

IV Coloquio Argentino de Estudios sobre el Libro y la Edición

De Bogotá a Madrid: las librerías como vitrinas editoriales

Paula Andrea Marín Colorado^{1*}

Instituto Caro y Cuervo

paula.marin@caroycuervo.gov.co

Colombia

Resumen: A partir de los resultados de la aplicación de una encuesta a 103 usuarios actuales de librerías independientes en Bogotá, de la realización de 10 entrevistas a libreros activos de esta misma ciudad y de 9 a libreros de Madrid (correspondientes a siete librerías), esta ponencia presenta un análisis de las condiciones en las que cada librero o dueño de librería desempeña su papel hoy y las funciones que desarrolla, en relación con las particularidades de cada librería. Además, me enfocaré en la oferta editorial de cada una de ellas, a través del análisis de sus catálogos (en algunos casos, completos, y en otros, parciales). El objetivo es mostrar la relación de la presencia de ciertos sellos editoriales, géneros y autores (asociados a países de nacimiento), así como presentar un primer acercamiento a las dinámicas de la oferta editorial de España y de Colombia, y a las particularidades de cada uno de estos mercados de libros. Por último, presentaré una serie de sugerencias para mejorar el tejido librero en Colombia, en particular, y en Latinoamérica, en general.

Palabras claves: Librerías colombianas, libreros colombianos, librerías independientes, catálogos de librerías.

^{1*} Doctora en Literatura (Universidad de Antioquia, Colombia). Realizó una estancia posdoctoral en esta misma Universidad. Es la directora de la línea de investigación El Libro en Colombia, en la Maestría en Estudios Editoriales del Instituto Caro y Cuervo (Colombia).

1. Bogotá

Según la encuesta aplicada, las librerías preferidas por los usuarios son las independientes. Por esta razón, me concentraré aquí en analizar el funcionamiento y características de esta clase de librerías. Las he clasificado en dos tipos: independientes tipo A e independientes tipo B. Las primeras, son librerías que se declaran independientes, tienen libreros de oficio, son gestionadas, generalmente, por sus propietarios, solo cuentan con un local y no están ligadas a ningún contrato de franquicia con un tercero, ni son subsidiarias de otra empresa. Además, tienen un alto porcentaje de libros de rotación lenta, programan eventos culturales y clubes de lectura. Las librerías independientes tipo B, asimismo, se declaran independientes, tienen libreros de oficio y, por lo general, son gestionadas por sus propietarios, combinan el negocio de la librería con la distribución o la edición, o bien, cuentan con dos o tres sucursales, pero no están ligadas a ningún contrato de franquicia con un tercero, ni son subsidiarias de otra empresa. Como en las tipo A, el porcentaje de libros de rotación lenta es mayor al de rotación rápida, programan eventos culturales y clubes de lectura.

En Bogotá, las librerías se ubican, sobre todo, en las localidades de La Candelaria, Santa Fe, Teusaquillo, Chapinero y Usaquén, en un territorio que abarca desde el centro de la ciudad hacia el norte, es decir, la zona más comercial, donde se concentran los centros financieros y la oferta cultural y universitaria. Sus usuarios residen, sobre todo, en las localidades de Teusaquillo, Chapinero, Engativá y Usaquén, o trabajan en las localidades donde se sitúan las librerías; son, en general, personas de 35-50 años, usuarios habituales de librerías independientes (que compran libros al menos una vez por trimestre), con formación académica de posgrado, con un sueldo mensual correspondiente a tres o más salarios mínimos, de profesión humanidades, ciencias sociales y derecho, profesores y estudiantes universitarios, y con preferencia de lectura por los autores colombianos.²

Las 10 librerías a las que haré referencia coinciden en ubicación con las primeras cinco localidades mencionadas al inicio del párrafo anterior: siete clasificadas como

² VVAA, *Resumen estadístico de resultados de la encuesta realizada a usuarios de librerías en el proyecto: Libreros, librerías y lectores en Bogotá, Medellín y Cali. Espacios agentes y experiencias en el presente* (Bogotá: 2020), <https://zenodo.org/record/4134524#.X7xT3VVKjIV>

independientes tipo A y tres como independientes tipo B. Las librerías independientes tipo A tienen en promedio un inventario de 5.000 a 20.000 volúmenes; las independientes tipo B, de 20.000 a 60.000. En promedio, las ventas de estas librerías se encuentran diferenciadas así: las de independientes tipo A van de los 300 a los 600 ejemplares mensuales; las independientes tipo B, van de los 4.000 a los 15.000.

