraria. Precisa criar intimidade as estantes, aos funcionários, ao ambiente. Entender o papel da livraria dentro do contexto da comunidade que está inserida, preservar boas práticas e construir as mudanças abraçado com o seu público.

Murillo Almeida Cerqueira Campos
Livraria da UEFS
Feira de Santana, Brasil

Modelo de negocio

39 son principalmente librería.

8 combinan la librería con otros servicios.

10 tienen vínculos con producción editorial.

Además de constituirse en un medio de vida, ser librero es fundamentalmente asumir un compromiso de contribución cultural con la sociedad. Ejercer la profesión como prescriptor nos aproxima a la docencia, papel social a partir del cual podemos transmitir y recibir informaciones, orientar al cliente y mediar el proceso de aprendizaje que implica la comprensión lectora. Como profesional me he transformado acompañando las transformaciones sociales y tecnológicas a lo largo de los últimos 48 años, sin embargo y es inevitable, advierto que está llegando el momento de abrirle paso y convivir con las nuevas generaciones, pues serán ellas, como fue la mía un día, las que estarán más aptas a innovar.

A partir de los años 80 del siglo pasado tuvo lugar un profundo cambio en el modelo de negocio tradicional de las librerías. La migración para centros comerciales y la ocupación de grandes espacios llegaron de la mano de una concepción estratégica que buscaba la mayor permanencia del cliente en el local, gracias a la introducción de atractivos adicionales como la introducción de artículos electrónicos y/o a partir de la creación de diferentes espacios de convivencia como bares y restaurantes. En lo que a oferta de libros se refiere, esta nueva concepción del modelo de negocio privilegiaba aquellos títulos de giro rápido, entendiendo que las utilidades se maximizan cuanto mayor sea el giro de cada producto expuesto en los estantes y góndolas del establecimiento comercial.

Las librerías, principalmente las cadenas, pasan a ser administradas con la lógica de los supermercados, y para tal fin las organizaciones contratan ejecutivos provenientes de áreas de venta al por menor que, *a priori*, desconocen los principios básicos del funcionamiento de las librerías como centros civilizatorios, enfocando sus acciones apenas hacia el consumo inmediato. Sin duda, la segmentación, la curaduría y la atención personalizada marcan la diferencia y le otorgan personalidad a la librería. Para tal fin es necesario contar con profesionales capacitados para la atención al público, lo cual no sólo implica la amabilidad, sino sobre todo la adecuada interlocución con el lector.

El equilibrio necesario a la sustentabilidad del negocio librero surge de la armonización de varios vectores, a saber: un proyecto arquitectónico que conjugue una armonía de lenguajes entre el clima interno y los contenidos, iluminación direccionada en cada sector de modo que resalte los productos y permita una inmediata identificación de los grupos temáticos, una cuidadosa selección de libros atendiendo a los valores e inquietudes de la clientela buscada, una exhibición de productos variando tipos de superficies, formatos y posiciones (tapas de frente y lomos), atención personalizada que transmita conocimiento sobre las materias y confianza en las orientaciones recibidas por el cliente.

La atención al público, inclusive en tiempos de vida digital, es primordial para el fortalecimiento de las librerías físicas. Cabe a los libreros, sean propietarios o empleados, ejercer este sutil arte de concretar las ventas de libros generando directa o indirectamente la demanda que les permitirá alcanzar ese objetivo. En mi librería, especializada en la venta de libros en español en un país que habla otro idioma (portugués), todos los libreros son estudiantes avanzados o profesores diplomados en la carrera de Letras con especialización en español. De este modo podemos abordar las situaciones y demandas con amplio conocimiento de la lengua, la historia y la cultura hispanoamericana.

Los métodos para el aprendizaje del oficio parten de una base adecuada, es decir, que los empleados lean, hablen y conozcan el universo cultural de la lengua española, los oriento personalmente sobre la necesidad de recorrer el camino que termina en la venta y la posventa, pasando por temáticas como el conocimiento enciclopedista, la psicología del consumidor, el lenguaje gestual, la acogida y la precisión en la información transmitida.

La comunicación online con los proveedores, sus catálogos y los motores de búsqueda, así como la certificación de las fuentes, son herramientas imprescindibles para garantizar la correcta atención al público. Uno de los nuevos escenarios posibles es la utilización de los códigos QR tanto para la comunicación visual en los espacios físicos

(por ejemplo, comunicación del calendario de actividades de la librería) como su uso en aplicativos para transmitir información sobre presentaciones de libros, noticias, etcétera.

La librería ha apuntado las comunicaciones a la comunidad de profesores y estudiantes de español como lengua extranjera. Participamos en foros de Internet, congresos, seminarios y ferias en general. Divulgamos vía redes sociales todo tipo de información y curiosidades que nos reportan a la lengua, la cultura y la civilización hispanoamericana. El trabajo de creación de la comunidad es permanente. Estimo que los primeros 5 años, en tiempos anteriores a las redes sociales, han sido fundamentales para irradiar nuestro trabajo. Entiendo que hoy en día la velocidad y el alcance se han multiplicado de tal manera que podríamos estimar que 2 años son suficientes para formar un mínimo de masa crítica para rentabilizar el trabajo.

A partir del año 2003 comenzamos a registrar un avance en la construcción de políticas públicas de promoción del libro y la lectura. He participado intensamente en ese proceso integrando diversas instancias, colegiados y comités ejecutivos en el ámbito de los Ministerios de Cultura y Educación, representando entidades del sector productivo del libro como la Cámara Brasileña del Libro y la Asociación Nacional de Librerías. Como resultado de este largo e intenso proceso, obtuvimos en 2018 la promulgación de la Ley 13.696/18, que instituye la Política Nacional de Lectura y Escritura, actualmente aguardando su reglamentación. Dicha política prevé en uno de sus ejes el fortalecimiento del sector productivo del libro a través de acciones de estímulo, líneas de crédito preferenciales, entre otras cosas, tanto para la edición como para la comercialización de libros. Lamentablemente el actual gobierno federal ha extinguido tanto el Ministerio de Cultura como los colegiados representantes de la sociedad civil que contribuyeron exitosamente para la formación de políticas públicas.

Considerando la sanción de la ley ya mencionada, entiendo que resultan insuficientes las medidas de posible implementación en apoyo específicamente a las librerías. La legislación tiene que apoyar más la producción de libros propiamente dicha que su comercialización.

Brasil posee 5 570 municipios y apenas 20% de ellos tienen librerías. Además, existe una ostensiva concentración en las regiones sur y sudeste alcanzando cifras de alrededor del 54%, en detrimento de las regiones nordeste y norte con apenas el 21% de librerías.

En Brasil la Asociación Nacional de Librerías realiza un trabajo intenso tanto en la defensa de los intereses de sus asociados como en la interlocución con el poder público en sus instancias, federales, provinciales y municipales. Apoya la realización de diversas ferias de libros en toda la extensión del país, mantiene fluida la relación con los medios de comunicación y principalmente interviene en la mediación de conflictos entre editoriales de libros didácticos y sus asociados, tentando hacer respetar los canales de comercialización de modo que el editor publique y divulgue, y el librero venda al público. Hay que continuar trabajando para conseguir la promulgación de la Política Nacional del Libro y Regulación de Precios (Ley del Precio Fijo), actualmente tramitando en el Congreso Nacional, de modo que consigamos aumentar la variedad de oferta y democratizar el acceso al libro combatiendo la competencia desleal practicada principalmente por las plataformas online.

Mi librería comenzó como importadora y distribuidora de libros en español, en una sala minúscula y con apenas un único vendedor externo. La selección de materiales apuntaba a identificar aquellas áreas del conocimiento y de la literatura en las cuales la producción local se encontraba atrasada o con traducciones deficientes. Las actividades que inicialmente fueron concebidas como un complemento de la venta de libros, alcanzaron vuelos impensados, llevándonos al extremo de organizar en 1990 con la colaboración del Ministerio de Cultura de España un ciclo de cine gratuito y multitudinario en el Museo de Imagen y Sonido. Gracias a esa y otras acciones, la librería Letraviva ocupó reiteradamente importantes espacios en las secciones culturales de la prensa escrita, radial y televisiva de Brasil.

Las oscilaciones de la economía local ejercen interferencias directas en las actividades y por supuesto en la venta de libros. Para quien comenzó de forma tan precaria y sin capital, como fue nuestro caso,

puedo afirmar que hemos transitado de forma victoriosa por lo menos los últimos 30 años. Hemos tenido sucursales, hemos publicado libros en portugués y en español en escalas respetables y hemos estado presentes en ferias, congresos y seminarios a lo largo y a lo ancho de este país continental. La década en curso, así como a todo el sector, nos ha mal tratado y ha puesto a prueba nuestra capacidad de adaptación. Actualmente seguimos participando en eventos externos y nuestra sede se redujo a un *showroom* dentro de una escuela de enseñanza de español, desde la cual atendemos personalmente y por todos los medios electrónicos disponibles. A futuro, apostamos a la constante reinvención, la adaptación y la modernización para dar las respuestas necesarias al lector-consumidor de la próxima década.

Nací en un hogar de intelectuales de izquierda. Mis padres y mis abuelos pertenecían al Partido Comunista argentino en los años de 1950 y recuerdo que algunos de los cuentos infantiles que me leían tenían como personaje a Lenin y su disfraz durante la fuga para Finlandia. Con libros por todos lados en casa y familia lectora, ¿existiría mejor ámbito para construir la intimidad y el regocijo que la lectura puede ofrecer? Resultó casi un proceso natural el que desembocó en la apertura de una librería cuando yo tenía apenas 13 años y vendí mi primer libro. Sin duda, mis padres fueron los mentores en la trayectoria que, en una mezcla de herencia y vocación, me llevó a transformarme en un profesional del libro para toda la vida.

Siempre les digo a mis clientes que el encuentro con un autor les puede cambiar la percepción de su obra. Así ocurrió conmigo después de conversar o asistir a conferencias de varios autores consagrados como Sábato, Vargas Llosa, Carlos Fuentes, Pérez Reverte, Jorge Fernández Díaz, Martín Caparroz y muchos otros. La profesión de librero, claro, me facilitó el acceso a ellos, pero de todas maneras fue muy importante para mi formación el contacto directo con los autores. Mario Benedetti con sus *Poemas de otros*, su *Tregua*, su *Gracias por el fuego*, fue el autor de mi juventud, el de las emociones, de los amores juveniles y no tanto. Leí a Borges tardíamente. Me dejé influenciar por la opinión que en Argentina lo condenaba por haber hecho una declaración

aparentemente a favor de la dictadura militar encabezada por Videla y sus secuaces. Sin embargo, después de bucear en *El libro de arena*, pasé a recomendarlo con la siguiente advertencia: "atención, después de leer a Borges, haga una lenta digestión. No lea nada inmediatamente porque todo le parecerá poco".

Bernardo Gurbanov
Letraviva
São Paulo, Brasil

Hay que adecuarnos a los nuevos formatos, pero el libro en impreso es difícil de reemplazar. Las librerías, para enfrentar el mercado, pueden brindar otros servicios alternativos tales como préstamo de libros o entregas a domicilio. Entregar tarjetas o descuentos especiales por fidelidad, realizar noche de libros, manteniendo la librería con atención al público hasta la media noche y con precios especiales, así como también organizar presentaciones de libros.

Lourdes Chang
Librería de la Editorial Universitaria
Lima, Perú

Nuestra apuesta es una apuesta suicida. No hacemos concesiones, nosotros sólo vendemos lo que consideramos indispensable para la cultura.

Iván de Jesús Loyola Rodríguez
Librería Caligari
Puebla, México

Para ser librero, el mejor método sin duda alguna es ser lector.

Óscar Omar Cambrón Liñan

La manera de encontrar un balance entre lo que busca la librería y el mercado es ser honesto con lo que quieres y saber que las cosas se resuelven pensando. Tal vez tarda, pero nunca se debe perder la dirección. Pasa con el mercado y con la página en blanco. Tu idea de librería también debe seguir avanzando. El empresario librero debe modificar el mercado como el escritor la literatura o el filósofo la filosofía. Por cómo es tu librería dice algo al mundo; en ese sentido el librero frente al mercado es un escritor.

Carlos Carnero Figuerola
Librería Inestable
Lima, Perú

Nuestra librería nace a raíz de la necesidad de contar con un lugar para la promoción y venta de los libros de producción propia y no depender enteramente de las ventas en eventos como ferias de libro y presentaciones. Su identidad es básicamente institucional, universitaria, y quizá debe permanecer así lo más que se pueda. Creo que un modelo que puede revalorizar a nuestras librerías universitarias es llegar a acuerdos con las academias, es decir, de ser posible producir libros que tengan pertinencia para el mercado interno. No creo que las librerías deben homologar su oferta, el libro universitario existe porque es necesario difundir el conocimiento, el pensamiento y la investigación de todas las áreas, no solo para los estudiantes, sino para toda la sociedad. Encontrar un balance entre una librería que puede denominarse exitosa, por lo menos en ventas, y una librería donde cada libro que se vende se lee, es quizá la parte más difícil de poner en un informe de resultados.

Christian Cartagena Vega
Librería Universitaria Jaime Labastida
Los Mochis, México

Considero que cada librería tiene su particularidad según el lugar dónde esté ubicada y su público. Básicamente manejamos los mismos catálogos, pero cada una tiene prioridades y condiciones diferentes: su tamaño, por ejemplo, no deja de ser una limitación, así como las temáticas que tenga según su demanda. En la nuestra ubicamos la sección de filosofía, consultada frecuentemente, en el lugar más visible para facilitar y ayudar a quienes buscan o investigan en esa área. El librero se ocupa de conciliar las distintas partes, hacer las compras que considere conveniente, ofrecer las mejores condiciones de venta a sus clientes y así obtener el rendimiento adecuado para sostenerla. La atención a tiempo de los proveedores colabora al buen funcionamiento y amplitud del catálogo.

Clotilde Baudino
Festina Lente Libros
San Martín, Argentina

Las librerías se distinguen por sus libreros, que son quienes hacen la selección de los títulos que se ofrecen, y aquellas que no se diferencien no podrán sobrevivir en el mercado actual. Existen muchas opciones para hacer de la librería única: si no se cuenta con una gran superficie, es necesario buscar una especialización o una línea que la distinga. También es importante que tenga un ambiente particular que atraiga a un público que se sienta a gusto en ella. Debe ofrecer actividades culturales relacionadas al libro que le de mayor circulación de posibles clientes. Debe ofrecer distintos servicios que hagan que la gente vuelva. Es indispensable que haya en el librero un sentido práctico que le obligue a buscar una rentabilidad porque es un negocio difícil en nuestro país. El trabajo del librero demanda una gran constancia y debe de orientar sus esfuerzos hacia un tipo de público que le facilite ubicar a su clientela y los servicios que ella necesita. De esa manera podrá tener una identidad.

Juan Luis Bonilla Rius
Librería Bonilla
Coyoacán, México

Para La Valija de Libros el contacto con nuestros seguidores es muy importante. No porque sean una masa que nos diga qué comprar o vender, sino porque son los que nos dan aliento para seguir, los que buscan un libro sin cesar y ven en nosotros la posibilidad de acceder a él. Son ellos quienes descubren cosas nuevas en nuestras maletas. Existimos porque un mercado estaba hambriento de libros importantes, y yo misma puedo recordarme siendo ese mercado cuando crecía en Costa Rica. Ese mercado existe porque el gobierno de mi país de origen no logra identificar verdaderamente en la cultura un punto fundamental para el desarrollo de su sociedad. Y por lo tanto existimos nosotros y otros excelentes proyectos independientes del país, porque estamos cansados de no poder acceder a lo que los demás sí pueden, y en particular La Valija, porque queremos que puedan acceder pero sin que les cueste un ojo de la cara, y México es clave para ello. México ha sido por décadas (o siglos) la teta cultural de la que gran parte de América Latina ha mamado sin cesar, y es tiempo de que en México eso se visibilice y que tenga consecuencias en la accesibilidad a la cultura que se necesita, no sólo a la que se impone a través de la monopolización internacional de los medios de comunicación y la cultura barata. El bajo costo de los libros en México permite que podamos transferir esa ventaja a los ticos, y el amplio panorama del libro en México, deja que los proyectos ticos puedan ser vistos afuera de la burbuja del país. Nosotros somos puente y garante de que lo que llevamos y traemos vale muchísimo la pena para todos los hambrientos, mexicanos o ticos.

Olivier Vindas
La Valija de Libros
San José, Costa Rica ▪ Ciudad de México, México

Formación de públicos

Comunidades lectoras, conversaciones y ventas

Una librería es una metáfora de la diversidad, que capta lo permanente en lo cambiante.

Alba Inés Arias Figueroa

A vuelo de pájaro nos pueden divisar como un punto luminoso en la cicatriz de la Sierra Madre Occidental. En ese remanso de luz se hospeda un pequeño ático convertido en librería. Pocos municipios en el país de la dimensión de nuestro pueblo tienen el lujo de contar con una librería. Ahualulco es casa de un poco menos de 22 mil almas. Nuestro pueblo de juguetería está conformado por 28 barrios y 6 localidades, y en él la mayor actividad económica es el campo. En cuanto a la guardiana del reino, soy psicóloga por la Universidad de Guadalajara, *libroterapeuta* y gerente de la librería.

Antes de nuestra librería no había nada que se le pareciera en el terruño, salvo un legendario negocio de venta de periódicos y revistas que vio sus mejores tiempos antes de la debacle de este giro de negocios en la década de los noventa. Después de muchos itinerarios para echar a andar nuestro negocio, decidimos en 2006 debutar en el complicado arte de vender libros en línea. Muchos de nuestros libros que mordían polvo en los libreros comenzaron a peregrinar a varias regiones de México y Estados Unidos. Les recuerdo con la mirada turbia de quien despide seres queridos en la estación de autobuses en pos del placer fugaz de una venta maestra.

Soy librera gracias al ingenio y ocurrencia del poeta de la familia, que avizoró nuestra existencia en este pequeño paraíso de libros. Son pocos años en el oficio para ganarme el título legal de librera, quizás porque en estas artes de oficio el proceso de iniciación es un largo trayecto; por ello no dejo de sentirme a ratos como una diletante y advenediza. En este camino de aprendizaje diario hay que estar siempre con un pie en el estribo. Es una ruta de ensayo y error y de constante búsqueda de claridad para generar una nueva narrativa en este negocio reconciliado con el fracaso. Pese a todo, considero que ser librera significa prescribir libros-artefactos capaces de mitigar las dolencias de la vida.

Las librerías independientes vamos siempre a contracorriente, en nuestro caso hemos emergido en las horas crepusculares de las librerías tradicionales que a diario enfrentan la amenaza de convertirse en piezas de museo. Lo natural es no sucumbir en medio del caos, no estoy segura si sea por nuestro ADN que nos otorga un pasaporte re-

novado en cada uno de nuestros gestos diarios, como una forma de resistencia a las omnipresentes leyes del mercado. En este escenario es prioritario establecer lazos y vínculos en torno al libro y a la lectura, con el propósito de brindar una serie de opciones que rompan la ríspida monotonía del municipio y alienten la participación de la sociedad civil organizada en el desarrollo de medidas y prácticas comunes. Es necesario contar con muchos cómplices que nos ayuden a contagiar la pasión por los libros y la lectura.

Por supuesto, tenemos grandes restricciones y limitantes; es necesario renovar constantemente nuestro catálogo básico de libros al realizar cada año una serie de ventas especiales y descuentos tentadores para llamar a la tribu. Por otro lado, es vital olisquear la confianza de nuestros clientes, pues tarde o temprano nos colocarán el noble título de "librero de cabecera". La tarea diaria es ir más allá de un local en el que sólo se venden libros nuevos y usados. Significa realizar un trabajo artesanal, silencioso, discreto; en ocasiones, los días son premiados con algún lector de apetito voraz que dilapida sus quincenas en una gran comilona de libros. Otro activo que nos distingue es que contamos con títulos propios, que son fruto de la participación en convocatorias estatales.

Mi región forma parte del paisaje agreste en materia de cultura, donde una empresa romántica como una librería transita casi invisible en el gran teatro de la cultura nacional. Pese a todo, tratamos de acudir a ferias de libros, uno que otro coloquio y presentación que abone a nuestra labor vía *streaming*. Sería de enorme ayuda conocer, generar y desarrollar modelos de gestión que nos den respaldo a nuestras actividades y gestos diarios.

Hemos colaborado con la sociedad civil e instituciones educativas y culturales del municipio, articulando lógicas e intereses variados, en tantas disciplinas, con agentes tan diferentes; siempre tratando de involucrar a la librería con acciones que generen una agenda concertada de compromisos que contribuyan a ampliar la oferta cultural y artística de nuestra comunidad. Paredes cubiertas con estantes repletos de libros, dispuestos con espíritu informal y amigable, hacen que nuestra nómina de autores y títulos sea una bandeja imposible

de no antojar a lectores exigentes, títulos de escritores originarios del terruño, una parte selecta de la herencia literaria del siglo xx, ciencia y pensamiento y una avalancha de novedades. Nuestra librería cobra pertenencia y tiene un cometido para la comunidad. En nuestra ingenuidad, deseamos ser permanentes, pese a que a menudo remamos con esfuerzo e ingenio en un clima adverso a la imaginación de la cadena de mercado del libro.

Sobre el papel del librero y del lector frecuente, pienso que nos corresponde crecer juntos, irnos conociendo por nuestras historias y por nuestros placeres librescos. Siento y percibo que todos los días, en cierta forma, nuestros amigos y vecinos agradecen que El Ático exista en nuestro pueblo. Coleccionamos un par de costales de buenos momentos felices que se han dado con naturalidad, sembrados a base de cordialidad y amabilidad en el trato; esto nos insufla oxígeno para permanecer optimistas frente al futuro. Otra cosa en juego es la constancia, estar abiertos los siete días de la semana, aunque no pase nada. En mi polaroid personal he logrado vislumbrar una perspectiva interesante de lo que será nuestra nueva etapa con años de experiencia a cuestas y la construcción hecha en el tiempo por la participación activa de los otros: amigos, vecinos, lectores y clientes.

