

Manual del librero con tenis

análisis de librerías comunitarias
en el campo de las librerías

Idónea Comunicación de Resultados
que para obtener el grado de Maestra
en Diseño y Producción Editorial presenta
María del Pilar Elizabeth Flores Ramírez

Tutor: Dr. Gerardo Kloss Fernández del Castillo

Resumen

Resumen

En el presente escrito se hablará de tres casos de librerías físicas que siguen algunos ejes administrativos propios del modelo posfordista de organización del trabajo (es decir, no hablaré de prácticas alternas como el cooperativismo o la economía solidaria y asociativa, en el entendido de que se encuentran insertas en un modelo económico que les exige la producción de capital económico para subsistir). Sin embargo, dentro de sus prácticas cotidianas, buscan generar espacios comunitarios de subjetivación política frente a las relaciones con otras empresas y organizaciones libreras, institucionales e incluso gubernamentales. Así, he decidido llamar *Manual del librero con tenis* a este escrito, partiendo de la premisa de que el librero comunitario generalmente desempeña un papel multifacético en donde poco espacio queda para la elegancia de solo dirigir y administrar detrás de un escritorio, y mucho requiere de su agilidad y capacidad de adaptación, no solo para ir de un lado a otro, mientras divide su tiempo entre administrar el negocio, organizar eventos, atender clientela, curar los materiales que va a ofrecer a la venta, armar cajas y limpiar el almacén, o pagar a proveedores, sino, además y de manera constante, para imaginar dinámicas de integración comunitaria que permitan ver a la librería como un espacio de diálogo e intercambio con respecto a posturas políticas y éticas bien definidas, atendiendo necesidades coyunturales específicas de la comunidad e impulsando conversaciones que el mismo librero o librera considera importantes para fomentar la participación social y política, al final, trascendiendo la función de la librería como espacio de compra-venta de bienes.

Palabras clave:

Librerías, librerías comunitarias, campo, Bourdieu, prácticas de resistencia.

Firma del tutor

Dr. Gerardo Francisco Kloss Fernández del Castillo



MDPE
MAESTRÍA EN DISEÑO
Y PRODUCCIÓN EDITORIAL

Manual del librero con tenis

MANUAL DEL LIBRERO CON TENIS:
análisis de librerías comunitarias
en el campo de las librerías

Idónea Comunicación de Resultados
que para obtener el grado de Maestra
en Diseño y Producción Editorial presenta
María del Pilar Elizabeth Flores Ramírez

Tutor: Dr. Gerardo Kloss Fernández del Castillo
Comité lector: Dra. María del Pilar López Martínez
y Mtro. Gabriel Hernández Soto

Agradecer

Agradecimientos

Gracias a mi familia, a todos, pero en especial a mi mamá y al tío Sergio; gracias por el amor, los ánimos, el esfuerzo y, sobre todo, por saber acompañar sin presionar.

A mi papá porque, aunque se fue mucho antes de iniciar esta Maestría, gracias en gran parte a su empuje por hacer una hija necia y testaruda es que estoy aquí. Un abrazo eterno hasta el cielo, Lalo.

A mis ancestros, abuelos y bisabuelos; a los que quedan y los que han trascendido. Gracias por todo su esfuerzo desde que llegaron a esta ciudad voraz y por el cual, a manera de efecto mariposa, soy la primer mujer con licenciatura y, aún más, posgrado de mi familia. Su trabajo, sus anhelos y sus esfuerzos viven en mí.

Gracias, abuelita Gloria; la sangre caliente de Pinotepa y el tesón de tus manos van conmigo siempre... tu niña lo logró. Con muchos tecitos de manzanilla, como los que me dabas, pero lo logró.

A mis amigos de toda la vida, por crecer conmigo y acompañarme desde los 7 años hasta hoy. A todos, pero en especial a Sof, Óscar y Miri por los abrazos, los “tú puedes”

y los “aquí estamos”. A Hugo, Tanne, Torrero y Kari por todo el amor. A San, por sus oraciones.

A las amistades de la Maestría, que son mi mayor ganancia, pues se convirtieron también, en muchos sentidos, en mis maestros; gracias a todos y todas, pero en especial a Karla y a Mariko; a Ricardo, Andrea, Ximena, Fabiola, Isela, Sonia y Guianeya.

A Anaí, Omar, Amilcar y Paty por las porras y la motivación constante; por el acompañamiento los últimos años. A Ame y a Bren por las recomendaciones y lecturas.

A Eder por acompañarme a hacer entrevistas, por los viajes en carretera, por las pláticas y los ánimos. Por la amistad.

A Adolfo por darme algo invaluable, además de su amistad, sin haberlo siquiera pedido: tiempo.

A Daniel, por las largas charlas y debates, por las explicaciones y las clases; por la escucha paciente. Por poder explicar casi de memoria mi tema. Por todo. Siempre gracias.

A Ruth, a Kaleb, Agus y Samuel, por compartir conmigo su tiempo y sus experiencias, pero, sobre todo, sus sueños, sus anhelos, sus convicciones y hasta sus preocupaciones. Gracias siempre por la disposición para hablar no solo de librerías, sino de todo lo que implica ser humano.

Gracias a mi tutor, el Dr. Gerardo Kloss Fernández del Castillo, y a mis lectores, el Mtro. Gabriel Hernández Soto

y la Dra. Pilar López Martínez, por su amable lectura y sus acertados comentarios que me ayudaron hasta el último momento a ir “más allá” para terminar de enmarcar las ideas clave de este trabajo; por sus recomendaciones y, sobre todo, por su tiempo para entregar este trabajo antes de que se cumpliera el plazo.

Para poder terminar esta Idónea Comunicación de Resultados se necesitó una maestría, una pandemia, varios cambios de trabajo, accidentes, viajes, amistades, desencuentros, crisis existenciales, prisas, paciencia, vueltas y retrocesos; muchas horas dedicadas en terapia pero, sobre todo, mucha fe. No es justificación para la demora en su entrega, pero quisiera reconocer a quienes deciden enfrentar todo esto y más para ingresar, aunque sea por un ratito, a la Academia; sobre todo, para quienes lo hacen sin beca, sin plaza segura, sin mayor certeza de los frutos que se obtendrán más que el placer de aprender más, de conocer, de investigar y con la esperanza de, quizás, aportar algo a la conversación.

Gracias a mí. Por no soltarme, por no rendirme, por los sacrificios, por lo bueno y por lo malo. Por terminar.

Contenido

Notas para la lectura de esta investigación	9
Introducción	11
1. El sector librero en México	23
1.1 Panorama histórico	26
1.2 Configuración actual	47
1.2.1 Tipos de librerías en México	58
1.2.2 Algunas notas preliminares sobre el funcionamiento de las librerías en México	74
2. Conceptos principales para estudiar las librerías comunitarias	81
2.1 Definiciones	84
2.1.1 Comunidad y cultura	84
2.1.2 Espacio comunitario y prácticas comunitarias	92
2.1.3 Prácticas creativas y prácticas de resistencia	99
2.1.4 Campo y <i>habitus</i>	104
2.2 Relación de los conceptos principales con las librerías comunitarias	117

Contenido

3. Estudios de caso	135
3.1 El Astillero	139
3.2 Somos Voces (antes Voces en Tinta)	159
3.3 El Entusiasmo	180
Conclusiones	201
Referencias y fuentes de consulta	209

Notas para la lectura

Notas para la lectura de esta investigación

Antes de comenzar, me gustaría realizar algunas acotaciones sobre esta investigación y sobre algunas de las decisiones editoriales tomadas durante su elaboración.

Primero, he decidido colocar todas las referencias y adendas en notas a pie de página para facilitar la búsqueda de información, a fin de que el lector no tenga que interrumpir la lectura y dirigirse al final del texto para obtener la información necesaria que complemente la idea principal.

De cualquier forma, todas las referencias también se encuentran ordenadas en un apartado final, como se acostumbra tradicionalmente; sin embargo, era importante para mí intentar mantener un equilibrio entre la edición académica, propia de una investigación, y una lectura más accesible, pues la intención de este proyecto es que regrese a su origen y pueda ser leído no solo por los libreros y las librerías que donaron su tiempo para la investigación, sino por los integrantes de sus comunidades que se encuentren interesados/as/es en mirar con otros ojos estos proyectos en los que participan activamente con su presencia.

Por otra parte, hay ciertas partes del texto, sobre todo en los estudios de caso, donde se usa un lenguaje

inclusivo, colocando “e” en sustantivos y artículos. Esto obedece a una postura política personal que desea transmitir, por sobre todas las cosas, un profundo respeto por quienes usan el lenguaje inclusivo a diario y me permitieron entrevistarles. No puedo sino demostrar con este pequeño gesto mi más profundo respeto a la identidad de quienes tan generosamente han decidido donar su tiempo a este proyecto sin ningún otro tipo de retribución más que el reconocimiento; y reconocerles es reconocer de manera expresa algo tan fundamental como su identidad. Este rasgo no impide, en nada, la lectura.

También me gustaría aclarar que el abordaje de los temas se realiza desde un enfoque interseccional que habla de comunidades vulnerables, explotación laboral y luchas de poder y dominación que nosotros mismos ejercemos entre nosotros en el campo editorial. Mi postura, en concordancia con las de los entrevistados, es ver de frente estas relaciones, no esconderlas, suavizarlas ni justificarlas.

Por último, es mi deseo expresar que este trabajo me ha dejado, orgullosamente, con más preguntas que respuestas, pues si bien ha sido mi intención acercarme desde una postura de investigadora social, también he tratado de hacerlo con la humildad suficiente para reconocer el trabajo de mis entrevistadas; si bien yo he tratado de explicar de manera teórica lo que percibo en el ámbito librero, son elles quienes me han enseñado a mí todo lo que hace posible que proyectos así existan.

Introducción

Introducción

Para Salvador Giner, sociólogo latinoamericano, la cultura “es el resultado de la actividad humana productiva y espiritual y [las] fases de reproducción fundamentales [que] la componen [son]: la creación y producción de valores culturales, la acumulación y conservación de los mismos; la difusión y/o circulación de esos valores y la apreciación, percepción, disfrute y/o utilización de estos por la población”¹.

En ese sentido, en el sistema económico en el que nos encontramos inmersos en la actualidad, la cultura está íntimamente ligada a una actividad económica productiva, la cual sublima a expresiones materiales no solo los bienes y servicios de uso común, sino también aquellos que provienen de la íntima relación que tiene el ser humano con su comunidad y los vínculos que con ella desarrolla mediante sus tradiciones, su religión, sus creencias, sus ideas y todo aquello que proviene de la cosmovisión del mundo en la que se encuentra inserto, su sensibilidad e imaginación.²

¹Salvador Giner, “Sociología de la Cultura”, en EcuRed. Enciclopedia colaborativa en la red cubana, s. f., disponible en: https://www.ecured.cu/Sociolog%C3%A1-Da_de_la_Cultura, consultado el 9 de junio de 2023.

²Para ahondar más en ello, de acuerdo con algunos sociólogos y antropólogos, “la cultura es un conjunto relativamente integrado de creencias, normas, valores

En línea con lo anterior, desde 2013, cuando el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) lanzó por primera vez el término “economía naranja”,³ este se ha usado de manera reiterada para describir una puerta que conduce a una fuente prácticamente inagotable de crecimiento económico para los países, pues sus principales insumos son la creatividad, el intelecto, el ingenio humano y todas aquellas creaciones que nacen de aquello que denominamos “cultura”.

En ese momento, desde Colombia surgió un movimiento que abogaba por poner el concepto de *cultura* como un generador de capital al centro de la conversación económica, y arrojó luz a los productos y servicios cuyo valor estaba íntimamente ligado a la propiedad intelectual, como un espacio de esperanza para la recuperación económica tan necesaria después de las pérdidas multimillonarias a nivel mundial de la década de los 2000, entre cuyas causas se pueden identificar fácilmente el estallido de la burbuja puntocom y la gran recesión económica de 2008.

Múltiples organizaciones y países se unieron a la cruzada para impulsar esta iniciativa, incluida la Unesco, quien la integró como parte de sus estrategias principales. México ha sido una de las naciones que ha tratado de adoptarla con mayor ahínco: incluso ha sido sede de

y estilos de vida compartidos por los miembros de una comunidad. [...] La cultura se expresa, también, mediante las creaciones artísticas y las representaciones simbólicas. La cultura es básica, dado que todos los seres humanos, por naturaleza, necesitan crecer y formarse dentro de un entorno social". Véase Jordi Busquet, Miquel Calsina, Alfons Medina y Lluís Flaquer, *262 conceptos clave de Sociología*, 1a ed. Barcelona: Universidad Oberta de Catalunya, 2020, pp. 34-38 y 67-68.

³ El término fue creado por el ahora expresidente de Colombia, Iván Duque, quien en ese entonces publicó junto con el BID el libro *La economía naranja: una oportunidad infinita*, en el cual se hace referencia a la producción y circulación de productos y servicios ligados a las economías culturales y creativas.

varios foros⁴ con personajes relacionados con las industrias creativas y culturales, quienes continuamente se centran en el valor de la propiedad intelectual y cultural, así como en toda la cadena de producción y suministro a su alrededor, como un factor de impulso económico con un potencial ilimitado que se sigue explorando. Este discurso se ha mantenido a lo largo de los años, mientras que la aportación del sector cultural en México se ha mantenido en alrededor de un 3%, de acuerdo con el registro histórico de la cuenta satélite de cultura del Inegi,⁵ reportado por *El Economista*.⁶

Es decir, el término “industrias culturales” se ha vuelto el protagonista de un sistema de producción económico donde, al igual que las llamadas “economía verde” y “economía rosa”, la condición humana y sus vínculos artísticos, sentimentales e incluso espirituales, se ven representados simbólicamente en expresiones artísticas materiales o de servicios íntimamente ligadas a la producción de capital. Para el BID, la *economía naranja*:

Es el conjunto de actividades que, de manera encadenada, permiten que las ideas se transformen en bienes

⁴ Personalmente asistí a uno de ellos en febrero de 2018. Si bien las ponencias presentadas no se enfocaron en la industria editorial sino que se relacionaban con la industria de la moda, la arquitectura, el diseño industrial y temas relacionados con la ecología, durante todo el evento se hizo hincapié en la posición estratégica que México ocupaba al contar con un capital simbólico enorme debido a su historia, tradiciones y manifestaciones culturales.

⁵ Este promedio se generó a partir de los datos retomados de *El Economista* y a partir de la consulta de los datos estadísticos disponibles en la cuenta satélite mencionada, la cual ofrece datos de 2008 a 2021, ya que los de 2022 aún se encuentran en la etapa preliminar de análisis para su publicación.

⁶ Ricardo Quiroga, “La economía cultural ha demostrado ser procíclica, evalúan especialistas”, *El Economista*, 23 de noviembre de 2022, disponible en: <https://www.eleconomista.com.mx/arteseideas/La-economia-cultural-ha-demostrado-ser-prociclica-evaluan-especialistas-20221123-0015.html>.

y servicios, cuyo valor puede estar basado en la propiedad intelectual. La economía naranja tiene el talento y la creatividad como insumo principal y es capaz de generar empleo, riqueza, y [de] tener un impacto en la calidad de vida.

Comprende, entre otras, la industria del arte, la arquitectura, el cine, el diseño, la publicidad, la televisión, la editorial, el teatro, la animación, los videojuegos, la música, la moda, la gastronomía, las artesanías, el turismo y el patrimonio cultural.⁷

Para ello, los impulsores de la economía naranja proponen también el uso de las “7 íes” o estrategias para su aplicación:

- 1. Información:** Información y conocimiento de los sectores culturales y creativos. Cifras, mediciones, mapeos, estudios, diagnósticos y conocimiento.
- 2. Inspiración:** Creación innovadora, audiencias, mentalidad y cultura, y propiedad intelectual.
- 3. Inclusión:** Formación y talento humano para las artes, el patrimonio y los oficios del sector creativo.
- 4. Industria:** Asistencia técnica para el emprendimiento creativo.
- 5. Integración:** Internacionalización, mercados locales y posicionamiento, clústeres y encadenamientos productivos.
- 6. Infraestructura:** Bienes públicos, infraestructura, encadenamientos productivos y clústeres.

⁷ Banco Interamericano de Desarrollo, “ECONOMÍA NARANJA | Regional Naranja”, sitio web, s. f., disponible en: <https://www.regionnaranja.org/economiaNaranja>, consultado el 9 de junio de 2023.

7. Instituciones: Articulación intersectorial, estímulos tributarios, gobernanza y financiación.⁸

Todos estos términos lo que conllevan son ideas que se han debatido ampliamente en todo el sector cultural y creativo, y particularmente en el que nos atañe, que es el de las empresas editoriales y las librerías: tener información y cifras certeras sobre el estado de las industrias creativas y culturales, generar estrategias creadoras de audiencia y de interés en el consumo, profesionalizar y formar talento humano, impulsar el uso de la tecnología en este tipo de negocios, internacionalizar y fortalecer sus relaciones, mejorar la producción y la distribución, tener voz en las políticas públicas y ser tomados en cuenta por los gobiernos como una parte importante de la economía. Sin embargo, considerando estas declaraciones a una década de distancia, ¿qué tanto se ha avanzado en estos temas en los últimos años? ¿El panorama actual se enfrenta a más o menos retos de los planteados por el BID? Y, sobre todo, ¿qué significan para nosotros como miembros de esas industrias?

El término “industrias creativas y culturales” no es nuevo. En realidad, fue acuñado por Theodor Adorno y Max Horkheimer, miembros de la escuela de Frankfurt, en la obra *Dialéctica de la Ilustración*, publicada en 1947, para hacer referencia a la producción cultural y artística masificada. En relación con lo anterior, surge el concepto de *cultura de masas*, la cual “depende de dos factores, la posibilidad de la reproducción técnica de bienes

⁸ Mauricio Veloza Posada, “Colombia busca cómo ‘sacarle jugo’ a la Economía Naranja”, *Divulgación Científica*, revista en línea de la Universidad del Rosario, 2022, pp. 88-91, disponible en: <https://urosario.edu.co/revista-divulgacion-cientifica/economia-y-politica/colombia-busca-como-sacarle-jugo-a-la-economia-naranja>.

culturales y, segundo, de la aparición de las masas, es decir, de grandes grupos poblacionales con la capacidad económica de consumir bienes culturales”⁹

Para la industria editorial, el término se vuelve especialmente relevante considerando que la primera condición (la reproducción técnica) surgió prácticamente gracias a ella con el invento de la imprenta, la cual abrió al mundo la posibilidad de producir no solo libros, sino mapas, cartas, revistas, panfletos y otros artículos impresos, con lo que disminuyó de manera radical la producción casi artesanal que hasta ese momento se tenía, impactando directamente en un aumento de la distribución de estos productos y de las ideas que en ellos se plasman. El ejemplo más claro de ello fueron las 95 tesis de Martín Lutero, que darían pie a la Reforma protestante; pero también hablamos de muchos otros textos e ideas que hasta ese momento se reservaban solamente para ciertos sectores de la sociedad, como el clero. Libros, muchos de ellos prohibidos, fueron traducidos a varios idiomas y llevados a otros países, lejos de su lugar de origen, gracias a las rutas mercantes establecidas por comerciantes nómadas; las universidades se vieron directamente beneficiadas al contar con acceso a literatura de todo el mundo; comenzó la creación de bibliotecas personales y, con toda esta acumulación de conocimiento impreso, surgió también la necesidad de tener un repositorio para la compra-venta: la librería.

Con esta reflexión sobre creatividad, arte y cultura como punto de partida, los mediadores culturales se

⁹ Alejandra Bertucci, “Sobre la Industria cultural. Horkheimer y Adorno”, *Problemas filosóficos contemporáneos. Cuaderno de cátedra. Perspectivas sobre filosofía, arte y comunicación*, noviembre de 2013, disponible en: <https://perio.unlp.edu.ar/catedras/filosofia/wp-content/uploads/sites/129/2020/06/15-sobre-la-industria-cultural.-A.-Bertucci.pdf>, consultado el 7 de junio de 2023.

plantean abrir el discurso hacia nuevas formas de percibir el mundo para, a partir de ello, cambiar también la forma en la que las poblaciones se relacionan con él y entre ellos, en aras de formar comunidades.¹⁰

Es importante mencionar que, inicialmente y debido a estos antecedentes, este trabajo de investigación se había propuesto como un manual para abrir y administrar una librería “de barrio”, considerando desde la parte administrativa hasta la mercadotecnia y el desarrollo de lectores, y tomando como ejemplo varios casos de librerías de los que tengo conocimiento, así como mi propia experiencia trabajando en ellas.

Sin embargo, después de un análisis exhaustivo del material existente, me di cuenta de que existen múltiples manuales para empresas culturales, como el *Manual de gestión de librerías*, de Virginio Nuñez, o los fantásticos títulos que se han editado dentro de la colección Libros sobre Libros del Fondo de Cultura Económica, como *El arte de vender libros*, de Herbert Paurerberg, o *Cómo seleccionar títulos rentables*, de Leonard Shatzkin; así como libros que giran en torno a la experiencia librera, entre ellos *Libreros*, de Mercurio López Casillas, o *Desde 1880*, de Pietro Gottuso, además de todos los que se citan en este trabajo.

Si bien un manual hubiera sido muchísimo más fácil de redactar, había algo mucho más profundo en la cuestión de las librerías que me perseguía, que en mi

¹⁰ Para Luis Villoro, “una asociación es conforme al valor cuando hace coincidir los intereses particulares de sus miembros con el interés general. Cuando esta coincidencia es cabal y cada quien vela por el bien del todo de la misma manera que por su bien personal, cuando todos los sujetos de una colectividad incluyen en su deseo lo deseable para el todo, entonces no hay distinción entre el bien común y el bien individual: la asociación se ha convertido en una comunidad”. *El poder y el valor: fundamentos de una ética política*. México: FCE, 1997, p. 359.

percepción diferenciaba a unas de otras y que, al haber estado yo misma inmersa en ellas (como visitante asidua) y en su funcionamiento durante tanto tiempo (a cargo de una incluso), había experimentado de primera mano y me conmovía profundamente: el poder de algunas para generar vínculos, comunidades y, sobre todo, acciones de resistencia ante una estructura que ensalza el arte y la cultura en el discurso, pero que en el día a día, en el presupuesto y en las políticas públicas, generalmente es una de las últimas en ser atendidas.

¿Por qué, entonces, el título de este trabajo indica que es un manual? En 1981 se publicó el *Manual del arquitecto descalzo*, de Johan Van Lengen, quien, a partir de un análisis a algunas condiciones específicas de América Latina, consideraba que el arquitecto descalzo es quien “diseña y construye edificaciones pequeñas en una comunidad, dirige a un grupo de personas que han decidido construir juntas una obra más grande para beneficio del pueblo”. Luego, el artista Felipe Ehrenberg lo utilizó como referencia para nombrar el *Manual del editor con huaraches*, obra que aunque nunca se publicó oficialmente, sería la segunda edición de una guía de labor editorial con mimeógrafo que desarrolló con el equipo de H2O (Talleres de Comunicación Haltos 2 Ornos) para los seminarios de labor editorial en las escuelas normales de maestros y su programa piloto, que incluyó 16 escuelas rurales en 1980 donde se realizaron ejercicios de edición autogestiva.

Estas dos obras tienen en común la concepción de prácticas colectivas en espacios de reflexión dialógica, donde la potencia política se encuentra en el cómo la práctica creativa permite la construcción de dispositivos y espacios en el imaginario comunitario, para producir

narrativas al margen del discurso hegemónico, pero en discusión con este.

Una parte importante de estos manuales, y especialmente en el segundo, es el aprovechamiento de los recursos tecnológicos disponibles para producir grietas en los sistemas hegemónicos, y así, formar espacios dialógicos desde y para la comunidad misma en la que se insertan estos dispositivos.

En el caso del presente escrito, se hablará de tres casos de librerías físicas que siguen algunos ejes administrativos propios del modelo posfordista de organización del trabajo (es decir, no hablaré de prácticas alternas como el cooperativismo o la economía solidaria y asociativa, en el entendido de que se encuentran insertas en un modelo económico que les exige la producción de capital económico para subsistir). Sin embargo, dentro de sus prácticas cotidianas, buscan generar espacios comunitarios de subjetivación política frente a las relaciones con otras empresas y organizaciones libreras, institucionales e incluso gubernamentales.

Así, he decidido llamar *Manual del librero con tenis* a este escrito, partiendo de la premisa de que el librero comunitario generalmente desempeña un papel multifacético en donde poco espacio queda para la elegancia de solo dirigir y administrar detrás de un escritorio, y mucho requiere de su agilidad y capacidad de adaptación, no solo para ir de un lado a otro, mientras divide su tiempo entre administrar el negocio, organizar eventos, atender clientela, curar los materiales que va a ofrecer a la venta, armar cajas y limpiar el almacén, o pagar a proveedores, sino, además y de manera constante, para imaginar dinámicas de integración comunitaria que permitan ver a la librería como un espacio de diálogo e intercambio

con respecto a posturas políticas y éticas bien definidas, atendiendo necesidades coyunturales específicas de la comunidad e impulsando conversaciones que el mismo librero o librera considera importantes para fomentar la participación social y política, al final, trascendiendo la función de la librería como espacio de compra-venta de bienes.

A pesar del título, nótese que este texto no pretende ser un manual *per se*, pues, si bien es posible encontrar y delinejar pautas generales que los tres casos expuestos siguen y aplican, lo cierto es que no constituyen una serie de pasos a seguir al pie de la letra, pues la práctica comunitaria se caracteriza, precisamente, por moldearse de acuerdo con las necesidades, contexto y prácticas de cada comunidad en la que se encuentra inserta. Al respecto, es importante hacer una primera acotación reiterando que no se tocarán temas de economía solidaria, cooperativista o similares: se hablará de librerías para la comunidad, por sus fines; no de librerías de organización comunitaria.

En ese sentido, en el primer capítulo delinearé una breve historia de las librerías en las regiones de México donde se encuentran los casos a analizar; y consignaré las distintas definiciones de “barrio” e “independiente” encontradas, en contraposición a otras definiciones del mismo término y a otros conceptos relacionados.

Asimismo, intentaré dar un panorama general de las limitaciones que implica investigar librerías en México, las cuales van desde el acceso a información estadística hasta la discriminación de ciertas librerías en estos mismos datos por considerar que no son relevantes por su poco o nulo aporte de capital económico de manera directa a la industria.

Posteriormente, en el segundo capítulo, ahondaré en los conceptos teóricos principales: *comunidad, cultura, espacio comunitario y prácticas comunitarias, prácticas creativas y de resistencia*, y algunos otros relacionados, lo que permitirá tener un marco conceptual adecuado para realizar un análisis de las librerías desde su historia, cotidianidad, formas de gestión, valores, relación con su comunidad, y para entender cómo se posicionan frente a los discursos y las prácticas hegemónicas en la industria.