En cuanto a la relación con el oficio, la mayoría de los entrevistados coincide en que lo mejor de ser librero es el momento de destapar las cajas que les envían las distribuidoras o editoriales y revisar los libros. Todos también coinciden en que la labor de leer o de revisar en profundidad los libros que llegan a la librería para luego poder recomendar acertadamente no es compatible con las actividades diarias administrativas, de difusión, de gestión cultural o de atención a clientes; por esta razón, el momento para esta tarea se traslada a la noche, en sus casas. Las librerías que tienen 20.000 o más volúmenes coinciden en ser aquellas en las que sus propietarios o administradores desean ofrecer a los usuarios la compra de un libro como una experiencia completa del lugar: libros, conversaciones, temperatura, olores, música, eventos, atmósferas. En el caso de las más pequeñas, los entrevistados concentran su función en la conversación con los usuarios, en la recomendación de títulos y, en general, en una atención que los haga sentir que “el mundo de los libros es accesible para cualquier persona”³ y que el librero entiende sus necesidades de lectura para “brindarle al lector el libro correcto en el momento correcto”.⁴ Se trata, en últimas, de una “labor de acompañamiento”.⁵

1.1.Independientes tipo A:

De las siete librerías independientes tipo A que contacté, solo en un caso la entrevista fue realizada a uno de sus empleados (el librero principal); en el resto, entrevisté a los socios-propietarios o fundadores de las librerías (tres creadas en la década 2000-2010, tres en la de 2010-2020 y una en la de 1930). Según la situación económica de cada entrevistado (tres mujeres y cuatro hombres), solo uno de ellos (entre los propietarios) vive

³ Entrevistado (librero) Bogotá Independiente A-número 1, entrevista, Bogotá, 2 de abril de 2020.

⁴ Entrevistado (librero) Bogotá Independiente A-número 6, entrevista, Bogotá, 9 de mayo de 2020.

⁵ Entrevistado (librero) Bogotá Independiente A-número 5, entrevista, Bogotá, 6 de mayo de 2020.

estrictamente de la librería (el empleado vive en casa de sus padres); en el resto de los casos, los propietarios cuentan con alternativas económicas provenientes de otro negocio complementario a la librería u otro trabajo, de su jubilación o del apoyo económico de su cónyuge.

Acerca de la experiencia como libreros, ninguno de los dueños de estas librerías había trabajado antes en este sector (únicamente el empleado); todos provienen de actividades profesionales tan disímiles como la edición, la ingeniería de sistemas, el turismo, las finanzas internacionales, el manejo de recursos humanos y la administración de cafés. Sin embargo, todos los propietarios son cercanos al mundo del libro. En relación con su formación profesional, solo encontré dos dueños que no provienen de la literatura, las ciencias sociales o las humanidades, sino de la economía y de la ingeniería de sistemas. Estos dos propietarios son cercanos en la década de su nacimiento: uno en la de 1950 y otro en la de 1960. Los otros entrevistados (cinco) nacieron en la década de 1990, con excepción de uno, quien también nació en la década de 1950. Pese a lo anterior, en la mayoría de los casos, parece tratarse de una relación con la lectura que se produce más por conquista que por herencia, en términos de Chartier,⁶ pues solo en tres casos los entrevistados tuvieron padres muy lectores y contaron con biblioteca en su casa paterna.