Un constante adiestramiento es necesario, no se diga dar los primeros pasos para una profesionalización con el fin de ampliar el conocimiento. Actualmente estoy en el tramo final de un diplomado destinado a la comunidad de mediadores de lectura; fueron tres meses de compartir con colegas de América Latina en tareas de bibliotecas y centros educativos. Justo ahora, trabajo en la creación de un club de lectura para jóvenes que tiene como propósito leer y revalorar a los clásicos. En este intersticio de juventud y ocio, nuestro plan de lectura busca proponer a esta comunidad lectora, leer una centena de clásicos "sólo por amor", a través del vehículo de un club de lectura, que asume que leer a los clásicos en la actualidad es un acto de rebeldía.

Construir un modelo de negocios "exitoso" para una librería tiene, por obligación, que pasar por la caja registradora, pero para ello primero por una comunidad de lectores, de vecinos, de amigos. Aquí y ahora, pisamos tierra yerma. Por el momento cuidamos un jardín

imaginario alejado del negocio exitoso. Nuestra fama y nuestra existencia son de otro orden. Se ha trabajado en la animación de la lectura y promoción del libro a través de unos cuantos talleres, conferencias y de nuestro club de lectura. Se ha favorecido la convivencia social en espacios públicos con propuestas artísticas de calidad. Continuamos colaborando con los programas municipales de cultura y de las instituciones educativas del municipio y; en cada uno de nuestros gestos y quehaceres, por mínimos que sean, buscamos sensibilizar al público en general, con otro tipo de actividades de esparcimiento respecto a las habituales: el futbol, la música de banda, las telenovelas, el jaripeo, el circo, etcétera.

Más allá del reto de mantener abierta la librería nos importa muchísimo continuar ampliando nuestro menú de servicio, no sólo en relación con el catálogo de libros que ofrecemos. Por eso, el programa cultural y artístico que delineamos tiene como propósito central poner al alcance de la comunidad una serie de actividades cercanas y complementarias al mundo del libro y de la lectura. Convencidos estamos de que nuestro mejor activo es nuestra gente, en particular los niños y jóvenes.

A 6 años de los primeros "ensayos" de vender libros en línea en Mercado Libre y luego en un puesto ocasional en la plaza del pueblo, me decidí en octubre de 2012 a instalar una pequeña librería a un costado del Palacio Municipal y dejamos por un año de ser una librería portátil. Habíamos diseñado también un blog y una página de Facebook donde dábamos cuenta de noticias bibliográficas, enlaces de promoción del libro y de la lectura y notas periodísticas sobre libros y autores. Desde la apertura del modesto local poco a poco fuimos conociendo los intereses de nuestra selecta clientela. De lo anterior creo tener claridad en la mirada para un apego al lugar y sentido de comunidad en nuestro pequeño ático.

Recibimos entre 45 y 50 visitas repartidas entre ociosos, amateurs del vicio de la lectura y bibliófilos salidos del closet. Una tercera parte de ellas se traducen en la compra de uno o varios ejemplares. El resto de visitas van imagino, por sentir acogedor el lugar y la charla. Como biblioterapeuta es necesario tener "sexy la oreja", como los cantineros.

Nuestras mejores recomendaciones llegan de otros lectores y amigos de El Ático que todavía ejercen el arte de platicar y surge la valiosa recomendación del "boca a boca". Nuestra fama se extiende, tenemos visitas de las delegaciones y municipios vecinos. En fin, todos juntos y mezclados conformamos la República Insular del Ático.

Sin duda, el libro y la lectura como patrimonios culturales deben ser parte fundamental de la agenda pública, deberían convivir en armonía los intereses de la empresa privada con el estado a fin de que las librerías existan y cumplan su función.

Mentiría si afirmara que la librería ha sido un éxito o, peor aún, un gran negocio. Entre abrir una taquería más o una casa de cambio nos decidimos por compartir nuestra pasión por la lectura, la música y el cine, ofreciendo un catálogo de libros, discos y películas con precios asequibles pues varios de estos productos son de segunda mano… Esperamos tener el impulso necesario para avanzar y lograr la meta de ser una referencia en nuestra comunidad.

Quizás nuestra existencia se deba en parte a que apostamos nuestra buena estrella a un negocio "romántico", que ha sido necesario renovar con los impulsos más "peregrinos". Además, nos ha guiado la fe ciega de seguir al pie de la letra a nuestro gurú Daniel Pennac y a su "Decálogo de derechos imprescindibles del lector" para encaminar almas por rutas de lecturas más auténticas y gozosas, emprendidas por la búsqueda y la propia voluntad. Con la comunidad educativa del municipio intentamos "reparar" los equívocos que ha conspirado la mala escuela y torcer el brazo a las estadísticas terribles de hábito de lectura en México. La gran tragedia de la educación en México es que la mayoría de sus maestros no leen y es difícil, sino imposible, que ellos logren contagiar un interés auténtico por formar lectores. Trabajamos sobre cicatrices que hacen que nuestra tarea sea ardua y parezca casi un milagro mostrar las "cuerdas que vibran" con la lectura de un buen libro inoculado por el goce.

Leticia Lumbreras
Librería El Ático
Ahualulco de Mercado, México

La felicidad de compartir el gusto por la lectura es algo que no tiene fecha de caducidad.

Danny Torres Estrella

Como libreros sólo podemos formar a los públicos que asisten a nuestros locales y debemos de hacerlo ampliando el panorama del lector, ofreciendo libros que no conozcan, organizando eventos sobre libros que generen interés. La librería debe de tratar de tener o conseguir los libros que su clientela quiere, pero también debe de ser un lugar en dónde la gente encuentre algo más que lo que buscaba. Estamos ubicados en avenidas importantes; eso hace que la gente que pasa en frente nos vaya conociendo. Además, hacemos promoción directa en las instituciones de educación superior que estudian las áreas que ofrecemos.

Juan Luis Bonilla Rius
Librería Bonilla
Coyoacán, México

Para nosotros la motivación para abrir las puertas de Garabato fue la necesidad. Vivimos en una región que hoy en día cuenta con aproximadamente 500 mil habitantes, y hasta hace cuatro años no contaba con una librería vista como un espacio cultural. En el transcurso de nuestras vidas las librerías siempre han estado presentes y como no había ninguna nos tocó a nosotros realizar la tarea. Durante estos 4 años la librería se ha ido convirtiendo en un núcleo cultural para el municipio de Chía y sus municipios vecinos, y esto sólo se ha logrado por la consolidación de las relaciones: librero-lector, librero-librero, lector-lector, autor-librero, lector-autor. Que Garabato ya se haya consolidado como ese nodo de encuentro evidencia una meta cumplida. Nuestra apuesta al futuro está en las alianzas, es solo desde ahí donde nuestra tarea va a poder potencializarse.

Santiago Aguirre Sánchez
Garabato Librería
Chía, Colombia

Las participaciones en la Feria Internacional del Libro de Lima, la principal en Perú, las hemos tomado como nuestra inversión en publicidad; todos los años nos trae nuevos clientes para el futuro. Somos una librería especializada en algunos temas, así que el boca a boca ha sido importante. Mantenemos activo un grupo de la librería en una red social, y allí vamos salteando alguna novedad, algún extracto de un libro, eventos alrededor de los temas de la librería, comentarios sobre el mundo del librero, posiciones de la librería sobre algún tema de la sociedad, alguna noticia o dato hallado en publicaciones antiguas. No es un *fanpage*, sino un grupo. Para nosotros este modo de comunicación es muy importante.

Carlos Carnero Figuerola
Librería Inestable
Lima, Perú

Los libreros siempre debemos estar al tanto de las novedades, de los autores de los que se habla y actualizarnos. Para ser librero, el mejor método sin duda alguna es ser lector. Asimismo, para crear comunidad hemos aprendido a hacer sinergia con centros culturales, museos y teatros.

Óscar Omar Cambrón Liñan
Librería Laberinto
Querétaro, México

Es importante entender la capacidad de la librería en términos económicos, espaciales, de convocatoria y de posibilidades para jugar con estas variables. La nuestra es una librería pequeña, en la que dos libreros pueden establecer una relación cercana con cada uno de los clientes, reconocerlos, reconocer sus gustos, su historial de lecturas, e

ir más allá de eso hablando con ellos sobre las viejas lecturas, de las que podrían ser sus nuevas lecturas, pero también hablando de temas que no son necesariamente de la librería. Hablar de cine, de música, de la actualidad literaria en el país, y preguntarse con ellos por estas cosas establece una relación que permite profundizar cada vez más en sus intereses y genera confianza en ambas vías.

Santiago Sepúlveda
Hojas de Parra
Bogotá, Colombia

Tornando a livraria um espaço de encontros, muito mais do que um local só para comprar livros. Construir um espaço que converse e conviva com diversas linguagens (contação de histórias, música, teatro, aulas, etc). Apoio a projetos e atividades de incentivo e formação do leitor na universidade e em outras comunidades da região, abertura do espaço da livraria para os desenvolvedores de outras artes e linguagens, participação em eventos literários e culturais do nosso território.

Murillo Almeida Cerqueira Campos
Livraria da UEFS
Feira de Santana, Brasil

Desde que abrimos la librería hemos construido una comunidad de lectores a través de la escucha de sus diferentes intereses literarios y de investigación. Sabíamos que concebir una librería de intereses sociales en esta ciudad podía cubrir muchas necesidades temáticas para ciertxs habitantes; esto nos permitió crear una agenda de presentaciones, foros, encuentros, conversatorios y talleres que fortalece la creación de nuestro público. No todxs lxs visitantes son compradores,

sin embargo, nosotrxs fomentamos la práctica de lo que llamamos "lectura libre" que implica el libre acceso a todo el material textual de forma radical, es decir, se pueden abrir los libros empaquetados, llevarlos a la cafetería, acceder a ellos como si fuera una biblioteca. Esto, crea la posibilidad de que las personas accedan a los textos y así fortalecer la seguridad de quien lo compra, quien no lo puede hacer por las limitaciones económicas no se quedó sin leer. El uso de las redes sociales hace que llegue un flujo constante de nuevos visitantes. El hecho de que sea una ciudad turística permite que la recomendación de gente que ya nos conoce sea una constante, a tal punto que ya se nos considera un punto fijo de visita en la ciudad.

La Cosecha
San Cristóbal de las Casas, México

Estamos en el proceso de construcción de una comunidad. La librería está dentro del campus universitario y es visitada por muchos alumnos, profesores, docentes, padres de familia y público en general. Las expectativas son muy grandes, sobre todo lograr que la mayor cantidad adquieran las publicaciones. Crear incentivos para promover la lectura entre los jóvenes estudiantes.

Lourdes Chang
Librería de la Editorial Universitaria
Lima, Perú

En la Librería Universitaria Jaime Labastida optamos por la creación de futuros consumidores de libros. Desde los primeros meses de funcionamiento formamos círculos de lectura, donde no solo se leen los libros de nuestra editorial, también se leen autores de las distintas corrientes latinoamericanas y algunos libros de literatura de consumo. Pero indistintamente del grupo de lectores, ya sean jóvenes del nivel

medio superior, del nivel superior, adultos, etcétera, se procura leer a autores sinaloenses, con el firme propósito de convencer a los lectores de que la literatura, el acto de escribir, no es un acto lejano geográficamente, no es lejano en cuanto a los escenarios y los paisajes; por el contrario, que se enteren de que los autores a los que están leyendo quizá fueron a la misma escuela o comen en la misma taquería. Humanizar al autor y así a su obra. También pusimos en marcha talleres permanentes de creación literaria, uno de lectura y creación poética y uno más de narrativa. Además, se han desarrollado sesiones de Bebeteca, lectura para niños de 0 a 3 años acompañados de sus padres, el taller Juego y Leo, dirigido a niños de 5 a 8 años, donde se busca sensibilizar desde la primera infancia sobre la utilidad lúdica del libro. Además, se busca concientizar a los padres de la importancia de buscar en sus hijos un desarrollo lector.

Christian Cartagena Vega
Librería Universitaria Jaime Labastida
Los Mochis, México

Construcción de comunidades

10% de los libreros consideran que después de 3 años se puede contar con una comunidad.

8% piensa que entre 3 y 5 años.

50% cree que se es una actividad permanente de la librería.

32% no especificó.

Hay que entender la librería, cada una dentro de sus características e intereses particulares, como un espacio irradiador, un pequeño mundo. A partir de esta concepción se asume un compromiso ético con el lector: llevarle los libros que le interesan y propiciar el encuentro entre el autor y sus lectores. Un librero, tal y como yo lo entiendo, es un cómplice, un compañero del camino. Lee y es leído. Recomienda y es recomendado. Esta condición lo hace un transmisor de información, de lecturas, de descubrimientos. Cada librería debe luchar por ser particular y específica. Lograr ser ella y no igual a todas las demás. A partir de un descubrimiento literario se puede transformar, en pequeña o mediana escala, el universo de los lectores y del mercado, volver visibles libros y autores que antes no lo eran, lograr que los libros lleguen a sus lectores destinados.

Para marcar una diferencia, en primer lugar, se debe prestar un buen servicio. Ser el lugar donde el lector se sienta respetado y querido. Saber que el objeto último (en realidad el único) es ser el penúltimo eslabón del acto editorial: que el libro llegue a su lector. A partir de ahí se inicia lo más interesante: el acto de la lectura. Un libro existe cuando se encuentra con su lector, antes es sólo un objeto. La librería es, en el fondo, la proyección del librero y sus lectores. que son los que le dan identidad. Se crea un sentido de pertenencia, un espacio de posibilidad, buscando no parecerse a nadie más que a sí mismos. El lector se reconoce en su librería y en su librero. Por eso es que va a ésta y no a otra. Escoge. Elige.

La identidad se conserva sabiendo cuál es la librería que se quiere tener/ofrecer a los lectores. A partir de esta claridad se busca un balance entre lo que se quiere y lo que se puede, entre lo que se quiere y lo que se busca. El balance es necesario para la supervivencia. Al mercado hay que usarlo, no ser usado por él.

En la librería somos dos libreros nada más, y cada uno lleva en esta profesión muchísimos años; pertenecemos a generaciones distintas, lo cual ayuda a mirar el oficio desde distintas perspectivas. Creo que un librero se va haciendo con el tiempo. De acuerdo a sus intereses el estudio es fundamental. El librero aprende de todo, todos los días, no sólo por su propia cuenta, sino también, por/gracias a sus

clientes. Una librería es un lugar de encuentro de seres y de saberes. Particularmente a mí me gusta mucho estudiar las bibliografías de los autores. Es una manera de aprender a fondo.

A pesar de no tener el inventario sistematizado utilizamos las redes sociales: Facebook, Instagram y Twitter. Estas nos han permitido llegar a una mayor cantidad de lectores en muchos lugares. También son grandes herramientas de promoción y de comunicación, con las que podemos corroborar la cantidad de gente que hay buscando libros. Creo que cada librería/librero hace un uso particular de éstas. Crear una identidad aquí también es necesario. La gente busca una voz propia y cada librero/librería debe tenerla.

Con el paso del tiempo se van descubriendo los temas e intereses de la comunidad lectora de la librería. De lo que se trata entonces es de cumplir las expectativas y necesidades de éstos, llegar al equilibrio entre lo que buscan y lo que me gustaría que encontraran los lectores. Para ello, prestamos el servicio de búsqueda de libros y mantenemos una actividad constante y permanente en las redes ofreciendo libros que nos interesa promocionar. Los lectores saben que vamos a hacer lo posible por encontrarles los libros que están buscando y, de alguna manera, saben que ciertos libros que necesitan los van a encontrar en la librería. Nuestra comunidad lectora la hemos construido a lo largo de varios años, y podría decirse que está conformada por dos grupos de lectores: los que llegaron de mis trabajos anteriores y los nuevos, que llegan generalmente referenciados por otros, por las apariciones de la librería en los medios de comunicación o por la actividad en las redes.

El libro y la lectura como patrimonios culturales deben ser parte fundamental de la agenda pública; deberían convivir en armonía los intereses de la empresa privada con el Estado a fin de que las librerías existan y cumplan su función. Hay que encontrar los objetivos comunes y centrarse en ellos, dejar los sectarismos y preferencias, comprender que el problema es de todos y no de unos cuantos, buscar soluciones generales. La única red de libreros que existe en mi país es la Asociación Colombiana de Libreros Independientes, pero nosotros no pertenecemos a ella. Yo esperaría que una asociación de libreros defendiera los intereses de todo el gremio (no sólo los de algunos) y

sirviera como red de apoyo para las dificultades, que ayudara a formar un bloque para buscar objetivos comunes.

No estoy seguro de cuándo decidí ser librero. Creo que desde siempre, aunque esa palabra es demasiado larga. Recuerdo haberlo dicho en el colegio varias veces, pero en ese momento no tenía claro lo que era ser un librero. Ahora lo tengo un poco más: soy el librero que quiero ser, el que me habría encantado encontrar en alguna librería. La primera imagen que me hice del oficio fue la de una persona que vendía libros y tenía mucho tiempo para leer. No tenía un modelo particular. Soy una persona muy tímida y cuando iba a las librerías me gustaba mirar. No conversaba con nadie. Empecé a trabajar a los 19 años y me tocó crearme un personaje para vencer esta timidez enfermiza: el librero. Este es el que me permite estar y relacionarme con mis lectores. No es el mejor, pero tampoco es el peor. Para mí ser librero es una cuestión de vocación y de oficio: soy porque lo quise ser y me inventé la manera de hacerlo.

En todos estos años han ocurrido cosas maravillosas. Extraordinarias. Los libros, mi trato constante y diario con ellos, no me han alejado del mundo, no me han aislado. Gracias a ellos me encuentro con mis semejantes, con mi prójimo, y realizo mi oficio: lograr que los libros lleguen a los lectores, abrir puertas y ventanas para éstos.

A los libros les debo absolutamente todo en la vida: desde el plato de comida que me como, los zapatos que me pongo, los viajes que he realizado, las mujeres que me amado. Algo maravilloso que me ha pasado en este oficio es haber sido librero para Gabriel García Márquez. Nunca en mi vida pensé o se me ocurrió que lo podría llegar a conocer, ni mucho menos servir. Él me puso un nombre que enarbolo y llevo con orgullo: "Librovejero". Haber existido para él sobrepasó cualquier expectativa. Los clientes/lectores me permiten aprender todos los días. Gracias a muchos de ellos he conocido no solamente libros y autores, sino otras maneras de ver y saber. La vida de un librero es una vida cotidiana en la que suceden maravillas. Esto es lo que, en mi opinión, la hace increíble. Una vida donde transcurre lo extraordinario.

Rindo especial respeto y cariño a los libreros de uso, aquellos que nos dan la posibilidad de encontrarnos con libros extraordinarios.

Muchos de ellos son olvidados y marginados, no se toman en cuenta. Esto escribí una vez sobre uno de ellos:

San Lázaro, 1101

Hasta hoy, jueves 2 de marzo, supe su nombre. Y también supe que no era mudo como siempre pensé.

¿Cuándo lo conocí? ¿En qué momento su librería polvorienta, atestada de libros usados sin orden aparente (ni del otro), se convirtió en parte de mi paisaje cotidiano? ¿En qué instante se transformó en un punto de referencia, en una parada obligatoria, de mis andares entre La Habana y el Vedado, por San Lázaro, antes de llegar a Infanta, a la altura del 1101?

Cierro un momento los ojos bajo este sol reverberante. Trato de verla con los ojos del tiempo andando, los que han recorrido La Habana desde abril de 1995. ¿Estaba ya entonces? ¿Ya había librerías particulares? ¿Ya estaba él, que no hablaba y no era mudo, sentado en ese sillón desvencijado? No puedo recordarlo. Eso la dota, los dota, de una condición excepcional: la eterna presencia. Para mí, por supuesto. Estaba siempre ahí como un refugio para andantes solitarios. Un refugio de caminantes esperando que alguien entrara y le preguntara por un libro que sólo él sabía dónde podía estar.

Tampoco puedo recordar cuándo fue la primera vez que entré en ella. Era, eso sí, una librería habanera atípica porque siempre estaba abierta. Nunca tuvo en la puerta un cartel escrito a mano que dijera Estoy almorzando, Cerrado por extensión, por inventario, por fumigación, Salimos a comprar. O, como en la librería Viet Nam de Santa Clara: Cerrado-Closed sin explicación alguna. No importaba la hora de la mañana o de la tarde. Desde el amanecer hasta el crepúsculo. Literalmente. Era como si en ella el tiempo se hubiera detenido y no tuviera necesidad de inventar excusas o recurrir al cubaneo. Los libros no tienen tiempo porque viven en un eterno presente que se desata y reactualiza cuando encuentra sus destinos en las manos de un lector. Y en el caso de una librería de libros usados de la que, para completar, jamás supe el nombre es aún más fuerte este principio: han acumulado el tiempo de cada uno de los que los han poseído.

Nunca vi al librero vestido con un pulóver, una camiseta, un short o un pitusa: siempre estaba con una camisa y un pantalón de vestir. Una gorra de pelotero sobre su cabeza y una bufanda cubriendo su garganta. Tú llegabas y él se levantaba de su sillón, te miraba con unos ojos miopes que con toda seguridad han visto demasiado tiempo, dibujaba una sonrisa y te hacía entrar. Con el tiempo, entre los dos, encontramos una manera nuestra de saludarnos (y si lo hacía con todo el mundo no me importa): con la mano derecha alzada y el puño cerrado, diciéndonos: "Salud, camarada, entra y mira a ver que tú encuentras…".