En este mismo capítulo abordo, además, dos de las nociones principales de mi propuesta: *campo y habitus*, de acuerdo con la teoría interpretativa de Pierre Bourdieu, para prefigurar un campo librero en sí mismo, y no solo de las librerías como parte del campo editorial ya existente y estudiado por él mismo con anterioridad.

Si bien los conceptos de *campo y habitus* son indissociables, ya que se encuentran en una permanente relación dialéctica, he decidido metodológicamente que, siguiendo el ejemplo de otras investigaciones, dejaré fuera intencionalmente una definición amplia del *habitus* de las librerías y, más aún, de los libreros independientes o de los comunitarios, concentrándome específicamente en el campo. Si bien menciono el *habitus* y hablo de él, pues es clara su existencia, esta decisión toma en cuenta que, al estar conformado por disposiciones cognitivas, valores, conductas y actitudes interiorizadas, se necesita una muestra más amplia para poder identificar, categorizar y mostrar todos sus elementos.

Por último, en el tercer capítulo, expondré tres estudios de caso de librerías de barrio: El Astillero, en Torreón, Coahuila; Somos Voces, en la Ciudad de México; y El Entusiasmo, en Xalapa, Veracruz, explicando cómo llevan

a cabo sus prácticas y de qué manera han impactado en sus procesos de crecimiento y supervivencia.

Quiero recalcar que este trabajo no pretende ser un estado del arte de lo existente con respecto a estos conceptos, sino una selección de los casos que he considerado más pertinentes para la construcción de mi propuesta. Tampoco se trata de una categorización con respecto a las librerías que existen, sus tipos o subtipos, ni sobre cómo se autodefinen unas de otras. En ese sentido, seguramente habrá muchas otras perspectivas que puedan enriquecer y generar el diálogo que tan urgentemente necesitamos alrededor de las librerías y todo lo que conlleva no solo su creación y gestión, sino la vida y el trabajo, el activismo y la construcción que hay detrás de ellas. Al menos esa es mi esperanza y mi deseo.

Así pues, antes de comenzar, me gustaría dedicar este “manual” a los libreros que me permitieron entrevistarlos y conocer más de cerca sus prácticas, así como a todos aquellos que desde sus trincheras tratan de imaginar otras formas de intercambio de libros, alternas a las prácticas capitalistas que se limitan al intercambio económico de bienes. Gracias por seguir insistiendo en que “imaginar otros mundos es posible”.

El sector librero

1. El sector librero en México

Sabía de cada materia más que los expertos.

Dominaba las bibliotecas mejor que los bibliotecarios. Conocía de memoria los fondos de la mayoría de las casas comerciales, mejor que sus propietarios, a pesar de sus notas y ficheros, mientras que él no disponía más que de la magia del recuerdo, de aquella memoria incomparable que, en realidad, solo se puede explicar a través de cientos de ejemplos diferentes.

Stefan Zweig¹¹

El estudio de las librerías generalmente se ciñe a una visión histórica donde en muy pocas ocasiones son ellas las protagonistas, y, más bien, fungen como un escenario donde se llevan a cabo otros juegos y representaciones: se estudia quién pasó por ellas, lo que aportaron sus fundadores, la incidencia que tuvieron en la diseminación de la cultura... Afortunadamente y cada vez con mayor frecuencia, se encuentran obras en las cuales las librerías encuentran una voz para indicar lo que representa su mera existencia en algunas comunidades, más allá de la venta de libros; por ejemplo, la premiada *Librerías*, de Jorge Carrión, *18 Bookshops*, de Anne Scott, *Historia de las librerías de la ciudad de*

¹¹ Mendel, el de los libros, trad. Itziar Hernández Rodilla. S. l.: Editorial Alma, 2024.

Méjico: evocación y presencia, de Juana Zahar Vergara, o *The Radical Bookstore*, de Kimberley Kinder.

Como retrata el investigador de la Universidad de Zacatecas García Encina en su análisis de algunos relatos de ficción que retratan la cotidianidad del México posrevolucionario, entre ellos *En la feria del libro*, de José F. Elizondo, la venta de ejemplares impresos en México no solo representaba una transacción comercial; había algo mucho más tranquilizador en la idea de que una feria literaria llegara al pueblo: había paz. No se puede montar un tendero para comprar libros cuando se está librando una guerra armada en la que los principales recursos económicos disponibles se destinan a comprar provisiones y armas.¹²

Esto también nos habla de poca disponibilidad para la compra constante de libros en lugares físicos establecidos en diversas ciudades y pueblos del país, a diferencia de la capital, en la cual ya se vislumbraba una tradición librera floreciente. Se dependía de la llegada de ferias itinerantes para poder adquirir ejemplares, conocer las novedades y lo que circulaba entre los lectores.

Realizar un estudio historiográfico de las librerías en un solo capítulo resultaría prácticamente imposible; daría pie a un producto en sí mismo, con objetivos totalmente distintos a los que se plantean en este trabajo. En ese sentido, se ofrece una mirada general de la historia de las librerías en México, a fin de mostrar cómo el comercio del libro ha estado íntimamente ligado a la historia de nuestro país desde antes de su nacimiento

¹² Edgar Adolfo García Encina, “La librería, entre el relato literario y los rastros históricos. Rastros, peripecias e inconvenientes para una narración sin conjeturas”, *Biblioteca Universitaria*, vol. 22, núm. 1, enero-junio, 2019, pp. 70-78, disponible en: <https://brapci.inf.br/index.php/res/download/144008>.

como nación independiente; como actividad económica importante en la Nueva España, fomentaba los lazos y las relaciones comerciales e intelectuales entre diversos actores que realizaban operaciones transcontinentales, mucho antes de que las primeras imprentas de América Latina pudieran cubrir la demanda de libros y escritos que se tenía por parte de la población que los recibía.

Como es sabido, la labor de estas primeras imprentas era la de difundir textos arbitrados por el Santo Oficio, quien se encargaba también de expurgar tanto los contenidos creados en la Nueva España como los que llegaban de otras partes; y precisamente esta censura alentó el contrabando de libros de muchos tipos y narraciones, para lo cual los primeros libreros incluso viajaban a España u otras partes de Europa para traer los ejemplares que les eran particularmente encargados.

Desafortunadamente, la breve historia de las librerías que expondré a continuación se enfoca mayormente en aquellas localizadas en la Ciudad de México, pues son sobre las que existe más información y, por tanto, la mayoría de los documentos de investigación librera en nuestro país se centran en ellas. Sin embargo, consigno datos importantes de otras partes del país, cuando estos se encontraron disponibles; asimismo, hago mayor énfasis en los datos de los estados de Coahuila y Veracruz por ser las ciudades donde, junto con la capital del país, se encuentran las librerías de las cuales se hablará en los estudios de caso.

1.1 Panorama histórico

La historia de las librerías es muy diferente de la historia de las bibliotecas. Aquellas carecen de continuidad y de apoyo institucional. Son libres [por] ser las respuestas mediante iniciativas privadas a problemas públicos, pero por la misma razón no son estudiadas, a menudo ni siquiera aparecen en las guías de turismo ni se les dedican tesis doctorales hasta que el tiempo ha acabado con ellas y se han convertido en mitos.

Jorge Carrión¹³

Las evidencias de distribución y venta de libros en América pueden remontarse a 1506 gracias a los documentos de la Casa de la Contratación, encargada de la organización de embarques de bienes y personas, que evidencian que Fernando el Católico prohibió en La Española —hoy Santo Domingo y Haití— la venta de obras profanas que pudieran interferir con las labores de predicación y distraer a los indígenas recién convertidos. Estas disposiciones serían reiteradas en varias ocasiones al virrey Antonio de Mendoza, lo que nos indica que los libros de entretenimiento circulaban libremente pese a los intentos de la Corona.¹⁴

Posteriormente, con la llegada de la imprenta a la capital de la entonces Nueva España —hoy la Ciudad de México— en 1539, Juan Cromberg, junto con su cajista italiano Juan Pablos, obtuvo el permiso de los monarcas para convertirse en el primer impresor de América, a la

¹³ Librerías, 1a ed. Barcelona: Anagrama, 2013, p. 40.

¹⁴ Pedro J. Rueda Ramírez, *Negocio e intercambio cultural: el comercio de libros con América en la Carrera de Indias (siglo xvii)*. Sevilla: Universidad de Sevilla, 2005, pp. 34-35.

par de los derechos para la venta de algunos libros. Con el paso del tiempo y la apertura de más talleres de impresión, estos se convirtieron, a su vez, en los primeros puntos de venta; los principales compradores eran los propios misioneros.

Durante el siglo XVI, la venta de libros en la Nueva España se practicaba entre particulares, directamente de vendedor a comprador, o del vendedor al intermediario y de este al comprador final. Generalmente, su destino final “no era precisamente una librería, más bien eran las bibliotecas de los conventos”.¹⁵ Por otra parte, no solo se distribuían libros impresos en la Nueva España, sino materiales, como tinta, papel y otros insumos para los talleres, que muchas veces el propio Cromberg y otros libreros enviaban desde España hasta los puertos de San Juan de Ulúa y Veracruz para luego ser transportados a la capital, aunque, generalmente, una gran parte de ellos se quedaba en los puertos para ser comercializados ahí mismo.

Un par de datos importantes es que en 1548 los libros enviados a las Indias quedaban exentos de impuestos; aunque, por otra parte, aunado a las restricciones existentes de impresión y venta de libros sin la licencia del rey o sus censores dentro del propio reino español, en 1550 la monarquía ordenó que los paquetes de libros enviados a América fueran abiertos y revisados. Sin embargo, la Casa de la Contratación se vio imposibilitada de realizar un control estricto, lo que a la postre derivaría en que la Inquisición se hiciera cargo de esta tarea, pero, de manera primaria y considerando que la labor aduanera

¹⁵ Juana Zahar Vergara, *Historia de las librerías de la ciudad de México: evocación y presencia*. México: UNAM, 2006, p. 9, disponible en: https://ru.iibi.unam.mx/jspui/handle/IIBI_UNAM/L174.

es la recaudación de impuestos, se propuso la elevación de tasas a los importadores de libros en España —que posteriormente enviarían varios de esos ejemplares a América—. Como consecuencia, los vendedores de libros se organizaron y protestaron argumentando que se requerían textos en griego o hebreo, aunque en realidad lo que defendían era poder importar y exportar libros de buena calidad e impresos en otros lados a precios competitivos.¹⁶

Esto nos habla de una organización librera que desde épocas tempranas se asentaba en la colectividad, ya que se menciona incluso la presencia de un abogado representante en el caso de la Diputación de Sevilla;¹⁷ además se percibe la identificación del libro como dispositivo de culturización, el cual merecía incluso la eliminación de aranceles para la exportación, siempre y cuando estuvieran regulados por el Estado para asegurar el adoctrinamiento y la transmisión de los valores, ideas y principios que ellos eligieran.

Pese a todas las peripecias que los libreros debían sortear, América resulta ser un mercado sumamente atractivo por varias razones: 1) hay un gran desabastecimiento, pues los libros impresos ahí mismo son insuficientes e imprimir temáticas no autorizadas por la Corona resulta peligroso; 2) no existen ediciones americanas de los textos más leídos en Europa; y 3) dado que las obras llegan a un ritmo lento por medio de las embarcaciones marítimas, las novedades son bien recibidas y consumidas a gran velocidad.

Surge así la figura del *mercader de libros*, que, de acuerdo con la definición jurídica de Juan de Hevia Bolaños,

¹⁶ Rueda Ramírez, *Negocio e intercambio cultural*, pp. 35-38.

¹⁷ *Ibid.*, p. 37.

se diferencia de otras figuras como el impresor o el artífice porque el mercader se dedica a la compra-venta de mercancías *hechas*, terminadas, y no incurre en ninguna modificación o procesamiento por su parte.¹⁸

Sin embargo, el mercader no solamente se dedicaba a transportar libros, sino también otro tipo de mercancías, como alimentos, vinos y textiles, entre otros, por lo que no eran considerados libreros en sí; la acotación *de libros* solo remarca que es una más de las mercancías que transporta. En ese sentido, de acuerdo con algunos estudios, los comerciantes de libros pueden dividirse en mercaderes, instituciones religiosas, particulares y libreros.¹⁹

La figura del mercader cobró importancia en la Nueva España no solo por el envío de libros a los puertos principales para las librerías de la Ciudad de México, sino porque comenzó a hacer negocios con vendedores de libros de otras partes del país, quienes buscaban abaratar costos al evitar viajar constantemente a la capital para conseguir ejemplares, así como elegir obras directamente del catálogo de los vendedores para ellos formar así su propio catálogo. Ejemplo de esto son los registros de Diego López, vendedor de Puebla de los Ángeles, negociando directamente con el vendedor sevillano Antonio de Toro, quien envía al primero cajones de obras religiosas y de derecho sin intermediarios.²⁰

Asimismo, algunos otros comerciantes, como Andrés Martín, colocaron puestos de libros en lo que hoy en día

¹⁸ *Ibid.*, p. 93.

¹⁹ Cristina Gómez Álvarez, *Navegar con libros: el comercio de libros entre España y Nueva España. Una visión cultural de la Independencia (1750-1820)*. Ciudad de México: Trama-UNAM, 2011, pp. 58-63.

²⁰ Rueda Ramírez, *Negocio e intercambio cultural*, p. 94.

es el Centro Histórico de la capital mexicana. Varios mercaderes como él tenían abiertas “tiendas de libros” que mostraban tanto libros autorizados por el Santo Oficio como aquellos que habían sido censurados, pero se encontraban encubiertos dentro de la tienda. Por ejemplo, Alonso de Castilla traía libros de otras partes del mundo y eventualmente fue denunciado por esta práctica.²¹

No solamente resulta interesante la importación, distribución y venta de libros no autorizados por medio de un “mercado negro”, sino que, entre los cajones de libros autorizados por los calificadores españoles, se enviaba también mercancía no registrada, como baratijas, telas y ropa, ya que al contar con el sello oficial muchas veces se evitaba una segunda revisión en el puerto de recepción.²²

Por otra parte, había libreros que se dedicaban a la venta exclusiva de textos impresos o, en algunos casos, eran impresores también. Se dedicaban al embarque ellos mismos de la mercancía, por lo que generalmente tenían su negocio principalmente en Cádiz, Sevilla o la Ciudad de México, y se hacían cargo de los riesgos que la exportación-importación implicaba, tanto económicos como ante las autoridades revisoras que aprobaban los libros que podían ingresar a los puertos y venderse.²³

Es decir, comienza a haber una diferencia marcada entre los impresores que venden libros y otras figuras relacionadas con la manufactura de los objetos, como los encuadernadores, con el afán de delimitar estatus, privilegios, obligaciones y derechos jurídicos. Si bien las condiciones de compra-venta de ese entonces no son

²¹ Zahar Vergara, *Historia de las librerías de la ciudad*, p. 10.

²² Rueda Ramírez, *Negocio e intercambio cultural*, p. 115.

²³ Gómez Álvarez, *Navegar con libros*, p. 59.

comparables a las de hoy en día, esta división persiste y frecuentemente encontramos a editores, impresores y libreros organizados en círculos complementarios pero distintos y, en ocasiones, enfrentados entre sí, discutiendo a quién corresponden más los derechos de la venta de libros, qué prácticas deberían seguirse y si esta competencia es legítima o desleal. Ejemplo de esto es la venta directa por parte de los editores a uno de los nichos de mercado más grandes como lo son las escuelas, pues los libreros argumentan que, al entregar los libros directamente a los lectores —alumnos— sin que estos hayan pasado por la librería, se interrumpe y afecta el circuito normalizado del libro.

Además de la importación de ejemplares para venta en puntos fijos o tiendas, desde aquellos tiempos existían extensas áreas sin librerías en todo el territorio nacional que dependían de la llegada de las ferias de libros; muchos de estos comerciantes eran quienes viajaban por el territorio y ofrecían los ejemplares que obtenían de las redes comerciales organizadas en ultramar.

Esta organización editorial se mantuvo en muchos aspectos hasta años recientes.²⁴ Si bien con la llegada del internet y las grandes empresas de comercio electrónico la oferta literaria ha podido llegar cada vez más lejos, lo cierto es que esto no era así hasta hace relativamente poco tiempo.

Recuerdo aún que hace unos años, en 2017, cuando Amazon apenas llevaba un par de años en México, una amiga editora de Baja California, con la que me encontré en la Feria Internacional del Libro de Guadalajara, mencionaba que había llevado su maleta prácticamente vacía

²⁴ García Encina, “La librería, entre el relato literario y los rastros históricos”, p. 77.

para regresarla cargada de libros: “en Baja todavía dependemos de las ferias y casi siempre van los mismos cada año, hay muchos libros que no encuentro, no hay librerías y pedirlos por internet sale todavía muy caro”. Más adelante se revisará la situación actual de las librerías; sin embargo, es importante remarcar que la desigualdad constante en la oferta de productos literarios en el país existe desde los tiempos de la primera imprenta.

Para el siglo XVII, el libro comienza a tener cada vez más puntos fijos de venta en tiendas y almacenes, aunque se le encuentra junto a otras mercancías de tipos muy distintos, por lo que no se puede hablar aún de librerías; no solo se venden libros impresos a nivel nacional, sino que las importaciones de otras partes del mundo también han aumentado y se encuentran cada vez más productos extranjeros en el país. Paralelamente, las imprentas también avanzan y se encuentran cada vez más y en mejores condiciones, lo que les permite ampliar su actividad económica y convertirse también en distribuidoras de libros, tanto de creación propia como de otras latitudes; comienzan a llamarse también *mercaderes de libros* y así lo consignan en las portadas y los colofones de sus libros, mientras que a sus negocios ya no solo les llaman imprentas, sino tiendas, talleres, o incluso, oficinas y librerías.²⁵

En el sur del país, la ciudad de Mérida, Yucatán, recibe libros con relativa frecuencia, junto con algunas otras ciudades de Guatemala como Santiago de los Caballeros, sobre todo alrededor de los años 1600. Estos envíos generalmente son aprovechados por conventos, bibliotecas y encargos particulares, dado que las ciudades en estas

²⁵ Zahar Vergara, *Historia de las librerías de la ciudad*, pp. 16-22.

regiones se encuentran apartadas de las principales rutas de distribución, además de contar con pocas librerías e imprentas.²⁶

Por otra parte, en otras latitudes del territorio el envío de libros dependía directamente de las órdenes religiosas que enviaban ejemplares a sus contrapartes en México. Entre estas podemos encontrar a agustinos, franciscanos, jesuitas y carmelitas. De estos últimos existen registros del envío de libros de derecho y teología al obispo de Guadalajara entre 1624 y 1627.²⁷

Es decir, si bien el vendedor de libros es cada vez más frecuente, sobre todo en la capital del país y algunas regiones cercanas a ella, en otras ciudades es el mercader el que se mantiene como figura central, además de que a falta de tiendas de libros se siguen realizando encargos y envíos para destinatarios específicos, sobre todo de corte religioso o para bibliotecas personales.

Durante el cambio de siglo y adentrándonos en los años 1700, se multiplican cada vez más los puntos de venta; aunque se vendían ejemplares en todo tipo de negocios, ya se encontraban ciertos puntos reconocibles, tanto en locales establecidos como en puestos a ras de suelo —los denominados *caxones*—, principalmente en el antiguo mercado El Parián (1707-1843), ubicado en lo que ahora es el Zócalo de la Ciudad de México y más tarde emplazado en El Volador, a un costado de Palacio Nacional donde actualmente se encuentra la Suprema Corte de Justicia.²⁸

²⁶ Rueda Ramírez, *Negocio e intercambio cultural*, pp. 141-143.

²⁷ *Ibid.*, pp. 177-186.

²⁸ Guzmán, Fernando “Librerías de viejo: el origen (1 de 3)”, *UNAM Global*, 17 de enero de 2022, disponible en: https://unamglobal.unam.mx/global_revista/librerias-de-viejo-el-origen-1-de-3/.

De cualquier forma, el oficio editorial y librero continuó concentrándose en el Centro Histórico, fuera en tiendas, imprentas, oficinas o incluso en las propias porterías de los centros religiosos; sobra decir que la mayor parte de la literatura que se vendía era piadosa y de corte religioso o educacional, especialmente en el caso de los Colegios.²⁹

Un dato relevante para este momento es la reforma borbónica de 1778, la cual mediante el Reglamento para el Comercio Libre faculta al puerto de Campeche a intercambiar mercancías con puertos peninsulares y limita hasta 1789 al puerto de Veracruz, el más importante de la Nueva España, para solo recibir cierta cuota de mercancías de otros puertos; esta reforma permitió a las ediciones inglesas y francesas ampliar su mercado en América, de modo que así llegaron a la Nueva España las ideas de la Ilustración y la Revolución francesa. Es importante mencionar que el Reglamento solo daba estas concesiones a españoles por nacimiento o naturalizados.³⁰

Con respecto al resto del país, además de la Ciudad de México y Veracruz, entre 1750 y 1778 se registraron diversos comerciantes de Puebla, Oaxaca y Mérida en el puerto de Cádiz como propietarios de mercancías, incluidos libros, para así poderlos vender en la Nueva España.³¹ Además, existen registros de mercaderes con almacenes desde los cuales distribuían a todo el territorio, como Juan de Castañiza, propietario de una de las casas mercantiles más importantes de la Ciudad de México, con presencia en Xalapa, San Miguel el Grande y una tienda en Durango; Castañiza, además de otras mercancías,

²⁹ Zahar Vergara, *Historia de las librerías de la ciudad*, p. 36.

³⁰ Gómez Álvarez, *Navegar con libros*, pp. 41-42.

³¹ *Ibid.*, p. 61.

comercializaba libros, lo que indica gran liquidez y ganancias, pues de lo contrario habría sido imposible correr con ese riesgo.³²

Es en este siglo donde también encontramos mención de la primera *tienda abierta de libros*. Agustín Dhervé, perteneciente a una familia sevillana de libreros, llegó a la Nueva España en noviembre de 1753 con 12 cajones de libros destinados a abrir su propia librería en la Ciudad de México. Si bien no fue el primero en abrir una librería comercial, resalta en los registros periodísticos de la época por “implantar un modelo moderno de librería al exhibir los libros a la calle, en escaparates, y ponerlos frente a los posibles consumidores, medida que combinó con la publicación de un catálogo de sus impresos”.³³

Para el siglo XIX, la situación se mantuvo más o menos igual en cuanto a la importación y venta en cajones y puestos, aunque en los primeros años ya se sentían los aires del inicio de la guerra independentista; hubo un aumento en el comercio de libros en el puerto de Veracruz y también en el de Campeche, sobre todo entre 1779 y 1818,³⁴ con libros importados de cada vez más partes del mundo conteniendo ideas revolucionarias, así como con el florecimiento de imprentillas portátiles que divulgaban panfletos y otro tipo de impresos que propagaban ideas revolucionarias, por lo que a la postre fueron prohibidos por mandato del virrey don Pedro Garibay.

Es durante este siglo donde cobra mayor relevancia el término “librería”, y se identifican cada vez más negocios como tal, acompañando el título con el nombre del propietario o de la calle donde se encontraran; sin embargo,

³² *Ibid.*, p. 64.

³³ *Ibid.*, pp. 68-70.

³⁴ *Ibid.*, p. 26.

las propias librerías, pese a identificarse de esa forma, también se dedican a otro tipo de actividades como depósitos de objetos perdidos, repartidores de cartas que no habían podido ser entregadas, agencia de empleos, voceros de noticia, entre muchos otros giros.³⁵

Esto resulta particularmente importante considerando el contexto actual de nuestras librerías, pues la venta de libros no es la única actividad a la que se dedican y, si bien se encuentran mucho más relacionadas con el oficio editorial, han diversificado sus servicios y actividades, así como el tipo de productos que ofertan para garantizar su subsistencia.

No existe mucha información con respecto a la librería novohispana durante estos años, salvo registros de la Santa Inquisición durante 1802 que indican que visitaron todas las tiendas de libros con el fin de retirar la obra de Pedro Nicole (teólogo jansenista) y que encontraron en Guadalajara, la segunda ciudad más importante del territorio, tres librerías; en Guanajuato, también tres; en Zacatecas, dos; en la ciudad de Puebla, cuatro; y en la Ciudad de México, 14. Por otra parte, el mismo comisario indica que en Oaxaca no existía ninguna librería sino un cajón de venta con algunos libros, mientras que en Mérida el comercio de libros se llevaba a cabo por medio de los comerciantes, como mencionamos anteriormente, o por encargo. Por último, en Veracruz no existen registros formales, pero se sabe que existía al menos una librería.³⁶

Para 1804, adicionalmente, se abrió al público la Biblioteca Turriana en el anexo de la Catedral Metropolitana de la capital, en la cual se ofrecían a la venta libros de todo tipo de literatura por la mañana. Esto permitía cubrir las

³⁵ Zahar Vergara, *Historia de las librerías de la ciudad*, pp. 48-49.

³⁶ Gómez Álvarez, *Navegar con libros*, pp. 78-79.

necesidades de diversas universidades, colegios, escuelas, academias, conventos e iglesias en las inmediaciones.³⁷

En ese periodo es de resaltar también la aparición de un nuevo sistema de intercambio y servicio: el “consignatario de libros”, anunciado por primera vez en el *Diario de México* en 1807 y del cual recuperé un fragmento:

Entre los géneros comerciales ninguno dura menos en el afecto de un comprador que un libro. Se solicita con ansia, se consigue con trabajo y después de leído, o no contenía lo que se pensaba o dejó poco satisfecha la curiosidad. Son pocas las personas que conservan pequeñas bibliotecas, o por sus oficios, o por abundancia de dinero; y aun estas quisieran deshacerse de aquellas obras que caducan, como todas las cosas de este mundo. Por lo general la carrera, la devoción, la curiosidad y algunas veces la urgencia son los estímulos que traen en movimiento las producciones literarias.

Al público interesa un almacén de reunión, donde la confianza y la buena fe proporcionen la venta y la compra de toda clase de libros, para que el que no los necesite o quiera deshacerse de ellos los entregue; y el que los busca los encuentre, dándolos aquel con la equidad que hace el desinterés, y de lo que se llama en el tráfico, sobrante; y hallándolas este con la comodidad de no pagar los gastos y ganancias del mercader.