Sobre la administración, cuatro de los negocios reservan un espacio para el funcionamiento de un café, que es manejado por los propietarios de las librerías; solo en un caso, el café pertenece a otra empresa y se le arrienda parte del local. Las tres librerías que no tienen café coinciden en ser las más antiguas de las siete y en no tener una agenda cultural amplia o en haber comenzado hace menos de un año con ella; inclusive, una de estas tres no maneja en absoluto programación cultural. Para las cuatro librerías que sí manejan café, este les permite que las personas permanezcan más tiempo en el lugar y que haya más espacio para realizar los eventos culturales; por otra parte, uno de los propietarios apuntó que las ventas provenientes del café dejan mayor porcentaje de ganancia que los libros y esto permite apoyar económicamente la librería. Como complemento a lo anteriormente dicho, según la encuesta realizada a usuarios de librerías para esta

⁶ Roger Chartier, “Leer sin libros”. *Álabe*, n. 15 (2017): 1-3, <http://revistaalabe.com/index/alabe/article/view/398/2642017>

investigación, es en las librerías independientes tipo A donde los usuarios pasan mayor tiempo en cada una de sus visitas; asimismo, los usuarios de estas librerías son los que muestran mayor frecuencia de compra y los que más participan en la programación cultural de la librería.⁷ Estos hechos nos indicarían que las librerías independientes tipo A concentran a aquellos lectores con altos niveles de libros leídos al año.

En relación con el funcionamiento de las librerías, cinco de las siete cuentan con empleados; solo en dos casos (correspondientes a dos de las tres librerías con menor número de volúmenes en su inventario: 5.000, aproximadamente) son los propietarios o socios quienes cumplen con todas las funciones prácticas de la librería: atención al usuario, selección, gestión cultural, mercadeo y difusión, y administración. Las estructuras administrativas más complejas corresponden a las dos librerías con mayor número de volúmenes en su inventario (20.000 y 40.000)⁸ e incluyen cajero, administrador y libreros (entre dos y seis); en una de ellas, el propietario no ejerce funciones de librero (no selecciona títulos para pedidos ni atiende a usuarios) pues no se considera como tal. En todos los demás casos, los propietarios atienden a los usuarios, recomiendan títulos y hacen la selección para los pedidos a proveedores.

En los casos de tres de las siete librerías fue posible acceder a sus catálogos. Todas están entre los 5.000 y los 6.000 volúmenes, aproximadamente. Los títulos de estas librerías han sido, en su mayoría, publicados en la década 2010-2020, especialmente, durante el período 2018-2019. Los géneros más presentes son la literatura (entre el 46 y el 63% de los títulos), el ensayo (entre el 6 y el 28% de los títulos) y la literatura infantil y juvenil (entre el 2 y el 11% de los títulos); a estos le siguen la filosofía, las ciencias sociales y la biografía. El origen de los autores está repartido en una relación 40-50% entre países de América y Europa. Del total de títulos revisados (12.300), 7.500 fueron editados en Europa (en España, en un 93%) y 4.800 en América (en Colombia, en un 52%, seguido de Argentina, con un 16% y México con un 13%). En relación con las editoriales, el primer lugar lo tiene Anagrama con 509 títulos, el segundo el Fondo de Cultura Económico (FCE)

⁷ VVAA, *Resumen estadístico*.

⁸ Dentro de las independientes tipo A entrevistadas, solo esta librería se sale del rango de 5.000 a 20.000 volúmenes en inventario.

con 404 títulos, el tercero Acantilado, con 279 títulos, el cuarto Capitán Swing, con 221 y el quinto Salamandra con 220. La pertenencia de estas editoriales es la siguiente: Anagrama, del Grupo Feltrinelli, FCE, de México, Acantilado y Capitán Swing, editoriales independientes españolas, y Salamandra, de Penguin Random House-Grupo Bertelsmann.

1.2.Independientes tipo B:

De las tres librerías independientes tipo B que hicieron parte de esta investigación (cada una con dos puntos de venta), dos entrevistas fueron hechas a empleados de la librería (administrador y jefe de libreros) y una a su propietario, quien vive estrictamente de su negocio. Dos de las librerías fueron fundadas en la década 2010-2020 y la otra en la década de 1950. Los dos empleados cuentan con experiencia anterior como libreros, no así el propietario, quien venía de trabajar en la radio, aunque su formación sea en filosofía y literatura, al igual que uno de los empleados entrevistados; el otro tiene formación como economista, pero su desarrollo profesional ha estado siempre ligado a librerías. Dos de los entrevistados nacieron en la década de 1950; el otro en la de 1990. Para los tres entrevistados, la lectura también ha sido más una experiencia de conquista que de herencia, en relación con lo propuesto con Chartier;⁹ para dos de ellos, la presencia del Círculo de Lectores en sus ciudades de origen fue fundamental para consolidar su relación con los libros.