Debió ser la primera vez que entré en ella, no cabe duda, cuando me señaló su garganta y moviendo la cabeza me dijo: "No puedo hablar".

Entraba, curioseaba aquí y por allá, intentando hallar un orden que me ayudara a convocar al libro que me estaba esperando y cuando alguno saltaba a mi mano para, después, brillar en mi mirada, me acercaba a él y, sin palabras yo tampoco, le preguntaba cuánto costaba. Y él, con sus dedos, me decía cuántos pesos valía (moneda nacional, por supuesto). Algunas veces, no todas, le decía silenciosamente "oye… estás abusando… sácame el pie de encima" y mis dedos dibujaban una contraoferta que regularmente se resolvía en un término medio: "ni pa'ti ni pa'mí". Así de simple. Y nos regalábamos una sonrisa.

Una mañana, ¿de dónde vendría yo, caballero?, a eso de las siete pasé por allí y en una caja de cartón al lado de la puerta tenía libros de Aguilar en perfecto estado. Ante mis ojos sonrieron los dos tomos de Francisco de Quevedo. Los tomé. Sus diez dedos subieron y bajaron cinco veces. Cincuenta pesos. Me los llevé con una sonrisa.

Tal vez fueron más las veces que no le compré que las que lo hice. Lo que nunca dejé de hacer fue entrar a ella y saludarlo con la mano levantada y el puño cerrado.

Una vez encontré un ejemplar del libro de poemas *Flora cubana* de mi amigo y hermano Luis Toledo Sande, el primer editor que creyó que lo que escribía valía algo y publicó tres o cuatro textos míos en la

revista *Casa de las Américas*. Lo tomé emocionado pues era la primera vez que lo veía (y la única, ahora que escribo esto). Volteé a mirarlo y él me estaba sonriendo.

Se lo mostré y le pregunté cuánto. El movió su mano cortando el cielo: "Nada". Insistí. "Nada". Y tomando mi mano, que sostenía su libro, la llevó hasta mi mochila y lo guardó. La agitó diciendo "Déjalo así, chico, no importa…".

Hoy pasé y la librería, recién pintada de azul, estaba cerrada. Frente a ella una señora vendía flores. Entré a donde sus vecinas.

—¿Disculpen, ustedes saben qué pasó con el señor que vendía libros aquí al lado?

—Se murió en enero.

—No sabía… ¿Estaba enfermo?

—Sí, tenía tres cánceres…

—¿Tres?

—Sí.

—¿Y siempre fue mudo?

—No era mudo. Tenía cáncer en la garganta. Por eso no hablaba.

—¿Y cuál era su nombre?

—Pimentel.

Alzo la mano, cierro el puño, miro al cielo de los libreros con mis ojos de miope, y te digo sin palabras: "Gracias Pimentel, mi amigo, por todo y por mantener tu librería abierta".

"Los libros son muy bonitos". Esto me lo dijo una vez un librero colombiano: "El Abuelo". Creo que es cierto. Son aperturas de la vida, posibilidades y potencias. En ellos y con ellos he encontrado una manera de vivir y de estar en el mundo. Espero ser librero hasta el final de mis días, hasta el último momento. Me encantaría morir con un libro en las manos.

Álvaro Castillo Granada
San Librario Libros
Bogotá, Colombia

No sé en qué medida las librerías podrían crear "lectores". Considero que ese proceso debe generarse desde espacios más idóneos como son la casa y la escuela. Lo que intentamos hacer desde nuestra librería es poner al alcance de los que ya son lectores libros de gran calidad, indispensables para la cultura, y que muchas veces no están disponibles en otros espacios. No creo que podamos llamar comunidad a la gente que frecuenta nuestro espacio. Hemos conocido a mucha gente que viene a la librería y que se han hecho amigos nuestros, ya que comparten nuestro gusto por los libros. Pero después de 6 años de trabajo, aún estamos lejos de poder considerar cumplido nuestro objetivo. Diariamente llega gente nueva a la librería a preguntar por un libro. Hay varias razones para explicar el fenómeno: muchos nos han contactado por Internet, otros, a pesar de que llevamos 6 años en el mercado y 4 en la actual dirección, han pasado enfrente de la librería y no sabían de nuestra existencia y por curiosidad entran; algunos otros, ya que estamos ubicados en una de las calles con más transito del transporte público del centro, nos han visto en su recorrido por el centro en transporte público.

Iván de Jesús Loyola Rodríguez
Librería Caligari
Puebla, México

Nos preocupa la interlocución dentro del espacio y entre los asistentes, por lo que también mantenemos abierta la invitación al uso del espacio de manera gratuita; esto ha permitido crear puentes con iniciativas independientes que se enfrentan a la ausencia de lugares para presentar sus proyectos. Es así como la agenda y selección de Marabunta se ha construido gracias a la contribución voluntaria de decenas de escritores y editoriales que manifestando su interés en el proyecto nos han buscado para realizar aquí sus presentaciones y lecturas. Frecuentemente se llevan a cabo conversatorios y encuentros

de discusión con los que se busca generar procesos autoformativos con una perspectiva crítica, ya que creemos en el potencial del encuentro con otros, viendo la reunión como generador de diálogo y de ahí poder partir a la formación de nuevas ideas.

Marabunta
Ciudad de México, México

Más que campañas de compra de libros lo que pienso importante es dar a conocer la importancia de los libros y de las librerías en términos sociales y culturales.

Marco Sosa
La Valija de Fuego
Bogotá, Colombia

Se forma un público lector creando una comunidad propia y atendiendo la ya existente, desarrollando una oferta cambiante de manera permanente, con novedades, con temas transversales, coyunturales, mediáticos, y también siendo una voz como librería que sea escuchada en lo social y en lo cultural.

Carlos Alberto Sepúlveda Paredes
Librería Carlos Fuentes (UdeG)
Zapopan, México

Somos una librería de esquina, de barrio. Eso hace que nuestros clientes sean primero amigos y vecinos. Sin embargo, tenemos un lema en nuestra librería: con los desconocidos hay que convertirlos en amigos antes de venderles un libro. Esto garantiza fidelidad, comunicación, una venta segura.

Carlos Luis Torres Gutiérrez
Luvina
Bogotá, Colombia

Nuestras librerías son espacios relativamente pequeños y es eso lo que nos permite crear un ambiente de atención personalizada donde el contacto humano es lo que nos distingue. Ese lazo que defines apenas entra la persona a la cual le brindas la orientación y el apoyo para que su experiencia sea la mejor y que se sienta con ganas de volver y repetir ese rato agradable.

Orit Btesh
El Hombre de La Mancha
Ciudad de Panamá, Panamá

La trayectoria de la librería es la de una empresa que nació de la mente de un visionario que quiso implantar un modelo nuevo de librería. Fue la primera librería con autoservicio, fue la primera que tuvo en sus instalaciones cafeterías, la primera en surgir en la provincia y avanzar sobre el centro, para conquistar la capital. La primera como cadena de librerías. Ha sido también editorial y llegó a distribuir todas las revistas que, en un momento dado, circulaban en Colombia. Hacia el futuro es permanecer siempre vigente. Navegar sobre la ola para no quedarse atrás.

Felipe Ossa
Librería Nacional
Bogotá, Colombia

Es importante transmitir que la existencia de una librería tiene un sentido social, no sólo económico.

Emiliano Becerril

Desde su fundación en 1996 intentó recoger la tradición de la mítica librería barcelonesa de la plaza Cataluña, en España. En su inicio, la librería desarrolló una importante difusión de catálogos de editoriales hasta entonces desconocidas para el lector chileno, y se destacó por la gran cantidad de actos culturales que buscaban vincular al lector y al autor. Actualmente ha ampliado su catálogo de libros hacia un lector actual y diverso, ofreciendo desde literatura clásica y contemporánea hasta libros gráficos y de ilustración.

Ser librero significa una gran responsabilidad, siendo parte importante de la cadena del libro y en un escenario duro donde tiene que captar las tendencias para poder satisfacer a los lectores actuales y desarrollar estrategias para llegar a ellos. Tener una librería más que un negocio es una vocación; se necesita fuerza para ser librero, para aprender el oficio y desarrollarse en el área. Las librerías mantienen el contacto final con el lector, por eso ser librero requiere saber llegar a él, conocerlo y recomendarle algo afín a sus gustos.

Las librerías somos un agente disruptivo en el mundo actual que intenta homogeneizar los gustos en todas las manifestaciones artísticas. Los catálogos son variados y es responsabilidad de los libreros realizar una selección no sólo a gusto personal, sino también captando las tendencias, la actualidad y los distintos gustos que pueden tener los lectores que visitan la librería. Es muy importante estar al día con los libros que se lanzan y las nuevas editoriales que aparecen, también mantener una buena relación con los vendedores de cada editorial y realizar los pedidos a tiempo, para que los libros estén disponibles lo antes posible para los lectores. Hay que ofrecer variedad y no sólo lo que vende, tener un equilibrio entre la sobrevivencia de la librería y las ediciones independientes que no son hechas a medida del mercado.

El aprendizaje del oficio requiere tiempo y práctica diaria, la cual permite que los libreros conozcan el funcionamiento de la librería y el trato directo con los lectores. En general, las personas que trabajan con nosotros ya han tenido experiencia en librerías, por lo que conocen el oficio y eso permite que entre el equipo vayamos generando una retroalimentación, que muchas veces ayuda a mejorar ciertos procesos basándonos en la experiencia que traen de otras librerías.

Respecto al tema de las herramientas digitales, llevamos 8 años en el camino de digitalizar lo más posible la operación de nuestra librería. Actualmente trabajamos todo con software en la nube, en línea con acceso desde cualquier parte, lo que nos ayuda a poder generar ventas en otras instancias y que queden inmediatamente registrados los movimientos en nuestro punto de venta. La información es fundamental para el crecimiento y orden de una librería, por eso en los últimos 3 años nos hemos dedicado a analizar las estadísticas de venta, los clientes habituales, los descuentos que se generan a los clientes, las secciones más vendidas, etc. Otra herramienta fundamental para nosotros ha sido la venta online, lo que nos permite llegar a lectores de otras ciudades que no tienen acceso a tantas librerías en las regiones que ellos viven. Aunque llevamos varios años vendiendo online es una plataforma que podemos explorar y ampliar mucho más para poder llegar a más personas.

Nosotros hemos logrado crear una comunidad lectora teniendo clara nuestra identidad y siendo siempre auténticos. No comunicamos que queremos vender a toda costa, como pasa en otros negocios. La personalidad de la librería no se generó para atraer al público, sino a una comunidad de personas que le interesa el contenido que mostramos. Para eso han sido fundamentales nuestras redes sociales, talleres, charlas, conversatorios, ventas nocturnas, clubes de lectura y encuentros con autores. Además, ocasionalmente generamos actividades no relacionadas directamente al libro y que están enfocadas en el acontecer actual, como por ejemplo visitas de músicos, proyección de películas y otras manifestaciones culturales. Utilizamos diariamente las redes sociales para promocionar libros y actividades, así como para generar contenido que siempre está en retroalimentación por parte de nuestros seguidores. Generar una comunidad ha sido fundamental para permanecer vigentes en la escena.

En Chile existe una batalla por tener un impuesto diferenciado aplicado al libro, que lleva años sin ser escuchada, además de una pobre política de fomento lector. El rol de las librerías pasa desapercibido, ya que no existen políticas públicas que las apoyen, y las que hay ponen énfasis en las editoriales y los autores. Lo que sí existe son

fondos que entrega el Ministerio de Cultura a la industria del libro, y dentro de estos hay un ítem enfocado a librerías. A este fondo se postula todos los años con un proyecto que posiblemente no gane los recursos que ofrece el Estado. No es una política pública, ya que no tiene perdurabilidad y no está garantizado para todas las librerías.

La historia de nuestra librería ha sido cambiante igual que las épocas que ha vivido; una librería fundada en 1996 que ha pasado por crisis económicas, cambios políticos y tecnológicos, inundaciones, terremotos y un sinfín de sucesos que podrían haberla llevado a su cierre. Sin embargo, la convicción de que la librería permanezca ha superado todos los cambios vividos. Para sobrevivirlos ha tenido que adaptarse, y en ese proceso ha crecido y formado una identidad más fuerte, al igual que la comunidad en torno a ella. Esta sobrevivencia ha sido gracias a la unión que ha existido entre las personas que han trabajado en la librería y quienes han estado presentes en su historia. Nuestra expectativa es que la librería pueda seguir adaptándose a los cambios y siga construyendo una comunidad y siendo un aporte para la escena cultural.

Mis maestros del oficio fueron mis padres: mi papá es editor y mi madre fue librera, quien fundó la librería. Me crie rodeada de libros y con la libertad de elegir lo que quería leer; esto me hizo entender que hay que leer por gusto y no por deber. Cuando asumí la dirección de la librería junto con mi hermana Catalina, nuestra máxima motivación fue crear un espacio de encuentro entre lectores y autores, pero no bajo un estándar intelectual. Nuestra meta era y es que cualquier persona pueda entrar a la librería y sentirse a gusto. Parte importante de nuestro quehacer es incentivar la lectura por gusto, no por deber. Creemos que esta es la mejor manera para llegar a más lectores: fomentando la lectura de acuerdo a los intereses de cada lector. Si la librería ignora la particularidad de cada lector, genera una barrera o impone una forma de leer, se puede coartar el interés de una persona en la lectura. A pesar de que podemos recomendar ciertas obras, el mejor libro para una persona es el que le interese leer.

Laura Infante Beovic
Librería Catalonia
Santiago de Chile, Chile

Semanalmente cambiamos nuestras vitrinas, tratando de darle un eje temático para poder mostrar la diversidad de material. Por ejemplo, hemos hecho vidrieras de autores rusos, libros relacionados a viajes, etcétera, lo cual también implica para nosotros un gran desafío y un buen ejercicio.

Liliana Libedinsky
Caleidoscopio Libros
Buenos Aires, Argentina

Para formar comunidades lectoras desarrollamos seminarios, charlas, encuentros con autores, ciclos de cine y literatura en el seno de nuestro espacio para que, al salir y realizar la discusión, puedan sustentarla con los libros que ofrecemos. Los nuevos usuarios llegan por recomendaciones que de voz en voz se pasan sobre estas actividades, así como con nuestra permanente campaña de recomendación de libros en redes sociales.

Raúl Iván García Martínez
Librería Efraín Huerta (FCE)
León, México

Estamos orgullosos de nuestro programa cultural. Sí por el número de actividades que logramos realizar, pero más por la propuesta de contenido y por cómo el público nos ha respondido en este año y medio de trabajo. Organizamos más de 60 actividades al mes, algunas con recursos y esfuerzos propios de la librería, pero otras en colaboración con diferentes áreas de la universidad, con proyectos culturales gubernamentales e inclusive con entidades privadas o iniciativas de particulares. Esto provoca no sólo una diversidad temática, sino un amplio abanico de formatos: conferencias, presentaciones de libro, mesas de diálogo, grupos de trabajo, capacitaciones, intervenciones artísticas, talleres, clubes de lectura, congresos, seminarios, cuenta

cuentos, y lo más enriquecedor es que asisten públicos de todas las edades y de intereses completamente distintos; eso nos abre un mar de oportunidades para que el contenido que hacemos llegar en estos formatos culmine, si hacemos bien nuestra labor, con la puesta en mano de un libro en cada uno de estos visitantes asiduos y con los cuales empezamos a formar una comunidad.

Verónica Mendoza
Librería Carlos Fuentes (UdeG)
Zapopan, México

Me inicié en el oficio de librera hace más de 50 años en una pequeña isla del Caribe colombiano llamada San Andrés, donde abrí una librería, Vía Véneto, que brindaba servicio a la comunidad. Tuve la oportunidad por varios años de llevar libros y autores a la comunidad y que personajes como Gonzalo Arango, fundador del movimiento nadaísta colombiano me dedicara su libro con la frase "a María Victoria: faro de la cultura, isla con amor y salvaje esperanza". Creo que es lo más bello que me dijeron respecto al libro y la lectura. Por razones familiares me trasladé a Bogotá en el momento que la Librería Nacional de Colombia abría sus puertas en la capital y fui nombrada la primera gerente, con la responsabilidad desde el inicio de atender al público en una zona donde por primera vez se abría un espacio para el libro, la zona Unicentro. Ya en México tuve la oportunidad de colaborar en la apertura de las librerías en el Tecnológico de Monterrey, zona centro, tres librerías universitarias con una comunidad con requerimientos especiales de libros tanto en inglés como en español. Todo un reto. Luego por varios años me desempeñé como gerente de Educal Librerías ubicadas en museos y casas de cultura con su propia característica de libros de arte y sobre México, lo cual me permitió conocer más y mejor sobre este maravilloso país, así como trabajar con buenos libreros muy dedicados a su oficio y mantener el perfil de librerías especializadas en difundir la cultura mexicana. También colaboré en la Gerencia Comercial de El Sótano, librerías generales con importante sección

de libros técnicos, científicos y de ciencias sociales, así como interés general, siempre aprendí mucho de los libreros que allí laboran y que conocen muy bien la oferta y a sus clientes. Ya jubilada, estoy dando capacitación con unos talleres denominados Profesión: Librero. Quiero transmitir la experiencia de tantos años en el mundo del libro.

María Victoria Dávila Mercado
Ciudad de México, México

Ya que nuestro objetivo es provocar lecturas en cadena, presentamos al lector otras posibilidades de adquisición. Básicamente operamos en dos frentes: seducir al comprador especializado ofreciendo un catálogo de libros nuevos pero que dejaron de ser novedad hace muchos años (catálogos históricos), así como incentivando el coleccionismo de los libros raros o primeras ediciones.

Carlos Ranc
Elegante Vagancia
Guadalajara, México

Dependiendo del perfil de cada lector, se les invita a los eventos y a nuevas lecturas según sus intereses. Hemos construido un club de lectura de literatura colombiana contemporánea en el que hablamos, en un nivel que no exige estudios previos del tema, pero con la profundidad que se merece cada libro, sobre los libros de nuestro evento principal: "Tómese un tinto con…". Luego de varias sesiones de discusión, se lleva a cabo el encuentro con el autor a manera de mesa redonda: esto permite que tanto los lectores como los autores tengan una relación más horizontal el uno con el otro, y que tanto el lector sienta que está llevando la lectura más allá de la página y que el autor se sepa en un espacio en el que es realmente leído.

Tenemos también un ciclo de poesía en el que se pone en discusión y diálogo la poesía con la narrativa: se invita a dos poetas y un

narrador para que lean en voz alta su propia obra y también la de autores que admiren o sean importantes en su oficio. La discusión que suele darse entre los autores normalmente encuentra resonancias en el público, que responde y discute al mismo nivel de los autores a los que vino a escuchar.

También, con estos asistentes, hacemos talleres de escritura en los que pueden poner en práctica todo lo que han discutido y descubierto en los demás espacios. No es lo mismo hablar de literatura sin escribir.

Santiago Sepúlveda
Hojas de Parra
Bogotá, Colombia

Maneras por las que llegan nuevos lectores

- Redes sociales
- Ubicación y recorridos
- Boca a boca
- Actividades culturales
- Actividades académicas
- Publicidad y medios tradicionales

Antes que una librería somos un proyecto de promoción y fomento de quehacer editorial y la literatura. Deseamos ser un detonador de espacio de calidez y calidad humana, una pausa en el ritmo cotidiano, un instante que genera otros momentos, donde la diversidad es valorada, donde todos podamos decir, donde la calidad literaria es eje y también impulso, donde escuchar y dialogar es posible, donde leer es detenerse y extender el tiempo. Detenerlo todo para que todo, a su vez, ocurra. Todo cabe en un libro y en Traspatio Librería cabemos todos. Creemos y apostamos por la bibliodiversidad y por los lectores críticos, divertidos y arriesgados. El proyecto se desarrolla en tres ejes:

- Formación e información a través de la generación de espacios de diálogo, reflexión y promoción del libro. En estos se pretende discutir la situación actual de la estructura editorial y los procesos necesarios para entender lo que ocurre alrededor del libro, bajo el principio de que el libro es un producto cultural bastante generoso en su cadena productiva y una fuerte e importante herramienta de transformación social a través de desarrollo del pensamiento crítico y reflexivo. En este eje se realizan talleres, seminarios, conferencias, charlas, entre otros, sobre diversas áreas de la edición y de otras materias, para generar la interdisciplina desde la base de la edición y la literatura.
- Espacio de promoción permanente. Una librería especializada en editoriales independientes, con el objetivo de que tengan un lugar privilegiado y no se pierdan entre la enorme oferta editorial. Aún tenemos esperanza de poder otorgar información puntual de cada editorial y casi de cada libro que confirma nuestro catálogo. También buscamos ser una opción de espacio para presentaciones de libros y proyectos alternos para la generación de un público inclusivo, diverso y que comparta diversos intereses e ideas.
- Espacio de fomento a la lectura infantil y juvenil que cuenta con un importante acervo de libros. Se realizan talleres de literatura a bebés, niños y adolescentes, cuentacuentos, círculo de lectura y demás actividades de promoción a la lectura.

Damos talleres a diversos municipios y lugares de Morelia, presentamos libros y realizamos lecturas en diversas sedes como escuelas, casa de arte y cultura y bibliotecas. Además, invitamos a la librería a editores, escritores y demás involucrados en el quehacer editorial y literario a realizar diversas actividades.

Ser librero significa tener la oportunidad de conocer a los otros, otros mundos, otras maneras posibles. Tener la posibilidad de que todo pueda pasar. Generar un espacio de diálogo o silencio que a su vez genera otras maneras de convivencia, pensamiento, vida. El trabajo del librero es preciso, relevante y bondadoso.