Don Cristoval Llanos está dispuesto a recibir los libros que se pongan en el Parián, caxón número 53 con el cual asegura su importe. Llevaré libro alfabético, en que se asentará el autor, sus volúmenes, nombre del dueño y precio que le designe. Para resguardo le dará voletto [sic]

³⁷ Zahar Vergara, *Historia de las librerías de la ciudad*, p. 39.

impreso, o recibo circunstanciado, que contenga la obra y su valor, en cuya virtud se le ha de manifestar el precio, y aun su dueño, si no hubiese encargado que se oculte su nombre. Ha de percibir el que interviene en la negociación medio real en cada peso del vendedor, y otro del comprador, que es un doce y medio por ciento entre los dos, para sufragar la dilación, los gastos, y su subsistencia.³⁸

Aunque todavía no se les conocería como algún tipo de librería en específico, encontramos aquí los primeros rastros de un intercambio de libros usados, con la plena conciencia de la posibilidad no solo de entregar libros que el dueño ya no tuviera la intención de conservar, sino de encontrar títulos fuera del mercado o que ya no se imprimieran, tal como aún sucede hoy en día. De modo que podría decirse que, “aunque desde hacía siglos se vendían libros en puestos callejeros, a ras de suelo, las librerías de viejo aparecieron en la Ciudad de México durante el siglo xix”.³⁹

En cuanto a cifras específicas actualizadas hacia finales del siglo xix sobre librerías o comercios que ofrecieran este tipo de servicios —consignatarios— y que nos permitieran hacer un comparativo con las reportadas por el Santo Oficio en todo el territorio, es difícil encontrar una historia diferente a la focalizada para la Ciudad de México. De lo que se tiene registro, de acuerdo con textos e investigaciones de Vito Alessio Robles, es que en 1827 había ya varias imprentas establecidas en diversos puntos del país: una en Chiapas, Chihuahua, Durango, Guanajuato, Monterrey, Querétaro, San Luis Potosí, Sonora, Tabasco, Tamaulipas, Yucatán, Zacatecas y San Agustín de la Cueva

³⁸ *Ibid.*, p. 46. La ortografía y los signos de puntuación fueron actualizados.

³⁹ Guzmán, Fernando “Librerías de viejo...”.

o Tlalpan, respectivamente; dos en Valladolid de Michoacán, Oaxaca, Veracruz y Xalapa; tres en Puebla y Jalisco.⁴⁰

Con respecto a Coahuila, Robles indica que, pese a no aparecer en la lista de 1827, en realidad se establece una primera imprenta estatal en Saltillo en 1822 con una máquina desembarcada en Soto la Marina, Tamaulipas, en 1817; el encargado era un estadounidense, Manuel Bangs, que posteriormente recibiría la carta de ciudadanía del otrora Estado de Coahuila y Texas.⁴¹

Por otra parte, en Veracruz se sabe que la Biblioteca Histórica Municipal fue fundada en 1872, en el Convento de San Francisco. Inicialmente aquel acervo bibliográfico era para consulta de las propias novicias y superioras de la orden, pero posteriormente se incluye en la Biblioteca Venustiano Carranza y finalmente en 1987 se muda a un antiguo caserón que otrora fuera una vecindad, para resguardar el archivo y patrimonio documental y bibliográfico de la ciudad, poniéndolo a disposición del público en su mayoría, salvo textos que por su antigüedad requieren un trato especial.⁴²

Si bien estos datos parecieran no estar relacionados con la actividad librera, no hay que olvidar que los impresores muchas veces fungían como vendedores de libros de manera regular, complementando el trabajo de los mercaderes que visitaban la ciudad, por lo que estos datos arrojan luz sobre la existencia de un posible mercado librero, pequeño pero constante, en estas ciudades.

⁴⁰ Vito Alessio Robles, “La primera imprenta en Coahuila”, *Revista de la Universidad*, febrero, 1932, p. 253, disponible en: <https://www.revistadelauniversidad.mx/articles/75696b2c-aa5b-4c88-bffc-4b32ab2bc93c/la-primer-imprenta-en-coahuila>.

⁴¹ *Ibid.*, p. 261.

⁴² Gobierno del Estado de Veracruz, “Recordando mi Viejo Veracruz”, publicación en Facebook, 2023, disponible en: <https://fb.watch/qUuGfKMXPn/>.

Por otra parte, la existencia de bibliotecas nos indica la necesidad por parte de las autoridades de generar un repositorio de documentos que estuvieran disponibles para consulta y que salvaguardaran la historia impresa de la ciudad, al tiempo que los interesados pudieran tener acceso a material de estudio y referencia para no depender únicamente de los libreros.

A finales del siglo XIX, en 1899, según cifras de la *Guía general descriptiva de la República Mexicana*, existían 35 librerías diversificadas entre los ramos “nuevo” y “viejo”. Mariano Galván Rivera, en su *Guía de forasteros en la Ciudad de México* de 1854, manifiesta la presencia de 13 negocios dedicados en exclusivo a la venta de libros, además de 12 imprentas y 12 encuadernadores que también ofrecían públicamente libros. Es decir, a mediados del siglo XIX en la capital del país se conservaban 37 negocios dedicados a la producción y/o venta de libros.

En ese sentido, “la exclusiva cifra oficial de 35 librerías a finales de la centuria decimonónica para el territorio nacional queda corta, sobre todo cuando algunos estudios en la materia recuperan mayor actividad en el mismo y en distintos periodos, revelando ‘parte de la actividad y el desarrollo de la vida cultural en México’”.⁴³

Para el siglo XX, con la Revolución Mexicana en su apogeo, la venta de libros se encontraba mermada y era difícil encontrar algunos ejemplares. Muchos eran usados y se encontraban en los mercados, disponibles para venta, pero mezclados entre otro tipo de mercancías y alimentos. Los puestos de libros viejos eran ya una realidad

⁴³ Noe Ángeles Escobar, Janet J. Díaz Aguilar, Xavier Romero Miranda y Miguel Sosa, “Las bibliotecas, imprentas y librerías en las guías de forasteros y obras relacionadas de la Ciudad de México”, *Investigación Bibliotecológica*, 2009, vol. 23, núm. 47, p. 121, en García Encina, “La librería, entre el relato literario y los rastros históricos”, p. 74.

y no solo se negociaban a consignación, sino para venta directa de los sobrantes de alguna librería que había tenido que cerrar. Sin embargo, también encontramos el florecimiento de algunas librerías establecidas que perduraron hasta las primeras décadas de los años 1900, u otras que incluso nacieron en esa época.

Un ejemplo es la Librería General, que estuvo abierta hasta 1915 y que fue considerada como una de las más innovadoras en su época debido a su mobiliario, el cual incluía sillas y sillones para hojear los ejemplares, así como una selecta curaduría de libros en castellano y francés, por lo que rápidamente se convirtió en punto de encuentro para los intelectuales de la época e incluso se dictaron conferencias importantes dentro de ella. La librería tenía, además, su propia revista y ofrecía crédito a algunos clientes. Posteriormente, al ser traspasada del señor Morales a su socio Francisco Gamoneda y al maestro Joaquín Ramírez Cabañas, cambió de nombre a Librería Biblos, hasta que la sociedad se disolvió en 1916 con la muerte de Ramírez Cabañas.⁴⁴

Otro ejemplo notable es la Librería Cvltvra, a la cual le precedió la editorial del mismo nombre. Esta empresa, fundada en 1916, fue especialmente relevante en la historia editorial del país durante el siglo xx pues se interesó por la publicación y la difusión de autores mexicanos en una época en la que era difícil imprimir y encontrar ejemplares de ellos frente a los tiempos turbulentos. Al inicio la Librería Biblos era su distribuidora, sobre todo de la *Revista Musical* que editaba; sin embargo, en un momento la producción creció tanto que tuvieron que

⁴⁴ Zahar Vergara, *Historia de las librerías de la ciudad*, pp. 74-75.

generar su propia agencia distribuidora y así nació la librería-papelería.

Además de la venta de libros y materiales, es de resaltar su oferta de servicios editoriales a través de la Agencia de Informaciones Bibliográficas, la cual se convertiría en una agencia distribuidora de revistas latinoamericanas y que ganó renombre rápidamente debido a la cantidad de plumas importantes que pasaron por sus publicaciones y fueron directores de sus revistas o de sus colecciones como la de Cuadernos Literarios. La librería cambió de ubicación un par de veces hasta que cerró sus puertas definitivamente en 1944; desafortunadamente, se perdieron toneladas de material que tenían almacenadas, debido a la humedad, el polvo y otros enemigos de los impresos con el paso del tiempo.⁴⁵

Hoy en día, como veremos más adelante, podemos encontrar algunas librerías de sellos editoriales que, siguiendo la pauta marcada por la Librería y Editorial Cvltvra, se dedican a distribuir sus propias ediciones, así como las de otros sellos, y en muchos casos prestan servicios editoriales al público en general.

Uno de los proyectos editoriales y libreros más significativos ha sido el de la librería Porrúa. La primera librería de los tres hermanos cuyo apellido le da nombre abrió oficialmente en 1910, aunque anteriormente ya se dedicaban, entre otras cosas, a la compra-venta de libros de ocasión. Es un hito prestigioso que la librería se inaugurara el mismo año en que comenzó la Revolución mexicana, esto es, en un periodo de gran inestabilidad social, política y económica, y aún se mantenga.

⁴⁵ *Ibid.*, pp. 76-77.

En 1936, José, el hermano menor, compró la librería Robredo y abrió su propio establecimiento en frente de la primera ubicación, mientras que la Librería Hermanos Porrúa se mantuvo con los dos hermanos restantes, Francisco e Indalecio, y sus sobrinos, por lo que continúa siendo un negocio familiar, pese a que, luego de la muerte de los hermanos fundadores, ha habido cambios y salidas de miembros que han fundado también sus propias librerías. Además, como es bien sabido, su labor librera no tardaría en diversificarse en labores editoriales; da cuenta de ello la *Guía de la Ciudad de México*, impresa también en 1910 en España, pero con el pie de página de la librería mexicana, así como muchas otras obras reconocidas. En 1944, se fundaría oficialmente la Editorial Porrúa y hasta nuestros días continúa con sus famosas colecciones Jurídica, Sepan cuantos y la Biblioteca Juvenil, por ejemplo.⁴⁶

Porrúa no es la excepción, también se pueden encontrar muchas otras librerías que se desarrollaron principalmente en la Ciudad de México como negocios establecidos, entre ellas la Librería Herrero, Navarro, Patria o La Taberna Libraria; sin olvidar los puestos de vendedores de libros reconocidos y ubicados en el ahora inexistente Mercado del Volador, en donde fueron reubicados los vendedores de la Plaza Mayor en 1659, para luego ocupar un mercado del mismo nombre en 1972 que desafortunadamente se perdería en un incendio el año siguiente, sería rehabilitado en 1844 y perecería de nuevo por el fuego en 1870, hasta que desapareció finalmente en 1932 después de haber sido un bazar que albergaba, entre otras mercaderías, una serie de librerías.

⁴⁶ *Ibid.*, pp. 77-80.

Asimismo, es importante mencionar el Mercado de la Lagunilla, donde aún hoy en día, además de frutas, verduras y otras mercancías, se comercializan libros en negocios que fueron visitados en su momento por Neruda, Andrés Henestrosa y Genaro Estrada.⁴⁷

Fue a mediados del siglo xx cuando aparecieron algunas librerías famosas que se volvieron epicentros de la vida cultural en la capital del país durante la década de 1990, y que surgieron a partir de la revitalización que tuvo nuestra cultura con la llegada de varios refugiados de la guerra civil española e intelectuales de otras partes del mundo que decidieron venir a México después de acontecimientos como la Segunda Guerra Mundial. Estas fueron la Librería Francesa (1944-1996), la Librería Británica (1950-2004), la Librería Italiana (1970-1998) y la Librería Española, que en realidad conjuntó una serie de librerías como la Técnica de Manuel Bonilla, la Librería Góngora o la Librería Juárez.

Igualmente, a mediados de siglo, se establecieron librerías que permanecen hasta nuestros días y hoy son consideradas “de cadena”, como la Librería El Sótano, ideada por Tomás Doreste, Manuel Roca, José Luis Ramírez y Jorge Flores. Esta librería en un principio atravesó un periodo de turbulencia económica que puso en jaque la continuación del proyecto, hasta que Manuel López Gallo se incorporó a la empresa en 1967 junto con el periodista Fausto Castillo. Fue entonces que se instaló la librería en el sótano de un edificio en Avenida Juárez 64, y de ahí surgió el nombre.

La Librería Gandhi, fundada por Mauricio Achar como librería, cafetería y galería, en Avenida Miguel Ángel de

⁴⁷ *Ibid.*, pp. 103-107.

Quevedo 128, resaltó desde un inicio por su innovadora estructura, por la disposición de los libros de arte en el espacio, accesibles al público para que pudieran ser hojeados, y por un mostrador a pie de calle con libros de remate desde 1991.⁴⁸

Surgen, además, casos contrarios a la tradición según la cual una librería da origen a una editorial, como el Fondo de Cultura Económica (FCE), el cual comenzó como editorial en 1934 y luego se multiplicó en librerías. El Fondo inicialmente se constituyó bajo la figura de un fideicomiso, contenida en la Ley de Títulos y Operaciones de Crédito de 1932; aunque a la postre, en 1943, pasaría a ser un organismo descentralizado de la Administración Pública Federal para fines culturales, con personalidad jurídica y patrimonio propios, con el Banco de México como fiduciario de la empresa.⁴⁹

Con respecto a otras ciudades del país, particularmente las relacionadas con los estudios de caso presentados en el tercer capítulo, en Torreón, Coahuila, fue fundada oficialmente en 1907 y, al igual que muchas otras ciudades, no contaba con la infraestructura para atender las necesidades culturales de la población. Fue hasta 1945 que se fundó la Biblioteca José García de Letona, de orden público y con un acervo inicial de aproximadamente dos mil ejemplares.⁵⁰

⁴⁸ *Ibid.*, pp. 110-129 y 142-148.

⁴⁹ Secretaría de Educación Pública, “Manual de Organización General del Fondo de Cultura Económica”, documento en línea, 2023, disponible en: https://www.fondodeculturaeconomica.com/subdirectorios_site/Normateca/MOG.pdf.

⁵⁰ Ángel F. Chávez Félix, “José García de Letona, la primera biblioteca pública de Torreón, cumple 78 años; esta es su historia”, *El Siglo de Torreón*, 16 de septiembre de 2023, disponible en: <https://www.elsiglodetorreon.com.mx/noticia/2023/jose-garcia-de-letona-la-primer-biblioteca-publica-de-torreon-cumple-78-anos-esta-es-su-historia.html>.

Para Xalapa, Veracruz, rescato los datos presentados durante el Primer Encuentro Nacional de Escritores en 1984. Bernardo Ginés de los Ríos, director literario de la editorial Joaquín Mortiz, durante la sesión de Divulgación Literaria, hizo énfasis entonces en el problema de la distribución y en la carencia de librerías y bibliotecas, indicando que, para esas fechas, existían 500 librerías en el país: 300 en el Distrito Federal (hoy Ciudad de México), 100 repartidas entre Guadalajara y Monterrey, y el resto (100) en otras partes de la República, lo que dificultaba la adquisición de material fuera de los estados mencionados.⁵¹

Una mención especial a nivel nacional, tanto por su relevancia como por la naturaleza del presente trabajo, debe hacerse para las *librerías de viejo* o “de libro usado”, de las cuales se tiene una primera información formal en 1807 con el servicio de “consignatario de libros”, como se explicó anteriormente.

Para el siglo xx e inicios del xxi, estas librerías han cobrado nuevamente gran relevancia para el público al que atienden, debido a la posibilidad de adquirir algunas publicaciones a moderado o bajo costo por no ser ejemplares nuevos o la probabilidad de encontrar algunos títulos descatalogados, ediciones que no han sido reimpresas en un largo tiempo o textos que en su momento no fueron considerados tan relevantes como para tener un tiraje más amplio, pero que con el paso del tiempo y dependiendo de su estado de conservación, pueden valer miles de pesos entre los coleccionistas bibliófilos.

⁵¹ Andrea Fuentes de María “El mercado editorial y la capacidad de la lectura”, *Extensión*, septiembre-noviembre, 1984, pp. 52-53, disponible en: <https://cdigital.uv.mx/bitstream/handle/123456789/47891/ExtensionNo23Pag52-53.pdf?sequence=1&isAllowed=y>.

Algunos casos de renombre en la Ciudad de México son la Librería Selecta y la Librería Libros Escogidos, de Polo Duarte, padre e hijo, respectivamente; así como las de la familia López Casillas, con presencia en el Centro Histórico y la colonia Roma, quienes durante toda su vida se han dedicado a la compra-venta de todo tipo de ejemplares, inicialmente en la Lagunilla y posteriormente en diversas calles del Centro Histórico, desde la calle de Onceles o Mina hasta las calles de la colonia Doctores.⁵²

1.2 Configuración actual

[...] hay un desorden peor que el de lo incongruente y el acercamiento de lo que no se conviene, sería el desorden que hace centellear los fragmentos de un gran número de órdenes posibles en la dimensión, sin ley ni geometría, de lo heteróclito; y entiéndase esta palabra lo más cercana posible a su etimología: las cosas están “tendidas”, “puestas”, “dispuestas” en sitios hasta tal punto diferentes que resulta imposible encontrar para ellos un espacio de acogida, definir por debajo de unos y otros un lugar común.

Michel Foucault⁵³

Para el Centro Regional para el Fomento del Libro en América Latina y el Caribe (Cerlalc), “las librerías son el termómetro del sector, un reflejo de la salud del mundo del libro y sus actores”.⁵⁴ Sin embargo, es notable la poca cantidad

⁵² Zahar Vergara, *Historia de las librerías de la ciudad*, pp. 130-137.

⁵³ *Las palabras y las cosas. Una arqueología de las ciencias humanas*, trad. Elsa Cecilia Frost, 1a ed. Buenos Aires: Siglo xxi Editores, 1968.

⁵⁴ Centro Regional para el Fomento del Libro en América Latina y el Caribe, *Análisis de la situación actual de las librerías*, 2012, disponible en: <https://cerlalc.org/publicaciones/analisis-de-la-situacion-actual-de-las-librerias/>.

de estudios que existen alrededor de ellas y de su estado actual; por ejemplo, la última publicación sobre librerías del propio Cерlalc es de 2020, y no se ha vuelto a realizar un estudio ni análisis de la situación actual de las librerías desde 2012, pese a que en sus propios contenidos se indica:

La necesidad de contar con indicadores y herramientas de medición que permitan un diagnóstico profundo, cuantificable y comparable del sector a nivel regional, y que a su vez hagan posible llevar a cabo acciones para el fomento del sector librero y de toda la cadena de valor del libro.⁵⁵

De acuerdo a otro documento del mismo Cерlalc, es claro que las librerías son el elemento más débil del ecosistema editorial; sin embargo, también son:

la instancia principal para poner en contacto al libro con los lectores [...] debido a la proximidad física (del libro con el lector) y el fungir como instancia de prescripción y de visibilidad (porque permite al librero hacer recomendaciones personalizadas y al lector ‘tropezar’ con los libros).⁵⁶

En ese sentido, resulta indispensable tener un panorama del estado de las librerías y, tal y como lo establece el BID en sus 7 línes para impulsar la economía naranja, tener información estadística sobre el involucramiento de todos los agentes relacionados y la infraestructura

⁵⁵ *Ibid.*, p. 6.

⁵⁶ Centro Regional para el Fomento del Libro en América Latina y el Caribe, *En defensa de las librerías*, 2019, disponible en: <https://cerlalc.org/wp-content/uploads/2019/04/En-defensa-de-las-librerias.pdf>.

necesaria para impulsar a la librería como uno de los centros neurálgicos de comunión entre libro y lector, con la posibilidad de que el lector tenga un espacio en el cual descubrir la oferta disponible, conocer otras propuestas y recibir recomendaciones de personal plenamente capacitado en el sector librero, tanto en un espacio físico determinado como en el virtual.

En México, en cuanto a información estadística, los últimos datos que arroja el Sistema de Información Cultura (*sic*) de la Secretaría de Cultura federal indican que existen 1577 librerías; la mayor concentración se encuentra en la Ciudad de México, con 469.⁵⁷ En el listado de librerías encontramos todo tipo de comercios dedicados a la venta de libros, desde locales cuya actividad comercial es la venta de publicaciones impresas hasta tiendas de conveniencia y regalos que, entre sus productos incluyen libros y revistas, como las tiendas departamentales Sanborns o El Palacio de Hierro.

Esta información arroja, de entrada, una cuestión importante sobre la definición amplia y vaga de *librería*, pues en otros levantamientos estadísticos se incluyen muchos menos negocios dedicados a esta actividad comercial; adicionalmente, estos datos no se encuentran actualizados y contabilizan librerías que ya no existen o aún no incluyen en sus listados algunas otras que tienen un tiempo considerable en funcionamiento.

De acuerdo con un estudio realizado por Selva Hernández —editora, librera y diseñadora de profesión—, después de revisar las coordenadas de geolocalización de las librerías registradas, en realidad hay un total de

⁵⁷ Secretaría de Cultura, “Librerías en México”, en Sistema de Información Cultural, plataforma en línea, disponible en: <https://sic.cultura.gob.mx/index.php?table=libreria>, consultado el 28 de febrero de 2024.

1038 librerías, o puntos de venta, dentro de los cuales se encuentran varias librerías que ella misma encontró durante el proceso de rastreo con datos tomados en 2021 del Sistema de Información Geográfica de la Ciudad de México (SIGCDMX) y el Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas (DENUE) del Inegi.⁵⁸

Para 2024, las cifras vuelven a ser contradictorias: al teclear “librería” en el filtro de datos del DENUE, aparecen 2466 unidades económicas; al revisar el listado, encontramos que entre ellas hay nuevamente muchas sin nombre (solo “librería”), con nombres erróneos o cuyo identificador refleja que son de especialidad, religiosas y algunas otras clasificaciones en las que ahondaremos más adelante. Sin embargo, lo que más llama la atención es que la mayoría se encuentra registrada bajo la actividad económica “comercio al por menor de libros”, mientras que muchas otras se encuentran bajo otras calificaciones.⁵⁹

Con respecto al involucramiento del gobierno y otras instancias de interés, la legislación mexicana ha sido reconocida por nombrar explícitamente a las librerías dentro de algunos apartados. Por ejemplo, dentro de la Ley de Fomento para la Lectura y el Libro, de carácter federal, si bien no encontramos una definición de “librerías”, se consigna la de “vendedores de libros al

⁵⁸ Selva Hernández, “Mapa de las librerías en México”, Issuu, 2023, disponible en: https://issuu.com/laoficinadellibro/docs/mapa_librerias_selva_hernandez_5.

⁵⁹ Entre las que se encontraron están “comercio al por menor de artículos de papelería”, “comercio al por menor de artículos religiosos”, “edición de revistas y otras publicaciones periódicas integrada con la impresión”, “escuelas de educación superior del sector público” (este es el caso de las librerías universitarias, que son contabilizadas como parte de la escuela y no una librería en sí), “asociaciones y organizaciones religiosas”, “edición de libros”, “servicios de acceso a computadoras” (es el caso de librerías que ofrecen servicio de cibercafé), “actividades administrativas de instituciones de bienestar social”, “bibliotecas y archivos del sector público” y “bibliotecas y archivos del sector privado”.

menudeo: aquellas personas, físicas o morales, que comercializan libros al público".⁶⁰ Además, encontramos mención a las librerías en los siguientes apartados:

Artículo 4.-La presente Ley tiene por objeto:

III: Fomentar y apoyar el establecimiento y desarrollo de librerías, bibliotecas y otros espacios públicos y privados para la lectura y difusión del libro; [...]

Artículo 11.- Corresponde a la Secretaría de Cultura: [...]

V: Coadyuvar con instancias a nivel federal, de las entidades federativas, municipales y demarcaciones territoriales de la Ciudad de México, así como con miembros de la iniciativa privada en acciones que garanticen el acceso de la población abierta [sic] a los libros a través de diferentes medios gratuitos o pagados, como bibliotecas, salas de lectura o librerías, [...]

Artículo 14.- El Consejo [Nacional de Fomento para el Libro y la Lectura] estará conformado por: [...]

V. El presidente de la Asociación de Libreros de México [...]

Artículo 15.- El Consejo Nacional de Fomento para el Libro y la Lectura tendrá las siguientes funciones: [...]

VI. Promover el desarrollo de sistemas integrales de información sobre el libro, su distribución, la lectura y los derechos de autor, así como crear una base de datos que contemple: catálogos y directorios colectivos de autores, obras, editoriales, industria gráfica, bibliotecas y librerías mexicanas, disponible para la consulta en red desde cualquier país; [...]

⁶⁰ Cámara de Diputados, Ley de Fomento para la Lectura y el Libro, en Diario Oficial de la Federación, 24 de julio de 2008, última reforma: 29 de noviembre de 2023, disponible en: <https://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/LFLL.pdf>.

X. Promover la formación, actualización y capacitación de profesionales en los diferentes eslabones de la cadena del libro; [...] ⁶¹

Además, en la Ley de Fomento para la Lectura y el Libro de la Ciudad de México, se hace mención en los siguientes momentos:

Artículo 2.- La presente ley tiene por objeto: [...]

XI. Elaborar campañas permanentes de fomento a la lectura en las Alcaldías, así como el establecimiento de librerías, y otros espacios públicos y/o privados para la lectura y difusión del libro en la Ciudad de México [...]

Artículo 5.- Son considerados sujetos para los efectos de la Ley los siguientes:

[...]

IV. Librero: persona física o moral que se dedica, exclusiva o principalmente, a la venta de libros en establecimientos mercantiles de libre acceso público y quien venda libros directamente al público a través de sistemas de crédito, suscripción, correspondencia y análogos [...]

Artículo 9.- La Dirección General de Vinculación Cultural Comunitaria elaborará el programa de fomento para la lectura y el libro de la Ciudad de México, a través de los siguientes medios: [...]

VII. Cursos de capacitación, conferencias, talleres y otras actividades vinculadas a la escritura, al trabajo editorial, gráfico, librero y bibliotecario; [...]

⁶¹ *Ídem.*

Artículo 24.- El Consejo de Fomento a la Lectura y el Libro de la Ciudad de México para el cumplimiento de su objeto, tendrá las siguientes atribuciones:

[...]

V. Promover el desarrollo de sistemas integrales de información sobre el libro, su distribución, la lectura y los derechos de autor, así como crear una base de datos que contemple: catálogos y directorios colectivos de autores, obras, editoriales, industria gráfica, bibliotecas y librerías disponibles para la consulta en red de cualquier país; [...] ⁶²

Con respecto a los estados que nos competen para la presente investigación, Coahuila y Veracruz, también existe el reconocimiento jurídico de librerías, libreros y organizaciones involucradas.

En Coahuila, la Ley de Desarrollo Cultural para el Estado de Coahuila de Zaragoza, menciona:

Artículo 111. LAS FUNCIONES DE LA SECRETARÍA [de Cultura del Estado]. Para el cumplimiento de sus objetivos, la Secretaría tiene las siguientes funciones:

[...]

XVI.- Coordinar y fomentar la creación de nuevos espacios de desarrollo cultural: museos, teatros, centros de investigación artística, casas de cultura, galerías y librerías. [...] ⁶³

⁶² Congreso de la Ciudad de México, Ley de Fomento para la Lectura y el Libro de la Ciudad de México, en Gaceta Oficial del Distrito Federal, 4 de marzo de 2009, última reforma: 27 de mayo de 2022, disponible en: <https://www.congresocdmx.gob.mx/media/documentos/ecfcf0c22d9f5f5147cc158ecda749431408ab95.pdf>.