En relación con la sostenibilidad de las librerías, en dos de ellas también funciona un café en una de sus sucursales, pero es administrado por otra empresa; así, la librería recibe dinero por el arriendo del local. Una de estas librerías combina la venta de libros con la de discos, películas y vinos; sin embargo, el 80% de las ventas proviene de los libros. La librería que no tiene café es también la que no programa eventos culturales, talleres o clubes de lectura. Esta última pertenece a una empresa que es, además, distribuidora y editorial.

Acerca del funcionamiento administrativo de las librerías, en las tres, sus propietarios no hacen parte de este; todas tienen una nómina de empleados más o menos

⁹ Chartier, “Leer sin libros”.

numerosa, según el tamaño de la librería. La librería que cuenta con 60.000 volúmenes tiene una nómina de 58 empleados (18 librereros); la que cuenta con 40.000 volúmenes tiene la siguiente organización: administradores, cajeros, cuatro librereros en cada local, un *web master*, una *community manager*, bodeguistas y administrador de bodega central; por último, la que tiene 20.000 volúmenes, cuenta con tres librereros y un administrador. En las tres librerías, tienen contratado a alguien especializado encargado de manejar las redes sociales virtuales. El propietario entrevistado es el único de los tres que no se considera librero, en el sentido de que no se siente un “gran recomendador, gran lector, que vende lo que le gusta”;¹⁰ por esta razón, no atiende a usuarios y no interviene en la selección de títulos para solicitud a proveedores, que es realizada por sus librereros especializados, aunque está pendiente de las reseñas que aparecen en los periódicos de circulación nacional.

En los casos de una de las tres librerías fue posible acceder a su catálogo de un poco más de 60.000 títulos. De estos, para hacer el análisis, se escogieron un total de 9.335 correspondientes a literatura colombiana, universal y latinoamericana. Del total de títulos revisados, en relación con las editoriales, el primer lugar lo tiene Anagrama (Feltrinelli) con 482 títulos, el segundo Alianza (Grupo Anaya-Hachette) con 468 títulos, el tercero Debolsillo (Penguin Random House-Grupo Bertelsmann), con 457 títulos, el cuarto Cátedra (Grupo Anaya-Hachette), con 346 y el quinto Salamandra (Penguin Random House-Grupo Bertelsmann) con 292, todas ellas editoriales de grandes conglomerados comerciales.

Pude hacer un rastreo de los libros más vendidos en 2019 en dos librerías independientes tipo A (de 10.000 a 20.000 volúmenes) y en dos independientes tipo B (de 40.000 a 60.000 volúmenes), a partir de los listados publicados en sus páginas web en febrero de 2020; los títulos más vendidos (la mayor parte, del área de literatura) pertenecen, en primer lugar, a Planeta (18%), en segundo a Alfaguara-Penguin Random House (15%) y en tercero a Debate-Penguin Random House (13%). Muy lejos (en un listado de 79 títulos) aparecen tres editoriales independientes (FCE, Fiordo y Milserifas) y cuatro editoriales colombianas: Angosta, Laguna, Rey Naranjo y Universidad Externado de Colombia. Para contrastar estos datos, incluimos en la encuesta una pregunta acerca de dos títulos que los

¹⁰ Entrevistado (librero) Bogotá Independiente B-número 3, entrevista, Bogotá, 11 de mayo de 2020.

usuarios de librerías recordaran haber comprado el año anterior; las respuestas mayoritarias también pertenecen a las editoriales Alfaguara-Penguin Random House (8%) y Planeta (5%), a las que le siguen Anagrama-Feltrinelli (4,7%), Debolsillo-Penguin Random House (4%) y Lumen-Penguin Random House (3,9%). Muy lejos (en un listado de 360 títulos), aparecen dos editoriales independientes (Impedimenta y FCE) y cuatro editoriales colombianas: Laguna, Tragaluz, Uniandes y Editorial UN. La nacionalidad de los autores de estos títulos son: en primer lugar, colombianos (23%), a los que siguen estadounidenses (12%), españoles (7%), ingleses (6%), franceses (5%) y argentinos (4%).