Los libros son los que transforman la realidad, el librero sólo es un puente entre la propuesta y receptor de esta. Intento transformar esta realidad haciendo de Traspatio una librería viva, una en la que al igual que los libros todo pueda suceder y se den todos los diálogos. Bajo este precepto la librería realiza actividades que aporten a transformar esta realidad, aunque a veces sea solamente momentánea. Una librería es un mundo propio donde suceden cosas y situaciones inesperadas, singulares y maravillosas. Las librerías formamos los pulmones de la vida cultural en una comunidad. Son un lugar de encuentro, reencuentro y descubrimiento, un espacio para el amor, el desamor, el encantamiento y la decepción, un espacio de libertad.

Nuestra energía y meta no es marcar una diferencia, es dar vida, visualizar a los libros de editoriales independientes que en la mayoría de las librerías comerciales pierden visibilidad; intentamos conocer cada editorial a fondo para poder platicar sobre sus colecciones, intereses, autores. Nuestra identidad, así lo creemos, se basa en la selección de libros que ofrecemos y en el tipo de presentaciones que realizamos.

Todos los que colaboramos en Traspatio Librería conocemos los detalles de las editoriales, sus colecciones, autores y objetivos, para de esta forma tratar a cada libro como un ser especial que encontrará a su compañero de viaje lector. Nos forjamos como libreros en el camino, hemos aprendido de manera empírica, de los compañeros, de las experiencias y del entorno.

El mayor tropiezo que hemos tenido es sobre todo el tema de impuestos: el IVA que no genera el libro lo enfrentamos nosotros. Las

librerías no son consideras centros culturales indispensables en la sociedad ni tomadas en cuenta para las políticas públicas. Afortunadamente, pertenecemos a la Red de Librerías Independientes, la cual nos apoya para visibilizar el trabajo e importancia de las librerías. Debemos fortalecer en equipo las políticas públicas que nos corresponden como gremio.

Traspatio Librería surgió de un camino largo de exploraciones. En primer lugar, por mi amor y curiosidad por los libros álbum e infantiles. Soy compradora compulsiva de estos libros y promotora de lectura para la niñez. Encontré en los libros el potencial del lenguaje, lo que me convirtió en una curiosa, devoradora, amante, seguidora de los libros editados bajo otros términos, al menos no el comercial o el económico. Libros que rompen con lo establecido, cuestionan, se atreven, generan incomodidad o asombro, y así encontré el paraíso, la edición independiente, la autoedición y sus claroscuros.

Siguiendo las exploraciones y con la intención de responderme varias preguntas, fue que realizamos el Primer Encuentro de Editores y Editoriales Independientes, en que respondimos varias preguntas sobre el libro, la edición, la distribución, el diseño y la traducción.

Así, en 2014 surgió "El traspatio. Lo que sucede detrás del libro", un proyecto de promoción, fomento y divulgación del quehacer editorial independiente y de literatura. Durante estos cuatro años ha realizado 4 encuentros internacionales con editores y editoriales independientes, a los que han asistido más de 50 editoriales independientes, 60 editores y escritores.

Después del tercer encuentro, en 2016 pensamos en un espacio en donde se pudieran conseguir esas joyas que editan las pequeñas editoriales independientes y así surgió la librería. Ahora tenemos un lugar en donde todo pasa y puede pasar, donde los bebés que aún no nacen hasta los ancianos tienen un espacio, una voz. Tenemos un lugar que abre sus puertas y libreros.

Mara Rahab Bautista López
Traspatio Librería
Morelia, México

Las acciones a desarrollar simplemente son las que los lectores pidan, es decir, escuchar las necesidades, los gustos y las recomendaciones que la gente realiza al conocer que el negocio está más allá de ser un espacio de encuentro. Entonces, allí, te das cuenta de que si existe un espacio así es por los lectores que van y leen, platican, comparten.

Gerardo Morales
Librería Pessoa
Querétaro, México

La primera y la más importante acción fue la creación de una biblioteca; una biblioteca en la que los socios son los niños, y que nos permitió, además, quitar la obligación de la compra de la relación entre las familias y la librería. Permitir el acceso libre a los libros fue una acción fundamental para la creación de público fiel a la librería. Estos padres que disfrutan de la posibilidad de llevarse cada semana un libro prestado gratuitamente nunca comprarían en otro sitio que no sea en "su" librería. La librería apuesta también por una programación cultural dirigida a ambos públicos: los sábados nos dirigimos a los niños directamente, y entre semana (miércoles o jueves) al público adulto, pero siempre con temas de la literatura infantil y juvenil (LIJ). También se hacen "clases" de las diferentes universidades cercanas, en las que se explica el mundo de la LIJ a los estudiantes de diferentes carreras: arte y diseño, comunicación y literatura, principalmente. Una comunidad de una librería infantil se crea a diario. Tenemos la desventaja de que los niños crecen y buscan otros intereses en otros espacios. Mientras tanto se ha creado un público de "especialistas" (maestros y bibliotecarios), que se dirigen a la librería para conocer la oferta de calidad que se encuentra en el mercado.

María Osorio
Babel Libros
Bogotá, Colombia

El Programa de Fomento a la Lectura y Escritura ¡Salir Afuera! es para LibrArte un imperativo categórico. Es el transporte y exhibición, son los obsequios y promocionales, la adquisición de equipo de transporte, mobiliario portátil, publicidad móvil y toda la parafernalia necesaria para que la presencia de la librería atraiga el interés de las comunidades que nos habitan. Contratar y capacitar a personal especializado en la venta y atención a los lectores reales, probables y potenciales, para fomentar la necesidad de la lectura, por gusto y placer. Hoy nos proponemos ¡salir afuera!, y llevar hasta los rincones apartados de nuestra región, el hábito y el placer de la lectura y la importancia del libro. Encontrar reconocimiento y confianza en el mercado editorial. Necesitamos racionalidad económica, atención y crédito. Somos el único eslabón que, en la región, vincula lectura con cultura, salud con lectura, niñez con lectura, lectura y escritura, escritura e información, escuela y lectura, alimentación sana, estética y arte. En Tejupilco y el sur del Estado de México somos más que eso: constituimos el medio comercial apropiado para revolucionar los caciquismos regionales, en comunidades políticas.

Luis Guillermo García Ruiz
Librería LibrArte
Tejupilco, México

Ingresé al mundo del libro casi por una casualidad, aunque creo que era mi destino. Soy la tercera generación de libreros en mi familia y ahora mi hija ya como cuarta generación ha empezado a trabajar con nosotros. Crecí rodeada de libros, de kárdex, de nombres de autores y tuve la suerte de ser muy bien acogida por las editoriales con las que inicié mi trabajo. Empecé vendiendo libros en la sala de mi casa y de pronto manejaba la cadena de librerías más importante del país. Ahora tenemos sólo una sucursal y estamos abriendo la segunda. Sin embargo, a pesar de los años que pasaron en las ciudades que cerramos nuestras sucursales, nos siguen extrañando y mantenemos con-

tacto con muchos de nuestros clientes de entonces. Disfruto mucho de mi trabajo y creo que la imaginación es nuestra mejor arma, hemos logrado la presencia de importantes autores en diferentes ferias del libro en el país, ahora estamos incursionando en la formación de clubs del libro, mantenemos una buena relación con las *booktubers* del país y tratamos siempre de apoyarlas y mantenernos lo más al día posible. Hemos cumplido con el sueño de ser una de las librerías más importantes del país y tenemos también el reconocimiento en el exterior. Nuestra apuesta al futuro es seguir, crecer, soñar en grande.

Carla María Berdegue
Librerías Lectura
La Paz, Bolivia

El Barrio Italia es un sector de paseo de fin de semana. Muchos de nuestros clientes llegaron en primera instancia conociendo al barrio y si viven relativamente cerca vuelven con nosotros para comprar sus libros. Otros llegan buscando algo que pusimos en redes sociales. Las anécdotas son muchas, pero lo que más nos divierte es el cliente que se quiere lucir con la novia o la chica que está conquistando y se pasean por la librería hablando y exhibiendo sus conocimientos. Nos causa gracia que aún los libros sirvan para conquistar. Recuerdo también a una mujer que iba siempre con su papá, grandes lectores ambos, compraban muchos libros y siempre nos preguntaban si teníamos una edición completa de *Adiós al séptimo de línea*, libro chileno muy antiguo y descontinuado hace mucho tiempo. En 2017 se hizo una nueva edición y en cuanto nos llegó llamamos a nuestro cliente; había muerto. Mandamos un ejemplar de regalo a su familia firmado por todos los que trabajamos en la librería.

Marcela Kahler Roth
Qué Leo Barrio Italia
Santiago de Chile, Chile

Siempre llegan nuevos usuarios. Al estar dentro de un centro comercial, llama la atención una vitrina con diferentes categorías; libros bien exhibidos generan ganas de entrar a la librería. Existen muchas personas que entran por una recomendación de otro lector, la información de nuestras redes sociales o bien la información del boca a boca.

Danny Torres Estrella
Mr. Books
Quito, Ecuador

Los nuevos usuarios provienen casi todos de regiones y provincias de todo el país, porque fuera de Santiago no debe haber en total ni siquiera 25 librerías formales (hay papelerías con libros de texto), y menos aún hay librerías con nuestra propuesta centrada en el conocimiento y en la selección cualitativa de la oferta. ¿Cómo llegan?: página web, redes sociales, publicidad cotidiana en horas pico en radios "cultas", auspicio y participación en programa semanal de radio, entrevistas en medios escritos o auspicios en TV cultural, participación en ferias seleccionadas o participación con bibliografías especializadas en eventos de colectivos profesionales.

Bertha Inés Concha
Prosa y Política
Santiago de Chile, Chile

En permanencia hay gente nueva acercándose, que no necesariamente serán futuros usuarios; llegan por curiosidad. Una librería pequeña siempre invita a entrar.

Carlos Ranc
Elegante Vagancia
Guadalajara, México

El público acude por medio de convocatorias por redes sociales, porque son clientes del café en que queda la librería, porque son de la universidad que queda enfrente, pero principalmente por recomendación de los clientes asiduos.

Santiago Sepúlveda
Hojas de Parra
Bogotá, Colombia

Nuestra comunidad en Instagram es de casi 2 mil seguidores, y crece por recomendación y porque nuestro perfil está pensado para llamar a nuevos lectores. Con ellos mantenemos contacto también durante eventos, pero la parte digital es la más fuerte. Ahora que estamos abriendo el *showroom*, esperamos que mexicanos y costarricenses vengan a nuestro espacio a disfrutar de un buen libro y un delicioso café. Esperamos que todos los visitantes que sacan cita y vienen, encuentren aquí algún tesoro que llame su atención y se lo lleven a casa. Esta modalidad nos gusta porque podemos atender a nuestros amigos con la dedicación que merecen, pueden no sólo comprar sino consultar mi biblioteca personal, tienen privacidad en su jornada y nos permite mantener un espacio activo, sin tener que invertir necesariamente en un gran local que encarecería los precios de nuestros libros. Veo estas estrategias como maneras de mantenernos a flote y de proteger a nuestros lectores en muchos sentidos.

Olivier Vindas
La Valija de Libros
San José, Costa Rica ▪ Ciudad de México, México

Tenemos un parque y un circuito gastronómico alrededor. En general nos conocen nuevos usuarios por un paseo de fin de semana.

Liliana Libedinsky
Caleidoscopio Libros
Buenos Aires, Argentina

Políticas públicas

El fortalecimiento de las librerías y las fronteras del libro

Es necesario trabajar en el diseño de políticas públicas encaminadas a rescatar el tejido libresco, con programas que apoyen e incentiven la creación y modernización de las librerías.

Martha Esther Nava Calderón

Libros Mr. Fox es una librería especializada en ilustración y un proyecto de provocación a la lectura desde la prescripción literaria. El germen del proyecto fue Instagram, el centro virtual donde comenzamos a compartir las reseñas literarias con el arte que nos distingue, convertido ahora en el Observatorio de Obras Ilustradas. Pretendemos ser, más que un proyecto de promoción, uno de provocación a la lectura, es decir, diseñar un atrapa-moscas, una tela de araña que nos permita seguirle vendiendo al mismo lector y enganchar a lectores nuevos: la librería se concentra en la imagen, desde la forma en la que se propone como experiencia hasta las tapas de libros que destaca. El librero es la araña que teje entre libros y lectores, que persuade. Lo que leemos como éxito es que le estamos comenzando a proponer y a formar, y con ello a vender, a un público que antaño no era cercano a los libros, aunque por supuesto seguimos teniendo a los maravillosos lectores de siempre.

La librería pervive bajo unas reglas que insisten en separar este espacio del resto del mundo, ese es el primer ejercicio lector de un visitante (¿pacto ficcional?) y es una de las formas en las que proponemos formarnos como lectores, leer imágenes implica además ser observadores, críticos. Me he gastado todas estas palabras para declarar que sí, ha sido vital en mi proceso como librero la formación mía y de mis colegas. La documentación es una línea constante y ascendente, hemos construido un equipo en donde cada uno tiene un énfasis pero todos conocemos de todo, también diseñamos un plan de negocio que prevé el fallo, que tiene un modelo que respalda el ejercicio de comercio bibliográfico, y que sabe cómo invertir con menor riesgo en los momentos de cosecha.

Por fortuna, en Bogotá hay una regularidad en el acceso a la información y a la formación, desde los clubes de las bibliotecas como la BLAA, los programas en formación técnica que desarrolla la Cámara de Comercio, hasta la misma programación cultural de las librerías que integra a autores, editores y otros agentes culturales. Nosotros pertenecemos a la Asociación de Libreros Independientes. El ideal es el trabajo colaborativo, la asociación debe ocuparse de otros asuntos

que la dotan de rentabilidad y que no retribuyen directamente a los asociados, pero garantizan que la asociación pueda seguir viviendo.

Hemos cumplido y superado las metas presupuestales, el acogimiento y reconocimiento por parte del gremio y la ciudad no podría ser mejor. Sin embargo, cada uno de esos puntos que se ajustan dentro de un criterio concreto de evaluación no alcanzan a ser la mitad del éxito que tiene el proyecto. Yo siento que este es un lugar que inspira y conmueve a la gente, por supuesto, nos inspira y conmueve a nosotros y entonces el sentido de lo que hacemos encuentra ruta, faro de luz.

Una fortaleza del proyecto es el comité de valoración editorial que revisa y discute todas las obras que se proponen para seguir construyendo el catálogo. Este proceso nos permite filtrar un montón de basura o de obras que sencillamente no tienen diálogo con nosotros y que en otras librerías están porque se venden.

Además de los libros, el principal activo de una librería son sus libreros. Es fundamental darle valor y sustento a la profesión, así como impulsar los procesos permanentes de formación. Además, cuando se entiende que los libros son bienes culturales, el vendedor o acomodador de libros deviene en agente cultural, y en todo agenciamiento cultural o del arte, la línea primera tratará de encontrar una voz, un lugar propio o articulado con algunos (no con todos), desde el cual hablar, proponer.

Considero que un librero es un estupendo lector, capaz de leer no solamente los códigos literarios, sino acaso también a las personas, los lugares, las imágenes... dotando ese mundo inmaterial y extenso de sentido, con el fin de tejer, cada vez con mayor finura, los hilos invisibles que conectan lectores con libros. En resumen, un librero es un "escuchador". Puedo asegurar que uno de los momentos o marcos en donde más iluminado me siento es cuando visito a otros colegas, cuando ocurren los encuentros con libreros de otros lugares, y puedo leer (más que escuchar) cómo han resuelto un problema o cómo persisten en él.

Cuando nos invitan a eventos siempre señalan la velocidad con la que nos hemos posicionado, pero a decir verdad ha sido un trabajo lento y orgánico: no pagamos publicidad ni siquiera para la inaugu-

ración de la librería física, eso lo invertimos en hacer eventos y crear contendidos para la gente; hemos crecido y solidificado en la medida en la que la gente misma nos ha divulgado. Me atrevería a decir que un tercio de los visitantes no compra, con lo cual podríamos hablar de un aproximado de 70%. Muchas de las personas además que no compran la primera vez, regresan con más personas.

Por cierto, estamos iniciando un proyecto desde gobierno denominado Economía Naranja y cuya línea ideológica, podríamos decir, es el fortalecimiento del sector cultural. Lo cierto es que nosotros ya nos apoyábamos en el Instituto Distrital para las Artes, para diseñar programación cultural a través de los estímulos y siento que hay una red de trabajo y de posibilidades a las que acceder, pero también hay una burocracia enorme, unos procesos ridículamente desgastantes. Teniendo en cuenta que un librero independiente promedio se multiplica en varias profesiones, acceder también a esos marcos es toda una empresa en sí mismo.

¿Les conté que Libros Mr. Fox nació de *Fantastic Mr. Fox* de Dahl? Ese libro era mi favorito de niño. Yo, al igual que el Señor Zorro, me dedicaba al pillaje, robaba cosas y las escondía en el jardín de mi casa. Me fue muy mal cuando me descubrieron, en esa época a mí ya me gustaban los zorros y mamá me trajo ese libro (*El Superzorro* en español). Es el recuerdo más viejo que tengo de que la literatura me sirviera para nombrar lo que me pasaba, y también fuera a la vez que refugio, agujero de gusano a posibilidades que para un niño son todavía más verosímiles, yo comencé a pensar que podía ser ese zorro y que no era obligadamente un niño malo por sentirme tal. La idea de refugio, como en *El Superzorro*, siempre estuvo muy presente desde niño. Diseñé Libros Mr. Fox con los recursos e inversión que posibilita la edad madura, pero lo hice bajo el mismo ejercicio del niño que preparaba madrigueras, y aunque ya no me siento vulnerable físicamente, la vida se las ha arreglado para sofisticar esa sensación en nuevos estadios, es decir, me sigo refugiando en Mr. Fox pero ahora son muchos más los que también lo hacen.

Quiero recalcar que no hemos desarrollado la idea de prescribir libros bajo la intención de instrumentalizar a la literatura sino mejor,

de proponerla como excusa, un puente propositivo entre el lector y sus libros. Aun así, la verosimilitud en el asunto de pretendernos zorros, cazadores de libros, boticarios de literatura, ha hecho que gran parte del público que asiste con nosotros a este pacto ficcional, demande con el rigor de una fórmula médica, los libros que les ayudarán a nombrar sus males, lo que los inquieta, lo que los hace felices, porque las prescripciones literarias funcionan también en el universo del gozo.

Nosotros, los imaginadores primeros, quienes deberíamos tener una conciencia más cierta, más amplia de que este ejercicio no se trata de otra cosa más que eso, un ejercicio, un juego, hemos terminado por creer tanto como ellos, los lectores, cierto ese juego de la prescripción literaria, a veces incluso nos angustiamos y nos preguntamos por una mala receta, por la certeza de nuestra elección. Ir a lugares donde nos conocen y escuchar cosas de los niños, como por ejemplo, "ahí van ellos, son los zorros", nos hace pensar en la posibilidad de que, de alguna manera, somos tan reales para ellos como para nosotros, quienes nos acompañan en el juego de la ficción.

Lucas Insignares
Libros Mr. Fox
Bogotá, Colombia

En Chile las políticas funcionan, pero hay que ser expertos para llegar a obtener sus beneficios y su alcance es limitado. Como tropiezo: el IVA al libro que en Chile es 19%. Además, se requiere de un gremio poderoso y colaborativo, para evitar tareas inútiles, ejemplo de esto es el gremio español con Cegal.

Mónica Tejos Riveros
Librería del Gam
Santiago de Chile, Chile

En 2008 se aprobó la Ley de Precio Fijo en México, cuyo plazo se estableció en 18 meses y del cual se esperaba que marcara un cambio radical en el impulso a las librerías y el comercio del libro. Sin embargo, a 11 años de esta aprobación hay tantos vacíos y falta de sanciones que la hacen inoperante y no sólo se siguen cerrando librerías que se ven afectadas por la falta de capacidad de competir en precios, sino que deben absorber gastos de operación muy elevados e imposibles de equilibrar con los ingresos obtenidos en las ventas. Carlos Anaya, expresidente de la Caniem, terminó su periodo en 2019 en medio de la promoción de la tasa cero a librerías, que hace unos días se rechazó tal como estaba propuesta, ya que permitiría que todo el IVA (16%) se reembolsará, y esto le daría la posibilidad a la librería de adquirir más fondos editoriales y generar proyectos de desarrollo cultural.

Verónica Mendoza
Librería Carlos Fuentes (UdeG)
Zapopan, México

En mi país no existen asociaciones de libreros y, en relación con las políticas públicas, nunca hemos esperado beneficios por parte del Estado.

Luis A. Retta
Retta Libros
Montevideo, Uruguay

Considero que en México hay pocas librerías. Hay ciudades con estadios de futbol de equipos de talla internacional, y una sola librería. Más allá de las tendencias y especulaciones mundiales respecto a la desaparición de las librerías, estas pueden jugar un papel en las comunidades pequeñas. Es importante transmitir que la existencia de una

librería tiene un sentido social, no solo económico. Curiosamente, aunque está hecha de libros, no sólo existe en función del libro. Y justamente porque económicamente son negocios complicados, me atrevería a afirmar que la mayoría de los proyectos nuevos de librerías están alimentados por la vena social, y esto debe entenderse desde el Estado. Son sitios que articulan, pueden ser sustentables y, sobre todo, crean identidad. El problema es que quien emprenda el proyecto de una librería lo hace desde una trinchera solitaria, y cuando descubra el precio de los softwares para administrarla, se detendrá: son carísimos. Eso nos detuvo durante años, hasta que decidimos comenzar la librería sin un software. Apoyar en un factor como este, tan elemental como el del software, podría ayudar a que algunas librerías proliferaran. El Estado debe pensar en las librerías como aliadas del tejido social.