⁶³ Congreso del Estado Independiente, Libre y Soberano de Coahuila de Zaragoza, Ley de Desarrollo Cultural para el Estado de Coahuila de Zaragoza, en Periódico Oficial del Gobierno del Estado, 29 de abril de 2005, última reforma: 8 de abril de 2022, disponible en: <https://sic.cultura.gob.mx/documentos/2303.pdf>.

Por otra parte, en el Plan Municipal de Desarrollo de Torreón, no se hace mención explícita de estas figuras, pero entre sus objetivos se indican el impulso a la construcción de nuevos espacios culturales, la realización de una Feria Internacional del Libro, con énfasis en la literatura infantil y juvenil, y la coordinación de la Feria del Libro Usado, en el Paseo Colón, entre otras actividades que involucran a la industria editorial.⁶⁴

En Veracruz, existe a nivel estatal una Ley para el Fomento de la Lectura y el Libro, en la cual, y de manera similar a la misma ley con la que cuenta la Ciudad de México, se mencionan libreros, librerías y vendedores de libros en los siguientes apartados:

Artículo 3. La presente Ley tiene por objeto: [...]

II. Fomentar y estimular la edición, distribución y comercialización del libro y las publicaciones periódicas en el Estado de Veracruz;

III. Fomentar y apoyar el establecimiento y desarrollo de Ferias del Libro Infantil y Juvenil, librerías, bibliotecas, círculos de lectores y otros espacios públicos y privados por la lectura y difusión del libro; [...]

Artículo 7. Corresponde al Instituto Veracruzano de Cultura: [...]

VI. Coadyuvar con instancias a nivel federal, estatal y municipal, así como con miembros de la iniciativa privada, en acciones que garanticen a la población en general el acceso a los libros, a través de diferentes medios gratuitos o de paga, como bibliotecas, salas de lectura o librerías; [...]

⁶⁴ Gobierno Municipal de Torreón, Programa Municipal de Desarrollo 2022-2024, Ayuntamiento de Torreón, 2022, disponible en: https://www.torreon.gob.mx/pdf/PMD2022_2024_Torreon.pdf.

IX. Crear una base de datos que contemple catálogos y directorios colectivos de autores, obras, editoriales, industria gráfica, bibliotecas y librerías veracruzanas, disponible para la consulta en red desde cualquier país. [...]
Artículo 10. El Consejo Veracruzano estará conformado por: [...]

X. Un representante de la Asociación de Libreros de México [...] ⁶⁵

Asimismo, se refieren temas relacionados con el fomento a las ferias y otras estrategias para el mercado del libro, del que los libreros son parte fundamental; mientras que, en la Ley para el Desarrollo Cultural del Estado de Veracruz, aunque no hay mención explícita a las librerías, se habla de la promoción a la lectura y de democratizar la gestión cultural mediante mecanismos de participación colectiva, una tarea que llevan a cabo muchas librerías.⁶⁶

Estas mismas estrategias son mencionadas nuevamente en el Plan Sectorial de Cultura 2019-2024; sin embargo, no se desarrollan acciones concretas de apoyo a la infraestructura para la creación de librerías, soporte a libreros o su profesionalización, y tampoco se encontraron estadísticas estatales que cumplieran con lo dispuesto en el párrafo IX del Artículo 7 de la Ley para el Fomento de la Lectura y el Libro. Hasta el cierre de esta investigación todas las estadísticas estatales han sido obtenidas de organismos, instancias o dependencias del

⁶⁵ Congreso del Estado Libre y Soberano de Veracruz de Ignacio de la Llave, Ley para el Fomento de la Lectura y el Libro, en Gaceta Oficial del Gobierno del Estado, 22 de junio de 2007, última reforma: 11 de septiembre de 2018, disponible en: <https://www.legisver.gob.mx/leyes/LeyesPDF/LFLIBRO110918.pdf>.

⁶⁶ Congreso del Estado Libre y Soberano de Veracruz de Ignacio de la Llave, Ley para el Desarrollo Cultural del Estado de Veracruz, 26 de febrero de 2010, disponible en: <https://www.legisver.gob.mx/leyes/LeyesPDF/CULTURAL11-03-10.pdf>.

orden federal, como el [SIC](#) de la Secretaría de Cultura o el [DENUE](#) del Inegi.

Un análisis de los puntos anteriores revela información relevante sobre el andamiaje jurídico sobre el cual se pretende impulsar políticas públicas en apoyo a las librerías y el nivel de involucramiento e intención que tiene el Estado en entender el ecosistema editorial. Al observar el descuido en detalles mínimos pero clave, se entiende también las grandes lagunas que impactan estructural y financieramente en el cumplimiento de los objetivos del propio gobierno para fomentar el desarrollo de librerías.

Por ejemplo, en la Ley de Fomento para el Libro y la Lectura federal, se menciona que el Consejo Nacional estará conformado por diversos actores, incluido el presidente de la Asociación de Libreros de México. Sin embargo, formalmente no existe ninguna asociación con dicho nombre; por lo que se sobreentiende que la ley hace referencia al presidente de la Asociación de Librerías de México ([ALMAC](#)).

Es un detalle que no pasa desapercibido considerando, además, que:

1. El propio sitio web de la [ALMAC](#) establece que “lleva dos años buscando acuerdos y condiciones fiscales que nos favorezcan”. El pie de página indica como última actualización del sitio el año 2020, lo que implica que llevan al menos seis años pugnando por cambios que hasta la fecha no han visto la luz, aunque quienes estamos en el gremio sabemos que algunas demandas van mucho más atrás.

2. En el mismo sitio, la ALMAC define a las librerías como “**centros culturales**⁶⁷ en los que se comparte el conocimiento”, que no solo se dedican a la distribución de libros, sino que, entre otras actividades, realizan “talleres, presentaciones, charlas, lecturas en voz alta, actividades para niños, firmas y encuentros”. Esta definición es relevante porque plantea, desde las propias librerías, una nueva cosmovisión de su razón de ser, objetivos y estructura.

De descuidos pequeños, pasamos a aspectos mayores que no han podido resolverse aún, como la iniciativa “Tasa cero para librerías”, que propone que a las librerías se les aplique la tasa cero en el impuesto al valor agregado (**IVA**), considerando que este es un impuesto trasladable a través de la cadena productiva, pero los libros como mercancía no tienen esta tasa. Es decir: cuando un librero cobra por la venta de un libro, su precio incluye un 0% de **IVA**, a diferencia de otras mercancías por las que pagamos un 16%, o un 8% en zona fronteriza, por lo tanto nominalmente no recibe un ingreso por ese concepto. Sin embargo, la librería como establecimiento sí debe pagar el 16% de **IVA** por concepto de renta, servicios, insumos para el funcionamiento del local y otras mercancías.

Además de la “Tasa cero” de la ALMAC, existen otras iniciativas impulsadas principalmente por pequeñas y medianas librerías, como la Red de Librerías Independientes (Reli), que piden ampliar el periodo en que se aplica el precio único del libro de 18 a 36 meses. Este precio es obligatorio en novedades y libros importados, para que durante dicho lapso de tiempo se ofrezcan los

⁶⁷ El resultado es del propio sitio web de la ALMAC; se decidió mantener para remarcar la intencionalidad del argumento presentado.

libros al mismo precio en todas las librerías, motivando la competencia justa al evitar que grandes cadenas libreras o tiendas departamentales otorguen descuentos más grandes y considerando que el ciclo de venta, la socialización del libro y las actividades de promoción llevan ritmos distintos en las grandes y las pequeñas librerías, a causa de la diferencia en los insumos y la infraestructura con la que cuentan.

Un logro importante, aunque insuficiente, ha sido mantener el estímulo fiscal para las librerías de un descuento del 8% al impuesto sobre la renta (ISR) de libros, periódicos y revistas, siempre que sus ingresos no superen los 6 millones de pesos en el ejercicio fiscal, el cual retomaremos más adelante.

1.2.1 Tipos de librerías en México

El conflicto por definir y distinguir a los “verdaderos” libreros y lo que es una librería no es nuevo. De acuerdo con un escrito anónimo publicado en el diario *La orquesta*, reportado por García Encina,⁶⁸ desde 1866 existía un reclamo sobre quiénes podrían denominarse libreros y quiénes más bien eran “especuladores que traficaban con bienes ajenos”. Esta tipología más o menos clara, si bien puede no mantenerse en la cotidianidad del comprador, sí se usa de manera formal hoy en día con criterios empresariales. Es decir, desde hace más de un siglo venimos dilucidando la respuesta a preguntas como: ¿son los revendedores de libros usados libreros?, ¿solo son librerías aquellos locales formalmente establecidos en un lugar físicamente definido?, ¿cumplen funciones sociales

⁶⁸ García Encina, “La librería, entre el relato literario y los rastros históricos”, *op. cit.*, p. 74.

distintas quienes venden libros usados de quienes venden libros nuevos?

Actualmente, muchas librerías se han definido a sí mismas de diversas formas por su vocación: librerías independientes, tradicionales, de barrio, especializadas o de segunda mano. En ese sentido, el conflicto sigue, y se percibe una dificultad para tener una tipología bien definida que obedezca no solo a características basadas en ventas, sino que atienda a la función social que tienen (o buscan tener) estos espacios y la relación que generan con la comunidad en donde se insertan.

En el estudio de contabilización de librerías presentado por Selva Hernández,⁶⁹ se enuncia una tipología que vale la pena retomar para ejemplificar la manera en la que se entienden y se enuncian estos tipos dentro del sector de la industria editorial:

Librerías de cadena	Negocios basados en la rentabilidad comercial del material que ofrecen, como los <i>best sellers</i> y textos escolares. Tienen tres o más sucursales y pueden negociar tratos preferenciales con las editoriales para ofrecer mejores precios.
Librerías de editoriales o distribuidoras	Ofertan, principalmente, libros de su propio sello o de los sellos que representan, generalmente importados.
Librerías institucionales	Pertenecen a instituciones públicas o privadas, por lo que pueden ser pequeños espacios dedicados a la venta de libros o grandes locales diseñados con esa finalidad. Por ejemplo, las librerías universitarias, de museos, o estatales como el Fondo de Cultura Económica o Educal.

⁶⁹ Hernández, "Mapa de las librerías en México", *op. cit.* p. 10-13

Librerías independientes	Son iniciativas individuales o colectivas de la sociedad civil, por lo que la personalidad de sus fundadores se refleja en la curaduría, el diseño, el ambiente y, en general, en la esencia diversa de cada librería. Se caracterizan por manifestar, entre sus principales intereses, la creación de públicos y redes en torno al libro y la bibliodiversidad.
Librerías religiosas	Se enfocan en la venta de libros religiosos o esotéricos, sin importar la religión o tipo de creencia, atendiendo a una necesidad muy específica de la población.
Papelerías y librerías escolares	Ofertan material escolar, como papeleería, y libros requeridos por la población estudiantil, sobre todo libros de texto y académicos.
Librerías especializadas	Atienden a necesidades de un sector profesional específico, como las librerías jurídicas, médicas, fiscales y contables, de lenguas y traducción, entre otras.
Librerías de compra-venta	Son librerías cuyo acervo se conforma de ejemplares en desuso comprados directamente a bibliotecas o particulares, para ponerlos nuevamente en circulación. Si bien son altamente rentables, casi no son contabilizadas, por ser muchas veces parte del sector informal.

Tabla 1. Tipos de librerías en México. Elaboración propia a partir de datos obtenidos y procesados por Selva Hernández, 2013.

Tomando como base las definiciones anteriores y, considerando que en la jerga diaria de los libreros es así como

se identifica a los diversos tipos de librería, una librería puede ser independiente en tanto no pertenezca a ninguna de las grandes cadenas libreras que existen en el país;⁷⁰ es decir, independiente económicamente, pues su actividad no va de la mano con la asignación de un presupuesto anual por parte de un gran conglomerado o institución, ni sus decisiones de compra y operación diaria dependen del logro de métricas ligadas únicamente a lo económico.

Esta afirmación no es gratuita, sino que se ha formado a través de los cuestionamientos constantes a los editores independientes (¿independientes de qué o a qué?) y a través de prolongadas discusiones que incluso han sido llevadas al extremo de argumentar que, entonces, todas las editoriales que no son del Estado, incluso aquellos grandes conglomerados transnacionales, deberían ser llamados “independientes”. Esto último ha sido, por supuesto, categóricamente rechazado por los agentes plurales que buscan diferenciarse, precisamente, de los agentes dominantes. Si bien esta discusión (la de los editores) no es objeto de la presente disertación, sirve como ejemplo de la carga semántica que el término “independiente” ha adquirido en la colectividad, pues se suele identificar como independientes a aquellos agentes que se encuentran fuera de uno de los polos de dominación del campo: el del capital económico fuerte.

⁷⁰ Para la Red de Librerías Independientes (Reli), el criterio principal para identificar una librería como independiente es que no tenga más de tres sucursales. Además, generalmente son atendidas por sus propietarios y poseen una actividad cultural constante con el objetivo de crear comunidades. Saúl Rodríguez, “La supervivencia de las librerías independientes”, *El Siglo de Torreón*, 11 de enero de 2021, disponible en: <https://www.elsiglodetorreon.com.mx/noticia/2021/la-supervivencia-de-las-librerias-independientes.html>.

Adicionalmente, existen otras definiciones. Por ejemplo, para la Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana (Caniem), una “librería tradicional”⁷¹ se define como “aquellos comercios dedicados a la venta exclusiva o principalmente de libros, en local establecido con acceso al público en general, con stock permanente y/o virtual, con venta al menudeo a distancia y/o a domicilio”.⁷² Esta definición es compartida por el glosario oficial del Inegi, pero se contrapone a lo encontrado en el sic, cuyo conteo incluye tiendas de conveniencia o de regalos, donde la actividad principal no es la venta de libros.

Aunado a lo anterior, cuando se le preguntó por correo electrónico al Área Estadística de la Caniem si las librerías de viejo eran consideradas en su contabilización, la respuesta fue: “No, porque entre los objetivos del censo se encuentra el ser una herramienta de trabajo para las editoriales afiliadas y que puedan identificar las librerías con las que pueden hacer negocio”.⁷³ Es decir, no son contabilizadas oficialmente porque ninguna parte de las ganancias de la venta de estos libros va a manos de los editores. ¿Son, entonces, especuladores, como los llamaban en el reclamo anónimo de *La orquesta* en 1866? ¿No cumplen una función social determinada?

En ese sentido, y si tomamos en cuenta la definición propuesta por la Caniem, tenemos, en general, dos

⁷¹ Esta definición no se incluye en el cuadro anterior ya que no se encuentra entre la tipología propuesta por Selva Hernández. Además, como se observa más adelante, su definición puede resultar vaga para los fines de este trabajo.

⁷² Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana, comunicación electrónica con el Área Estadística, México. Correo electrónico original enviado el 12 de julio de 2017 y respuesta recibida el 18 de julio del mismo año; y confirmada por correo el 26 de febrero de 2024.

⁷³ Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana, respuesta a la pregunta “¿Se integra a las librerías de libros usados en el censo? ¿O cuál es el motivo para que esto no se haga?”, comunicación electrónica con el Área Estadística, México, 26 de febrero de 2024.

grandes grupos de librerías: las de compra-venta o de libro usado; y las tradicionales, dentro de las cuales encontramos diversas clasificaciones como las de la Tabla 1.

Dentro de las librerías de cadena, que usan un modelo de franquicia para aumentar su presencia en todo el país, destacan: Gandhi, El Sótano, El Péndulo y Librerías Gonvill, y estas se pueden considerar librerías tradicionales dado que tienen ubicaciones físicas establecidas, stock o disponibilidad de un catálogo determinado, realizan venta al menudeo principalmente y, sobre todo, mantienen trato directo con editores y distribuidores de libros, quienes les hacen llegar los listados de novedades y surten de manera frecuente una parte o todo el catálogo que manejan.

Si bien son consideradas librerías, al día de hoy no se dedican a la venta exclusiva de libros, sino que para asegurar su supervivencia distribuyen otro tipo de productos y servicios, que van desde la venta de alimentos hasta la de mercancía de memorabilia, colecciones, papelería, juegos de mesa, material didáctico, viniles y películas.

Por otro lado, aunque el término “de barrio” inició como una forma de autoidentificación para muchas librerías pequeñas que buscaban hacer énfasis en su relación con la comunidad, con el tiempo ha adquirido una connotación cada vez más enfocada en la venta que en el involucramiento de la librería como parte viva del tejido social. Desde que alrededor de la década de los noventa algunos empresarios se dieron cuenta de la existencia de grupos de personas que rechazaban los modelos de consumo establecidos y buscaban desesperadamente algo que los remitiera a los “antiguos valores comunitarios”,⁷⁴

⁷⁴ En el marketing cultural, se busca promocionar productos o servicios influidos por los elementos culturales compartidos por un grupo específico de consumi-

muchos locales adquirieron este concepto como su lema publicitario, alejándose cada vez más, irónicamente, del “barrio” y explotando el consumo basado en la nostalgia y no en el verdadero desarrollo social de la comunidad.⁷⁵

Un ejemplo de esto en México son las declaraciones de Rodrigo López, director general de Librerías El Sótano, al diario *Milenio* en 2019, con motivo de la inauguración de su nueva sucursal en Zona Rosa:

Sabedores de que una librería puede repercutir positivamente en la colonia y en la ciudad, queremos perfilar cada sucursal al barrio donde se encuentra: no en todas las sucursales se vende lo mismo y eso es lo que buscamos atender.⁷⁶

Y en la misma nota, se menciona que, así, comienza a formalizarse “el objetivo de atender las necesidades del lugar en el cual se establezcan, a fin de que cada sucursal pueda ser considerada como una especie de librería de barrio”. Esta postura se hizo visible también en algunas de sus publicaciones en redes sociales:

dores, por ejemplo, los valores que se relacionan directamente con el autoconcepto de una comunidad específica. En el caso de las librerías, estos suelen ser originalidad, calidez, solidaridad, cercanía; la idea de que el librero es tu vecino y, por tanto, puedes confiar en que no solo te venderá libros, sino te hará las mejores recomendaciones y te sentirás en un espacio familiar.

⁷⁵ Laura J. Miller, “Shopping for community: the transformation of the bookstore into a vital community institution”, *Media, Culture & Society*, vol. 21, núm. 3, mayo, 1999, pp. 385-407. <https://doi.org/10.1177/016344399021003005>. En el siguiente capítulo nos adentraremos en algunas definiciones de *comunidad* y las posturas éticas que el uso de este concepto supone como elemento identitario.

⁷⁶ Jesús Alejo Santiago, “El Sótano apuesta por las librerías de barrio”, *Milenio*, 22 de diciembre de 2019, disponible en: <https://www.milenio.com/cultura/literatura/librerias-el-sotano-apuesta-por-las-librerias-de-barrio>.



Librerías El Sótano
17 de septiembre de 2022

...

Visita las librerías de barrio cerca de tu hogar y encuentra grandes lecturas a tu alcance. 😊😊
¿Cuál ha sido el último libro que has comprado?

#MiLibreríaMisLibros | #LeerEsEsencial | #LiteraturaMexicana



Publicación en redes sociales de El Sótano haciendo referencia a las librerías “de barrio”.

Derivado de lo anterior, podemos intuir que el término “de barrio” no corresponde necesariamente a una categoría económica, sino que semánticamente invita a pensar un estilo de librería orientado a atender las necesidades puntuales de una población específica.

Respecto a este punto, es importante hacer una pequeña aclaración sobre el uso del término “de barrio”, sobre todo en el contexto latinoamericano. En palabras de Fernández Jopia:

la poca claridad del concepto *barrio* elaborado por las ciencias sociales ha permitido que dicha definición sea conceptualizada mayormente por la arquitectura o por determinados términos jurídicos. Es decir, se teoriza desde lo que se puede observar, pasando por alto las identidades que los barrios van formando.⁷⁷

En esa misma línea, actualmente la acepción más usada es la que proviene de la Escuela de Chicago, la cual ha sido adoptada en un contexto de política urbana desde la cual “el barrio es aquella escala privilegiada donde los gobiernos definen sus agendas en relación a la definición y fortalecimiento de la cohesión social, capital social y ciudadanía.” Esto ha ido configurando una concepción hegemónica desde la perspectiva de las políticas de incidencia territorial, en las cuales existen dos principales atributos: 1) el barrio como refugio de la comunidad; y 2) el barrio como unidad autocontenido.⁷⁸

⁷⁷ Para Fernández, la definición actual de barrio recae en categorías formadas principalmente a partir de las necesidades de ciertas políticas públicas, por lo que se define por lo observable y no por lo invisible (vivencias, culturas e identidad). En ese sentido, él propone un par de aproximaciones: el barrio puede ser una ubicación social delimitada por fronteras imaginarias donde se convive con identidades diferentes en un tiempo y en un espacio determinado o una dimensión que se construye a través de relaciones sociales. El espacio, por otra parte, lo identificaremos como la materialización del quehacer social. Carlos Fernández Jopia, “Entender el barrio, una aproximación desde las Ciencias Sociales”, Revista ProPulsión. Interdisciplina en Ciencias Sociales y Humanidades, vol. VI, núm. 2, 2023, pp. 101-110, disponible en: <https://ojs.revpropulsion.cl/index.php/revpropulsion/article/view/90/192>.

⁷⁸ De acuerdo con la investigación realizada por Tapia Barría en diversos trabajos, en el caso del primer supuesto (el barrio como refugio de la comunidad) estamos ante una unidad conformada por una organización social en una localización específica, donde la gente encuentra los medios para vivir, pero en la que también se genera una identidad y un sentido de pertenencia; mientras que en el segundo se remarca su cohesión y funcionamiento endógeno. Verónica Tapia Barría, “¿De qué hablamos cuando hablamos de barrio? Trayectoria del concepto de barrio y apuntes para su problematización”, Revista Antropologías del Sur, vol. 2, núm. 3, 2015, pp. 121-135.

Así pues, este concepto, aplicado a las librerías, inicialmente surgió en un contexto donde se fundaron pequeñas librerías a partir de la iniciativa de vecinos de una colonia o comunidad, con la intención de generar un espacio *ad hoc* para lo que esa demarcación necesitaba y que las actividades estuvieran centradas en formar lazos estrechos entre los habitantes, lo cual se vería reflejado en la curaduría de sus contenidos, los eventos que presentaran y el trato que se daría a los visitantes, fomentando un sentido de cotidianidad y pertenencia.⁷⁹

Con base en lo anterior, surgen algunas preguntas: ¿puede una empresa que toma decisiones en un corporativo de más de 50 empleados, con un centro de distribución (Cedis) para centralizar operaciones y la capacidad logística y de costos para enviar mercancía a todo el país, ofrecer este tipo de experiencias a sus visitantes? No se trata de minimizar los esfuerzos de estas o aquellas librerías por aportar a su comunidad, sino de hacer notar las capacidades y condiciones con las que cada uno de los agentes entra en el juego: quizás sí es posible que este tipo de empresas ofrezcan este tipo de experiencias, sobre todo a partir de la inteligencia de negocios y los estudios de mercado que tienen la capacidad de realizar desde la fase de la planeación antes de abrir una nueva sucursal; sin embargo, de ninguna manera son comparables con la potencia y los alcances de una librería autogestiva, cuya capacidad de administración,

⁷⁹ Si bien para hablar de los orígenes del término barrio la mayoría de las acepciones nos remiten a una comunidad anclada a un territorio geográfico específico, como veremos más adelante en la definición de comunidad y algunos estudios de caso, las comunidades no se anclan necesariamente a un espacio físico sino que se integran por el desarrollo compartido de ciertos valores y creencias, entre otras características, trasladando sus interacciones a territorios virtuales, generando mundos de vida que van más allá de lo material.

negociación, promoción y venta recae en un pequeño equipo de colaboradores, sin reparar en que la inversión inicial de capital económico es, por demás, sumamente diferenciada.

Hay que considerar que, de acuerdo con las últimas estadísticas, estas no se sustentan de manera exclusiva de la venta de libros, sino de muchos otros productos y servicios complementarios, como alimentos, productos didácticos o la renta del propio espacio para la realización de otras actividades.⁸⁰

Existen, además, diversas iniciativas que se unen cada vez más al discurso de ver a las librerías como centros culturales o incluso centros cívicos;⁸¹ no obstante hace algunos años la discusión se dirigía hacia el polo opuesto y se hacía énfasis en la naturaleza de las librerías como canal de distribución de libros y promotores de la lectura como actividad principal, aunque no necesariamente de otro tipo de artes o manifestaciones artísticas y culturales.

Algo que llama la atención es que muchas de estas iniciativas —las del polo opuesto— están enfocadas en dotar a las librerías de herramientas administrativas y de *marketing* para que puedan amplificar su discurso mediante estrategias de posicionamiento y publicidad que les permitan competir comercialmente con las grandes

⁸⁰ De acuerdo a información presentada por la propia Reli a *El Economista*, el 70% de las librerías de barrio se sostiene con recursos provenientes de otras fuentes. Ricardo Quiroga, “Eliminan estímulo fiscal...”, *op. cit.* Desde la experiencia propia, las librerías tienen que buscar constantemente otras fuentes de financiamiento o alternativas de venta, como los productos mencionados en el texto, además de desarrollar estrategias para acercar estos productos a la comunidad en la que se encuentran insertas.

⁸¹ Kathy O. Brozek y Jorge Treviño (trads.), “Las librerías como centros cívicos”, *Stanford Social Innovation Review En Español*, 15 de diciembre de 2023, disponible en: <https://ssires.tec.mx/es/noticia/las-librerias-como-centros-civicos>.

cadenas libreras, donde los procesos están bien definidos y estandarizados, mientras hacen énfasis en que la fortaleza de las pequeñas librerías es, precisamente, el sentido de comunidad que pueden desarrollar con sus compradores y visitantes, así como la unión con otros participantes del gremio en lugar de competir entre ellos.