Vale la pena mencionar que el listado de los títulos adquiridos por los usuarios de librerías encuestados es muchísimo más variado en editoriales que el de los más vendidos, en tanto incluye, al menos, cuarenta editoriales independientes y universitarias colombianas, latinoamericanas y españolas, en contraste con las ocho que se incluyen en el listado de los más vendidos.

2. Madrid

En España, el precio del libro está entre los 18 y los 20 euros (el salario mínimo mensual en España es de mil cincuenta euros) e incluye un IVA del 4%; este precio equivale a, aproximadamente, 90 mil pesos colombianos (el libro de bolsillo cuesta la mitad). En Colombia, el precio de un libro (que no incluye IVA) está en promedio en 50 mil pesos y el salario mínimo mensual es de 908 mil pesos. Comprar un libro en Madrid le representa a una persona el equivalente a pagar dos menús diarios; en Bogotá, le representa a alguien pagar tres almuerzos ejecutivos. De acuerdo con los reportes, la Comunidad de Madrid, que incluye el Ayuntamiento de Madrid y 179 municipios cercanos, que suman casi siete millones de habitantes, cuenta con 800 librerías (en Colombia, hay en total 600 puntos de venta formal de libros; el 40% de ellos está en Bogotá). Las librerías de la Comunidad de Madrid equivalen al 12% del total de librerías del país (alrededor de 4.000); de acuerdo con los cálculos, hay 7,6 librerías por cada 100.000 habitantes en España (en Colombia, hay una por cada 79.000). Por Comunidades Autónomas (el equivalente a Departamentos en Colombia), Madrid ocupa el primer lugar en número de librerías, seguida de las

Comunidades de Cataluña y de Andalucía, según lo registra el informe del Observatorio de la librería 2019

(<https://www.cegal.es/wp-content/uploads/2019/11/Observatorio-de-la-Librer%C3%ADa-2019.pdf>).

Los librereros con los que me entrevisto son hombres y mujeres que están entre los 40 y los 60 años de edad, en promedio, quienes se juntaron con amigos para asociarse y fundar sus librerías, que pueden ser entendidas como proyectos independientes y culturales. Todos viven de sus trabajos como librereros, excepto en una de las librerías, que no ha alcanzado su punto de equilibrio, y solo en dos casos los socios tenían experiencia trabajando en otras librerías. Algunas de ellas, tienen más de cuarenta años de funcionamiento; otra tiene más de veinte y otras más, diez. Sus inventarios cuentan con un número de títulos que está entre los 5.000 y los 20.000, en promedio (este número aumenta durante la Navidad y la Feria del Libro), y sus ventas mensuales, entre los 1.000 y los 5.000 ejemplares. Sus equipos de trabajo los conforman entre dos y seis personas. Todas estas librerías presentan un criterio claro de selección de sus títulos. En ellas, no hay libros de autoayuda, parapsicología, novela romántica, dietas o de personajes de televisión; de la misma manera, otros libros especializados como aprendizaje de idiomas, deportes, libros técnicos o de derecho no se encuentran allí, aunque sí ciertos *best seller* en algunos locales. Este tipo de contenidos es accesible para los usuarios a través de las librerías de cadena o de las de grandes superficies. Tres de las librerías son también editoriales; solo una de ellas combina la venta de libros con venta de bebidas.