Emiliano Becerril
Bucardón
Ciudad de México, México

En Bolivia no existe ninguna política pública de cara a las librerías, es más, estamos cada vez más avasallados por el contrabando y la piratería. Existen las Cámaras Departamentales del Libro, pertenecemos a la de La Paz y a la de Santa Cruz. Los beneficios que obtenemos principalmente de estas instituciones es la pertenencia a una comunidad con intereses comunes, en la que se pueden organizar eventos, como las ferias del libro, pensar en proyectos como la Ley del Libro y su implementación, tratar de buscar soluciones comunes a problemas y otros.

Carla María Berdegue
Librerías Lectura
La Paz, Bolivia

Para el fortalecimiento de las librerías, dos ejes deben coadyuvar: el gubernamental en la compra de bibliotecas o libros para estímulos y el de la legalidad, porque, aunque haya voluntad, presupuesto, campañas, si se continúa comercializando el libro pirata o robado, todo el esfuerzo concluye vertiginosamente para la subsistencia de nosotros.

Raúl Iván García Martínez
Librería Efraín Huerta (FCE)
León, México

En Chile existe un fondo para formar librerías y otro para ayudar a librerías existentes. Es muy pequeño y en general el que tiene relación con formar librerías es un fracaso, prácticamente ninguno de los proyectos que se inició con ese fondo, ha permanecido. El fondo que da apoyo a librerías ya existentes es más útil porque es para asuntos puntuales y otorgados a librerías con experiencia. En Chile no existen asociaciones de libreros. Está en desarrollo una que estamos formando un grupo de libreras al que pertenezco. Esperamos poder negociar en colectivo con grandes editoriales, además de importar libros en conjunto. Las asociaciones que existen agrupan a editoriales, distribuidores y libreros. No sé cuáles son los pasos a seguir, sé los que nosotras hemos ido realizando y van en el sentido de formar una asociación gremial y poder participar de mejor manera en el desarrollo de los catálogos de nuestras respectivas librerías.

Marcela Kahler Roth
Qué Leo Barrio Italia
Santiago de Chile, Chile

En México las librerías están olvidadas desde hace mucho tiempo. En este momento tenemos problemas fiscales porque no estamos contemplados, un ejemplo de ello es el IVA. Las librerías están exentas y no pueden canalizar ese impuesto o solicitar su devolución, lo cual hace

que todos los productos o servicios sean más caros. Por otro lado, el rubro de librerías no está contemplado en el catálogo de apertura de negocios en las ciudades, así que nuestros requerimientos no pueden ser atendidos. Las políticas públicas hacen que los libros de texto en la educación básica y media sean gratuitos, por lo que hay una enorme parte de la sociedad que no podemos considerar como posible cliente. Lo principal es construir un mercado maduro con ventas globales más importantes, que permitan que los empleados que trabajen en el perciban mejores sueldos y que las empresas reciban mejores y más estables ingresos para invertir en la capacitación de sus empleados. En el caso de México es indispensable que el gobierno siga un programa de protección a las librerías con apoyos económicos y fiscales que permita estabilizar el gremio. Es muy importante que el mercado madure en sus usos y costumbres y que las librerías sean reconocidas como miembros vitales de la cadena del libro no sólo por el gobierno, sino por los editores también.

Juan Luis Bonilla Rius
Librería Bonilla
Coyoacán, México

Ubicación

De las 57 librerías participantes, 37 están ubicadas en la ciudad principal de su país.

Ser librero implica un compromiso de acercar el contenido de los libros a las personas que visitan la librería y se muestran interesadas en ciertos temas. Es el arte de saber mediar entre las necesidades de los clientes y el conocimiento. El librero debe tener una curiosidad constante, rigurosidad en el proceso de autoaprendizaje y un bagaje multicultural para solventar las dudas e inquietudes de los clientes.

La realidad homogeneizante de los catálogos se entiende desde las librerías por un sentido de ofrecer lo que la gente demanda. Frecuentemente, la oferta masiva de títulos en una librería condiciona la demanda local y las comunidades más pequeñas de clientes muchas veces no encuentran satisfacción a sus necesidades lectoras. Para transformar esta realidad impositiva, es fundamental ofrecer contenidos diversos. Las grandes librerías deberían estudiar con una visión más amplia a las comunidades académicas, artísticas, filosóficas, entre otras, para ofrecer recursos significativos, aunque no representen un rubro considerable en ventas. Esto fidelizará a clientes diversos, que buscan contenidos más especializados. El balance de una librería puede solventarse con libros de contenidos comerciales que permitan el redito económico para poder ofrecer títulos con otros ritmos de venta. No obstante, el negocio librero no sólo se sustenta con la venta de material bibliográfico; en nuestro caso, enlazamos diversas actividades relacionadas con el sector editorial, como concursos de escritura creativa, presentaciones de libros, talleres, clubes de lectura, etcétera.

Mi oficio de librero surge de la pasión por la lectura, la cual entiendo como un camino infinito que lleva a varios universos de conocimiento. Es necesaria una rigurosidad en el proceso de autoaprendizaje, revisar contenidos de actualidad, conocer las tendencias de las diversas edades de los clientes, tener una visión despojada de prejuicios para compartir el conocimiento de forma más incluyente. En mi ejercicio diario como librero, fidelizo mis clientes mediante el diálogo, genero una conversación amena que me permite conocerlos y así me adelanto a sus búsquedas, preparo novedades de su interés para su próxima visita. En los 10 años que he ejercido este oficio,

he logrado consolidar tanto a mis clientes que me buscan donde esté. En relación con mis pares libreros, he generado una comunidad que independientemente de las empresas, organiza foros, tertulias, talleres, entre otras cosas.

En Ecuador aún no es posible medir los avances o tropiezos de la implementación de las políticas públicas de fomento al sector editorial, ya que acaban de ser presentadas oficialmente durante agosto y septiembre de 2019. Tampoco existen asociaciones formalmente constituidas, a pesar de ser fundamentales para la consolidación del oficio y el desarrollo de una situación laboral justa. Sería importante que esta nueva política pública incluya la identificación de todo el engranaje del sector editorial, elabore un mapa de sus actores y fortalezca los procesos más vulnerables, que en este caso son los libreros.

Uno de los recuerdos más importantes que tengo es haber leído cuando tenía 8 años *El corazón es un cazador solitario* de Carson McCullers; la impresión que dejó esa lectura en mí ha perdurado hasta ahora. La relación que se construye entre dos personajes sordomudos en un mundo que aísla y expulsa a los que son diferentes me ha permitido mirar con otros ojos el comportamiento, las costumbres y la forma de pensar de las demás personas. Las historias que leemos van poblando de palabras nuestra memoria y las acogemos como si fueran propias; imaginarias o no, las vidas que vivimos son distintas a las que podríamos haber pensado alguna vez. Cuando empecé a expresar por escrito las ideas y sentimientos que tenía, intenté hacerlo lo más parecido a los libros que había leído. Los autores que más me habían impactado eran Tolstói, Kafka, Dostoyevski, Víctor Hugo, Asimov, Juan Ramón Jiménez, y los libros de aventuras que se acostumbraban a leer en la infancia. A los 12 años tenía un puñado de anécdotas, impresiones, sueños; una especie de diario que fue creciendo con el paso del tiempo. A los 15 años me mudé de ciudad porque sentía que necesitaba estar en un lugar en el que nadie me reconociera o supiera de mí. A los 17 ya había escrito un par de libros que compartí con los escritores contemporáneos de aquella época. Después de escuchar las opiniones de las voces de mi generación, decidí quemar la mayoría de lo que

había escrito; supe que necesitaba leer mucho si quería expresar de forma más acertada lo que pensaba. Mi primer contacto con el mundo de las librerías fue a los 25 años, cuando trabajé por un corto periodo en Librería Studium. Desde ese momento hubo algunas personas que escuchaban mis sugerencias de lecturas, autores, temáticas, sellos editoriales, comentarios sobre cine, música, arte y eventos culturales que se desarrollaban en la ciudad. Luego de un periodo en que me dediqué por completo a la escritura, laboré en Librería Rayuela, una librería independiente en la que aprendí mucho sobre la dinámica de los libros. Cuando aún trabajaba en Librería Rayuela, tuve la oportunidad de conocer a Samanta Schweblin. Fue en una de las Ferias del Libro, y me resultó curioso que nadie la reconociera, ni otros libreros, ni los escritores nacionales. Cuando se acercó al estand me aproximé a ella, hice un comentario sobre un libro y entablamos una conversación muy animada. Luego de unos minutos le mencioné que me gustaba mucho cómo escribía, lo cual le pareció un halago. Después de un largo momento de intercambio de ideas me preguntó si yo escribía, a lo que respondí afirmativamente y le pregunté si estaba escribiendo algo nuevo, me dijo que sí, pero que aún no tenía un título definido para el libro; entonces, me comentó a breves rasgos la trama del libro y mencionó tres posibles títulos. Me preguntó cuál me parecía el más adecuado y yo respondí: "Distancia de rescate". Un tiempo después se publicó el libro con ese título; en cuanto me enteré me sentí muy feliz por haber formado parte de esa historia. Ahora desempeño mi trabajo en Librería Mr. Books y siento que hay más historias por leer y contar. La felicidad de compartir el gusto por la lectura es algo que no tiene fecha de caducidad. Aún siento el asombro de mis primeras lecturas y pienso que los personajes de *El corazón es un cazador solitario* me miran desde el papel y me recuerdan la necesidad de la comunicación y de la mirada cómplice con las personas que son distintas.

Danny Torres Estrella
Mr. Books
Quito, Ecuador

En primer lugar, crear una agrupación de librerías que nos represente. Las que existen, solo representan a los grandes libreros. Desde finales del año pasado se ha estado creando la Red de Librerías Independientes (Reli), que busca ser el medio para que las pequeñas librerías puedan externar sus necesidades dentro y fuera del sector. Existe la Almac, de la cual no soy parte, por lo que desconozco su funcionamiento y los beneficios que ha traído a sus integrantes. Soy parte de la Reli, pero aún está en formación. Lo que espero de ella: en primer lugar, negociar con las editoriales para que obtener mejores descuentos; en segundo, realizar convenios con paqueterías para que los envíos nos salgan más baratos; por último, y no por ello menos importante, tener una voz para hacerle llegar al gobierno nuestras necesidades.

Iván de Jesús Loyola Rodríguez
Librería Caligari
Puebla, México

En Perú contamos con una Ley del Libro, que básicamente ha consistido en la exoneración del impuesto a las ventas de los libros; esto ha sido y es beneficioso para la sociedad en su conjunto. Al mismo tiempo no contamos con una red de bibliotecas públicas, no se fomenta la lectura desde el estado ni se combate la piratería editorial; el nivel de lectura es muy bajo. Hay muy pocas librerías por número de habitantes en Perú y casi todas concentradas en una sola área de la capital. El conjunto de librerías en Perú es un conjunto frágil. Existe la Cámara Peruana del Libro que incluye algunas librerías; a ella estamos asociados. Es nuestra voz ante los organismos públicos con los que debemos tratar los temas que nos conciernen. De parte del Estado esperaríamos que haya un reconocimiento a la labor de las librerías en la sociedad, no solo a las históricas, sino a las contemporáneas. Estoy pensando en el premio anual por el aporte cultural que brindan y que se da en España cada año.

Carlos Carnero Figuerola
Librería Inestable
Lima, Perú

Una política en México que considero ha afectado, desde mi punto de vista como responsable de librerías del FCE, es la Ley de Fomento para la Lectura y el Libro, que lejos de traer beneficio a nuestras librerías y a los clientes, ha perjudicado por lo siguiente: a los clientes se les venden las novedades sin descuento, lo cual imposibilita a muchos estudiantes para comprar un libro por no contar con los recursos. A las librerías del FCE les ha creado una competencia desleal con el grupo de cadenas que hay en la Ciudad de México y en general en el país, debido a que éstas no respetan la ley y otorgan descuento en las novedades.

Gabriela Rangel Muñoz
Librería Octavio Paz (FCE)
Ciudad de México, México

O mercado editorial brasileiro e o comércio de livros em geral teve um grande avanço nas ultimas duas décadas, com projetos de incentivos de produção editorial e de comercialização e distribuição de livros com a interferência do estado. Sugiram grandes redes e teve um aquecimento significativo nas vendas dos livros, mas houve também um sufocamento das pequenas e médias livrarias por conta do fortalecimento dessas grandes redes varejistas e resultou no fechamento de muitas livrarias de pequeno e médio porte. Esse cenário muda com o impeachment da presidente Dilma Roussef em 2016, onde aconteceram alguns cortes nos investimentos de pastas como cultura e educação que influencia diretamente nas políticas públicas do livro e se acentua com a eleição e posse do atual presidente, que promove um governo de desmonte de políticas e projetos públicos nas áreas do livro e da leitura, trazendo um cenário devastador e de perseguição aos que caminham nesse universo dos livros. Fortalecer a rede do livro e apoiar os pequenos e médios livreiros nas ações de venda e formação, desenvolver ações coletivas que concretizem projetos colaborativos e tragam segurança operacional para os livreiros. Resistir as políticas de

desmanche e buscar caminhos próprios para construção e o fortalecimento do mercado livreiro do país.

Como havia dito o tópico acima, existia, não existe mais. Vivemos hoje em uma escuridão total no que tange as políticas de incentivo as livrarias. Vender livro hoje é um ato de resistência no cenário nacional. Antes do impeachment da presidente Dilma Roussef, houve uma expansão de ações e projetos de investimentos para o setor livreiro e isto proporcionou a reformulção do espaço da Livraria da UEFS e a participação em eventos formadores e de comércio.

Murillo Almeida Cerqueira Campos
Livraria da UEFS
Feira de Santana, Brasil

Nuestra librería parte de la autogestión del conocimiento y la organización interna. Nuestro modo de trabajar lo hemos construido colectivamente y de manera no formal, aprendiendo de experiencias de otras librerías mexicanas e internacionales. Consideramos que la red entre librerías es una necesidad de estos tiempos, por eso pertenecemos a la Red de Librerías Independientes de México (Reli), fundada este mismo año por más de 40 proyectos. Una de las herramientas más importantes que tenemos es una asamblea bimestral donde compartimos retos y dificultades de cada temporada y donde dedicamos un espacio para la autoformación para las distintas áreas que nos convocan: economía solidaria, organización interna y administración y creación de contenidos para la librería. Tenemos una postura crítica ante los apoyos directos del Estado, ya que nos basamos en la política de la "autogestión y autonomía". Consideramos que este tipo de formas de organización en el mundo editorial, posibilitan el libre pensamiento y la independencia, y le hacen frente al vacío de políticas públicas en el ámbito cultural y la corrupción que sabemos que permea todas las instituciones nacionales. Sin embargo, un rasgo positivo en el escena-

rio mexicano es la ausencia del impuesto sobre el libro, que posibilita costos de venta no tan elevados como en otros países latinoamericanos y caribeños. Pertenecemos a la Reli, y no pertenecemos a ninguna otra red de libreros. Se esperaría de gobiernos más progresistas un apoyo real a la comunidad de lectores, pero para nosotrxs esto aún no es perceptible.

La Cosecha
San Cristóbal de las Casas, México

Si bien las librerías, así como las bibliotecas, hacen parte de la Ley del Libro en Colombia y se explicita la necesidad de buscar recursos para la promoción y apertura de ambas, es cierto que el esfuerzo del gobierno se ha centrado en la creación de bibliotecas. Colombia se precia de tener una biblioteca en cada uno de sus municipios. Pero está lejos de que ocurra lo mismo con las librerías. Por otra parte, la dotación de estas bibliotecas se hace centralizadamente, desde el gobierno de la nación, y se compra directamente a distribuidores y editores, excluyendo totalmente la participación de las librerías. Estas dotaciones se hacen a precios especiales y con descuentos que superan los ofrecidos a los libreros. Las razones económicas con las que se hace este tipo de dotación sólo son rentables para distribuidores y editores y un mal precedente para los gobiernos locales, o para los programas de responsabilidad social de grandes empresas, o para las redes de bibliotecas, e incluso para los colegios y asociaciones de padres, que tratan de "ahorrar" siguiendo el ejemplo del gobierno central. Una librería en un pequeño municipio que no puede contar con las compras de su comunidad, entendiendo como parte de su comunidad a las escuelas y bibliotecas de su municipio, no puede sobrevivir. Babel es socia fundadora y ha estado afiliada a la Asociación Colombiana de Libreros Independientes (ACLI) desde su creación en 2007. En 12 años la ACLI puedo decir que es un modelo a nivel regional, que no solo ha participado en la creación de proyectos regionales, modelos

de participación en el mercado, de divulgación y venta de libros, y ha hecho conciencia en editores y distribuidores sobre la importante presencia de un librero en todos los programas que tiene que ver con el libro, sino que es actor fundamental en las discusiones sobre las políticas públicas del sector. Algunas veces, la necesidad de sobrevivir de la misma Asociación la ha hecho desviar de sus verdaderas razones de existir, que deberían centrarse en la política pública y a favor de la librería como espacio cultural. Finalmente, para que una asociación de este tipo funcione, debe contar con la participación activa de todos sus socios. La asociación es un grupo extremadamente diverso de personas e intereses y para que sea exitosa debería ser incluyente con todas esas diversas maneras de pensar. Pero pienso que es el camino a seguir y el único que puede ejercer la presión política necesaria que nos permita sobrevivir y crecer.

María Osorio
Babel Libros
Bogotá, Colombia

La librería es un laboratorio de experimentación social y cultural permanente, está llamada a ser la unidad de inversión social de un estado.

John Naranjo Santo

Gugui es una librería especializada en literatura infantil, creemos firmemente que los niños y jóvenes tienen el derecho a conocer lecturas de calidad. Nuestro proyecto no está hecho a solicitud del mercado. Nos hemos adaptado a los cambios tecnológicos, sociales, culturales e incluso a los cambios generacionales, pero desde que iniciamos con este proyecto tuvimos claro qué sí queríamos ofrecer en nuestro espacio y qué no. Nuestro catálogo está cuidadosamente seleccionado y no por motivos de censura, sino porque nos encanta sorprender al lector con ese libro que no sabía que existía, quizá porque no había una gran publicidad de él, porque no aparece en las múltiples listas de los más recomendados, porque quizá el escritor no es el más conocido…

Se sabe que en la LIJ hay libros muy costosos, mejor conocidos por ser "absurdamente caros" para ser dirigidos a los niños, llenos de dibujitos, de pocas hojas y con poco texto. Pero cuando logramos que uno de estos libros encuentre a su lector sabemos que ambos, libro y lector, serán felices: el lector se encontrará en lo profundo de esa pocas letras e imágenes, y el libro encontrará la alegría de ser leído una y otra vez, primero con entusiasmo, luego con alegría y eventualmente con añoranza.

Sí, los lectores actuales buscan tener opciones de compra llenas de variedad (aunque ni la mitad de esa oferta les interese) y además la quieren de inmediato, no esperan. Esto es un problema para una librería independiente pues no disponemos de un catálogo tan amplio y algunas veces el lector simplemente se va, muchas veces poco contento porque no tenemos el libro que buscaba. Esto no es más que el resultado del bombardeo mercadológico constante al lector de lo que debe leer aquí y ahora, aunque ese libro en realidad no le diga nada. Sin embargo, al paso del tiempo hemos logrado que nos reconozcan, nos visiten o nos recomienden por la curaduría y respeto que tenemos por cada titulo que se exhibe en nuestra librería. Para nosotros cantidad no es calidad.

Gugui es una librería llena de historias, algunas dulces y otras muy amargas. Durante nuestra existencia hemos tenido que cambiar de ubicación física en cuatro ocasiones; así, hemos aprendido, a la mala, que no importa qué tanto bien común pueda atraer una librería a una

localidad en términos culturales, a las autoridades no les interesa si te vas o te quedas, no hay apoyo de ninguna índole ni para quedarte ni para moverte. Gugui camina cada día por senderos inciertos, lejos de toda presunción puedo decir que, si la librería vive es por el cariño que ponemos cada día para darle vida. Las librerías independientes viven gracias a sus libreras y libreros, no viven gracias a márgenes de ventas. Nos levantamos y abrimos las puertas de la librería con la esperanza de crear cada día, puentes entre libros y lectores.

Este oficio, además de la carencia de profesionalización, se enfrenta a problemas serios al no contar con el reconocimiento de la sociedad, de las autoridades e incluso del propio gremio. Necesitamos ser reconocidos como profesionales que brindan, colaboran, soportan, apoyan y conducen un espacio de bien cultural y social. No sólo somos el lugar donde se venden libros, somos el lugar donde se viven los libros, por eso nos arriesgamos a dejar de lado la cultura de lo inmediato y lo pasajero para pasar a una cultura que empatice, armonice con el bien común y nos ayude a crecer como sociedad. Para enriquecer nuestra labor buscamos alternativas de educación en línea; hay prácticas excelentes en España o en Colombia que hemos intentado implementar en nuestro espacio, a veces con éxito y otras veces sin él. Por cierto, Gugui es miembro de la Red de Librerías Independientes, de reciente creación.

Una de las grandes carencias que tiene nuestra localidad y el país en general, es la falta de bibliotecas. Nosotros impulsamos y promovemos la creación de estos espacios para que ofrezcan a los lectores el primer acercamiento al mundo de la lectura y de los libros. Necesitamos políticas públicas que apoyen esta labor. Sin bibliotecas, las librerías navegamos solas en aguas turbias, pues el lector no sabrá el valor de un libro hasta que algún día se encuentre en él, y la búsqueda del libro que lo atrape no la llevará a cabo si esto, de inicio, implica un duro golpe a su economía.