Por ejemplo, el proyecto Reimagining Bookstores (Reimaginando librerías) tuvo su conferencia inaugural en 2021 en Estados Unidos y reunió a libreros, editores y otros miembros de la red del libro junto con representantes de asociaciones civiles, expertos en participación social, organizaciones no lucrativas, creación de comunidades, redes sociales y tecnología, promotores y abogados, para dialogar sobre las necesidades de las librerías independientes así como las posibilidades de crecimiento y aprendizaje entre unas y otras. El contexto de este proyecto es uno comercialmente hostil, pues en Estados Unidos la mayoría de las grandes cadenas librerías han cerrado sus puertas, pero existe un auge en el surgimiento de las pequeñas librerías.⁸²

En el caso de México, la Reli es una comunidad de libreros y librerías que “se dedican a promover y fortalecer las librerías independientes de barrio en México”, las cuales definen como:

[...] espacios de encuentro, conocimiento y cultura en las comunidades. Reli reconoce que estas librerías a menudo se enfrentan a diversos desafíos en el competitivo

⁸² Reimagining Bookstores, “Reimagining Bookstores – Deepening literacy, strengthening communities, paying living wages”, sitio web, 2021, disponible en: <https://reimaginingbookstores.org/>. Traducción propia al español. Todas las autodefiniciones de las personas participantes se tomaron directamente de los perfiles públicos que aparecen en el sitio web de la comunidad.

mercado actual, pero también valora su capacidad de ofrecer un ambiente cálido y personalizado para los amantes de la lectura. Esto se refleja en la manera en que la empresa se presenta a sí misma: como una red comprometida en apoyar y fortalecer a estas librerías locales, en lugar de competir directamente con ellas.⁸³

Para ello, la Reli lleva a cabo diversas iniciativas como “ofrecer a las librerías asociadas capacitación, asesoría en gestión y promoción, así como el acceso a una red de distribución que facilita la disponibilidad de libros en estas librerías”.⁸⁴

En el caso de la capacitación para libreros, uno de sus proyectos más recientes es ofrecer, en conjunto con la Universidad Autónoma de Nuevo León, un diplomado para libreros con validez académica oficial llamado “Laboratorio para Librerías”.⁸⁵ Este diplomado consta de nueve módulos en los que se imparten sesiones sincrónicas con expertos que enseñan sobre la profesión librera, ventas, *marketing*, curaduría, gestión económica y financiera de una librería, el mercado del libro en México, tecnología, animación y organización de eventos, entre otros. Su primera edición comenzó en enero de 2024 y se programó para terminar en julio del mismo año.

Con respecto a la red de distribución, ofrecen una tienda electrónica alojada en el mismo sitio de la Reli. El antecedente de esta plataforma se remonta al año 2020, en el marco de la contingencia sanitaria, cuando un

⁸³ Red de Librerías Independientes, sitio web oficial, 2024, disponible en: <https://libreriasindependientes.mx/>.

⁸⁴ *Ídem*.

⁸⁵ Red de Librerías Independientes y Universidad Autónoma de Nuevo León, “Laboratorio para Librerías”, página oficial de Facebook, 2023, disponible en <https://www.facebook.com/libreriaslab/>.

sitio web fue creado con apoyo de Librerías El Sótano,⁸⁶ donde la dinámica de compra era elegir el libro deseado y, posteriormente, elegir la librería a la que se deseaba apoyar con un porcentaje de la compra (20% o 30%, dependiendo de la editorial).

Esta dinámica fue adaptada de una similar en Estados Unidos, en la que varias librerías independientes se unían para hacer contrapeso a Amazon y sus prácticas comerciales. La participación de El Sótano fue una propuesta por parte de ellos, derivada de un cambio generacional en la administración que busca generar nuevas formas de trabajo y colaboración. Sin embargo, resultaba ser un arma de dos filos: por una parte, ofrecía a las librerías un pequeño porcentaje de ganancia sin tener que hacer nada, pues El Sótano se encargaba de hacer tanto la venta como el despacho; por otra, la gente compraba pensando en que lo hacía directamente a las librerías independientes para apoyarlas en momentos difíciles, pero en realidad le estaba comprando a la cadena librera.

Posteriormente, en 2024, como resultado de una nueva consulta, el sitio se alojó en un nuevo dominio web de la Reli: www.libreriasindependientes.mx (omitiendo el .com), y se presenta en alianza con Cadabra-Books, una librería *online* de México bajo el ala de NEISA Grupo Editorial.⁸⁷

⁸⁶ Ricardo Quiroga, “Están en riesgo más de 70% de librerías independientes”, *El Economista*, 7 de junio de 2020, disponible en: <https://www.economista.com.mx/arteseideas/Estan-en-riesgo-mas-de-70-de-librerias-independientes-20200604-0147.html>. El sitio web libreriasindependientes.com.mx actualmente no existe, pero quedan evidencias de su lanzamiento en las redes de la Reli. <https://x.com/RELIRED/status/1268951767896784896>

⁸⁷ Esta información se obtuvo del aviso de privacidad del sitio web de Cadabra-Books, en el que se establece como su razón social Nueva Editorial Iztaccíhuatl S.A. de C.V, disponible en: <https://cadabrabooks.com/policies/privacy-policy>. Por su parte Nueva Editorial Iztaccíhuatl, Grupo NEISA, es un grupo editorial espe-

Una de las principales diferencias que se observan en este cambio es que ya no aparece de manera pública el manifiesto de la Reli ni la lista de asociados, sino que en su lugar se accede a una lista de editoriales para facilitar la búsqueda de libros por parte del lector o comprador, y el envío de libros se hace directamente a la dirección que este proporcione o se indica que puede ser recogido en una dirección de la colonia Cuauhtémoc.⁸⁸

A partir del análisis de la información anterior, no es posible omitir dos aspectos fundamentales:

- 1.** Si bien la unión de libreros y libreras se ha mostrado como un paso indispensable para la conformación de una fuerza gremial que busca ser escuchada, como hemos visto anteriormente con la propuesta para ampliar el precio único, la exención del IVA u otros tipos de estímulos, no siempre es posible para las librerías independientes desmarcarse de otros agentes de la red editorial con la que en muchos momentos se encuentran en contraposición por ser una competencia directa y aventajarlas en tamaño y recursos, como la Reli con El Sótano o la propia Cadabra-Books.
- 2.** La mayoría de las estrategias de profesionalización librera de este tipo de asociaciones está enfocada en dotar de herramientas de formación económico-administrativa a los encargados de las librerías y no

cializado en la distribución de fondos editoriales extranjeros, con más de 77 sello en distribución, propios o en coedición. Información disponible en: <https://mx.linkedin.com/company/gruponeisa>.

⁸⁸ Se solicitaron entrevistas a la Reli en dos ocasiones, vía correo electrónico, con el fin de obtener de primera mano su versión e información sobre estos cambios, sus asociados y temas relacionados. Sin embargo, a la fecha de publicación de este trabajo, no se ha obtenido respuesta alguna.

necesariamente se enfocan en la conformación de librerías con una postura política clara o uniforme con respecto a acontecimientos, procesos y corrientes ideológicas que impactan en la vida social de las comunidades donde se encuentran.

Al respecto de esto último me gustaría acotar que, si bien formar parte de la Reli implica el acuerdo con su manifiesto,⁸⁹ donde se hace un llamado a las autoridades a tomar acciones concretas para su protección y políticas públicas que les permitan continuar creando comunidades en torno al libro y la lectura, esto no tiene que ser un sinónimo de adherirse a ninguna otra posición política (llámese izquierda, derecha, radical, centro, anarquista, etc.), dado que esa es una decisión personal.

Lo anterior refleja que dentro del mundo de las propias librerías independientes podemos encontrar muchos otros tipos de librerías, con necesidades, visión, objetivos y características distintas. Así, para fines de esta investigación, propongo el uso del término “librería comunitaria” como una categoría de la que hablaré más adelante, para alejarme de las otras definiciones que existen de librería, pues si bien en algunas de las acepciones de estos términos se menciona el vínculo con la comunidad, en los casos particulares a los que hago referencia la realización de actividades culturales y de dinámicas de

⁸⁹ El Manifiesto de la Reli ya no se encuentra en su página web, pero aún puede consultarse en diversos sitios electrónicos. Fue lanzado el 23 de abril de 2020, en el marco del Día Internacional del Libro y en medio de la crisis sanitaria por la covid-19, que enfatizó la crisis económica a la que se enfrentan varias librerías. Red de Librerías Independientes, “Manifiesto de la Red de Librerías Independientes-Reli (México)”, en Valor de Cambio. Información del Mundo Editorial, sitio web, disponible en: <https://valordecambio.com/manifiesto-de-la-red-de-librerias-independientes-reli-mexico/>.

vinculación son el eje primario del funcionamiento del espacio; es decir, propongo una enunciación formal donde se tome a la comunidad no solo como comprador final de los productos ofertados por la librería, sino como un sistema que se encuentra en constante diálogo con esta y que la retroalimenta día a día al hacerla partícipe de sus necesidades, de modo que a cambio recibe no solo una oferta de libros, sino de otras actividades complementarias, más allá de si el local cuenta con independencia económica y de gestión para la toma de decisiones.

1.2.2 Algunas notas preliminares sobre el funcionamiento de las librerías en México

En este apartado, quisiera reiterar que el análisis que propongo no está directamente relacionado con el aspecto financiero ni con ofrecer un manual de procesos y procedimientos para abrir una librería y gestionarla. Sin embargo, para tener una perspectiva integral del mundo librero, es importante entender el funcionamiento de las librerías y el papel que juegan en la red del libro,⁹⁰ que va desde el autor hasta el lector.

Así pues, no me entretendré en explicar el proceso editorial del que se pueden encontrar múltiples referencias, sino en algunos aspectos coyunturales que deben tomarse en cuenta en el microcosmos que implica el funcionamiento diario de una librería como un negocio que debe ser administrado.

⁹⁰ Hasta hace relativamente poco tiempo se le llamaba “cadena del libro” al proceso de producción y distribución de una obra literaria. Sin embargo, debido a que este proceso ya no es lineal y a que todos los agentes que intervienen en él pueden o no conectarse entre ellos en diversos momentos, desde el autor hasta el lector, pasando, por supuesto, por el editor, impresor y todos los agentes que intervienen en su distribución, incluida la librería, se le ha comenzado a denominar “red del libro” a la manera en la que todos los actores involucrados se relacionan entre sí.

Tomando en consideración todas las definiciones propuestas con anterioridad, el insumo principal de una librería son los libros, las publicaciones impresas e incluso, con la llegada de las nuevas tecnologías, las publicaciones electrónicas, si bien se pueden vender otro tipo de mercancías complementarias. En el caso de las librerías de novedades, los proveedores de las publicaciones suelen ser las propias empresas editoriales que las producen, o los distribuidores que ofrecen a los editores hacerse cargo del trabajo de contactar, negociar y dar seguimiento a los puntos de venta.

El modelo principal de negocio de la mayoría de las librerías es la consignación, por lo que estas negociaciones versan sobre diversos aspectos que incluyen acciones de difusión y publicidad, elección del catálogo a vender, dependiendo de la línea de la librería o incluso del lugar físico que ocuparán en la librería, y ofertas especiales; sin embargo, los más importantes giran en torno a cada cuánto tiempo se hará un corte de ventas y se le proporcionará un informe al proveedor sobre estas, el descuento sobre el precio de venta al público (_{PVP}) que será la ganancia de la librería, así como las condiciones de pago de la librería por los ejemplares vendidos: si será a 30, 60 o hasta 90 días, por transferencia electrónica o cheque, y si los ejemplares sobrantes serán devueltos o entrarán en otro ciclo de venta del mismo periodo establecido.

Es aquí donde entran en juego diversos factores: la Ley del Precio Único del Libro, el tamaño y el poder de negociación de la librería, el tamaño y el poder de negociación de la editorial, y el deseo de colaboración de ambas partes en busca de un fin común.

En cuanto al primero (el precio de venta de las novedades), ya hemos mencionado que las pequeñas y medianas librerías se posicionan abiertamente con respecto a

ampliar el plazo de aplicación obligatoria, pero, sobre todo, con respecto a que no sea “letra muerta” y se garantice su aplicación, ya que, en palabras de la presidenta de la Reli, Claudia Bautista, esta medida es inoperante en algunas librerías, que no respetan ni siquiera la ley existente.⁹¹

La importancia del precio único radica en que es un intento por colocar a las librerías, sin importar su tamaño, en igualdad de condiciones al menos en cuanto a la oferta del libro nuevo. En teoría, si todas las librerías ofrecen el mismo libro al mismo precio, la decisión del comprador no estará influida por ningún tipo de descuento, y la competencia se trasladará a otro tipo de factores como la cercanía, el servicio o, incluso, la identificación del comprador con los valores de la librería.

Sin embargo, el “piso no está del todo parejo” aun con la aplicación garantizada del precio único, pues las condiciones negociadas entre las librerías y las editoriales generalmente no son las mismas; es aquí donde entra el poder de negociación de ambas partes. Generalmente, si la librería es de cadena o cuenta ya con un gran público cautivo, podrá negociar condiciones más favorables, como un mayor descuento sobre el PVP de las publicaciones, mayores tiempos de consignación y número de ejemplares; en contraparte, para una librería que no tenga tanto poder de negociación será más difícil negociar con la editorial condiciones de venta más favorables.

⁹¹ En palabras de Bautista en entrevista para *El Economista*: “En muchos casos, se pueden observar precios a la baja, precisamente para continuar con esta competencia desleal de los precios. Pero yo diría que ese es un acto ni doloso, porque no hay a quién engañar: la autoridad no está al pendiente. Siempre ha sido una norma de papel que nunca ha sido aplicada”. Ricardo Quiroga, “Reli señala inoperancia de reformas en la Ley del Libro”, *El Economista*, 23 de abril de 2024, disponible en: <https://www.economista.com.mx/artesideideas/Reli-señala-inoperancia-de-reformas-en-la-Ley-del-Libro-20240423-0022.html>.

Por ejemplo, las grandes cadenas libreras suelen solicitar hasta un 50% de descuento sobre el PVP con consignaciones de hasta 120 días, mientras que en las pequeñas y medianas el descuento ronda entre un 25% y un 40% con cortes de venta cada 60 o 90 días. Es decir, de cada 100 pesos del precio de un libro, una librería con gran poder de negociación se queda con hasta 50 pesos, mientras que las otras, solo con hasta 40.

Para las librerías de uso o de segunda mano, las condiciones son distintas, pero no menos complejas: los libros que venden generalmente ya han sido comprados por ellos al contado. Sus proveedores son, en ocasiones, editoriales que buscan darle salida a material que se encuentra fuera de circulación, que ya no es parte de su estrategia actual de distribución, o ejemplares que no se vendieron en su momento y que no serán reeditados. Por otra parte, la gran parte de su acervo proviene de bibliotecas privadas que les son vendidas directamente, sea por lote o porque ellos realizan una selección de los ejemplares que desean adquirir. El costo de estos depende de su estado de conservación, editorial, temática y demanda, así como de qué tan raro o único es. Es decir, el costo de compra depende de la fetichización de los ejemplares a los que se les asigna un precio especial de acuerdo con las características que se les atribuyen para ser considerados lo suficientemente relevantes y aptos para ser revendidos.

En ambos casos, las ventas deben ser lo suficientemente significativas para subsidiar los costos de operación: pago de renta del local, sueldos y salarios de sus colaboradores, servicios como luz y agua, además de otros insumos y gastos relacionados, como el dominio de la página web, acciones de *marketing*, entre otras.

Es aquí donde se renueva la importancia de los estímulos fiscales para las librerías, por los cuales estas llevan pugnando durante años: el IVA, al ser un impuesto trasladado, se cobra de las mercancías que se venden y, a su vez, se paga por ciertas mercancías y servicios. Los libros se encuentran exentos de este impuesto para fomentar la compra y poder ofrecer mejores precios; sin embargo, el pago de todos los servicios antes mencionados por parte de los libreros no se encuentra exento.

Existe, además, desde 2020, un estímulo fiscal del 8% sobre el ISR para personas físicas o morales que enajenen libros, periódicos y revistas,⁹² que no excedan los 6 millones de pesos de ingresos totales durante el ejercicio, y mientras dichos ingresos representen al menos el 90% de los ingresos totales del contribuyente.⁹³

Si bien esto es un avance en las medidas fiscales y políticas públicas que tanto se han solicitado, en un país donde la venta de publicaciones es insuficiente para sostenerse, no fomenta la diversificación de ingresos para las personas físicas con actividad librera.

Por otra parte, la medida está constantemente en riesgo: en 2022, se intentó eliminarla⁹⁴ de la Ley de Ingresos de la Federación para el Ejercicio Fiscal 2023, que forma parte del paquete económico proyectado por la Secretaría de Hacienda y Crédito Público para cada año. Finalmente, la medida se mantuvo y fue aprobada como

⁹² Es decir, el estímulo aplica para los libreros, como personas físicas, o las librerías, como personas morales.

⁹³ Arguet. Despacho Contable y Fiscal, “Nuevo estímulo fiscal a libros, periódicos y revistas”, entrada de blog, 10 de febrero de 2020, disponible en: <https://arguet.com.mx/nuevo-estimulo-fiscal-a-libros-periodicos-y-revistas/>.

⁹⁴ Ricardo Quiroga, “Eliminan estímulo fiscal para librerías en Ley de Ingresos 2023”, *El Economista*, 26 de septiembre de 2022, disponible en: <https://www.economista.com.mx/artesideas/Eliminan-estimulo-fiscal-para-librerias-en-Ley-de-Ingresos-2023-20220925-0069.html>.

una de las dos únicas reservas aprobadas por la Cámara de Diputados para el paquete económico,⁹⁵ luego del eco que generó en diversos medios su eliminación.

Adicionalmente, es imposible dejar de lado que el gobierno no es solamente un facilitador (o no) de estímulos y políticas que impactan directamente a las librerías, sino que, a su vez, es una competencia directa al contar con sus propias librerías, como las del Fondo de Cultura Económica o Educal, y ser un comprador principal de las editoriales.⁹⁶

Así, con la información presentada, los conceptos y las definiciones en las que ahondaré en el próximo capítulo, y las intervenciones de algunos actores indispensables del medio, pretendo dibujar no solo la posición de las librerías en el campo editorial, sino plantear el entretejido de un subecosistema propio de las librerías.

⁹⁵ Yanet Aguilar Sosa, “Librerías mantienen estímulo del 8%, reenfocan su lucha a tasa cero y Precio Único”, *El Universal*, 21 de octubre de 2022, disponible en: <https://www.eluniversal.com.mx/cultura/librerias-mantienen-estimulo-del-8-re-reenfocan-su-lucha-tasa-cero-y-precio-unico/>.

⁹⁶ De acuerdo con las últimas estadísticas disponibles de la Caniem, las ventas al Gobierno representan el 40% del total de los ejemplares distribuidos, lo que lo posiciona como el canal de venta más importante para las editoriales afiliadas, pese a que la facturación representa solo el 15%. Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana, “Indicadores del Sector Editorial Privado en México”, informe, 2023, disponible en: https://caniem.org/wp-content/uploads/2023/12/Booklet_ISEP-2023_azul.pdf.

Conceptos principales

2. Conceptos principales para estudiar las librerías comunitarias

Aunque digamos que estamos rodeados de bienes comunes [...], tan solo podemos crearlos mediante la cooperación en la producción de nuestra vida.

Esto es así porque los bienes comunes no son necesariamente objetos materiales, sino relaciones sociales, prácticas sociales constitutivas.

George Caffentzis y Silvia Federici⁹⁷

Como ya hemos establecido, términos como “de barrio” o “independientes” se utilizan en la industria editorial para hablar de empresas que se desmarcan del canon occidental establecido, o que buscan marcar una distancia entre las prácticas comerciales y de gestión de las grandes cadenas libreras. Estas definiciones no han sido del todo aceptadas por los diversos integrantes de la industria, por lo que se han dado debates y cuestionamientos con base en la pregunta: “¿independientes de qué?”, o sobre cuáles son los límites semánticos del término, el cual puede resultar ambiguo considerando

⁹⁷ “Comunes contra y más allá del capitalismo”, *El Aplantle*, núm. 1, octubre 2015, p. 67, citados en Nicolás Pradilla, *Un modelo de organización colectiva para la subjetivación política. El manual del editor con huaraches y los seminarios de labor editorial en escuelas normales rurales en México*. México: Taller de ediciones económicas, 2019.

que hay editoriales que no pertenecen a un gran conglomerado o empresa transnacional, pero que sí pueden competir con ellos en cierto grado debido a su tamaño y, sobre todo, gracias a la fuente de su financiamiento, que generalmente proviene de otras empresas familiares que soportan la inversión que implica la formación de un catálogo editorial.

En el caso de las librerías, esta diferencia entre los financiamientos no se encuentra tan marcada, pero sí está relacionada con la historia y la antigüedad de las empresas libreras —algunas establecidas desde la época de la Nueva España—, además de con la forma tecnificada de gestionar diversos procesos. Con el surgimiento de las cadenas de librerías, se establecieron procedimientos derivados del análisis de datos para obtener resultados más eficaces: desde la selección de títulos y el control de inventarios hasta las estrategias de *marketing*, en las cuales la toma de decisiones se lleva a cabo desde una oficina central.⁹⁸

En ese sentido, durante este capítulo ahondaremos en algunos conceptos que rodean a las librerías comunitarias, para diferenciarlas de otras desde una perspectiva transversal que incluya su relación con la comunidad, las prácticas que realizan con, para y desde ella, sus principios y valores, así como la manera en la que esto se ve reflejado en su gestión, lejos de clasificarlas únicamente bajo una mirada económica y financiera.

Para ello, recurro en primera instancia a la definición de los conceptos que usaré, a manera de construir un glosario de términos que, en relación con las ciencias sociales y las humanidades, permita separar a los casos de estudio elegidos e identificar los elementos particulares que los

⁹⁸ Miller, “Shopping for community”, *op. cit.*, pp. 385-387.

distinguen; mientras que, en la segunda parte del capítulo, expongo directamente la relación entre estos conceptos y mi planteamiento de lo que son las librerías comunitarias, una categoría en sí misma.

Es importante remarcar que todos estos conceptos y la manera en la que se relacionan en las librerías comunitarias están enmarcados en una concepción política, no necesariamente partidista, pero sí perteneciente a una política cultural de base comunitaria; es decir, aquella que dista de considerar a los territorios vacíos de significado, lugares a donde el gobierno central debiera llevar expresiones artísticas y culturales, sino que, por el contrario, reivindica que cada territorio tiene en sí expresiones realizadas por los habitantes del lugar y que la política del Estado debería fortalecer o apoyar en su surgimiento y desarrollo.

En esta misma línea, cuando eso no pasa de manera satisfactoria, las propias comunidades se organizan para generar, desarrollar y sostener dichas expresiones, entre ellas la lectura y las actividades que realizan en torno a ella; pero dado que estas expresiones están atravesadas por simbolismos, significados y luchas de poder con otros agentes y miembros de la comunidad o con miembros externos de la misma, como el propio gobierno u otras instituciones culturales, además se desarrollan centros de diálogos de saberes en los que las personas dialogan sobre todos los factores que les interpelan directamente, porque las experiencias personales siempre se encuentran conectadas con las grandes estructuras sociales y políticas de las que somos parte. La librería no es un fin en sí mismo, sino un medio.

Todo esto toma una forma integral cuando entendemos que estas librerías, sus comunidades, el territorio

donde se encuentran insertas, sus participantes y otros agentes externos interactúan en un ambiente específico, definido, de acuerdo con Solís, por “el conjunto de los fenómenos sociales potencialmente relevantes para la vida del sistema”,⁹⁹ y donde opera un sistema político, es decir,

cualquier conjunto de instituciones, de grupos, y de procesos políticos caracterizados por un cierto grado de interdependencia recíproca [...] que debe organizar, al menos, las formas de gobierno, las funciones del Estado y las formas de participación de la sociedad civil, aunque siempre tensionado por distintos intereses económicos, sociales y culturales.¹⁰⁰

2.1 Definiciones

Es necesario recuperar la capacidad de lo social,
que hemos perdido al convertirnos en consumidores.
Saskia Sassen¹⁰¹

2.1.1 Comunidad y cultura

El término “comunidad” ha sido abordado por diversos autores que lo relacionan con un conjunto de personas que comparten vínculos. Inicialmente, para Ferdinand Tönnies, la oposición entre la comunidad (*Gemeinschaft*)

⁹⁹ Eduardo Solís Álvarez, “Resistencias políticas: prácticas, dimensiones y su relación con la violencia”, *Escenarios. Revista de Trabajo Social y Ciencias Sociales*, núm. 37, octubre, 2023. <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/163339>

¹⁰⁰ *Idem*.

¹⁰¹ Borja Bergareche, “Saskia Sassen: ‘La austeridad es el equivalente económico de la limpieza étnica’”, *ABC Sociedad*, 16 de mayo de 2013, disponible en: <https://www.abc.es/sociedad/20130516/abci-premio-principe-asturias-sociologa-201305152226.html?ref=https%3A%2F%2Fwww.abc.es%2Fsociedad%2F20130516%2Fabci-premio-principe-asturias-sociologa-201305152226.html>.

y la sociedad (*Gesellschaft*) representaban la transición de la primera a la segunda, en contraparte con la dualidad Estado-sociedad de la tradición hegeliana.¹⁰²

Tomando en consideración el contexto de 1887, en el cual Tönnies desarrolló su propuesta, su intención era hacer una diferencia entre los valores precapitalistas de la comunidad y aquellos a los cuales apuntaba la sociedad moderna, con el mandato de la razón como uno de sus pilares:

Plano macro	Comunidad organismo natural real parte, no sin el todo libertad objetiva	Sociedad mecanismo artificial ideal todo, no sin partes libertad subjetiva
Plano micro	voluntad de la esencia (<i>Wesenswillen</i>) centrada en el cuerpo vegetativa-animal crece (madura) orgánicamente orientada al pasado inmanente	albedrío (arbitrio) (<i>Kürwille</i> [<i>Willkür</i>]) centrada en la mente artística-intelectual orientada al progreso orientada al futuro anticipada y exterior
Actitudes	afecto y amor comprensión y amistad gratitud y fidelidad	egoísmo y vanidad ambición económica y de ganancia ambición y avidez de saber

Tabla 2. Características dicotómicas comunidad-sociedad de Tönnies. Tomada de Schluchter, *op. cit.*, pp. 51-52.

¹⁰² Wolfgang Schluchter, “Ferdinand Tönnies: comunidad y sociedad”, *Signos Filosóficos*, vol. 13, núm. 26, enero, 2012, pp. 43-62, disponible en: <https://signosfilosoficos.itz.uam.mx/index.php/SF/article/view/468>.

La crítica a la modernidad de Tönnies es una crítica hacia la visión utilitarista, en la cual los seres humanos se encuentran aislados y forman relaciones basadas en los principios contractuales de la nueva sociedad: se observan como medios para lograr un fin; en contraposición, él ubica como comunidad a la sociedad campesina europea en la cual, al ser una aldea cerrada, existían redes de interdependencia debido a vínculos que se formaban por el trato directo diario, además de las relaciones filiales y de parentesco sobre las cuales se construían las familias, las redes de trabajo e, incluso, la organización del tiempo libre y la asociación para la toma de decisiones, frente a lo que eran considerados como “los otros”, para defender su modo de vida y valores.

Como podemos observar, muchas de las actitudes de la comunidad son valores que se siguen enarbolando como banderas en aquellas instituciones y organismos que usan este concepto como parte de su autodefinición, en la que se contraponen la existencia de los vínculos orgánicos y naturales de sus integrantes a los de las empresas que se enfocan en la generación de capital,¹⁰³ sobre todo económico, y no tanto en la compartición de los mismos.