Aparentemente, para estos lectores, no resulta definitivo (como sí lo es para gran parte de los usuarios colombianos) comprar y leer libros de autores nacionales. Esto se reitera también en las entrevistas con los librereros, en las que expresan que no hay una gran diferencia entre la venta de libros de autores españoles y extranjeros, pues la edición española realiza muchas traducciones. Sin embargo, el informe de CEGAL señala que los libros más vendidos en 2020 fueron de autores españoles y la *Panorámica de la edición española de libros 2019* indica que “las traducciones suponen el 14,7% del total de la producción editorial española”

<http://www.culturaydeporte.gob.es/dam/jcr:b25857ff408a4ecda149fdadff6b2d1e/estadistica-de-la-edicion-espanola-de-libros-con-isbn-2019.pdf>); lo anterior querría decir que sí hay una preferencia de los lectores españoles por sus autores y que la traducción no está cerca de igualar a la creación producida en el país.

Buscando contrastar la información consignada en los informes de CEGAL y de Hábitos de lectura, realicé el siguiente ejercicio: comparar los libros exhibidos por seis librerías (las mismas con las que me contacté para hacer entrevistas a sus libreros) en sus vidrieras durante el mismo mes (marzo de 2021), así como los libros que eligieron como recomendados en sus sitios webs durante el mes de abril de 2021. De esta manera, realicé un análisis de 304 títulos; aunque esta cifra no constituye ninguna muestra representativa, vale la pena echarle un vistazo a los resultados. Un tercio de los títulos se reparte entre sellos pertenecientes a grandes grupos editoriales: Planeta, Penguin Random House, Anagrama (Feltrinelli), Anaya (Hachette) y el grupo Contexto (que funciona como una asociación de cinco editoriales españolas: Impedimenta, Libros del Asteroide, Sexto Piso, Nórdica Libros y Periférica), en el que sobresale Impedimenta; sin embargo, al desagregar los sellos, las editoriales con más títulos son: Anagrama, Alfaguara-Penguin Random House, Tusquets-Planeta, Impedimenta y Seix Barral-Planeta. Los reportes de los más vendidos en abril, en TodosTusLibros, señalan a Penguin y a Planeta como los grupos con más títulos en la lista. Frente a estos hechos resulta interesante y pertinente indicar que los otros dos tercios de los 304 títulos analizados pertenecen a editoriales españolas independientes o emergentes y que los libros recomendados en el portal Las Librerías Recomiendan mantienen un equilibrio entre los títulos de los grandes grupos y los de las editoriales independientes españolas.

Resultados complementarios del ejercicio de comparación entre lo exhibido por las seis librerías son los referentes al país de nacimiento de los autores de los títulos y el país de edición de los libros. En relación con el primer resultado, la mayoría de los autores han nacido en España; a estos le siguen, de lejos, los nacidos en EEUU, Francia, Reino Unido e Italia. Asimismo, los idiomas originales de edición son, en su orden de cantidad: castellano, inglés, francés, alemán e italiano. Esto se corresponde con los resultados de la *Panorámica*

de la edición española de libros 2019, en donde figura que “las traducciones del inglés representaron un 48,3% del conjunto de la obra traducida”, al que le sigue el castellano, el francés, el japonés y el italiano. En cuanto al segundo resultado, el país de edición de los libros es España; dentro de los 304 títulos revisados, solo seis fueron editados fuera, en Latinoamérica, en este caso: Argentina y México.

Este último dato merecería una investigación de largo alcance que, por un lado, explique los impedimentos que siguen existiendo para que los libros y autores latinoamericanos logren ser distribuidos más ampliamente en España y, por otro, que hable de la desproporción entre los numerosos libros traducidos al castellano editados en España y distribuidos en América Latina, y los pocos títulos de autores españoles vendidos en esta región; quizás un punto a tener en cuenta aquí, por solo mencionar un caso que ilustraría las diferencias de sensibilidad lectora entre España y Latinoamérica, sea el fenómeno del *best seller* de temática policíaca o el thriller histórico, muy visible en los títulos revisados por mí y que en Latinoamérica o, por lo menos en Colombia, no está tan presente.