En una sociedad que lee poco la comunidad de lectores se debe construir, y es ahí donde la pasión del librero entra en juego. Son muchas las habilidades que los libreros debemos consolidar para salir adelante porque los libros no se venden solos, y en ese sentido

la confianza de la comunidad es un bien invaluable que se gana con el tiempo.

Nuestra comunidad es de lectores que confían en nosotros y eso es invaluable. Nos sentimos muy afortunados y agradecidos de que Gugui es una librería cuyos visitantes no sólo son gente de la colonia, por ello nos cuesta identificarnos completamente con la idea de librería de barrio. Querétaro ciudad ofrece una gran diversidad de eventos culturales, cuenta con al menos una sucursal de todas las librerías de cadena del país y que sea a nosotros a quienes decidan visitar, qué les puedo decir, no tiene precio.

Alguna vez escuché en un congreso de libreros que nosotros no somos promotores, sino libreros y por tanto personas de negocios. Personalmente no comparto la idea completamente, una de las más gozosas actividades que tengo como librera es justamente la promoción. La afirmación del conferencista es verdadera en cierta medida pues sin salud financiera no podríamos sobrevivir, sin embargo, en nuestro caso, si no convocáramos a nuestros lectores a compartir actividades en torno a la lectura y otros temas la afluencia de visitantes sería muy baja. Pensar en abrir las puertas de una librería esperando que los visitantes lleguen solos es una hermosa utopía. La realidad es que, en nuestra experiencia, quien entra a una librería por gusto es aproximadamente la quinta parte de los visitantes, el resto lo hace porque busca un libro que por diversos motivos "debe" leer o simplemente porque es lo que le quedó de paso. Esto nos obliga a tomar acciones para atraer visitantes.

Sin duda, el precio único es un piso base para todos, permitiría que el precio no sea motivo de discordia entre grandes y chicos. Por otro lado, el precio único es peligroso si no existe un órgano de control para las editoriales. Sabemos bien que, ante una presión para mantener el precio de un libro por 24 meses, las editoriales pueden caer en el vicio y la tentación de elevar el precio desde su salida para garantizar sus márgenes en ese periodo. Otro factor poco discutido pero muy importante para las librerías son los gastos de transporte de los libros: las librerías ubicadas lejos de la zona centro del país son las más afectadas al incurrir en gastos muy altos por este concepto.

Por todo ello, es indispensable trabajar en políticas publicas que promuevan el valor del libro y de las librerías como espacios naturales para su comercialización, pero sobre todo como espacios de promoción cultural y de fortalecimiento de lazos comunitarios. Sólo reconociendo el valor intrínseco de las librerías como lugares donde se resguarda el conocimiento de nuestra propia existencia podremos entonces inspirar a más personas para que se animen a navegar por este hermoso camino de ser librero.

Para mí ser librero se ha convertido en una forma de vida. Hace mucho que dejó de ser únicamente un medio de sobrevivencia, para convertirse en pieza angular de mi vida. Me siento plena al tener la oportunidad y la gran dicha de vivir cada día acompañada de mundos diferentes, de palabras o imágenes que un día fueron un sueño. No hay mayor alegría como librera que cuando tengo oportunidad de contagiar esta pasión con los lectores, chicos y grandes, que deciden cruzar el umbral de nuestra librería.

Recuerdo el día en que nuestra querida cuentacuentos preguntó a los asistentes ¿qué situación los pondría tristes? Mientras algunos niños hablaban de la tristeza de perder un juguete, de perder un juego, un niño a quien hoy quiero mucho comentó que lo más triste que pudiera sucederle es que Gugui cerrara para siempre; acto seguido se abrió pasó entre los asistentes, adultos y niños, y corrió a abrazarme sólo para decirme: "Gracias por tantas historias". Después de esta experiencia y de muchas otras hoy sé que esta labor tiene las más dulces retribuciones.

En pocas palabras, amo profundamente lo que hago, lo hago con las herramientas que tengo y lo mejor que poseo es mi conocimiento al servicio de quien cruza el umbral de Gugui.

Jeny Garduño Martínez
Gugui
Querétaro, México

Al ser una librería pequeña e independiente, las políticas públicas generan un avance escaso, si no es que nulo. El único avance es una competencia leal con otras librerías independientes e incluso poder trabajar en conjunto. Pero por otro lado esos avances en la última administración parecen beneficiar sólo al rubro gubernamental del mismo sector. Falta completamente un rubro de política pública dirigida a las pequeñas librerías. No existen. En Querétaro el asunto de las asociaciones está tergiversado políticamente, puesto que está politizado, pero no en beneficio de las asociaciones y/o agremiados, sino que los presidentes o dirigentes de las mismas sólo actúan en beneficio propio y rara vez para algunos de los suyos. De ahí, algunos agremiados decidieron formar otra asociación aparte, la cual llamaron Asociación Cultura en Querétaro, esto con el fin de generar no sólo un impacto real en los asociados, sino también ofrecer cultura, patrimonio y generación de encuentro a la sociedad. A esta asociación es a la que pertenezco, en el mejor de los casos buscamos avanzar como asociación en bloque y generar un patrimonio en común del gremio librero para nosotros mismos. Pero eso queda muy lejos, pues la asociación en su mayoría de agremiados cree que sólo otorga beneficios y derechos, pero no responsabilidades y/o obligaciones.

Gerardo Morales
Librería Pessoa
Querétaro, México

Avances en las políticas públicas, el precio único. Muchos tropiezos como el *dumping* de las grandes cadenas hacia las pequeñas librerías. Otro tropiezo es la falta de la regulación del precio único del libro. No hay sanción para aquellos comentan una política desleal. En realidad, no hay políticas públicas hacia las librerías en el país. En la Ley de Fomento para la Lectura y el Libro, las librerías no son contempladas.

Moisés Hernández Romero ▪ Claudia Bautista Monroy
Hyperion Librería
Xalapa, México

No hay políticas públicas. Como presidenta de la Cámara del Libro de Panamá, he fomentado el Foro de Cultura. Hemos logrado crear el Ministerio de Cultura por primera vez en el país.

Orit Btesh
El Hombre de La Mancha
Ciudad de Panamá, Panamá

A sobrevivência de uma livraria depende do bom atendimento e do bom acervo que oferece mas, o número delas seria maior não fosse a falta de sensibilidade do Estado para com a Educação e Cultura relegando estes dois segmentos no segundo plano de suas políticas públicas contribuindo para a falta de interesse na criação de novos espaços. As compras oficiais para bibliotecas e escolas são efetuadas diretamente com as editoras, mesmo assim precariamente, sempre contemplando as grandes editoras, deixando as livrarias à deriva dependendo exclusivamente do seu desempenho e criatividade.

Maria Antonia Pavan de Santa Cruz
Livraria UNESP
São Paulo, Brasil

En México únicamente se apoya a la venta de libros eliminando cualquier impuesto al público, sin embargo, las librerías no reciben apoyos fiscales para reducir sus gastos. La evalúo irregular y con muchas deficiencias para con las librerías. Un beneficio es otorgar vales para adquirir libros dentro de las comunidades estudiantiles, con lo cual se atrae a este público pasivo.

Jorge Mario Casas Flores
Librerías Gandhi
Ciudad de México, México

Hace muchos años se dictó, a instancias de las librerías, la unificación de precio de venta al público, no permitiendo a grandes superficies y supermercados hacer más que un pequeñísimo descuento. Esto protegió del peligro del *dumping* y salvaguardó a las pequeñas superficies. También en Argentina el libro está exento de IVA por ser un bien cultural.

Liliana Libedinsky
Caleidoscopio Libros
Buenos Aires, Argentina

Chile es uno de los países latinoamericanos que cuenta con una viva y razonable Política del Libro y la Lectura, implementada institucionalmente por la Dirección del Libro, dentro del Ministerio de las Culturas. La normativa vigente, que atraviesa dos gobiernos de distinto signo político, es "política de Estado" y ha venido apoyando la creación y optimización de librerías, de bibliotecas públicas y escolares, así como la internacionalización del libro chileno. Los resultados se están cosechando paulatinamente, porque ha habido que reconstruir y "reforestar" un país en que se quemaron públicamente libros, y que fue asolado por el contundente apagón cultural provocado a su vez como política de Estado por la dictadura para reprimir a tres generaciones de ciudadanos y ciudadanas. Los gobiernos actuales también ofrecen apoyo a algunas iniciativas particulares de optimización y evolución del sector del libro, por ejemplo, a través de la Corporación de Fomento de la Producción o de Pro Chile.

Lamentablemente, en Chile se fragmentó el sector del libro en 4 o 5 colectivos que hoy parecen irreconciliables: 1) Cámara Chilena del Libro, que cuenta con un estamento editor, un estamento de distribuidores y un estamento de libreros; este último muy involucionado debido a su opción por la industria editorial "chatarra" y por las arrasadoras ofertas de "saldos" provenientes de una industria especializada en "fabricarlos"; 2) Editores Independientes de Chile, que agrupa exitosamente a cerca de 80 editoriales independientes y

académicas, todas con creciente peso específico en el catálogo nacional chileno, aunque no han atendido la necesidad de integrarse a una cadena del libro, coordinándose con librerías independientes; 3) Furia del Libro, cooperativa integrada por talentos e iniciativas jóvenes, que suelen carecer de formalidad empresarial, de modo que tienen limitaciones para actuar comercialmente con las librerías; 4) Corporación del Libro y la Lectura, colectivo de las grandes transnacionales de la edición y la distribución, como Penguin Random House, Planeta, etc., que en su conjunto significan cerca del 75% de la facturación de todas las librerías chilenas; 5) algunos otros colectivos incipientes y/o efímeros. Como librería pertenecemos desde hace 12 años al estamento Librero de la Cámara del Libro. Esta pertenencia no entrega ventajas ni beneficios especiales, pero es el único colectivo de libreros en Chile.

Bertha Inés Concha
Prosa y Política
Santiago de Chile, Chile

Proyectos por desarrollar

1. Formación y capacitación de libreros.
2. Trabajo gremial y en redes.
3. Políticas públicas, apoyo y fomento estatal.
4. Reconocimiento y valoración del oficio.
5. Formación de públicos y promoción de lectura.

Soy librera desde los 18 años gracias a que fui llevada de la mano hacia este oficio por mi padre. He estado en varios escenarios de la cadena del libro a lo largo de mi formación. Actualmente soy la librera de la Tienda Javeriana, un espacio ubicado en el campus de la Pontificia Universidad Javeriana (Bogotá) en el que llevo 15 años. Abordamos todos los temas de una librería general con el enfoque de las ciencias humanas, buscando siempre estar a la vanguardia de los temas de la sociedad contemporánea y las publicaciones en torno a ellos.

Los estudiantes, profesores y demás público que hace parte de la vida universitaria son nuestros mayores visitantes. No obstante, ha sido difícil estar en contra del mercado actual. Es por eso que la librería se adapta y se transforma constantemente tanto en su espacio como en su dinámica de oferta, buscando siempre realizar una curaduría que marque esa diferencia. De igual forma, la librería se ha nutrido de las diferentes editoriales universitarias que han sabido acrecentar sus catálogos con libros producto de investigaciones, traducciones y algunas colecciones de bajo costo. Muchas de ellas manejan las modalidades de libros electrónicos y en papel que diversifican el panorama y mantienen viva la tradición del libro. Esto permite estar muy atentos en el manejo de la librería en el contexto contemporáneo para estar cerca de los diversos lectores de hoy.

Las librerías en Colombia han sufrido grandes transformaciones partiendo del cierre de muchas de ellas, icónicas y de gran trayectoria en Bogotá, como la Librería Buchholz, la Librería La Gran Colombia y la Librería Tercer Mundo, entre otras. Lamentablemente, no recibieron un apoyo por parte del gobierno local y nacional para la promoción de la bibliodiversidad que les permitiera fortalecerse como centros culturales para la ciudad. Dado este contexto en Bogotá, se conformó la Asociación Colombiana de Libreros Independientes (ACLI), la cual nació con el propósito de apoyar las librerías independientes y formar libreros jóvenes que a lo largo del tiempo han decidido, de manera altruista, empezar a desarrollar librerías pequeñas y de barrio con alto potencial cultural o en sitios de la ciudad en donde se pueda cautivar un público interesado en la lectura.

La única manera de marcar la diferencia es procurar una oferta que responda a un criterio que cumpla con la demanda actual del país. Es necesario, de igual modo, ir más allá de la distribución común y comercial, importando títulos o catálogos que se inscriban en debates actuales o coyunturales, al igual que nuevas traducciones. La identidad de la Tienda Javeriana se basa en su propósito de divulgación académica, sin dejar de lado los temas coyunturales de Colombia y el mundo, así como un gran surtido de literatura infantil, juvenil, clásicos y libros relativos a las ciencias sociales. Nuestro espacio, además, está interesado en la promulgación de temáticas cruciales para la coyuntura social y política colombiana, lo que permite no sólo responder a los intereses literarios, sino también entender las nuevas realidades del mundo actual.

Considero que, sin la figura del librero, las librerías tendrían un empobrecimiento tanto en los contenidos como en la atención y recomendación, pues esta figura es la que permite el puente entre el libro y el lector. El oficio de librero implica varias tareas diarias, desde realizar una exhaustiva curaduría de los libros hasta el control del inventario, las devoluciones, la organización del aspecto visual, el tema administrativo, la programación cultural, los pedidos de las facultades y la gestión humana del equipo de trabajo.

Mi aprendizaje del oficio se ha basado en tomar en cuenta las sugerencias e inquietudes de los lectores, revisar catálogos y reseñas enviadas y dar vía libre a mis propios gustos literarios. Otras formas han sido los legados de mis primeros maestros, con los que puedo capacitar a mis libreros a cargo. Por otro lado, participo en todas las capacitaciones programadas por la Cámara Colombiana del Libro y por otras entidades que fomentan la lectura en el país. Las editoriales ofrecen, además, capacitación en novedades para libreros, que suelen ser de ayuda a la hora de recomendar. Al interior del equipo de libreros nos preocupamos, también, por estar actualizados sobre nuevas publicaciones que puedan ser de interés para las personas que frecuentan nuestra librería. Siempre estamos esperando generar un espacio cultural diferente al tradicionalmente conformado en las uni-

versidades de Colombia. Es por esto que, desde que se creó la librería en la Pontificia Universidad Javeriana, aportamos nuevas formas de pensar y repensar la vida académica y cultural del país.

En un mundo en el que la Internet y las tecnologías de la información dominan fuertemente y transforman las formas de trabajo, considero que será necesario explorar nuevas tecnologías para la sistematización, promoción y venta de nuestros productos. Definitivamente el apoyo en las redes sociales es una herramienta para gestionar nuevas y permanentes actividades culturales y generar conexiones entre libreros de América Latina.

Considero que hay pocas oportunidades para la formación de libreros, siendo esta una profesión que ha tendido a desaparecer. Me parece, así, que las entidades encargadas de fomentar la lectura deben ofrecer más capacitaciones gratuitas que ayuden a los libreros en temas como manejo administrativo, selección de libros, etc. Actualmente la Cámara Colombiana del Libro, el CERLAC y algunas universidades privadas realizan talleres y diplomados.

La mejor manera de crear comunidad de lectores es a través de los eventos culturales que atraen a diferentes grupos de personas interesadas en temáticas específicas. Las personas apasionadas por temas literarios, académicos o de coyuntura, generalmente buscan acercase a los eventos que cumplan con sus necesidades personales y/o universitarias. Es así como se puede lograr que una librería sea el puente para la agrupación y cohesión de personas interesadas en la misma temática. Eso es lo que a los libreros nos genera pasión e impulso para continuar en el oficio. La venta es el producto económico final, pero los verdaderos resultados son la conformación de colectivos culturales. Gracias a que la Tienda Javeriana está instalada en el campus de la universidad, tenemos diversidad de público que la visita constantemente, ya sea para una investigación, una recomendación, una publicación de la editorial de la universidad u otros servicios que ofrecemos al interior de la tienda, pues la comunidad tiene un alto sentido de pertenencia por su librería y su biblioteca.

Es necesario fortalecer los espacios de concertación entre el gobierno y los diferentes actores con el fin de articular los distintos inte-

reses y sectores. La inversión en cultura del gobierno local y nacional es mínima, por lo que la lucha por la obtención de recursos públicos siempre será el reto de los libreros del país. Hemos logrado avances importantes, pero tenemos mucho por luchar en términos de transformación de las políticas públicas del país en cultura y educación, lo que implica un proceso a largo plazo. Uno de los proyectos que hay que impulsar es, sin lugar a dudas, la ley del precio fijo. Esto permite detener la desmedida práctica de ofertas y descuentos de los grandes grupos editoriales. De igual forma, es necesario concretar alianzas con las bibliotecas públicas para organizar su abastecimiento a través de las librerías y no de las editoriales. Esto ayudaría a fortalecer sobre todo las librerías independientes.

En Colombia existe una desarticulación entre los sectores y los gobiernos locales y el nacional. Se espera que las propuestas del Estado sean más concretas y que reflejen un claro apoyo en presupuesto y leyes que faciliten la circulación del libro en su canal natural: las librerías, lo que haría más fácil controlar el precio de los grandes grupos editoriales. Las políticas públicas existentes son de apoyo y fomento a la lectura, mas no de apoyo a las librerías. En el caso de la Tienda, no hemos recibido ningún beneficio. Todo lo que se hace por la lectura y la formación de lectores sale de proyectos apoyados por la misma universidad.

La ACLI, de la que soy miembro fundador, desde sus inicios en el año 2008 se conforma con la finalidad de expresar las dificultades que afrontan las librerías independientes en la distribución, venta y comercialización de libros y debido a la falta de estímulos del Estado. Debemos continuar fortaleciéndonos como asociación y seguir presentes en todos los eventos y ferias itinerantes como una librería con un criterio y una curaduría que fomenten la lectura y la bibliodiversidad en todos los espacios de acceso al libro. Asimismo, seguir presentando al Ministerio de Cultura propuestas que apunten a que las librerías sean experiencias culturales y de acercamiento al libro. De igual forma, apoyar la creación de nuevas librerías y la formación de jóvenes libreros.

La librería de la Tienda Javeriana ha sido un espacio de grandes retos y transformaciones. He tenido la oportunidad de formar libre-

ros, participar en todos los congresos, eventos y proyectos que han apuntado a visibilizar las librerías, los editores independientes y los libreros. Mi trayectoria me ha permitido ser parte de las grandes transformaciones del libro y de las maneras de leer. La Pontificia Universidad Javeriana, con un sentido innovador, ha recibido las propuestas basadas en dicha trayectoria en lo que he aprendido en el espacio mismo de la Tienda para transformar las realidades con proyectos, de manera que esta librería sea un espacio de encuentro y desarrollo cultural. La actual era digital precisa una forma distinta de leer y de enseñar en la universidad. La librería se enfrenta a estos nuevos lectores que entienden y viven el mundo de una manera distinta. Es por ello que nuestro próximo proyecto será incursionar en la asesoría y venta digital de manera decidida.

Mi experiencia como librera inicia como lectora y luego se conformó como tal en la Librería Lerner, donde logré entender la librería como experiencia cultural y como negocio. Creo que la clave para no fracasar con "éxito", como jocosamente suelo decir, es saber combinar el aspecto financiero y cultural con una curaduría que satisfaga a los exigentes lectores académicos.

Los libreros nos enfrentamos no sólo a las crisis del país y al poco poder adquisitivo de mucha gente que quiere acceder al libro, sino también a los ladrones, a la piratería y al precio elevado de los libros importados. No obstante, también somos una especie de terapeutas, pues algunos lectores que acuden a la librería no solamente quieren una recomendación, sino una palabra que les ayude a entender este mundo. Ello, claramente, es un proceso mutuo. Los muy diversos encuentros que se han producido en la librería cambiaron mi vida y el destino de algunas de las personas involucradas. Muchos lectores y escritores que hoy en día son mis grandes amigos encuentran sosiego no sólo por una buena recomendación, sino por una charla agradable y sincera. He podido ver cómo muchos de los libreros que he formado han tomado el camino del libro como una profesión, sobre todo en la edición. Esa ha sido una de mis mayores satisfacciones.

Finalmente, la Pontificia Universidad Javeriana me ha dado la oportunidad de ser parte del proyecto Tienda Javeriana, en el cual he encontrado el apoyo para desarrollar muchos proyectos que tienen que ver con la divulgación del libro y la lectura. También he logrado mejorar muchos procesos y procedimientos cruciales para el buen funcionamiento del inventario dentro de la librería. De igual manera, he tenido la oportunidad de divulgar las publicaciones de la editorial de la universidad dentro de la Tienda, lo cual ha sido también toda una alegría dado que sus autores, profesores e investigadores están la vanguardia de los temas actuales del país y del mundo.

Martha Lucía Quenguan Castro
Tienda Javeriana
Bogotá, Colombia

Como librero de la periferia de México, debo comentar que el apéndice "Precio único de venta al público" de la Ley de Fomento para la Lectura y el Libro vigente a la fecha se ha convertido en un agravio para las librerías que están lejos del proveedor, por el elevado costo del flete, que ha venido a complicar su gestión, ya de por sí precaria. Formo parte de la Unión de Libreros de Tijuana, formada por socios afiliados a la Cámara de Comercio local, y existe la Asociación de Libreros Mexicanos, pero ambas son inoperantes, sin capacidad para negociar con los diferentes niveles de gobierno por la debilidad del censo nacional de librerías.