Sin embargo, un aspecto importante en la conceptualización de Tönnies y de algunos autores que retomaron su propuesta es el énfasis en los elementos estructurales, como la pertenencia de la comunidad a un área geográficamente delimitada, sea esta un barrio, una ciudad, un Estado o incluso un grupo de ellos, como la “comunidad europea”. Hoy en día, en una sociedad de masas

¹⁰³ La noción de *capital* en Tönnies y sus contemporáneos hace referencia sobre todo al capital económico, sin embargo, en este trabajo usaremos la noción bordiana del mismo, que considera la dimensión simbólica. Esta acotación es necesaria para entender que las librerías comunitarias no solo se interesan en la parte monetaria de un proyecto.

interconectada por medios digitales, estas definiciones merecen ser revaluadas a la luz de las nuevas comunidades que se generan actualmente, poniendo el reflector en los elementos funcionales, como los valores compartidos, y en la cultura que se genera dentro de ellas, y no únicamente en la territorialidad. No obstante, esta no queda del todo descartada, pues también engloba significados y diversas pautas enmarcadas en la dimensión simbólica, como veremos más adelante al abordar el concepto de *espacio comunitario*.

Para entender un poco mejor esto y complementar las definiciones de *comunidad* presentadas, debemos adentrarnos brevemente en la definición de *cultura*, para lo cual propongo retomar tres propuestas. La primera es la definición de *cultura total* que encontramos en 1871, elaborada por Edward Burnett Tylor desde una visión antropológica, “el conjunto complejo que incluye el conocimiento, las creencias, el arte, la moral, el derecho, la costumbre y cualquier otra capacidad o hábito adquiridos por el hombre en cuanto miembro de la sociedad”¹⁰⁴. De esta manera, se puede diferenciarla de la acepción de un campo autónomo de productos y creaciones intelectuales, desprovistos de su función práctico-social, relacionada con actividades de ocio y la acumulación de

¹⁰⁴ Pietro Rossi (comp.), *Il concetto di cultura*. Turín: Einaudi, 1970, p. 7, en Gilberto Giménez M., “Para una concepción semiótica de la cultura”, documento en línea, s. f., disponible en: https://sarahrhcorona.net/lecturas/para_una_concepcion_semiotica_de_la_cultura_g_gimenez.pdf, consultado el 18 de abril de 2024. Es importante analizar este concepto desde perspectivas distintas porque frecuentemente se habla de las librerías como “agentes divulgadores de la cultura” por el hecho de vender libros (cultura codificada, patrimonio cultural tangible y, además, mercantilizable), pero en esta disertación abarcamos el concepto desde un sentido más amplio o dual, pues, además de lo anterior, las librerías fungen como agentes mediadores culturales al generar prácticas creativas, de resistencia y de socialización de los valores culturales de una comunidad, como veremos más adelante.

un patrimonio cultural legitimado (obras de arte, libros, música...), para más bien englobar estas expresiones con hábitos, comportamientos y estilos de vida.

En este sentido, y en segundo lugar, encontramos lo expuesto en la Conferencia Mundial sobre Políticas Culturales llevada a cabo en México en 1982, donde se indica que es “el conjunto de los rasgos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos, que caracterizan a una sociedad o un grupo social. Ella engloba, además de las artes y las letras, los modos de vida, los derechos fundamentales al ser humano, los sistemas de valores, las tradiciones y las creencias”.¹⁰⁵

En esta definición encontramos un esfuerzo por exponer de manera manifiesta ambas visiones, la de la cultura objetivada en productos susceptibles de ser fetichizados y mercantilizados con la de cultura total; lo cual nos permite tener una visión integral del concepto; más adelante esta integración será usada por mediadores y otros agentes interesados en entender a la cultura objetivada (trajes típicos, música, lecturas...) y la cultura subjetivada (hábitos, formas de vida, ritos...) como parte de un todo.

Por otro lado, Giménez define la cultura como:

La dimensión simbólico-expresiva de todas las prácticas sociales, incluidas sus matrices subjetivas (“*habitus*”) y sus productos materializados en forma de instituciones o artefactos. En términos más descriptivos diríamos que la cultura es el conjunto de signos, símbolos,

¹⁰⁵ Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura, Declaración de México sobre las Políticas Culturales. Conferencia Mundial sobre las Políticas Culturales, 1982, en Observatorio Latinoamericano de Gestión Cultural, disponible en: <https://observatoriocultural.udgvirtual.udg.mx/repositorio/handle/123456789/1578>.

representaciones, modelos, actitudes, valores, etcétera, inherentes a la vida social.¹⁰⁶

Es decir, dentro de una sociedad, ya sea delimitada por un Estado-nación o por el concepto de *sociedad globalizada* vigente hoy en día, y más allá de las características que originalmente se le asignaron al concepto *sociedad*, existen grupos sociales que forman comunidades, pero que no están delimitados necesariamente por una región geográfica, sino por las prácticas culturales que han desarrollado. Asimismo, un individuo puede ser parte de distintas comunidades con prácticas igualmente distintas; mientras que, a su vez, una comunidad puede contener dentro de sí otras, en tanto que a los miembros de esta macrocomunidad o comunidad primera les unan sistemas de valores, creencias y modos de vida compartidos.

Esto resulta especialmente relevante considerando que una de las particularidades que se ha enfatizado de las librerías de barrio es, precisamente, atender a las necesidades específicas de la comunidad en que se encuentran insertas, entendiendo su diversidad, los gustos y las demandas específicas que sus integrantes tienen, además de fungir como un espacio en el cual sus integrantes pueden hablar de los temas que les interesen desde esos valores compartidos.

En el caso de las librerías tradicionales, estas proporcionan un espacio en donde no es indispensable establecer un diálogo con respecto a lo que se comparte con otros miembros de la comunidad para el consumo de ejemplares, si bien inicialmente el interés por la lectura

¹⁰⁶ Gilberto Giménez, "Territorio y cultura", *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, vol. II, núm. 4, diciembre, 1996, pp. 9-30, disponible en: <https://www.redalyc.org/pdf/316/31600402.pdf>.

—sea por gusto o por la necesidad de encontrar un texto para otras actividades, entre ellas, las académicas— es considerado como el valor compartido que marca el punto de entrada.

De igual manera sucede con las librerías virtuales —sean estas una extensión en el ciberespacio de las propias librerías físicas o catálogos en línea desde su origen—, pues es interesante ver cómo también generan prácticas y códigos culturales compartidos,¹⁰⁷ pese a que los lectores-compradores no comparten un espacio físico y tangible, de modo que se desarrollan dinámicas particulares que los identifican como miembros de esa comunidad; esto se verá más adelante en uno de nuestros estudios de caso.

Así pues, podemos englobar ambas aristas en la definición de *comunidad* que proporciona Elena Socarrás: una comunidad es “algo que va más allá de una localización geográfica, es un conglomerado humano con un cierto sentido de pertenencia. Es, pues, historia común,

¹⁰⁷ De acuerdo con Umberto Eco, un *código* es una “regla que asocia algunos elementos de los sistemas sintáctico, semántico y de respuestas de comportamiento dadas por el destinatario”. Por lo que para formar un código se requiere de “la percepción del entorno en el que se ubica el individuo y el grupo de pertenencia; a continuación, se da significado, y de aquí, en un tercer momento, se actúa en consecuencia. [...] La percepción, la efectúa con la conjugación tanto de sus órganos físicos —ojos, oídos, etcétera— como de su instrumental perceptivo-cultural que su momento social e histórico le otorga [...] cuando se percibe desde formas culturales propias, un objeto o acontecimiento determinado, se le da un significado moldeado desde el esquema de percepción, a la vez que el significante obtiene una forma propia de cada cultura [...] En tercer lugar, con una percepción propia, que da pie a una significación peculiar, resulta una acción social igualmente específica”. *Tratado de semiótica general*, 2000, citado y parafraseado por Juan Luis Ramírez Torres, “Codificación y códigos culturales: simbólico y ritual en cultos curativos”, tesis de doctorado en Antropología Física, UNAM, 1995, pp. 43-49, disponible en: <http://132.248.9.195/ppt1997/0231621/Index.html>.

intereses compartidos, realidad espiritual y física, costumbres, hábitos, normas, símbolos, códigos".¹⁰⁸

Por último, Luis Villoro retoma la definición de Weber¹⁰⁹ para sus estudios y apunta que el vínculo al que tiende toda asociación para, eventualmente, transformarse en una comunidad es de corte ético, es decir, lo que la identifica es la coincidencia cabal de los intereses particulares de sus miembros con el interés general, por lo que no hay una contraposición en la búsqueda independiente del bien individual y la del bien común; el bienestar del todo es el bienestar de las partes que lo conforman.

Si bien en la práctica entendemos que esto no siempre es así, me parece importante retomar la perspectiva ética que Villoro plantea, puesto que lo que diferencia particularmente a algunas librerías de otras es su intención explícita de generar espacios en los que se puedan debatir temas que impactan en las vidas de sus miembros y visitantes, en un primer momento, pero que atañen a una comunidad en específico en lo común como un todo, tal como la defensa de ciertos derechos, el sentido de seguridad —o inseguridad— en la región en la que viven, o la falta de recursos.

¹⁰⁸ Elena Socarrás, "Participación, cultura y comunidad", en Cecilia Linares Fleites, Pedro Emilio Moras Puig y Bisel Rivero Baxter (comps.), *La participación. Diálogo y debate en el contexto cubano*. La Habana: Centro de Investigación y Desarrollo de la Cultura Cubana Juan Marinello, 2000, pp. 173-180.

¹⁰⁹ De acuerdo con Weber, "llamamos *comunidad* a una relación social cuando y en la medida en que [...] esta] se inspira en el sentimiento subjetivo (afectivo o tradicional) de los participantes en constituir un todo", citado por Luis Villoro, *El poder y el valor*, op. cit. p. 359.

2.1.2 Espacio comunitario y prácticas comunitarias

Es aquí donde considero pertinente retomar los conceptos de *territorio* y *espacio* para adentrarnos gradualmente en la idea del *espacio comunitario*. Generalmente, de acuerdo a las teorías clásicas como la de Tönnies, el primero nos remite a la idea de una extensión terrestre delimitada geográficamente. Sin embargo, esa extensión física también consta de una dimensión simbólica, cargada de significados y valoraciones, desde las que están ligadas a un sentido patriótico o nacionalista, pasando por aquellos fundados en factores económicos y de disponibilidad de recursos, hasta los que en su construcción evocan la existencia de afectos, pues involucran elementos de un pasado histórico en común, cuyos procesos dan pie a una identidad sociocultural que une a quienes encuentran un sentido de pertenencia en él.

Así pues, el territorio sirve como un espacio de inscripción de la cultura, un repositorio de capital simbólico y, sobre todo, de capital cultural objetivado,¹¹⁰ como formas de vestir, danzas, gastronomía local o prácticas en torno a festividades específicas, pero también de capital cultural subjetivado,¹¹¹ apropiado por los individuos

¹¹⁰ En este punto considero importante introducir estos conceptos de Pierre Bourdieu, ya que serán usados frecuentemente en adelante. Bourdieu retoma el concepto de *capital* y lo libera de su connotación económica para ampliar su uso a cualquier tipo de bien susceptible de acumulación. Es así que encontramos, sí, un capital económico, pero también un *capital social*, en el caso de las relaciones sociales y el poder que da el prestigio social de contar con cierto tipo de vínculos, y un *capital cultural*, el cual está ligado a conocimientos de ciencia, arte y prácticas performáticas culturales, de acuerdo a la definición de *cultura* que ya hemos revisado. Así, una de las formas del capital cultural es el objetivado, que se encuentra, además de los ejemplos mencionados, en libros, diccionarios e instrumentos. Alicia B. Gutiérrez, *Las prácticas sociales: una introducción a Pierre Bourdieu*. Córdoba, Argentina: Ferreyra Editor, 2005, pp. 28-37.

¹¹¹ Por otra parte, para Bourdieu, el capital cultural subjetivado forma parte del *habitus*, que es el conjunto de relaciones históricas incorporadas a los agentes

mediante prácticas y representaciones ligadas al territorio, aun cuando hayan salido de él, pues pueden evocarlo con nostalgia, replicar prácticas culturales (“así se hace en *mi tierra*”) o continuar el uso de ciertos códigos lingüísticos, cuyo significado cobra relevancia cuando el uso de ciertos significantes difiere de otros territorios.¹¹²

Todo esto resulta relevante al hablar de las librerías que se autodenominan “de barrio”, pues el propio concepto está ligado a una concepción de territorio, al ser el barrio, por definición, una pequeña porción delimitada dentro de un área territorial más grande. Al barrio se le han asignado, además, significados simbólicos relacionados con la periferia, con lo que no proviene de una mirada “centralizada” de la ciudad y sus prácticas.

Así, el calificativo “de barrio” se relaciona con ese capital cultural objetivado y subjetivado que pertenece a los individuos de cierto espacio y que se relaciona directamente, sí, con hacer una curaduría de los libros que se ofertan a partir de las características específicas de la comunidad presente en el territorio, sus intereses y necesidades; pero también con llevar a cabo prácticas sutiles de comunicación y reconocimiento entre los miembros de esa comunidad. No solamente se trata de la venta de libros y revistas u otras mercancías, sino de la compartición de ese capital cultural subjetivado en forma de hábitos, códigos culturales y costumbres que

sociales, así como sus esquemas de percepción, evaluación y acción, y otras disposiciones durables relacionadas con ideas, valores, habilidades [...] Una tercera forma del capital cultural es el institucionalizado, el cual se refiere a formas de objetivación con una carga simbólica de prestigio normado, como los títulos escolares y académicos. Si bien no nos ocupamos de esta tercera forma en este punto, es importante mencionarla para ser retomada más adelante. Gutiérrez, *ibid.*, pp. 35-37.

¹¹² Giménez, “Territorio y cultura”, pp. 12-15.

identifican a los miembros de esa comunidad, lo cual se ve reflejado en las interacciones que tienen y el uso que le dan al espacio para dialogar sobre sus problemáticas en común.

En ese sentido, me gustaría retomar la interrogante planteada en el capítulo anterior: ¿puede una librería de cadena ser considerada “de barrio”, toda vez que sus principios de servicio al cliente, prácticas administrativas y de distribución, así como su oferta tanto de mercancías como de eventos en los espacios se deciden de manera centralizada desde una oficina fuera de esa localidad?

Con respecto al concepto de *espacio*, me gustaría recuperar la concepción de Henri Lefebvre, pues si bien este término ha sido usado mayormente en temas de urbanismo, también se puede hablar de la construcción del espacio y, sobre todo, de la producción del espacio social. En la tradición kantiana, el espacio y el tiempo pertenecían a un estado subjetivo interno del ser, una estructura ideal inasible; para la lingüística y la literatura, significan un espacio de creación y entendimiento; para la tradición matemática, se trata del lugar entre dos o más puntos, dependiendo de las dimensiones que se aborden; y para los psicólogos, existe un espacio mental o emocional.

De este modo, la hipótesis de Lefebvre es la siguiente: “Es el espacio y por el espacio donde se produce la reproducción de las relaciones de producción capitalista. El espacio deviene cada vez más un espacio instrumental”.¹¹³

¹¹³ Henri Lefebvre, “La producción del espacio”, *Papers. Revista de Sociología*, núm. 3, 1974, p. 223. <https://doi.org/10.5565/rev/papers/v3n0.880>. Si bien el nombre de la obra es igual a la de su libro, el cual también se encuentra entre el corpus consultado para este trabajo, esta cita corresponde a la de una ponencia traducida simultáneamente y recogida en cinta magnetofónica, por lo que la presente cita puede no encontrarse de manera literal en su obra escrita.

Así, en un espacio determinado, sea a gran escala como el espacio delimitado de un país, o a pequeña escala, como los lotes de la propiedad privada donde se construyen comercios y viviendas, se superponen diversos intereses y estrategias de distinta naturaleza que lo atraviesan, pero que de manera última obedecen al capitalismo concurrente.

Por ejemplo, un espacio o local comercial dedicado a la venta —generación de capital económico— a su vez es parte de una estrategia de expansión de las empresas proveedoras de servicios, como internet, luz o agua; también se encuentra contemplado dentro de las estrategias de la oficina de gobierno de planeación urbana, en la cual se desarrollan planes para fomentar el crecimiento del área o para llevar a cabo acciones de control de ese mismo crecimiento; y ese mismo local puede estar dentro de corredores o espacios tipo *cluster*¹¹⁴ simbólicamente identificados por la oficina de comercio como espacios predeterminados por cierta actividad económica (pensemos en los corredores de librerías de reúso en el Centro de la Ciudad de México, las centrales de abasto en las ciudades, los corredores culturales o los espacios de oficinas donde se instalan empresas tecnológicas, como Santa Fe); ese mismo espacio es, además, diseñado para facilitar los procesos productivos: la atención al cliente, mesas de trabajo o para llevar a cabo reuniones de negocios, cubículos, almacenes para insumos de trabajo o de mercancías para la venta... Es decir, actualmente la

¹¹⁴ Un *cluster*, en su definición económica, es un conglomerado o grupo de empresas relacionadas por una actividad y objetivos en común que se concentra en una misma área geográfica. Generalmente, el término se usa para hablar de una organización a nivel macroeconómico, como el *cluster* de la industria automotriz o el de manufactura en el norte de México; sin embargo, permite también ubicar a nivel micro algunos conjuntos de empresas similares como los que se mencionan.

noción de *espacio* se ha construido bajo la visión instrumental del capitalismo, en el cual, en un área determinada, se reproducen las relaciones de producción de capital económico que permiten el sostenimiento del modelo; pocos espacios quedan disponibles para la realización de actividades que no involucren el lucro y permitan actividades de ocio u organización comunitaria y política.

Otra consideración importante es que, para Lefebvre —a partir de la noción de *producción* que usamos actualmente desde Engels y Marx, y pasando por el propio Adam Smith—, el verbo “producir” está íntimamente relacionado con el trabajo y la generación de esos mismos capitales.¹¹⁵ Así, el arquitecto es un productor del espacio. No solo se desempeña como un dibujante del mismo, sino como un intérprete de las necesidades tanto del usuario como de todas las diversas fuerzas, intereses y estrategias que lo atraviesan; produce espacios en los cuales, a su vez, se replican las relaciones de las que ya hemos hablado, o espacios que habilitan estas relaciones, sea de manera única, como un edificio en particular, o de manera repetitiva e idéntica, como los fraccionamientos de casas donde suelen habitar los trabajadores.

Surge entonces la noción de *espacio social*, según la cual, en la interpretación de Lefebvre que hace Ión Martínez Lorea, el espacio no solamente es una noción matemática dimensional, sino un *producto social*, al ser él mismo el resultado de estrategias, acciones sociales, prácticas, experiencias, relaciones entre quienes lo ocupan y,

¹¹⁵ Henri Lefebvre, *The Production of Space*, trad. Donald Nicholson-Smith, 1a ed. Oxford, Reino Unido: Basil Blackwell Ltd., 1991. Traducción propia al español. El trabajo tiene una naturaleza única por los procesos individuales que cada ser humano genera para realizarlo; incluso cuando las actividades son repetitivas y replicables, o los productos de ese trabajo muchas veces sean idénticos, producidos en masa.

al mismo tiempo, parte fundamental de estas, pues brinda las condiciones para crear, organizar, producir y reproducir las condiciones de trabajo, las redes que se generan en él, la manera en la que se compran las mercancías, la manera en la que no se compran y cómo se intercambian ideas y otros capitales.¹¹⁶

En ese sentido, en el caso de algunas librerías, si bien hay una reproducibilidad del espacio y de las relaciones que se producen en él (libros en estanterías, cierta iluminación, el cuidado de la humedad para que no afecte los libros, una caja de cobro, la venta de productos de capital intelectual...), y esto configura un espacio social de acuerdo a las necesidades y expectativas del mercado, también existe la producción de otro tipo de espacios, lo que Lefebvre llama “espacio de representación”, el tipo de espacios *vividos*, y que para esta investigación llamaremos “espacios comunitarios”.

Para los urbanistas en general, un espacio de este tipo es aquel en el que se generan relaciones entre habitantes de una comunidad; es un espacio colectivo y compartido que permite que se desarrolleen dinámicas que inciden en el sentido de pertenencia de dichos miembros o habitantes.

Ahora bien, es importante mencionar que una característica de los espacios comunitarios es que no son estáticos, sino que se encuentran vivos y se transforman y adaptan según esas mismas necesidades e intereses; asimismo, cuando no logran hacerlo, frecuentemente también dejan de existir.¹¹⁷ Surge entonces una pregunta

¹¹⁶ Íon Martínez Lorea, *Vivir y escribir. Convencer y vencer*, pról. Henri Lefebvre, Madrid: Capitán Swing, 2013; y Henri Lefebvre, “Los espacios de lo posible”, *La producción del espacio*, trad. Emilio Martínez Gutiérrez, 1a ed. Madrid: Capitán Swing, 2013.

¹¹⁷ César Castellano Caldera y Tomás Pérez Valecillos, “El espacio barrio y su espa-

importante: si las interacciones sociales se dan en muchos espacios, ¿es cualquier espacio de convivencia un espacio comunitario?

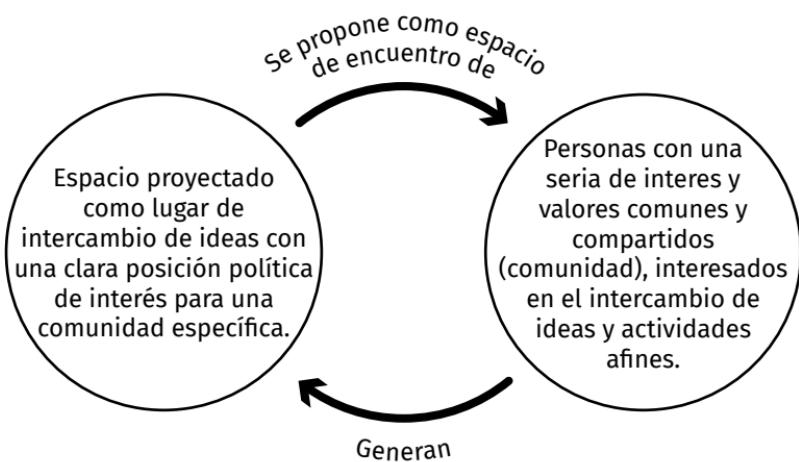


Figura 1. Proceso de retroalimentación entre un espacio comunitario y la comunidad que acude a él. Elaboración propia.

Podría entablarse un debate dependiendo de la perspectiva desde la cual se analice, pero para fines de esta investigación la respuesta es no. Los espacios comunitarios, públicos o privados, surgen dentro de un contexto en el que los habitantes de un lugar en específico tienen prácticas de agrupación y reagrupación social mediante las cuales producen lugares que atienden a sus necesidades específicas de organización: política, social, de ocio (por mencionar algunas), y que pueden o no estar relacionadas con el consumo y la producción de otros bienes y servicios. Los espacios comunitarios tienden más a la generación

cio comunitario, un método para la estructuración de lo urbano", Revista INVI, vol. 18, núm. 48, 2003, pp. 78-92, disponible en: <https://revistainvi.uchile.cl/index.php/INVI/article/view/62217>.

de espacios alternativos de socialización, de educación y desarrollo humano en un aspecto integral que va más allá de su capacidad como actor productivo. A su vez, intervienen también en la formación y transformación del “barrio” en el que se encuentran insertos, pues con el tiempo se vuelven espacios identificables e insignias para el o los segmentos de la comunidad que acostumbran visitarlos.

En ese mismo sentido, los miembros recurrentes de dichos espacios se identifican con sus valores y propuestas, por lo que se acercan a ellos para aprender, dialogar, debatir y proponer temas de interés relacionados con ellos, lo que genera un ciclo de retroalimentación que mantiene el espacio abierto y en desarrollo.

2.1.3 Prácticas creativas y prácticas de resistencia

Con el fin de establecer un vínculo con su comunidad, los espacios comunitarios —en nuestro caso, las librerías— recurren a la planeación, creación y difusión de *prácticas creativas*, las cuales entendemos como “actividades iterativas que trabajan sobre un contexto dado (sea material, psíquico, orgánico, colectivo o de cualquier otra índole) para marcar una diferencia”¹¹⁸

Las prácticas creativas no necesariamente están relacionadas con prácticas artísticas, si bien las segundas pueden ser parte de ellas. Se relacionan con *modos de ser y hacer* desde una mirada distinta: la librería observa a la comunidad en la que se encuentra inserta, toma nota de las relaciones, subsistemas, elementos que los conforman y cómo se comunican entre ellos y, en contraparte, lanza hacia esa comunidad propuestas de acciones

¹¹⁸ Nasreen Hussein e Iain MacKenzie, “Creative Practices/Resistant Acts”, *Contention*, vol. 5, núm. 1, junio, 2017, pp. 1-13. <https://doi.org/10.3167/cont.2017.050102>. Traducción propia al español.

concretas con el fin de dinamizar la conversación y propiciar la participación social en torno a los temas que le atañen, para, a su vez, ser observadas de vuelta por la comunidad e iniciar un ciclo de comunicación que retroalimente a ambas partes.

En este sentido, las prácticas creativas son lanzadas a la comunidad con la intención de introducir en ella nuevas formas de observación de distintos fenómenos sociales y de expandir la comunicación alrededor de ellos, para generar, a su vez, nuevas miradas que gradualmente desemboquen en nuevas voces y representaciones. La comunidad, observada y observadora, comienza a proponer sus propias prácticas y modos de participación en el espacio propuesto, y dispuesto, por la librería, que funge como un escenario donde se desarrollan los temas sobre los que es preciso debatir.

Por su parte, las *prácticas de resistencia* surgen a partir del análisis de *poder* propuesto por Michel Foucault, quien nos indica que esta oposición, o resistencia, se da en un marco activo, cuya principal característica es la del “desprendimiento de uno mismo”, para crear una nueva subjetividad o modo de ver las cosas. José Luis Forneo, en su tesis doctoral, explica que este desprendimiento constituye pequeñas modificaciones en torno a prácticas culturalmente establecidas: no se puede oponer fuerza o resistencia en ausencia de una fuerza o poder a quien oponerse, si bien también se pueden encontrar *prácticas de obediencia* como una forma de adaptación a la dominación. Con esto, se asume la posibilidad de cambiar el *statu quo* mediante la acción, o resistencia potencial, de la mayoría de los individuos.¹¹⁹

¹¹⁹ José Luis Forneo, “Poder y resistencia”, tesis de doctorado, 2009, disponible en: <http://poderyresistencia.blogspot.com>, consultado el 20 de febrero de 2025.

Para Bourdieu, este tipo de prácticas operan como acciones de oposición en el marco de la llamada *violencia simbólica*, que se ejerce de manera velada por medio de la dispersión de una “verdad institucionalizada”, la cual genera poder simbólico para quien la difunde y crea en primer lugar. Este tipo de violencia no solo se ejerce desde el gobierno, sino que llega a un punto donde se puede ejercer desde cualquier ámbito, puesto que ya se ha naturalizado, y la misma sociedad la replica una y otra vez mediante mecanismos y actividades de la vida cotidiana —*habitus*— que terminan de naturalizar esta relación de poder.