Sobre este tema de la distribución de libros entre España y Latinoamérica, según las entrevistas realizadas, solo hay dos o tres distribuidoras que traen libros de América Latina (sobre todo, de Argentina); en este sentido, la labor realizada por las librerías Lata Peinada (especializada en autores latinoamericanos) y Juan Rulfo (del Fondo de Cultura Económica, de México) es toda una hazaña en pro de la edición latinoamericana. Para Blas Garzón, de la librería Traficantes de Sueños, “no tiene mucho sentido que los libros crucen el océano” y lo que debería hacerse –como ya se ha hecho en algunos casos- es realizar acuerdos de coedición para imprimir los libros en España o hacer uso de la impresión bajo demanda. Para finalizar, quiero mencionar otros datos que se desprenden del ejercicio comparativo realizado: hay bastante equilibrio entre los libros de autoría masculina y femenina, y solo 36 títulos (de los 304) se encuentran en dos o más de las seis librerías, situación que habla bien del criterio particular de selección de los libreros.

Conclusiones:

Las librerías independientes bogotanas presentan divergencias en sus catálogos e inventarios, en sus estructuras administrativas y en la función que cumplen: en las de tipo A, la función tiene que ver más con la importancia de conversar con el librero, mientras que en las de tipo B tiene que ver más con la experiencia del lugar y todo lo que este conlleva. Por otra parte, quiero resaltar el hallazgo acerca de que los propietarios de las librerías independientes, en su mayoría, no contaban con experiencia como libreros en el momento de fundar su negocio, y que algunos de ellos no ejercen funciones estrictas de libreros (recomendar, seleccionar). Considero que esto permite comprender mejor el tipo de formación necesaria para ser librero o dueño de una librería.

Uno de los motivos más comunes tras la fundación de la mayoría de las librerías estudiadas es el vínculo profundo entre los propietarios, el libro y la lectura. La perspectiva de emprender un negocio lucrativo no suele ser el objetivo principal. Se mantiene un imaginario que asocia al librero con funciones de carácter “sagrado” (acólito o guardián) y se espera de él que sea un ser erudito que conozca al dedillo el catálogo que ofrece. Tal vez de ello se derivan la apatía con la cual se refieren algunos libreros a las tareas administrativas, y el desencanto de algunos usuarios ante las dinámicas de los libreros actuales, quienes deben enfrentarse a ofertas de títulos cada vez más amplias por parte de distribuidoras y editoriales.

Los usuarios encuestados coinciden en esperar de los libreros gran competencia para recomendar títulos y novedades, y de las librerías, que sean espacios agradables con un catálogo diverso.¹¹ Tales expectativas coinciden con las consideraciones de los libreros entrevistados, a propósito de las características que debe tener un buen librero y de las funciones de la librería. En síntesis, entre las cualidades de un buen librero deben contarse ser lector disciplinado, tener memoria relacional, estar en capacidad de recomendar títulos, conocer sobre editoriales y distribuidoras, y sobre la materialidad de los impresos. Las funciones de la librería puedo sintetizarlas, siguiendo a Pascual *et al.*,¹² así: de información, recomendación, encuentro, cultura, civilización y resistencia. No obstante, para que estas funciones sean posibles y la librería logre mantenerse en el tiempo, se hace necesario que el

¹¹ VVAA, *Resumen estadístico*.

¹² Carlos Pascual *et al.*, *Memoria de la librería* (Madrid: Trama, 2012).

librero cuenta con competencias administrativas efectivas, las cuales pueden concentrarse en personal especializado en este frente o mejorarse mediante la adquisición y dominio de software especializado.

En relación con la oferta editorial de las librerías, el primer lugar lo tiene Anagrama tanto en las librerías madrileñas como en las bogotanas (independientes), pese a que en Bogotá, los libros más vendidos pertenezcan a Penguin Random House y a Planeta (también en Madrid). El segundo lugar es para el Grupo Bertelsmann (en el caso de Madrid, en este segundo lugar también entra Planeta) y el tercero para el Grupo Anaya (Hachette); a estos grandes grupos, le siguen el Fondo de Cultura Económico (en Bogotá) y editoriales independientes españolas: Acantilado, Capitán Swing e Impedimenta. En cuanto a los autores de la oferta editorial de las librerías, los resultados son los siguientes: el primer lugar lo ocupan los colombianos en Bogotá, y los españoles en Madrid; el segundo, los estadounidenses, el tercero, los españoles (en Bogotá); el cuarto, lo comparten franceses e ingleses; para el caso madrileño, el último lugar lo ocupan los italianos, mientras que para Bogotá, este es para los argentinos.