V. Alfonso López Camacho ▪ Bladimir López Ontiveros
Librería El Día (Libros Península)
Tijuana, México

Não há uma política pública específica para as livrarias. Em 2018, foi promulgada a Lei nº 13. 696 que trata da Política Nacional do Livro e da Leitura. No cenário político, atual do país, há dificuldades de diálogo com o governo com relação a questões como esta. Há uma Associação Nacional de Livrraias (ANL) não fazemos parte em função dos nossos objetivos, voltados para um público específico, universitário, bem como pelo formato e dimensão desses nossos espaços. Espaços relativamente pequenos e com um acervo 80% da própria editora.

Flávia Rosa
Livraria da Editora de UFBA
Salvador, Brasil

No conozco ninguna política pública de apoyo más que el precio único que me permite defenderme cuando un cliente reclama sobre lo caro del libro. Existen diversas asociaciones y redes de libreros; nosotros pertenecemos a la Federación Diminuta de Libreros y a la naciente Reli. De la primera esperamos solidaridad, de la segunda fuerza para negociar frente a ciertas impúdicas editoriales y distribuidoras.

Carlos Ranc
Elegante Vagancia
Guadalajara, México

Flacso está afiliada a la cámara ecuatoriana del libro. Existe la Red de Editoriales Universitarias, pero no funciona. Luego, no tenemos nada más. Espero una mejora en la precarización que tiene el oficio de librero, ya que nuestro papel se ve despreciado diariamente.

Andrés G. Astudillo
La Librería (Flacso)
Quito, Ecuador

Las librerías en América Latina son organismos que se han hecho inmunes a las políticas públicas, cuando estas existen en favor de las librerías y al mismo tiempo se han infectado cuando las políticas públicas existen no a favor de las librerías; es decir, han sido tan ajenas a los beneficios públicos como tan cercanas a los perjuicios del quehacer gubernamental.

Carlos Alberto Sepúlveda Paredes
Librería Carlos Fuentes (UdeG)
Zapopan, México

En Colombia es importante trabajar por la Ley del Precio Fijo del Libro. Una ley de este tamaño blindará a las librerías y asegurará una estabilidad económica.

Santiago Aguirre Sánchez
Garabato Librería
Chía, Colombia

A la única asociación que pertenece La Valija de Libros hasta el momento es al Ecosistema Iberoamericano del Libro Independiente. Esperamos que este grupo florezca y logre su objetivo de abrir camino a proyectos independientes en una red colaborativa a nivel iberoamericano. Esto solo se logrará si prevalece un espíritu de colaboración y no de competencia. Es lamentable que en muchos casos las iniciativas que pretenden agrupar proyectos, encuentran su final cuando pasan a segundo plano los objetivos colectivos y la tolerancia que esto amerita.

Olivier Vindas
La Valija de Libros
San José, Costa Rica ▪ Ciudad de México, México

Es necesario trabajar en el diseño de políticas públicas encaminadas a rescatar el tejido libresco, con programas que apoyen e incentiven la creación y modernización de las librerías.

Martha Esther Nava Calderón
Librería y distribuidora Trilce
Ciudad de México, México

En Colombia existe hoy un abanico de políticas y de acciones para apoyar las librerías. Obvio, no están todas las acciones posibles, ni pueden llegar a todas las librerías de la ciudad. Los recursos son limitados y alcanzan para muy poco; debería pensarse en la estructuración de políticas que atacaran dificultades estructurales: la mayor dificultad de las librerías es logar el monto de operación mensual. La mayor dificultad de los lectores es contar con recursos para adquirir un libro, hoy costoso en Colombia y más cuando es de carácter de importación. Por ello un país como Colombia debería tener un emprendimiento editorial de carácter estatal que permita (como se ha hecho en otros lugares) poner libros en el público a muy bajo precio. Debería reconocer que los libros son la entrada al ensanchamiento de la cultura de un país, a su riqueza y eliminar la carga de impuestos colaterales a los que se ve obligado un comercio de libros. En Colombia, hay impuestos adicionales al libro como objeto, desde el predial pasando por el de la música… Son excesivos para un negocio de margen tan limitado.

Carlos Luis Torres Gutiérrez
Luvina
Bogotá, Colombia

Epílogo
Paredes y vitrinas

Paco Goyanes
Librerías Cálamo ▪ Zaragoza, España

Las librerías son lienzos en blanco a la espera de quién las dibuje, diseñe y pinte; bastidores que admiten todos los estilos, corrientes y gustos.

Las hay pequeñas y modestas, que venden libros, pero también gomas de borrar, caramelos, revistas del corazón y lapiceros, que sobreviven en pequeñas poblaciones y barrios alejados.

Las hay elegantes y espaciosas, orgullosamente burguesas y bien situadas, con café y restaurante, objetos de diseño a la venta y un montón de turistas.

Otras son académicas, concentradas y silenciosas, con pasillos repletos por los que pasean profesores de ciencias y abogados de alto copete. Las alternativas tienen un aire sanamente conspirativo, lucen rastas, piercings y camisetas estampadas.

Las hay infantiles y bulliciosas, tan revoltosas como revueltas, donde por poco tiempo —ojalá— reposan coloridos álbumes, cuentos masticables y sueños de futuro y progreso.

Otras son tan enormes que necesitas un mapa para moverte por ellas, con empleados uniformados —no siempre bien remunerados— que hora tras hora y día tras día pelean con cajas de novedades que pronto son viejas y malhumoradas, y unas pocas —muy pocas— demandadas y exitosas.

Las hay demasiado altaneras y pagadas de sí mismas, muy "boutiques" y sosas, con libreros estirados que se piensan catedráticos y doctores del buen gusto; así como las hay demasiado humildes, casi avergonzadas de su "normalidad", cuando en ella reside su mayor virtud.

Las hay muy vivas o muy muertas, de todos los colores, o sin color alguno.

Detesto —no toda— la literatura que tiene por protagonista la vida de las librerías. O bien es una estúpida y poco alentadora recopilación de anécdotas supuestamente divertidas, o una conservadora narración de éxito o fracaso empresarial teñida de aburridas experiencias vitales que casi siempre tienen por escenario las ciudades de la vieja Europa.

Detesto también —en este caso totalmente— los lugares comunes que asedian al oficio librero, a su condición social y a su propia autoestima. Detallo algunos de ellos, tal vez los más notorios.

- *No soy librero, algún día llegaré a serlo.* Una sandez mayúscula. Se es librera o librero desde el momento en que abres las puertas de tu propia librería o vendes tu fuerza de trabajo a una empresa que se dedique al comercio al por menor de libros. Una idea extrañamente resistente, otorga sapiencia al profesional de los libros que, como un galeote en las galeras, pena muchos años en su oficio. Librera y librero pueden ser tonta y tonto desde el momento uno hasta el final de su pasmosamente larga y poco fructífera dedicación. Igualmente lo contrario, jóvenes pueden ser extraordinarios libreros casi, desde el momento que adquieren las herramientas básicas del oficio, siempre y cuando tengan respeto por el cliente, amor por la lectura —tampoco hace falta que sea apasionado—, y ganas de aprender y trabajar.
- *No gano dinero, pero soy feliz con mi librería.* En realidad esta sandez —que ha llevado a la ruina económica y al fracaso a muchos proyectos— fue patentada por libreras y libreros autónomos, poco profesionalizados, de buenos orígenes familiares y con ostentosas cuentas corrientes.

  Abandonemos falsos ideales neorrománticos, dejemos en el vestidor nuestro disfraz de héroe de la cultura. Se invierte o trabaja en una librería para vivir con dignidad.

  En general, los oficios del libro tienen una mala relación con el dinero (salvo si trabajas de directivo en una multinacional, en eso, como en tantas otras cosas, nos llevan ventaja). No hay conferen-

cia o encuentro profesional en el que un ilustrador, escritor, editor o librero olvide decir que si quieres formar una familia, comprarte una casa, viajar en las vacaciones y no tener agobios económicos, no te dediques a lo que él se dedica. Lo gracioso es que siempre el conferenciante de turno tiene familia —con dos monísimos e insoportables niños—, vivienda, casa en el pueblo, ha llegado en automóvil a la sede del evento, acaba de volver de pasar quince días en Sumatra y es un gourmet que adora el confit de pato.

La librería es una empresa cultural, repito una EMPRESA cultural. Si quieres abrir una, haz lo que harías con cualquier otro emprendimiento: realizar un estudio de mercado, valorar su ubicación, analizar tus posibilidades financieras, negociar con dureza las condiciones comerciales… ser empresario. Y si tienes que contratar a alguien, hazlo conforme a la ley, con responsabilidad social: trabajar en el terreno cultural no te autoriza a ser un miserable.

La librería es un negocio hermoso, pero también difícil y complicado, y más lo será en el futuro. Hay casos de sonados —y lícitos, claro que sí— éxitos económicos, pero también, y muchos más, de dolorosos fracasos en los que se entierran sueños y se dilapidan ahorros.

A largo de los años he participado en innumerables encuentros profesionales en los que he conversado con muchos colegas, bastantes veces ante público. Me he encontrado con excelentes colegas, de los que he aprendido muchísimo. Pero también con otros que me han dejado estupefacto. Recuerdo al gerente de un gran grupo de librerías participadas por el estado, manifestarme sin vergüenza alguna que tenía un elevado presupuesto de compra pero que no tenía objetivos de venta. Hablando en plata, que le daba igual vender que no vender. Recuerdo también mi visita a una afamada librería latinoamericana que ocupa una maravillosa casa colonial restaurada, repleta de volúmenes y volúmenes, en la que durante horas charlé con su propietaria de nuestro "bonito oficio" tomando un café, horas en las que nadie compró un solo libro y en las que el personal contratado deambulaba alrededor

nuestro como almas en pena. Tanto en Latinoamérica como en Europa hay bastantes ejemplos de "librerías hobby" escasamente profesionalizadas, que se sustentan en fortunas personales. No me parece en absoluto una mala forma de emplear el dinero, pero lo que es absurdo es que les considere un modelo a seguir. Y paro, que me embalo.

- *Cuantos más libros tenga una librería, cuanto más grande sea, mejor es. Cuanto más caótica, más encanto. Cuanto más fea, más hermosa.* La eterna discusión entre calidad y cantidad, tan unida a las fantasías sexuales y gastronómicas, también invade el mundo libresco. Dejando a un lado vicios inconfesables, tal vez el equilibrio sea una buena receta: no excederse, pero tampoco quedarse corto.

  Cierto es que los muy bibliófilos, los *letraheridos*, adoran perderse entre pilas y pilas de libros, y si están repletos de polvo y sin orden alguno, mejor que mejor. La mayoría de los mortales no son así, no somos así. Nos gustan los espacios hermosos, limpios y cuidados en los que se notan las manos del librero, su selección y criterio. Qué absurdo es que habiendo tantos libros exista una fuerte tendencia a que en todas las librerías de cadena se expongan de manera más visible siempre los mismos.

  La consignación —el depósito editorial— es un arma de doble filo. No dejes que el distribuidor decida por ti, selecciona cuidadosamente los libros que quieres tener en tu librería. Exígele que mejore sus procesos logísticos, que su servicio sea rápido y eficiente. No te conviertas en su almacén. Un metro lineal de estanterías tiene mucho valor, es absurdo que esté ocupado por libros que no interesan a nuestros clientes, que no han pasado tus criterios de selección. No es posible, ni tampoco deseable, tener todos los libros. El librero está en la obligación de "discriminar", de construir su librería con base en sus intereses y a los de sus clientes.

  Vender ropa es muy fácil, todo el mundo la valora y necesita. Vender libros no es tan fácil, para muchos sigue siendo un bien prescindible. Las tiendas de moda destacan por ser espacios cuidados, bellos, de fácil tránsito y bien iluminados, mientras que

muchas librerías lo hacen por su fealdad, incomodidad y mala iluminación. Un absurdo. No siempre es cuestión de plata, muchas veces lo es de buen gusto y amor al oficio. Hay muchas librerías hermosas, pero por favor, que haya más.

- *Las mejores librerías se ubican en las grandes ciudades.* Perversa, clasista e incluso racista consideración geográfica. En las muy tuiteadas listas de "Las mejores librerías del mundo", en general sólo aparecen las ubicadas en ciudades grandes y poderosas o en las muy queridas por el turismo internacional: París, Tokio, Londres, Nueva York, San Francisco, Buenos Aires, Ciudad de México, etc. Rechazo la idea de considerar que una librería especializada en arte contemporáneo afincada en la Rive Gauche de París —compartiendo calle con las boutiques de Vuitton y Armani— es mejor que la generalista que desarrolla su actividad en Tegucigalpa o Abiyán; que la muy afamada y gigantesca librería porteña sea mejor que la infantil del barrio de Morón o a la que contra viento y marea aguanta en Barbastro, población española que no llega a los 17 000 habitantes. ¿Se pueden clasificar las librerías como la guía Michelin clasifica los restaurantes? ¿Qué hace mejor a una librería? ¿Su tamaño y cantidad de libros? ¿Su diseño espacial? ¿La profesionalidad de sus libreras y libreros? ¿Su actividad cultural? ¿Su afán de construir comunidad? ¿Su responsabilidad social, económica y ecológica? ¿A mayor PIB mejores librerías? Buenas preguntas para un concurso televisivo del tipo *Un, dos, tres, responde otra vez*.
- *Qué hermosa profesión, cuánto amor por los libros, cuánto tiempo para leer.* El cine y las novelas han popularizado la imagen de la librera de cabellos rubios y gafas metálicas apoyadas a media nariz que, sentada tras el mostrador de su hermosa librería, lee con delectación las obras completas de Virginia Woolf mientras espera la llegada de los clientes. Conclusión: a los libreros les apasiona leer y les sobra tiempo. No nos engañemos, muchas de las personas que trabajan en una librería no son lectores habituales, y las que lo son rara vez pueden leer en el entorno de su trabajo, ya que sus extenuantes jornadas laborales no se lo permiten. El pecado de

los primeros explica la pobreza conceptual de muchas librerías, vulgares en su exposición y aburridas en su forma de acercarse a la clientela. El esfuerzo de lo segundos, aparte de ser evidente en la conversación, debería de estar presente en el marketing interno y externo de sus librerías, lo que a veces no consiguen. En todo caso, gloria para ellos e infierno para los primeros.

La gestión del tiempo se ha convertido en el principal problema de la librería independiente. Abrir y cerrar cajas, ordenar y reordenar, atender la contabilidad y las finanzas, llevar las redes sociales, responder a los centenares de correos electrónicos diarios, contestar el teléfono, recibir visitas de editores y distribuidores, leer la prensa especializada para estar al día (¿lo haces? Te pillé), cambiar las vitrinas, reponer, devolver… tantas tareas y tan diversas que a veces olvidamos la principal de ellas: atender de manera adecuada a nuestros clientes. A veces uno se sorprende escuchar de sus propios labios —o de los de la gente que trabaja a tu lado— una frase del tipo: "hoy ha entrado tanta gente que casi no he tenido tiempo para trabajar". Si la pronuncias o escuchas muchas veces a lo largo de una semana, tienes un problema llamado "estrés del librero".

Mi pequeña historia

Llevo más de 36 años siendo librero. Trabajo y he trabajado una barbaridad. No he sido para nada un buen empresario, he ido aprendido a golpes. He pasado momentos muy complicados y nada me garantiza que no los vuelva a pasar en el futuro. Me muevo en un entorno cambiante y extremadamente competitivo en el que anidan librerías de todos los tamaños, grandes superficies, plataformas de venta *online* y, sobre todo, nuevas formas de ocio y de adquisición de conocimientos. Pero no me quejo para nada: me gano la vida con dignidad y me la paso relativamente bien.

Abrí mi librería con la doble pretensión de vender "buenos libros" y de participar de manera activa en la vida cultural, social y política de mi ciudad. Con creces he cumplido con la segunda, con la primera tengo mis dudas.

Hace ya muchos años conocí a un tipo estupendo y muy rico que me propuso montar una librería de grandes dimensiones —tres plantas de 1 000 m^2 cada una— en un local que era propiedad de su familia en el centro de mi ciudad. Elaboré un plan de negocios —que me pagó religiosamente— y viaje por media Europa visitando librerías en las que inspirarme. Tras casi dos años de trabajo, el que pudo haber sido mi socio, apenado, me comunicó un 24 de diciembre que su familia había decidido vender el local. Al comunicarlo a mis seres queridos en la cena de Nochebuena, mi madre, una mujer de orígenes humildes y de gran belleza, que había sufrido la guerra civil española y su espantosa postguerra, que no tenía casi estudios y que había comenzado a trabajar con menos de diez años, sonriendo me miró a los ojos y me dijo: "Mejor, hijo mío, te habrías metido en un lío, tú no vales ni para tener jefes ni para empresas grandes". Tenía razón.

He sido y soy propietario de una librería independiente de tamaño mediano para los estándares europeos y pequeño para los americanos. No está muy bien situada, no elegí bien su ubicación, pero ahora ya me da igual, me he acostumbrado a pelear contra ese inconveniente. Creo firmemente en que el oficio librero se basa en la profesionalidad y el criterio, así como en la modestia y el buen trato a los clientes. Me gustan las librerías cuidadas y hermosas, con una buena "puesta en escena". Informaticé mi empresa desde que fue posible. No le tengo miedo a la tecnología, pero tampoco lo fío todo a ella. Tengo la enorme suerte de contar con un pequeño pero capaz equipo de colaboradores sobre el que apoyarme, profesionales de primer nivel a los que les gusta su trabajo y leer. Intento compensarles de la mejor manera posible tanto en lo económico como en lo personal.

Me hubiera ahorrado muchos disgustos si, como ocurre en Francia o Alemania, en mi juventud hubiera podido formarme como

empresario librero. Pasados tantos años, las posibilidades de instrucción específicas para libreros son todavía muy escasas en el área iberoamericana.

Una de mis obsesiones ha sido el tratar de favorecer las relaciones y el conocimiento mutuo entre librerías, editoriales y distribuidoras independientes iberoamericanas. Por ello y para ello, organizo y dirijo junto con mi compañera Ana Cañellas los proyectos Otra mirada. Encuentro de Librerías y Editoriales Independientes Iberoamericanas y Talento Editorial del Hay Festival América.

Creo que los poderes públicos deberían de facilitar la implantación de librerías y favorecer su desarrollo, que deberían destinar fondos para incentivar la lectura, la dotación de bibliotecas y el fomento de la industria del libro. Creo en la bondad de las leyes de precio fijo. Creo en muchas cosas que casi nunca ocurren, debo ser mal creyente.

Sí, soy mal creyente y mantengo todavía un cierto espíritu libertario, pero creo en el futuro de las librerías, siempre y cuando sepan leer el presente y atisbar el futuro.

Ser librero es un buen oficio, sobre todo un buen oficio. Nada más, pero nada menos.

Participantes

B

Babel Libros ▪ 18 años

María Osorio ▪ 25 años en el oficio
Bogotá, Colombia
Librería especializada en literatura infantil y juvenil, con una sección de libros para adultos en la que se procura que los libros de esta sección tengan una relación con historias de infancia, niños o jóvenes protagonistas.

Bodet Librería ▪ 10 años

Bibiana Plasencia y Bernardo Plasencia ▪ 10 años en el oficio
Ciudad de México, México
Librería general que cuenta con más de 50 editoriales y más de 20 mil títulos disponibles. Nuestra búsqueda principal es satisfacer a nuestros clientes con nuestra oferta editorial, con el trato cálido y amable, así como darnos a la tarea de conseguir libros que son difíciles de encontrar rastreándolos por todos lados.

Bucardón ▪ 2 años

Emiliano Becerril Silva ▪ 2 años en el oficio
Ciudad de México, México
Es una librería que, a sabiendas de que no quería estar presionada por la venta de libros, comenzó siendo bar, luego bar-cafetería y finalmente bar-cafetería-librería.

C

Caleidoscopio Libros ▪ 25 años

Liliana Libedinsky ▪ 25 años en el oficio
Buenos Aires, Argentina
La librería tiene una superficie pequeña y está ubicada en un barrio residencial. Con los años fuimos definiendo el perfil literario de nuestra clientela. No es un lugar de alto tránsito, pero sí de gente muy fiel. Los vecinos se refieren a ella como "mi librería". Esto nos llena de orgullo.

Casa Tomada Libros y Café ▪ 10 años

Ana María Aragón C. ▪ 20 años en el oficio
Bogotá, Colombia
Es una librería donde la interacción con las personas nos importa. Para lograrlo tenemos una cuidadosa selección de títulos y autores, acompañada de una programación cultural diaria.

E

El Ateneo Grand Splendid ▪ 20 años

Andrea Stefanoni ▪ 19 años en el oficio
Buenos Aires, Argentina
La librería El Ateneo Grand Splendid fue montada sobre un viejo teatro, construido en 1903. El Teatro Nacional, más conocido como Norte, fue inaugurado el 19 de junio con una capacidad para más de novecientos espectadores. En el año 2018 fue elegida por National Geographic como la librería más linda del mundo.

El Ático ▪ 4 años

Leticia Lumbreras ▪ 5 años en el oficio
Ahualulco de Mercado, México
Nuestro pueblo de juguetería está conformado por 28 barrios y 6 localidades, donde la mayor actividad económica es el campo. El año pasado fuimos distinguidos por el Premio al Fomento a la Lectura y la Escritura 2018, entregado en el marco de la FILIJ 38, con el proyecto "Un ático como pasaporte a otros mundos".

El Hombre de La Mancha ▪ 20 años

Orit Btesh ▪ 27 años en el oficio
Ciudad de Panamá, Panamá
El Hombre de La Mancha es una cadena de librerías formada por doce sucursales en toda la república de Panamá y una sucursal en Colombia.

Elegante Vagancia ▪ 4 años

Carlos Ranc ▪ 4 años en el oficio
Guadalajara, México
Elegante Vagancia es un espacio donde libros de segunda mano y nuevos se encuentran mezclados. Narrativa, poesía, ensayo y teatro constituyen los núcleos principales. Los libros leídos, usados o de viejo, en su mayoría, son literatura hispanoamericana del siglo XX; los libros "nuevos" completan el panorama literario que pretendemos crear.