La dominación, según Bourdieu, es resultado de la objetivación del capital social acumulado; así, cuando se posee suficiente capital económico y cultural, no es necesaria la violencia física, pues se ejerce violencia de manera velada y simbólica, mediante la apropiación de los *mecanismos* en los campos de producción económica y cultural.

Esta objetivación permite garantizar la acumulación de los logros adquiridos, tanto materiales como simbólicos, lo que coloca al acumulador en una posición de dominación que le permite ejercer acciones de este tipo sobre quienes no poseen dicho capital, y quienes a su vez responderán con prácticas de obediencia o, como las que se exponen aquí, de resistencia.

Estas prácticas se enmarcan en nuestro desarrollo junto con lo que llamamos “prácticas sociales”,¹²⁰ que, de acuerdo con Abric citado por Solís, “son de algún modo, la interfaz entre circunstancias externas y prescripciones

¹²⁰ Julián Pérez y Ana Gardey, “Práctica social - Qué es, definición y concepto”, en Definición.de, sitio web, 2021, disponible en: <https://definicion.de/practica-social/>.

internas de la representación social”¹²¹ es decir, son acciones que se desarrollan en el tiempo de manera recurrente; modos de hacer las cosas por parte de los miembros de una comunidad determinada.

Estas prácticas no son estáticas y pueden cambiar con el tiempo, ya que dependen de condiciones objetivas, definidas por las personas y sus condiciones materiales, así como por las interacciones que se dan entre ellas; pero también intervienen condiciones subjetivas que nacen de necesidades puntuales. Las interacciones y relaciones entre los agentes —las personas— y las condiciones generan lo que Bourdieu llama las “reglas del juego”, condiciones que tenemos tan interiorizadas que las damos por sentado y tomamos como naturales, pero que se modifican al ir cambiando las condiciones.

Esto resulta relevante si tomamos en cuenta que, por un lado, el materialismo histórico establece que las representaciones sociales son productos de las condiciones materiales, pero, por otro, a partir del análisis que hace Abric, no es posible dejar de lado la memoria histórica y colectiva de las comunidades, aun cuando esas mismas condiciones materiales puedan haberse modificado; tampoco es posible llevar a cabo prácticas comprometidas si estas no están alineadas al sistema de valores de quien las ejecuta y a la comunidad en la que impactan. Además, un tercer factor es que las prácticas son resultado de los procesos mediante los cuales el individuo que las lleva a cabo organiza sus experiencias personales y subjetivas, es decir, dan forma a la manera en la que este interactúa

¹²¹ Eduardo Solís Álvarez, “Resistencias políticas: prácticas, dimensiones y su relación con la violencia”, Escenarios. Revista de Trabajo Social y Ciencias Sociales, núm. 37, octubre, 2023, e013, disponible en: <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/163339>, consultado el 20 de febrero de 2025.

socialmente con otros miembros de su comunidad, a quienes considera en igualdad, superioridad o inferioridad de condiciones.

Lo anterior va de la mano con la propuesta de Bourdieu, que ofrece un modo de conocimiento práctico, dado que “los objetos de conocimiento son construidos y no solamente pasivamente registrados [...]; y el principio de dicha construcción son disposiciones estructuradas y estructurantes que se constituyen en la práctica, y que están siempre orientadas hacia funciones prácticas”¹²².

Dicha construcción, en esta investigación, se refiere a las librerías, su contexto, forma de vida, de subsistencia, interacciones, prácticas en general y todas las problemáticas que las atraviesan. No solo yo como observadora-investigadora posiciono estos elementos como objetos de conocimiento, sino que ellos mismos —los agentes en las librerías— en el día a día los observan y analizan para desarrollar nuevas estrategias, acciones, que les permitan continuar moviéndose en su propio campo.

Estas prácticas creativas y de resistencia en las librerías comunitarias no pretenden muchas veces dar solución inmediata a problemas formales, pero sí echar luz en los dilemas éticos, políticos y, en general, filosóficos, que se encuentran detrás de ellos: la violencia estructural y ejercida para justificar y mantener el sistema de producción en masa de capitales, la brecha existente entre los diversos agentes que conforman un mismo campo y, en general, las desigualdades que prevalecen entre los miembros de una misma sociedad, esté delimitada por un territorio, un Estado-nación, o por la sociedad global de nuestro siglo que a partir de las nuevas tecnologías y otras herramientas

¹²² Pierre Bourdieu, *El sentido práctico*. Madrid: Taurus, 1991, pp. 91-111.

desdibuja las fronteras físicas, pero crea otras virtuales, pues no hay que olvidar que en línea usamos espacios privados cuyos dueños establecen las pautas de lo permitido y lo censurable dentro de ellos, aunque se les dé un tratamiento como si fueran espacios públicos.

Por último, es importante acotar que una práctica de resistencia no necesariamente constituye una práctica radical; de hecho, las librerías que llevan a cabo estas prácticas tampoco se identifican con las librerías radicales, una categoría que cada vez cobra más fuerza para definir a un tipo de establecimiento que es usado como herramienta política de activismo radical, sobre todo para la organización política de un movimiento o agrupación específica.¹²³ En las librerías comunitarias, el activismo puede ser una consecuencia residual de su visión y tipo de actividades, o incluso puede lograr cierta relevancia política formal, como veremos en uno de los casos, pero no necesariamente es su actividad principal ni la librería se creó con el objetivo específico de servir como espacio y plataforma de organización y gestión política, sino que su principal objetivo es generar espacios comunitarios seguros y distintos.

2.1.4 Campo y *habitus*

Cuando hablamos de *espacio social* en el contexto del modelo interpretativo de Pierre Bourdieu, debemos despegarnos un poco de las nociones anteriormente revisadas por Lefebvre para definirlo como un espacio conflictivo de posiciones sociales que se definen las

¹²³ Al respecto, puede consultarse la investigación de Kimberley Kinder, *The Radical Bookstore: Counterspace for Social Movements*. Minneapolis, Minnesota: University of Minnesota Press, 2021, donde se ahonda en la naturaleza de este tipo de librerías y sus características.

unas en relación con las otras. Para Bourdieu, el *valor* de una posición se mide por la distancia social que la separa de otras, inferiores o superiores, por lo que existe un sistema de diferencias sociales jerarquizadas.¹²⁴ Este espacio no es un dato empírico, sino una construcción analítica formada por el propio investigador para analizar las interacciones de agentes específicos, sus estrategias y posiciones en él.¹²⁵

Es decir, para Bourdieu no es un espacio delimitado por una territorialidad específica ni por las interacciones virtuales en una plataforma delimitada, sino un espacio que se analiza desde la visión de un “estructuralismo constructivista” o un “constructivismo estructuralista”,¹²⁶ en el cual las estructuras esbozadas corresponden a estructuras objetivas que se encuentran en el mundo social, independientes de la voluntad de los agentes; mientras que en lo referente al constructivismo, las realidades sociales se entienden como construcciones que integran factores históricos, sociales y económicos —similares al materialismo histórico— que los agentes interiorizan de manera cotidiana.

Así, todos estos elementos conforman una dialéctica complementaria natural entre formas objetivadas (que no se destruyen por la mera voluntad del agente, como las reglas e instituciones) y subjetivadas (representaciones,

¹²⁴ Gilberto Giménez, “La sociología de Pierre Bourdieu”, San Andrés Totoltepec, junio de 1997, documento en línea, disponible en: <https://antroporecursos.wordpress.com/wp-content/uploads/2009/04/bourdieu.pdf>.

¹²⁵ Pierre Bourdieu, *La distinción. Criterios y bases sociales del gusto*, trad. María del Carmen Ruiz de Elvira. Madrid: Taurus, 1988, disponible en: https://pics.unison.mx/maestria/wp-content/uploads/2020/05/La_Distincion-Bourdieu_Pierre.pdf.

¹²⁶ Bourdieu mismo enmarca su trabajo con estos conceptos.

formas de sensibilidad, modos de ser, de pensar, de conducirse).¹²⁷

Todo esto converge en los espacios de la realidad; es la sociedad en sí misma, dentro de la cual podemos, además, delimitar pequeños microcosmos con estrategias propias —acciones no premeditadas— que conforman en sí mismos lo que Bourdieu denomina un *campo*: “un estado de la relación de fuerzas entre los agentes o las instituciones que intervienen en la lucha de la distribución del capital específico”.¹²⁸

En la teoría de campos bourdiana, las estructuras objetivas son el fundamento de las representaciones subjetivas y construyen, a su vez, estructuras que condicionan y coaccionan las interacciones, mientras que estas mismas representaciones subjetivas dan cuenta de todas las luchas cotidianas que, con el tiempo, transforman las estructuras objetivas.¹²⁹ El campo es un espacio con sus propias fronteras y reglas del juego que todos respetan, pero que de ninguna manera son inamovibles, sino que se modifican y reconfiguran con el paso del tiempo y el cambio de posiciones de los agentes que lo integran.

Es decir, es una estructura de posiciones que deriva en un ordenamiento simbólico propio, cuyos agentes tienen prácticas diferenciales que generan relaciones de

¹²⁷ Gilberto Giménez, “Introducción a la sociología de Pierre Bourdieu”, *Colección Pedagógica Nacional*, núm. 37-38, enero-junio/julio-diciembre, 2002, pp. 1-11, disponible en: https://www.uv.mx/cpue/coleccion/N_3738/B%20Gilberto%20Gimenez%20Introduccion%202.pdf.

¹²⁸ Bourdieu, citado en Silvia Elida Pinto y Alicia Esther Pereyra, “Hacia una mirada científica en torno del arte como proceso y producto social”, *Revista Iberoamericana de Educación*, núm. 55/2, 15 de marzo de 2011, pp. 1-10, disponible en: <https://rieoi.org/historico/deloslectores/3346Pinto.pdf>.

¹²⁹ Pierre Bourdieu, “Espacio social y poder”, en *Cosas dichas*, trad. Margarita Mízrahi. Barcelona: Gedisa, 2000, p. 129.

tensión; luchas internas por decidir qué agentes obtienen qué *capitales*, y esto a su vez genera más diferenciadores entre ellos. Sin embargo, estos mismos puntos de vista, estas prácticas diferenciadas visibles en el ordenamiento simbólico, son producto de la posición que cada agente tiene en el campo.¹³⁰

Estas estructuras construidas analíticamente son la representación de lo que hemos naturalizado hasta el punto de hacerlas nuestras sin cuestionarlas racionalmente —lo que llamamos *habitus*—, y nos llevan a desarrollar estrategias, acciones, para movernos a través del campo y con esas mismas reglas del juego en una lucha constante de poder.

Cuando hablamos de estrategias,¹³¹ no nos referimos a acciones planeadas con anticipación y de manera calculada, sino a “líneas de acción” objetivamente orientadas que conforman patrones coherentes y que se hallan enmarcadas en el objetivo común que se persigue en el campo. Estas pueden ser de conservación, en el caso de quienes poseen un mayor capital y desean mantenerlo, o de subversión, para quienes luchan por tomar las posiciones y el capital de los agentes dominantes en una constante lucha de poder.

Así, los *habitus* están conformados por prácticas, actos, de los agentes en una situación determinada, en un tiempo y espacio particulares, orientadas específicamente a lo que sucede en el campo en ese momento; es una mediación que, en palabras de Reyes López, le permite a los agentes “reconocer lo que está en juego,

¹³⁰ *Ibid.*, pp. 127-149.

¹³¹ Pierre Bourdieu y Loïc Wacquant, *Una invitación a la sociología reflexiva*, trad. Ariel Dilon. Buenos Aires: Siglo XXI Editores, 2005.

actuar en consecuencia y protegerse de posibles factores que afectan la dinámica socialmente establecida".¹³²

De esta forma, al campo lo integran estructuras sociales que tienen características objetivas, externas a los individuos que lo conforman y a esa misma estructura, pues se reproducen de manera cotidiana; y una dimensión interiorizada por esos mismos individuos, que conlleva la asimilación intrínseca de las clasificaciones, jerarquías y disposiciones de los agentes en el campo por el sentido colectivo de un objetivo en común; personas que conocen las reglas del juego, las han naturalizado y las reflejan en sus estrategias, comportamientos y acciones, y que se mueven en su campo generando tensiones por la acumulación de un capital específico.

Por otra parte, como hemos mencionado anteriormente, los capitales por los que luchan constantemente se conjugan de acuerdo a la combinación de recursos que cada grupo valore más particularmente; sin embargo, es posible categorizar el capital en tres grupos principales:¹³³

1. Capital económico: referente al capital monetario, dada su universalidad como referente adquisitivo material.

2. Capital cultural: referente a conocimientos de arte, ciencia y prácticas performáticas culturales. Se representa como *bien incorporado*, cuando es asociado a habilidades, gestos y estrategias relacionadas con una

¹³² Mary Carmen Reyes López, "Habitus de los editores de libros y su práctica en el entorno digital", Idónea Comunicación de Resultados, Maestría en Diseño y Producción Editorial, uam-Xochimilco, 2019, pp. 28-32, disponible en: <https://repositorio.xoc.uam.mx/jspui/handle/123456789/22816>.

¹³³ Giménez, "Introducción a la sociología de Pierre Bourdieu", p. 7. Véase también el subtema "Espacio comunitario y prácticas comunitarias", así como las notas a pie 110 y 111.

buenas educación,¹³⁴ o como *bien objetivado*, cuando se poseen bienes materiales relacionados y reconocidos como culturalmente relevantes por el grupo social al que pertenecen. Adicionalmente, en una tercera representación, este capital generalmente toma un valor distinto al institucionalizarse —obtener reconocimiento social— mediante la obtención de grados educativos, diplomas y títulos académicos.

3. Capital social: referente a las redes de vínculos sociales, derivadas de los grupos a los que se pertenece, y el provecho que puede obtenerse de ellas.

Además, en una cuarta categoría, Bourdieu identifica un *capital simbólico*, que surge del reconocimiento que los propios agentes del campo otorgan hacia otros agentes. Este reconocimiento generalmente es una mezcla del capital económico y del cultural, representado en prestigio, “buen gusto”, honorabilidad o cierta autoridad,¹³⁵ pues lo que generalmente hace es consagrarse a su poseedor en una posición privilegiada dentro del campo.

Asimismo, tenemos *bienes simbólicos*, cuya producción y circulación se reconoce como legítima dentro del campo. Estos son percibidos como objetos mercantiles, ya que tienen un valor comercial, pero también, como su nombre lo indica, un valor simbólico, ligado a su valor cultural. Esta categoría es especialmente relevante al hablar de los libros, pues estos son, precisamente, representaciones de capital, tanto para quien los crea como para quien los consume, como veremos más a detalle en unos párrafos.

¹³⁴ Reyes López, “*Habitus* de los editores de libros”, p. 26.

¹³⁵ Bourdieu, “Espacio social y poder”, p. 138.

En realidad, todos los tipos de capital están íntimamente relacionados entre sí y, de hecho, un tipo de capital puede dar pie a otro. Como ejemplos, aunque no de manera limitativa, podemos mencionar el capital económico que puede convertirse en capital cultural al pagar por cursos o cierto tipo de educación que posteriormente se institucionaliza en forma de un diploma; el capital social que puede convertirse en capital económico al obtener un trabajo bien remunerado por medio de conexiones y recomendación de personas bien posicionadas; o el capital cultural que puede convertirse en capital social al impulsarnos a acudir e integrarnos a ciertos grupos sociales con intereses específicos en común.

Hay, en todo esto, una lucha perpetua por la reconfiguración del campo y violencia, por supuesto, aunque esta al no ser física quizá no se perciba como tal. Como mencionamos en el apartado anterior, referente a las prácticas de resistencia, la violencia simbólica consiste en imponer significaciones y legitimaciones normalizadas en el campo por parte de los dominantes hacia los dominados, a fin de que el orden se mantenga. Los agentes dominantes cuentan con los capitales para hacerlo y recurren al “aspecto activo” de los principales sistemas simbólicos de la tradición neokantiana, de la que Bourdieu abreva para este análisis: mitos, lengua, arte y ciencia.¹³⁶

Así, estos sistemas simbólicos tienen una función estructurante de la realidad social porque son estructurados precisamente a partir del simbolismo que llevan y se les otorga para cumplir una función social y política como instrumentos de integración, relacionando sus

¹³⁶ Pierre Bourdieu, “Sobre el poder simbólico”, en *Intelectuales, política y poder*, 1a. ed. Buenos Aires: Eudeba, 1999, p. 66.

producciones simbólicas directamente con los intereses de la clase dominante, con lo que logran asegurar la legitimación de la dominación de una clase sobre otra. Todo esto, gracias a la producción y circulación de bienes relacionados (los bienes simbólicos) que generalmente son producidos *por* los especialistas *para* los especialistas del campo en cuestión, quienes primeramente, compiten por el monopolio de la competencia y, en segundo lugar, se dirigen a los no-especialistas.¹³⁷

Esto último da pie a mencionar cómo el capital establece las condiciones para ser parte del “juego”, como Bourdieu denomina al campo y sus interacciones, así como para hacer rentable nuestro propio capital, lo que hace que el campo sea visto, además, como un mercado de intercambio donde se valorizan nuestros distintos capitales de distintas formas.

Conjuntando todo lo anterior, nos es posible aprender a mirar el mundo en busca de ejemplos claros de diversos microuniversos donde tanto las reglas, acuerdos y disposiciones, estructuras y jerarquías, como las representaciones, códigos compartidos, formas de pensar, modos de ser y disposición a esas jerarquías son claramente perceptibles, así como los capitales por lo que se encuentran constantemente en disputa. Por ejemplo, en el campo de la medicina, existe una clara estructura de posiciones (internos, residentes...) con un *habitus* específico (modos de hablar, detalles compartidos de manera implícita, como el no quitarse la bata de trabajo, la aceptación automática de los internos a su posición inferior en la estructura médica,...) que reproduce de manera institucionalizada los saberes prácticos de la

¹³⁷ *Ibid.*, p. 70.

profesión mediante diplomas, grados y reconocimientos que permiten ascender en la escala de jerarquías.

Encontramos un caso similar en el campo del deporte, en el cual existen posiciones definidas entre aprendices y maestros, profesionales y *amateurs*, con estructuras objetivas bien delimitadas que institucionalizan capitales, como los institutos del deporte que brindan reconocimiento y capacitación a los atletas de alto rendimiento. Por otra parte, es cierto que, de acuerdo a diversos estudios, la mayoría de los atletas que se dedican de manera profesional a algún deporte cuentan con ciertos capitales, tanto económicos como sociales, que les han permitido dedicarse de lleno a ello y no tener que abandonar su carrera por dedicarse a otras actividades u oficios económicos para subsistir.

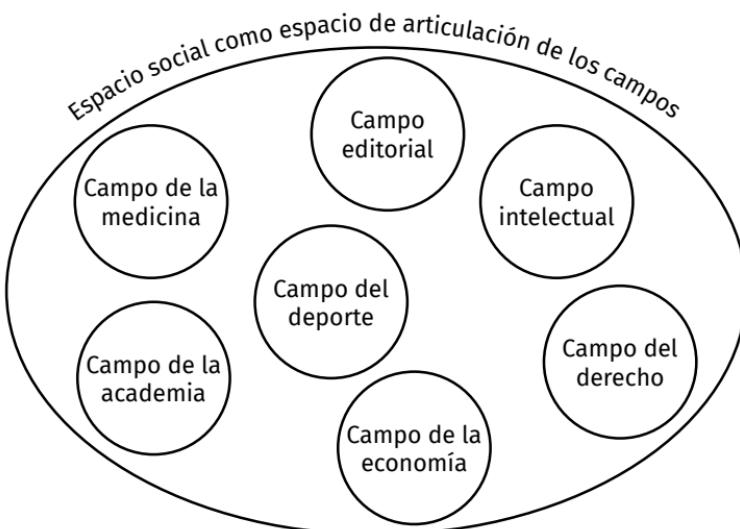


Figura 2. Campos en el espacio social. Los campos mencionados se muestran a manera de ejemplo, más no limitativo, ya que en la práctica existen tantos campos como esferas automatizadas identifique y analice el investigador. Elaboración propia.

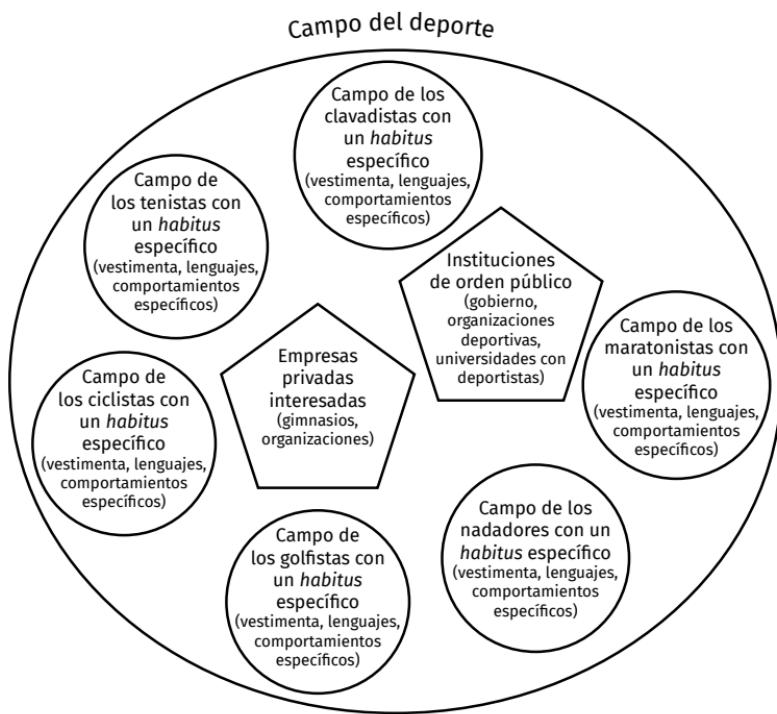


Figura 3. Agentes e instituciones dentro de un campo. Un campo puede, a su vez, atomizarse en nuevos campos dependiendo de las prácticas sociales que cada uno de sus agentes genere para generar distinción entre sus integrantes. Elaboración propia.

Un tercer ejemplo, planteado por el propio Bourdieu, es el campo de los intelectuales y la academia, en el cual existe capital cultural institucionalizado (grados académicos, diplomas) que coadyuva a obtener posiciones al interior del mismo, además de prácticas subjetivadas aceptadas por aquellos que pertenecen o desean pertenecer a él, como la exigencia de una producción académica constante (artículos académicos, prácticas docentes, investigación...), así como bienes simbólicos y el consumo de los mismos (libros...), la misma aceptación y reconocimiento de ese capital, y la lucha constante por

obtener posiciones distintas, cuyo alcance se ve influido muchas veces no solo por el capital cultural con el que cuente el agente, sino por su capital social y la manera en la que estas relaciones le pueden ayudar (o perjudicar); e incluso, en muchas ocasiones, el capital económico acumulado dentro de su historia familiar puede haber influido en la construcción de ese mismo reconocimiento (capital simbólico y social).

Este campo es de interés porque muchos intelectuales forman parte del campo de la producción cultural y, puntualmente, del campo editorial, de los cuales también habla el propio Bourdieu en sus disertaciones, ya que, además de su participación política,¹³⁸ estos poseen capitales (cultural y social, primordialmente) que en el mundo editorial permiten que sus discursos sean amplificados mediante la publicación de libros o artículos lo que, a su vez, les permite continuar acumulando reconocimiento que se traduce en capital simbólico.

Así, es importante observar que los agentes que conforman los campos no se encuentran aislados entre sí; por el contrario, pueden pertenecer a varios campos según su posición, y los campos pueden incluso interceptarse. Es indispensable recordar que esta teoría busca retratar las interacciones sociales y hacer un estudio de ellas, por lo que, como en la vida misma, estas no son estáticas ni se encuentran aisladas unas de otras.

¹³⁸ Pierre Bourdieu, "Las condiciones sociales de la circulación de las ideas", en *Intelectuales, política y poder*, 1a. ed. Buenos Aires: Eudeba, 1999, p. 238. Para Bourdieu, "el intelectual es un personaje bidimensional que solo existe y subsiste como tal si (y solamente si) es investido de una autoridad específica, conferida por un mundo intelectual autónomo (es decir, independiente de los poderes religiosos, políticos, económicos) cuyas leyes específicas él respeta, y si (y solamente si) emplea esa autoridad específica en luchas políticas".

Los campos son una herramienta metodológica para su estudio, y, por tanto, son construcciones del propio investigador.

Asimismo, dentro del propio campo, es posible encontrar, además, microespacios que se conforman en sí mismos como espacios de poder y lucha por el dominio del mismo. Si bien no es posible ni deseable atomizar tanto la noción de *campo* hasta el punto en el que se diluyan totalmente esas “estructuras estructuradas y estructurantes” de las que habla Bourdieu, sí es posible para el investigador delimitar campos nuevos en tanto esas mismas estructuras sigan siendo perceptibles y sensibles a la observación, análisis y delimitación.

En este caso, me permito retomar la idea mencionada por Bourdieu en su estudio del campo editorial¹³⁹ sobre la existencia de un campo de las librerías, partiendo de la premisa de que, así como estas son parte del campo editorial (el cual se conforma por editoriales, lectores, gobierno y otros agentes interesados no solo en la lectura, sino en la generación de capitales a través de esta), también las librerías tienen un campo propio dentro del cual luchan y se posicionan entre sí por la distribución de diversos capitales.

Aunado a esto, sus posturas políticas están asociadas a sus posiciones dentro del campo y pueden ser observadas mediante un orden simbólico, que a su vez se refleja en una estructura específica y en las disposiciones de los agentes; por ejemplo, en el posicionamiento de las grandes cadenas libreras vs. las pequeñas librerías, podemos identificar respectivamente actores dominantes y dominados, cuyos nodos de mayor influencia se

¹³⁹ Pierre Bourdieu, “Una revolución conservadora en la edición”, en *Intelectuales, política y poder*, 1a. ed. Buenos Aires: Eudeba, 1999, p. 238.

generan en función de los capitales que cada uno acumula y cómo estos mismos capitales los relacionan con otros agentes del campo, como la propia Caniem, que funciona como un elemento de legitimación de capitales al brindar un reconocimiento institucional a las librerías y editoriales afiliadas a ella; o la propia Reli, que se encuentra en contraposición a la Caniem, pero también genera un reconocimiento institucionalizado al agrupar a las pequeñas librerías.