Recomendaciones para las librerías colombianas y latinoamericanas:

- Fortalecer la creación de agremiaciones de libreros a nivel nacional y regional; estas agremiaciones son fundamentales como actores de mediación frente a los retos actuales que tienen las librerías (por ejemplo, las plataformas de venta en línea como Buscalibre). Asimismo, es necesario crear premios a librerías y, en la medida de lo posible, a libros editados en Colombia, así como ferias barriales del libro que visibilicen el tejido librero de las ciudades y la producción editorial nacional.
- Establecer jornadas bianuales o mesas de trabajo en las que participen editores, distribuidores y libreros. Es fundamental percibirse como una red y lograr una unificación de los lenguajes y de las dinámicas empleados, desde un punto de vista comercial. La iniciativa del portal ColombiaLee es un gran comienzo.
- Producir informes bianuales sobre el estado y funcionamiento de las librerías (a manera de un Observatorio de la Librería propio), en asocio con alguna entidad del

sector cultural o educativo. Dichos informes deberían cruzarse con los producidos anualmente por la Cámara Colombiana del Libro sobre la edición y con los de Hábitos de lectura del DANE (Departamento Administrativo Nacional de Estadística). Esta lectura transversal de la información producida sería el insumo de las mesas de trabajo bianuales de editores, distribuidores y libreros.

- Enfatizar la labor de los libreros como prescriptores de lectura. Para esto, se deben optimizar o, en algunos casos, crear páginas webs de las librerías con listas de recomendados e información completa sobre los libros (además del trabajo realizado en redes sociales virtuales), que puedan orientar mejor a los lectores-compradores. Igualmente, se deben afinar los boletines de información sobre novedades, por parte de los editores, para que puedan luego ser complementados por los libreros.
- El punto anterior debe ir acompañado de una inversión estatal en promoción de la lectura, que se ubique por fuera del ámbito educativo. No se trata de cuántas personas lean ni de cuántos libros leyeron, sino de que se formen lectores por gusto, con un verdadero hábito lector a largo plazo y, sobre todo, que puedan construir un discurso acerca de lo que leen, en donde se sientan seguros, y que puedan convertir luego en capital cultural (desarrollo este punto en el siguiente artículo: http://www.amoxtli.cl/images/pdf/2020/n05/art02_39_58.pdf).
- Crear mejores mecanismos de fidelización, como, por ejemplo, el de la asociación, que no solo incluya la compra de libros, sino también la participación en actividades culturales o deformación de las librerías.
- Subvencionar la modernización tecnológica de las librerías para sus páginas web y sus ventas en línea. Igualmente, se debe intervenir en lograr acuerdos con empresas de paquetería para lograr costes más competitivos.
- Invertir en la creación de cursos de formación para libreros y para quienes deseen fundar una librería, en asocio con universidades u otros gremios del sector del libro en el país.

Bibliografía:

Fuentes primarias:

1. Entrevistado (librero) Bogotá Independiente A-número 1. Entrevista. Bogotá, 2 de abril de 2020.
2. Entrevistado (librero) Bogotá Independiente A-número 5. Entrevista. Bogotá, 6 de mayo de 2020.
3. Entrevistado (librero) Bogotá Independiente A-número 6. Entrevista. Bogotá, 9 de mayo de 2020.
4. Entrevistado (librero) Bogotá Independiente B-número 3. Entrevista. Bogotá, 11 de mayo de 2020.

Fuentes secundarias:

1. Chartier, Roger. “Leer sin libros”. *Álabe*, n. 15 (2017): 1-3, <http://revistaalabe.com/index/alabe/article/view/398/264>
2. Pascual, Carlos *et al.* *Memoria de la librería*. Madrid: Trama Editorial, 2012.
3. VVAA. *Resumen estadístico de resultados de la encuesta realizada a usuarios de librerías en el proyecto: Libreros, librerías y lectores en Bogotá, Medellín y Cali. Espacios agentes y experiencias en el presente*. Bogotá: 2020, <https://zenodo.org/record/4134524#.X7xT3VVKjIV>