F

Festina Lente Libros ▪ 6 años

Clotilde Baudino ▪ 6 años en el oficio
San Martín, Argentina
Festina Lente es una librería ubicada dentro de la universidad de San Martín, por lo tanto es una librería universitaria, la cual atiende a docentes, alumnos, personal de la universidad, visitantes y público en general que se acerca ya sea de la zona o de los eventos que se desarrollan dentro de la misma. Depende de la editorial Unsam Edita cuyos títulos ofrece y promociona en fechas específicas.

G

Garabato Librería ▪ 4 años

Santiago Aguirre Sánchez ▪ 4 años en el oficio
Chía, Colombia
Garabato Librería es un espacio creado como un centro de encuentro cultural, donde los lectores más allá de tener un lugar donde comprar sus libros, puedan disfrutar de un entorno agradable para encontrarse con autores, ilustradores, libreros, editores y otros lectores, generando un dialogo constante entre todos los agentes de la cadena del libro.

Gugui ▪ 8 años

Jeny Garduño Martínez ▪ 8 años en el oficio
Querétaro, México
Gugui es una librería especializada en literatura infantil. Creemos firmemente que los niños y jóvenes tienen el derecho a conocer lecturas de calidad. En más de una ocasión hemos escuchado hablar de la LIJ como un género menor y por lo tanto el mercado está lleno de propuestas simples, despreciando la inteligencia y la necesidad de conocimiento de este delicado sector de la sociedad.

H

Hyperion Librería ▪ 10 años

Moisés Hernández Romero y Claudia Bautista Monroy ▪ 15 años y 5 años en el oficio
Xalapa, México
Iniciamos en el año 2010, en un local en donde sólo cabía una mesa, cinco personas y miles de sueños. En 2014 cambiamos nuestra ubicación y decidimos

la vocación de Hyperion: ser un punto de encuentro, un lugar bien identificado del paisaje cotidiano, un remanso de calma, un centro de construcción de comunidad en nuestra amada ciudad. En la construcción de Hyperion han confluido decenas, quizá cientos de personas quienes se han identificado con sus valores y han hecho suyo este proyecto.

L

La Cosecha ▪ 3 años

San Cristóbal de las Casas, México

La librería es parte de una Cooperativa de cinco miembros con distintas propuestas de trabajo que incluyen una cafetería y un taller editorial. Nuestro perfil tiene como prioridad a las editoriales independientes y por otro lado el foco en temáticas sociales, de lucha y defesa del territorio.

La Librería ▪ 4 años

Israel J. González ▪ 4 años en el oficio

Pachuca, México

Una librería de barrio y pequeña. Con un catálogo que sin ser especializado es muy diferente a lo que hay en casi todo Pachuca. Tratamos de salirnos del lugar común de ser expendio de *best sellers* y aspiramos a tener *long sellers*.

La Librería (Flacso) ▪ 12 años

Andrés G. Astudillo ▪ 10 años en el oficio

Quito, Ecuador

La Librería pertenece a Flacso, una de las mejores universidades de postgrado en América Latina. Se encuentra en el subsuelo, donde también están ubicados 6 auditorios de la institución. Tenemos en venta tanto la producción editorial de Flacso Ecuador como las principales novedades literarias ecuatorianas. Además, somos centro de distribución de las ediciones de Flacso dentro y fuera del país.

La Valija de Fuego ▪ 10 años

Marco Sosa ▪ 11 años en el oficio

Bogotá, Colombia

La Valija de Fuego es una librería de libros nuevos y leídos, fanzines y publicaciones emergentes, que a su vez se asume como nodo cultural generando un equilibrio entre la venta de libros y diversas actividades. Contamos también con nuestro propio sello editorial con el que llevamos más de una veintena de títulos editados.

La Valija de Libros ▪ 2 años

Olivier Vindas ▪ 2 años en el oficio

San José, Costa Rica ▪ Ciudad de México, México

La Valija de Libros inició con unos cuantos libros en mi maleta, y que actualmente sostengo con el apoyo de colaboradores temporales tanto en México como en Costa Rica. Nuestro objetivo, en cualquiera de nuestras facetas, es el mismo: volver accesible a mexicanos y costarricenses contenido novedoso que impulse un pensamiento creativo, crítico y fundamentado.

Letraviva ▪ 40 años

Bernardo Gurbanov ▪ 48 años en el oficio

São Paulo, Brasil

Librería especializada en libros en español para el público brasileño.

Librería Caligari ▪ 6 años

Iván de Jesús Loyola Rodríguez ▪ 9 años en el oficio

Puebla, México

Somos una librería surgida en 2013, que se ha especializado en la venta de libros de ciencias sociales, humanidades, arte, literatura clásica y contemporánea, así como en una selección de cine de autor. A la par, realizamos actividades culturales tales como círculos de lectura, proyecciones de películas, cursos y talleres.

Librería Carlos Fuentes (UdeG) ▪ 1 año

Verónica Mendoza y Carlos Alberto Sepúlveda ▪ 2 años y 22 años en el oficio
Zapopan, México
Somos una librería universitaria con una vocación de servicio y atención que abarca más allá de la comunidad interna. Nuestra oferta es de interés general, queremos llegar a todos los públicos, que nuestros visitantes sin importar su etapa lectora o temas favoritos puedan disfrutar de este espacio, de nuestras actividades y, sobre todo, de nuestra oferta editorial. Esperamos así provocar su deseo de poseer un libro, de saber y de conocer.

Librería Catalonia ▪ 23 años

Laura Infante Beovic ▪ 8 años en el oficio
Santiago de Chile, Chile
Fue fundada en 1996 por Drina Beovic (1948-2001). En su inicio, la librería desarrolló una importante difusión de catálogos de editoriales hasta entonces desconocidas para el lector chileno, y se destacó por la gran cantidad de actos culturales que buscaban vincular al lector y al autor. Hoy la librería ha ampliado su catálogo de libros hacia un lector actual y diverso, ofreciendo desde literatura clásica y contemporánea hasta libros gráficos y de ilustración.

Librería El Día (Libros Península) ▪ 56 años

V. Alfonso López Camacho y Bladimir López Ontiveros ▪ 51 años en el oficio
Tijuana, México
Nuestra librería ofrece 99% de libros, el resto son otros artículos digitales (audio, música y cine).

Librería LaLiLu ▪ 4 años

Samuel Albores Amezcua ▪ 4 años en el oficio
Comitán de Domínguez, México
El nombre es un acrónimo que sintetiza los tres pilares fundamentales del proyecto: *La* por laboratorio teatral, *Li* por librería y *Lu* por lugar de encuentro. Este es nuestro punto más general. Lejos de querer sólo vender libros deseamos que LaLiLu sea un espacio donde las personas puedan venir y estar.

Librería Nacional ▪ 78 años

Felipe Ossa ▪ 58 años en el oficio
Bogotá, Colombia
Es una cadena de librerías con 38 almacenes en el país. Bogotá, sede principal de la cadena, cuenta con 10 librerías en la ciudad.

Librería Bonilla ▪ 69 años

Juan Luis Bonilla Rius ▪ 40 años en el oficio
Coyoacán, México
Librería Bonilla está especializada en libros académicos. Originalmente atendía a los mercados científicos y técnicos, pero con el paso de los años hemos ampliado la oferta a humanidades y ciencias sociales.

Librería de la Editorial Universitaria ▪ 20 años

Lourdes Chang ▪ 30 años en el oficio
Lima, Perú
La Librería de la Editorial Universitaria promociona y vende libros de nuestra producción, dando énfasis a las carreras profesionales que ofrece la institución, así como de otros fondos editoriales universitarios y comerciales. La librería facilita la adquisición de todas las publicaciones a través de crédito tanto a profesores, estudiantes y trabajadores de la institución.

Librería del Gam ▪ 10 años

Mónica Tejos Riveros ▪ 7 años en el oficio
Santiago de Chile, Chile
La Librería del Gam está ubicada en el Centro Cultural Gabriela Mistral (Gam). Abrió sus puertas en septiembre de 2010. En su diseño y realización participó ampliamente la ciudadanía, que luego lo utilizó como punto de encuentro cultural.

Librería Efraín Huerta (FCE) ▪ 15 años

Raúl Iván García Martínez ▪ 30 años en el oficio
León, México
La Librería Efraín Huerta es el espacio creado conjuntamente con el Fondo de Cultura Económica, que tiene sus antecedentes en la Librería de la Casa de la Cultura de León y la Librería Cultural de Guanajuato que funcionaba como promotor en León del FCE desde 1994.

Librería Hojas de Parra ▪ 3 años

Santiago Sepúlveda y Camilo Rico ▪ 3 años en el oficio
Bogotá, Colombia
Librería Hojas de Parra es una librería de nicho, en la que se maneja material leído y nuevo, dándole prioridad a la edición independiente y emergente colombiana. Debido a que es pequeña debe ser exigente con su catálogo, sin pretensión de abarcarlo todo, por lo que responde al criterio del librero.

Librería Inestable ▪ 8 años

Carlos Carnero Figuerola ▪ 12 años en el oficio
Lima, Perú
Librería de fondo especializada en poesía peruana, novedades y descatalogados de Latinoamérica.

Librería Laberinto ▪ 4 años

Óscar Omar Cambrón Liñan ▪ 19 años en el oficio
Querêtaro, México
La Librería Laberinto busca ofrecer material de gran calidad a sus clientes. La experiencia nos ha llevado a buscar el material diferente, no comercial, y en eso radica que la gente nos busque y encuentre.

Librería LibrArte ▪ 10 años

Luis Guillermo García Ruiz ▪ 60 años en el oficio
Tejupilco, México
Somos una librería que está a contracorriente con la tendencia del mercado librero en México, de oligopolios y oligopsonios, de élites en urbes sobrepobladas, de plagios y estancos en un mercado distorsionado, incapaz de acceder con el libro y la lectura a regiones como las que atendemos, que además de Tejupilco, abarca al menos una decena de municipios e influye sin duda alguna en dos entidades colindantes al Estado de México, Guerrero y Michoacán.

Librería Linardi y Risso ▪ 39 años

Andrés Linardi ▪ 39 años en el oficio
Montevideo, Uruguay
Librería Linardi y Risso fue establecida en 1944 y desde entonces nos especializamos en el libro latinoamericano. Nuestro stock, catálogo y base de datos, de los más importantes de América Latina tanto en libros como en publicaciones periódicas, son motivo de numerosas visitas y consultas de instituciones y personalidades intelectuales. Desde 1960 atendemos Blanket Orders, Approval Plans y Standing Orders de numerosas bibliotecas universitarias, nacionales y públicas de todo el mundo.

Librería Octavio Paz (FCE) ▪ 22 años

Gabriela Rangel Muñoz ▪ 26 años en el oficio

Ciudad de México, México

La librería Octavio Paz del Fondo de Cultura Económica es una librería que por encontrarse cerca de la Universidad Nacional Autónoma de México tiene un perfil universitario. Uno de sus atractivos es la sección infantil, que desde su apertura hace 22 años se ha incrementado notablemente en espacio y títulos.

Librería Pessoa ▪ 3 años

Gerardo Morales ▪ 7 años en el oficio

Querétaro, México

La Librería Pessoa se materializó *ex nihilo*, cual material en el universo del movimiento de otras fuerzas, de otros impulsos, de otros deseos y gustos. Fue un ímpetu no sólo en la creación de un negocio sino, y más bien, en la búsqueda ontológica del humano, encallado en una realidad carente de devenir inmanente, que a su vez un sencillo amante de la filosofía, de las letras, de la lectura, las expresiones en todas sus formas y presentaciones y, sobre todo, de la curiosidad, pudiese aportar.

Librería Universitaria Jaime Labastida ▪ 3 años

Christian Cartagena Vega ▪ 5 años en el oficio

Los Mochis, México

Nuestra librería es una de tres que se han puesto en funcionamiento por parte de la Universidad Autónoma de Sinaloa: una en la ciudad de Mazatlán (sur), en Culiacán (centro) y aquí en Los Mochis (norte) del estado de Sinaloa en el noroeste del país. Es una librería que alberga unos dos mil títulos y en promedio unos seis mil ejemplares; el 90% los libros exhibidos son de producción propia, editados por la Dirección de Editorial de la Universidad Autónoma de Sinaloa.

Librería y distribuidora Lerner ▪ 61 años

Alba Inés Arias Figueroa ▪ 42 años en el oficio

Bogotá, Colombia

La Librería Lerner cuenta con tres sedes y es un espacio abierto a muchos públicos. Es una librería de fondo, por tanto, la diversidad bibliográfica en temas de ciencias sociales y humanas, narrativa, incluida la infantil, es un alto porcentaje de la oferta. Mantiene una actualizada y ordenada clasificación temática que invita a ser explorada.

Librería y distribuidora Trilce ▪ 31 años

Martha Esther Nava Calderón ▪ 31 años en el oficio

Ciudad de México, México

Librería itinerante dedicada a la difusión, promoción y venta de libros para niños y jóvenes, y escolares.

Librerías Gandhi ▪ 48 años

Jorge Mario Casas Flores ▪ 25 años en el oficio

Ciudad de México, México

Librerías Gandhi desde que fue fundada ha buscado contribuir a la difusión de la cultura y el entretenimiento creando nuevos espacios para el encuentro del conocimiento con su entorno.

Librerías Lectura ▪ 22 años

Carla María Berdegue ▪ 23 años en el oficio

La Paz, Bolivia

Cuando iniciamos, nos propusimos romper todos los esquemas de cómo se conocía una librería en Bolivia en ese entonces y abrimos un lugar especial, con muchos mesones, libros acomodados de portada, música ambiental, un espacio para que las personas puedan tomar asiento y hojear los libros sin presión. El público nos acogió con

mucho cariño y creamos ya una generación de lectores que creció con nuestra librería y ahora nos visita con sus hijos.

Libros Duluoz ▪ 8 años

Andrea Mickus ▪ 8 años en el oficio
San José, Costa Rica
Somos una librería "independiente" de pequeña escala, con secciones selectas de ensayo, en el centro de San José. Inicialmente el proyecto fue orientado más estrictamente a la literatura contemporánea y la poesía, y con los años hemos expandido ese enfoque a otros temas que nos interesaban: feminismo, literatura LGBTI, libros infantiles y política, siempre manteniendo fuerte el componente literario y poético.

Libros Mr. Fox ▪ 4 años

Lucas Insignares ▪ 9 años en el oficio
Bogotá, Colombia
Somos una librería especializada en ilustración y un proyecto de provocación a la lectura desde la prescripción literaria. La librería fue diseñada con base en el arte del libro publicado en 1970 y la película de 2009, rindiendo homenaje al personaje del que toma su nombre, Fantastic Mr. Fox de Roald Dahl.

Livraria da Editora de UFBA ▪ 22 anos

Flávia Rosa ▪ 22 anos no comércio
Salvador, Brasil
A Editora e Livrarias da Universidade Federal da Bahia tem como finalidade a difusão da produção científica da Universidade, constituindo-se num canal de comunicação com a própria Instituição, bem como com a sociedade. Neste processo, há uma reciprocidade de influências que resulta não só no enriquecimento das partes envolvidas, como no estabelecimento de novas políticas acadêmicas.

Livraria da UEFS ▪ 36 anos

Murillo Almeida Cerqueira Campos ▪ 7 anos no comércio
Feira de Santana, Brasil
A Livraria da UEFS é a livraria mais antiga da cidade, oferta aos seus visitantes livros da UEFS Editora, de outras editoras universitárias associadas a ABEU e livro de algumas editoras comerciais que publicam temas ligados ao cotidiano e as pesquisas desenvolvidas pela universidade.

Livraria UNESP ▪ 48 anos

Maria Antonia Pavan de Santa Cruz ▪ 12 anos no comércio
São Paulo, Brasil
Desde a abertura da livraria em 2007 num espaço pequeno e acolhedor, o objetivo é trabalhar com livros nas áreas de ciências humanas, artes, literaturas brasileira e estrangeira traduzida e infanto-juvenis, visando atender professores e estudantes. O resultado correspondeu à nossa expectativa. Hoje a frequência está bem diversificada e a procura por títulos não acadêmicos tem aumentado. Temos dado atenção especial para o livro infanto-juvenil um seguimento que possibilita a formação de futuros leitores e consumidores.

Luvina ▪ 13 años

Carlos Luis Torres Gutiérrez ▪ 13 años en el oficio
Bogotá, Colombia
Luvina está situada en el barrio La Macarena de la ciudad de Bogotá. Es un espacio donde además de la librería, existe un café, un pequeño bar, un espacio para charlas, cine, exposiciones de arte o de trabajo.

M

Marabunta ▪ 5 años

Ciudad de México, México

Abrimos Marabunta en la Ciudad de México, con el objetivo de construir un espacio para la lectura, la distribución de editoriales independientes nacionales e internacionales, y compartir alrededor del café distintas propuestas de creación y construcción del conocimiento humanístico, social y cultural.

María Victoria Dávila Mercado ▪ 30 años en el oficio

Ciudad de México, México

Me jubilé siendo gerente comercial en El Sótano y trabajé durante 21 años en diferentes editoriales. Mi vida ha transcurrido en el mundo editorial y he trabajado en la cadena que lleva al libro del autor al lector más de 50 años.

Mr. Books ▪ 21 años

Danny Torres Estrella ▪ 10 años en el oficio

Quito, Ecuador

Librería Mr. Books es una cadena de librerías de interés general ubicadas en centros comerciales. Tiene un estilo vanguardista en sus 11 locales, haciéndola una de las más grandes del país. Tenemos una amplia variedad de títulos en varias categorías, los que nos hace un referente cultural a nivel nacional.

P

Profética ▪ 16 años

José Luis Escalera ▪ 16 años en el oficio

Puebla, México

Profética es un espacio dedicado a la lectura que abrió sus puertas en 2003 como una biblioteca pública, librería y café bar. Ubicada en el centro de la ciudad de Puebla, en una casa del siglo XVI remodelada para albergar los nuevos usos, hemos sido sede de un número importante de eventos alrededor de los libros, la literatura y el pensamiento en los últimos años.

Prosa y Política ▪ 12 años

Bertha Inés Concha ▪ 35 años en el oficio

Santiago de Chile, Chile

Librería que ofrece propuestas razonadas y especializadas en ciencias sociales, humanidades, literatura infantil y juvenil, educación, psicología, religiones, arte y literaturas.

Q

Qué Leo Barrio Italia ▪ 7 años

Marcela Kahler Roth ▪ 10 años en el oficio

Santiago de Chile, Chile

Desde el comienzo la idea era tener una librería pequeña con un catálogo mayormente dedicado a la literatura, ciencias sociales e infantil (hoy tenemos una segunda librería dedicada sólo a infantil). Determinamos un tipo de catálogo y ese hemos tenido desde el comienzo; no hemos cambiado el enfoque, pero sí hemos ido evolucionando de acuerdo con lo que las editoriales nos muestran en las áreas que nos interesan.

R

RettaLibros ▪ 45 años

Luis A. Retta ▪ 50 años en el oficio
Montevideo, Uruguay
Nos dedicamos a la venta de libros antiguos y modernos y estamos especializados en libros y publicaciones periódicas de Colombia, Cuba, Paraguay, Uruguay y Venezuela.

S

San Librario Libros ▪ 21 años

Álvaro Castillo Granada ▪ 31 años en el oficio
Bogotá, Colombia
Una librería de viejo enfocada principalmente en literatura y humanidades. Ofrecen libros raros, usados, autografiados y primeras ediciones. Además, constantemente recibe visitas de autores colombianos en busca de un ejemplar aparentemente imposible de conseguir.

Santo y Seña ▪ 3 años

John Naranjo ▪ 10 años en el oficio
Bogotá, Colombia
Somos una librería de barrio que busca ser un lugar acogedor de encuentro con los vecinos. Concebimos los libros como un ecosistema cultural en el que conviven con la música, el arte y la comida. Puedes escuchar un vinilo o ver una película. También tenemos una selección de libros en inglés. Nuestros temas son la diversidad y la música. Hacemos un especial énfasis en libros ilustrados y para niños.

T

Tienda Javeriana ▪ 24 años

Martha Lucía Quenguan Castro ▪ 37 años en el oficio
Bogotá, Colombia
La Tienda Javeriana cuenta con varios servicios en su interior, pero el más importante es la librería en el cual se destacan las publicaciones de la Editorial Pontificia Universidad Javeriana. Asimismo, abordamos todos los temas de una librería general con el enfoque de las ciencias humanas, buscando siempre estar a la vanguardia de los temas de la sociedad contemporánea y las publicaciones en torno a ellos.

Traspatio Librería ▪ 3 años

Mara Rahab Bautista López ▪ 3 años en el oficio
Morelia, México
Antes que una librería somos un proyecto de promoción y fomento de quehacer editorial y la literatura. Deseamos ser un detonador de espacio de calidez y calidad humana. Todo cabe en un libro y en Traspatio Librería cabemos todos. Creemos y apostamos por la bibliodiversidad, por los lectores críticos, divertidos y arriesgados.

Dirección
Verónica Mendoza Urista
Sayri Karp Mitastein

Coordinación de contenido
Valentín Ortiz Díaz
Verónica Mendoza Urista

Gestión de datos
Jhasmin Ruiz Montes
Alicia González Silva

Coordinación editorial
Iliana Ávalos González

Cuidado editorial
Mariana Hernández Alvarado

Diseño y diagramación
Mónica María

De librerías y libreros. Encuentros y pasiones
se terminó de editar en noviembre de 2019
en las oficinas de la Editorial Universitaria,
José Bonifacio Andrada 2679, Col. Lomas de Guevara,
44657 Zapopan, Jalisco.