Pero, si están en constante lucha, ¿cómo se explica que trabajen juntos en diversos momentos como, por ejemplo, cuando la gran cadena librera El Sótano se alió a las pequeñas durante la contingencia sanitaria por la covid-19, como vimos anteriormente? Esto podría explicarse porque en su convivencia existen, además, lo que Bourdieu denomina “estrategias de condescendencia”, en las cuales los agentes que ocupan una posición superior en el espacio niegan la distancia social existente entre ellos y el resto de los agentes para servirse del reconocimiento que les da la propia negación de la distancia simbólica. Esto se observa frecuentemente en la manera en la que interactúan y se desarrollan, o incluso en frases por parte de los sujetos que no ostentan el poder, como cuando la propia presidenta de la Reli mencionó: “La iniciativa fue de ellos (El Sótano) al saber que la mayor parte de las librerías de la Reli no contamos con una plataforma de e-commerce. Y lo vimos con buenos ojos porque si nosotros no vendemos tampoco ellos lo hacen”.¹⁴⁰

Así, lo que genera diferencias entre ellos es también lo que los une: la búsqueda de reconocimiento y de influencia (capital social) para generar los recursos

¹⁴⁰ Quiroga, “Están en riesgo más de 70% de librerías independientes”, *op. cit.*

monetarios (capital económico) que los posicione eventualmente en el campo no como los dominados, sino como parte de los agentes dominantes.

2.2 Relación de los conceptos principales con las librerías comunitarias

Cuando usted entra en una librería tradicional, lo primero con lo que se topa es con los *best sellers*, aunque jamás compre uno.

Y es que las tiendas físicas están pensadas para responder a los deseos del mítico “consumidor medio”.

Jeff Bezos¹⁴¹

Para entender a las librerías como un campo propio (microcosmos) es indispensable entender su doble naturaleza: como agentes del campo editorial y luego en su propio campo.

En el campo editorial, las librerías son uno de los agentes integrantes: si bien el editor es considerado la figura principal, pues es quien decide qué contenidos/libros se editan, se reproducen y son dignos de ser vistos como una inversión y apuesta, tanto por su valor simbólico como por su valor monetario, las librerías son el principal agente de distribución y circulación de dichos bienes simbólicos.

Los editores son quienes tienen la capacidad y el poder de hacer que un texto, y su autor, tengan existencia pública; el ser *elegido* implica para el autor obtener un capital simbólico que lo diferencia del resto (de los autores

¹⁴¹ Luc Lampriere, “Entrevista a Jeff Bezos, Presidente de Amazon.com: ‘Cada uno de nuestros clientes tendrá una tienda a su medida’”, *El Mundo*, 5 de abril de 1999, disponible en: <https://www.elmundo.es/navegante/99/abril/05/amazon.html>.

no publicados) y por ello obtiene reconocimiento; paralelamente, ese reconocimiento depende del reconocimiento y el prestigio que tenga el editor que lo seleccionó, lo cual generalmente está directamente relacionado con los autores que haya publicado anteriormente y la manera en la que estos se han consagrado en el gusto del público. A manera de retroalimentación, el prestigio de los autores aumenta el prestigio y el reconocimiento social del editor, lo que incide en el capital simbólico de ambos y generalmente se traduce en un aumento de capital económico, en ganancias para la editorial y regalías para el autor.¹⁴²

Así, en el campo editorial, encontramos agentes de distintos tamaños y distinto poder, dependiendo de la acumulación de capitales que tengan; de esta manera, se establece quiénes son los agentes dominantes y quiénes los dominados (por lo regular, pequeños editores, novatos, cuyas decisiones pesan muy poco en la manera en la que se desenvuelve el juego y sus reglas dentro del campo, pero que son reconocidos por otras cualidades, como la curaduría de los contenidos que publican).

Por supuesto, los mecanismos de selección en las editoriales varían de una empresa a otra y se utilizan diversos *dispositivos institucionales*: el editor mismo, los lectores, comités dictaminadores, directores de colecciones, especialistas en género de la editorial, pero también en ventas, mercadotecnia y otros puestos de relevancia que atienden el aspecto comercial, pero que no necesariamente son expertos en la literatura que publican.

Estos dispositivos —su tamaño y la forma en la que están conformados— es lo que hace que una editorial publique títulos que se inclinen más hacia la literatura

¹⁴² Bourdieu, “Una revolución conservadora en la edición”, pp. 223-264.

de expertos que le hablan a sus pares, hacia la audiencia interesada en sus temas, aunque estos no sean muy populares, o hacia títulos más comerciales dirigidos a un público más amplio y cuyo objetivo general es la venta masiva de ejemplares.

Tomar una decisión u otra conlleva algún tipo u otro de violencia simbólica: una vez alcanzada la estabilidad económica, es necesario aferrarse a ella, por lo que las editoriales que se decantan por los temas comerciales generalmente deciden publicar *best sellers*, lo que no solo les genera ganancias económicas, sino que permite que sigan acumulando capital simbólico y atrayendo a plumas reconocidas que deseen ser publicadas por ellos; pero, a su vez, esto provoca que se encuentren cada vez más imposibilitados para publicar contenidos que quizá los integrantes del comité literario encuentren interesantes, aunque su público no sea muy amplio, y desemboca en que el dispositivo institucional de selección de contenidos esté conformado cada vez más por expertos en ventas, pero no necesariamente en los contenidos textuales. Estas editoriales generalmente son las más grandes y las de mayor historia, las que con el paso del tiempo han logrado generar un catálogo que las distingue.

Por otra parte, los pequeños editores, que no cuentan ni con el capital económico ni con el capital simbólico para atraer autores de renombre, generalmente se inclinan por publicar textos menos comerciales, pero que consideran relevantes para la difusión de la producción intelectual o artística que mejor se apegue a sus valores, en la libertad que les otorga el no tener que obedecer a los cánones comerciales del mercado, aunque, en contraparte, sufran constantemente por el acecho continuo de la quiebra económica y porque sus estrategias en el campo no tienen un

peso preponderante para cambiar las reglas del juego en el corto ni el mediano plazo, hasta que logren consolidar un capital simbólico lo suficientemente reconocido como para poder cambiar su posición en el juego.

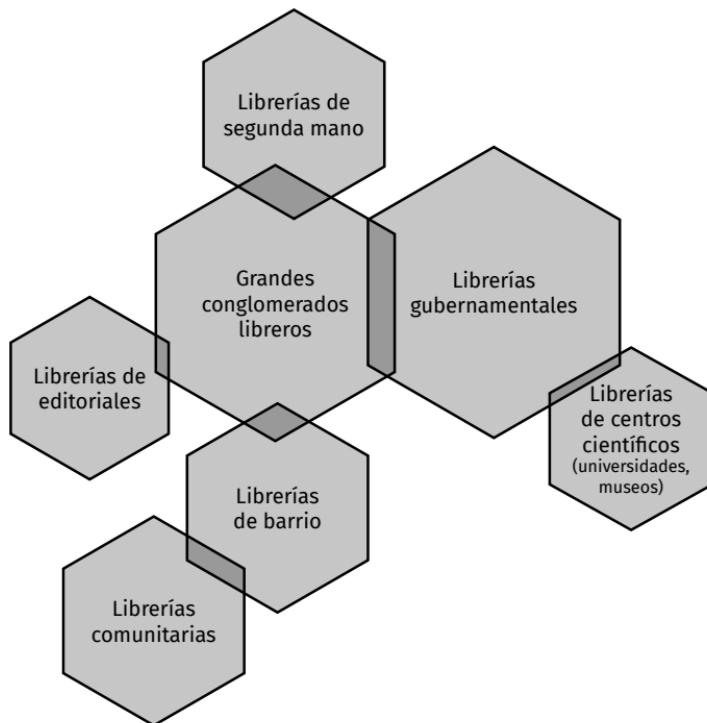


Figura 4. Propuesta de modelo visual del campo de las librerías en México y sus intersecciones. Dentro del campo establecido, los actores se diferencian entre sí de acuerdo con diversos factores que permiten categorizarlas en grandes rubros; sin embargo, comparten características que permiten que se mantengan interconectadas aun en la lucha por distintos capitales. Elaboración propia.

De manera muy general,¹⁴³ en el estudio que Bourdieu realizó con datos estadísticos, bibliográficos y estadísticos

¹⁴³ *Ibidem*. Me he permitido tomar los aspectos generales de dicho estudio sin ahondar en ello dado que no es el objeto principal de esta investigación, pero las categorías y los datos mencionados funcionan como una puerta de entra-

obtenidos por Paul Dirkx, encontramos diversos elementos que resultan similares para el estudio de las librerías en su propio campo, sobre todo en cuanto a las categorías de estudio, aunque es importante reiterar que la construcción de cada campo obedece a un espacio y tiempo determinados por el investigador, por lo que, aunque algunas de las categorías y condiciones propuestas anteriormente puedan tomarse como base o punto de partida, de ninguna manera son las mismas y cambian con el devenir del campo, ya que también habrá otros elementos que el propio investigador sea capaz de determinar.

Con base en el esquema que Pierre Bourdieu presenta en su investigación con respecto a la influencia de las editoriales francesas, se propone el mapa de influencia de los principales tipos de librerías (Figura 4), a partir de algunos ejemplos reconocidos en México y de acuerdo con la acumulación de diversos capitales. Este plano cartesiano toma en cuenta el espacio que ocupan en el campo según tipo de capital que poseen y con base en las siguientes características:

1. Presencia y distribución geográfica: La cantidad de locales en una región y cómo están distribuidos en el territorio mexicano pueden indicar la accesibilidad y el alcance de estas librerías.

da al estudio del campo de las librerías. Por otra parte, es recomendable que cualquier persona interesada se acerque a Bourdieu para tener un panorama mucho más profundo del campo editorial y la trama de relaciones entre editores, librerías y otros agentes, a fin de entender la distribución de capitales y cómo esto repercute en las estrategias de cada uno en su lucha por volverse un agente dominante en el campo, al tiempo que lo restringe y limita para poder tomar otras estrategias que desea, incluso para quienes ya lo dominan.

2. Tamaño y popularidad de las cadenas: Librerías más grandes y conocidas, como Gandhi y El Sótano, suelen tener mayor influencia debido a su reconocimiento de marca y la cantidad de sucursales.

3. Diversidad de oferta: La variedad y cantidad de libros disponibles en una librería puede afectar su capacidad de atraer a diferentes tipos de lectores y satisfacer sus necesidades.

4. Eventos y actividades culturales: Las librerías que organizan presentaciones de libros, charlas con autores, talleres y otras actividades culturales tienden a ejercer una mayor influencia en sus comunidades.

En este caso, dentro del campo de las librerías podemos encontrar, primero, la lucha constante que existe por determinar quién puede ser llamado “librero” y quién es solo un “especulador de bienes ajenos”, como revisamos en el capítulo anterior con base en la columna de opinión publicada en *La orquesta* en 1866. Sin embargo, hoy en día, la lucha por el capital simbólico que viene con el reconocimiento de ser un “librero” no solo se limita a libreros de novedades vs. libreros de segunda mano, sino a libreros vs. vendedores de libros —es decir, aquellos que comercian el producto *libro* como lo harían con cualquier otra mercancía y, por lo mismo, no “conocen” los libros, no son letrados, y solo buscan los títulos que el cliente solicita en una base de datos, pero son incapaces de hacer recomendaciones personalizadas—; de estos últimos se dice con frecuencia que se encuentran en las grandes cadenas libreras o en las tiendas departamentales.

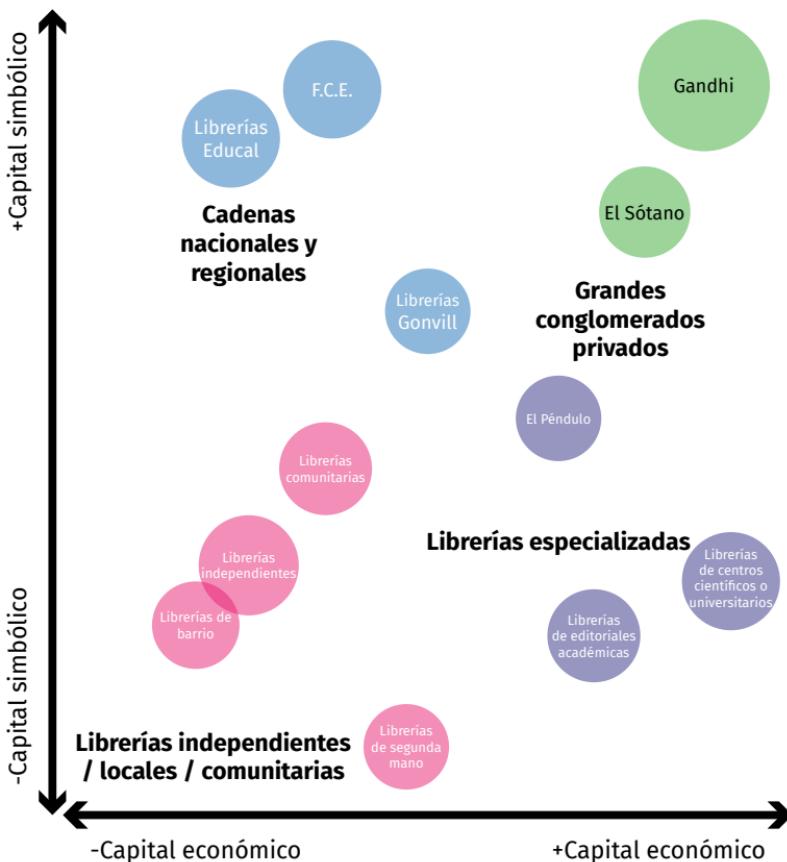


Figura 5. Mapa de influencia de librerías en México. Elaboración propia a partir de un análisis realizado por IA en conjunto con datos tomados de Hernández, “Mapa de las librerías en México”, *op. cit.*

Esta distinción —modo de pensar, ser y hacer— es una idea generalmente compartida por los libreros sin importar de donde vengan, por lo que es uno de los principales indicadores del *habitus* existente: el “verdadero” librero entiende la naturaleza dual del libro, como bien económico y como bien simbólico, por lo que se dedica a conocer su mercancía a fondo para no solo venderla, sino recomendarla e integrarse a las discusiones que

se mantienen en los círculos intelectuales de autores, editores y lectores, lo que a su vez desemboca en que acumule un gran capital cultural.

En palabras de Alba Inés Arias Figueroa, librera de Lerner, en Colombia:

El rol de los libreros es de gran importancia, pues son quienes le ponen el alma a una actividad que sin mística derivaría en lo prosaico. Esa mística de ser librero. La profesión, el oficio y la formación 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.¹⁴⁴

Es indudable que las librerías no solo compiten en la venta de libros con otras librerías físicas, sino con muchos otros modelos de distribución, desde tiendas electrónicas y grandes conglomerados multimedia hasta la distribución realizada por las propias editoriales, tanto de forma física como electrónica, distribuidores particulares e incluso el propio gobierno.

Por otra parte, en lo que corresponde a la formación del campo, a partir de 2004 y hasta la actualidad, el término “librería de barrio o independiente” ha ido en auge. Un evento clave para ello fue la fundación de

¹⁴⁴ Tomás Granados y Francisco Goyanes (comps.), *De librerías y libreros. Encuentros y pasiones*, 1a ed. Guadalajara, Jalisco: Universidad de Guadalajara, Editorial Universitaria, 2019, disponible en: https://simehbucket.s3.amazonaws.com/miscfiles/de-librerias-y-libreros_q86jmvsu.pdf.

Amazon y su incursión en el espacio comercial del libro, pues esta plataforma propuso esta etiqueta de autoidentificación para los proyectos libreros que no forman parte de ninguna cadena librera y que surgen de un proyecto vocacional de quienes las instalan, conforman y manejan con una gestión distinta, tanto en lo administrativo como en la curaduría, el servicio al cliente y, en general, en sus operaciones del día a día.

Sin embargo, existen muchos otros tipos de librería de acuerdo con la clasificación revisada en el capítulo anterior, y el término “de barrio o independiente”¹⁴⁵ abarca, a su vez, diversos tipos de librerías que pueden perseguir objetivos diferentes, con herramientas y posiciones distintas, que luchan por los capitales existentes, pero bajo valores y estrategias diferenciadas. Por lo tanto, al igual que en el campo de las editoriales, pueden existir agentes (librerías) que se consideran más o menos neutros al tomar una postura que no busca complacer necesariamente ni a las exigencias estéticas ni a las de emancipación, que estarían relacionadas con la visión de un ente en resistencia frente a los agentes cuya base es la acumulación de capital económico.

Esto se vuelve especialmente relevante cuando consideramos a la librería, y sobre todo al librero, en la perspectiva dual de la que hemos hablado: como distribuidores de bienes materiales y simbólicos, además de agentes de poder dentro del sistema cultural, pues se encargan de filtrar, seleccionar, curar y difundir las ideas que consideran pertinentes, de acuerdo con su sistema de creencias

¹⁴⁵ Existen diversos testimonios en los que se establece, incluso, que una librería puede ser independiente en cuanto a no pertenecer a ningún conglomerado librero, pero no necesariamente ser de barrio si no tiene una relación estrecha con la comunidad del espacio geográfico donde se encuentra.

y valores, pero sobre todo dentro del juego de reconocimiento simbólico de su gremio y su comunidad, cuyos integrantes los habilitan como una persona con el capital cultural necesario para llevar a cabo estas acciones de “amplificación”, en cuanto a que, gracias a su selección para venta y, además, por su recomendación directa, puede dar a conocer a ciertos autores, ideas y posturas.

De manera similar a cómo Bourdieu aborda al traductor o incluso al prologuista como figuras de cierta autoridad en el mundo editorial, pues no solo llevan a cabo la labor de traducir un texto, sino de trasladarlo de un contexto específico a otro, e interpretarlo para ponerlo a disposición de una población lectora que muchas veces no es a la que originalmente estaba dirigida la obra, pero que, con su intervención, logra acercarla al contenido, el librero también reubica libros y materiales de distintas índoles de un espacio intelectual (el del autor) a otro (el del lector).

Por supuesto, esta selección no es del todo libre, pues se encuentra enmarcada en las propias estructuras estructurantes que han construido al librero: sus propias inclinaciones políticas, valores, capital social y cultural, intereses, enfoque y prioridades.

En el caso de las grandes cadenas libreras, estas se caracterizan por ofrecer una selección de *best-sellers* que permitan maximizar las ganancias económicas frente a la selección de ciertos contenidos de nicho; mientras que las librerías de barrio e independientes generalmente se enfocan en realizar una curaduría mixta, que incluya materiales de venta frecuente que les permitan capitalizarse lo suficiente como para mantenerse a flote y materiales muy específicos que atiendan las necesidades y los intereses particulares de la población circundante.

Un caso aparte son las librerías de segunda mano, ya que generalmente seleccionan sus materiales no solo con base en su contenido, sino ponderando su materialidad y su valor como objeto fetiche o de colección. Entre otras características que lo hacen deseable, se encuentran el nivel de cuidado, el número de edición, el autor, si está autografiado o no, el año de publicación, lo raro del tomo por su escasez o incluso por los errores de la edición, o un tipo específico de encuadernación que diferencia a un ejemplar del resto del tiraje que lo acompañaba.

Así, con todo lo anterior, me permito proponer la clasificación de la “librería comunitaria”¹⁴⁶, para hacer énfasis en algunos proyectos específicos, que defino de la siguiente manera:

Aquellos proyectos en los que no solo se llevan a cabo interacciones sociales de orden común para ese tipo de espacios, como intercambiar opiniones y dialogar sobre los libros, o proporcionar espacios para el encuentro de pequeños grupos de personas mediante la venta de café y alimentos, o la oferta de otras actividades culturales; sino que llevan a cabo acciones adicionales para cultivar interacciones que retomen una postura política con un objetivo claro asociado con la participación social¹⁴⁷ de las personas que comparten los valores de dicha librería.

¹⁴⁶ Vale la pena recordar que, como se mencionó en la introducción, para fines de esta ICR no se emplea el término “comunitario” en su acepción ligada a una forma de organización desde la comunidad, sino de espacios cuya finalidad es trabajar para una comunidad en específico.

¹⁴⁷ Entendemos por *participación social* “aquellas iniciativas sociales en las que las personas toman parte consciente en un espacio, posicionándose y sumándose a ciertos grupos para [apoyar] determinadas causas que dependan [...] en la práctica del manejo de estructuras sociales de poder. La participación se en-

Es decir, en estas librerías se organizan círculos de lectura focalizados en temas de interés como literatura feminista o solo para mujeres o sobre temas de poblaciones vulnerables; se venden productos alternativos como café, pero de pequeños productores de la misma comunidad; se abren espacios al diálogo y conversatorios, pero con una intención política clara de modo que el debate sea sobre temas sociales de interés para poblaciones específicas, como los derechos humanos; se venden libros, pero la curaduría y la selección se basan en ciertas temáticas y posturas políticas que oponen resistencia al sistema hegemónico (el capitalismo neoliberal) y lo que este implica para la lucha de clases.

En este contexto es donde ubico a las tres librerías de las cuales realizaré un análisis en el siguiente capítulo y que he denominado “comunitarias”, en el marco de la definición propuesta: El Astillero, en Torreón, Coahuila; Somos Voces (anteriormente Voces en Tinta), en Ciudad de México; y El Entusiasmo, en Xalapa, Veracruz.

Pero más allá de estos casos específicos, ¿por qué hay que reconocer la labor de estas librerías como prácticas de resistencia? La respuesta se encuentra en el modo en que se han insertado en sus comunidades, apelando a la identidad de las mismas y atendiendo las problemáticas específicas que las aquejan.

Para Amílcar Cabral, “en la formación y [el] desarrollo de la identidad individual o colectiva, la realidad social

tiende hoy como una posibilidad de configuración de nuevos espacios sociales o como la inclusión de actores sociales en los movimientos sociales, gubernamentales y no gubernamentales, o como la presencia en la esfera pública para reclamar situaciones o demandar cambios”. Tomás Villasana, “Ciudades para un Futuro más Sostenible, Participación e integración social”, 1997, en Laura Mendoza Kaplan, “Barrio, Identidad y Convivencia. Un proceso formativo transdisciplinario en torno al proyecto de espacios comunitarios”, tesis de doctorado, UNAM, 2013.

es un agente objetivo, resultado de los factores económicos, políticos, sociales y culturales que caracterizan la evolución o historia de la sociedad en cuestión”¹⁴⁸ Estas librerías han dedicado sus esfuerzos a crear prácticas creativas que atiendan las problemáticas de sus comunidades; a entender, mediante el arte y la reflexión, todos esos factores que han moldeado y dan identidad a su comunidad; a respetar esa identidad y a iniciar el debate de aquellos puntos donde es necesario cambiar el rumbo, como en la normalización de la violencia o la desocupación juvenil. Todo esto pese al poco apoyo con que cuentan por parte de instituciones gubernamentales y las bajas utilidades que generan.

Sus actividades van desde la creación de círculos de lectura, talleres para que los más pequeños tengan un lugar donde hacer sus tareas después del horario escolar, conversatorios y foros sobre vulnerabilidades de la población, presentaciones de libros, talleres de psicopedagogía, o estrategias de precios accesibles para sus visitantes. Por supuesto, los valores de la librería se ven reflejados también en el tipo de materiales que ofertan.

Si bien es posible encontrar grandes éxitos editoriales en sus anaquelés, estos se encuentran mezclados con ejemplares de editoriales independientes, libros infantiles y juveniles, de filosofía o de pedagogía, y lo más importante: los libros no son el fin último y la labor librera no termina con la venta de uno de ellos; son un medio, una herramienta.

¹⁴⁸ Amílcar Cabral, *Cultura y liberación nacional*. México: Escuela Nacional de Antropología e Historia, 1981. (Colección Cuiculco), en Luis Román Rabanaque, *Comunalidad*, capítulo 2: “Resistencia india y comunalidad: hacia su estudio y desarrollo”, Oaxaca: s. p. i., 2003, p. 44.

Citando a Néstor García Canclini, “la literatura y el arte dan resonancia a voces que proceden de lugares diversos de la sociedad y las escuchan de modos diferentes que otros, hacen con ellas algo distinto que los discursos políticos, sociológicos o religiosos”¹⁴⁹ Es decir, los libros son el vehículo para abrir un espacio a la posibilidad del cambio de rumbo; para cuestionar lo cotidiano o para defendarlo.

Con el fin de establecer un vínculo con su comunidad, reitero, estas librerías recurren a la planeación, creación y difusión de prácticas creativas. No obstante, es importante hacer notar que, a raíz de ello, es posible que también sean percibidas o adopten el papel de opositores, de entes en resistencia, frente a las condiciones sociales y políticas en las que viven sus comunidades. Es decir, dentro de toda la gama de prácticas creativas que llevan a cabo, muchas de ellas se relacionan con prácticas de resistencia: mediante pequeñas modificaciones a las prácticas cotidianas del contexto de violencia donde surgen como fuerzas en oposición, llevan a cabo prácticas para cuestionar constantemente su realidad, para desprenderse de la realidad subjetiva en la que se encuentran y crear una nueva, o al menos, como indica Butler, para hacer llamados a la movilidad que no terminan con las desigualdades *de facto*, pero que prefiguran la conversación en torno a esas desigualdades y la posibilidad de un cambio.¹⁵⁰

¹⁴⁹ Nestor García Canclini, “¿De qué hablamos cuando hablamos de resistencia?”, RevistArquis, vol. 2, núm. 1, 2013, p. 14, disponible en: <https://archivo.revistas.ucr.ac.cr/index.php>

¹⁵⁰ Judith Butler, *Sin miedo: formas de resistencia a la violencia de hoy*, trad. Inga Pellisa Díaz. Barcelona: Taurus, 2020.

Además, dado el contexto comercial en el que se desenvuelven, en el que se requiere capital económico para seguir sosteniendo las librerías, es importante puntualizar su capacidad para ser sostenibles, no en cuanto a la obtención de grandes utilidades, pero sí en cuanto a la posibilidad de seguir gestionando proyectos culturales, que es el fin básico de este tipo de empresas.

Aunque una pregunta insalvable siempre será sobre el cómo pasar de la experiencia sensible a cambios estructurales en el largo plazo, estas librerías logran sembrar la semilla del diálogo y la reflexión, a través de la literatura y otras expresiones artísticas, en espacios históricamente azotados por la violencia y condiciones socioeconómicas desfavorables. En ello radica su aportación social y el valor para ser estudiadas.

Por último, es importante puntualizar que, en el entendido de que campo y *habitus* son indivisibles, pues la internalización de este genera la externalización de aquel y viceversa, el siguiente paso lógico sería el de definir ampliamente el *habitus* de los libreros y, en específico, de los libreros comunitarios. Sin embargo, esto requeriría una investigación de largo aliento mucho más profunda y específica, con una muestra mucho más amplia para determinar de manera fina los elementos internalizados y reproducidos, así como las definiciones cognitivas y formas de ser y hacer específicas, que conforman de manera íntegra la dupla campo-*habitus*.

Es por eso que, metodológicamente hablando, me permito centrar esta primera investigación en el campo. Sin embargo, es indiscutible que existen cientos de testimonios de libreros en los que se pueden encontrar elementos en común, como los que hemos mencionado a lo largo de este capítulo, y que ellos mismos consideran

como diferenciadores particulares que les posibilitan despegarse de quienes son “vendedores de libros”.

Además, se observan desde hace algunos años varios atisbos de una institucionalización y legitimación de los saberes prácticos del librero; es decir, hay prácticas recurrentes compartidas por los libreros que poco a poco se ha ido objetivando y, en esa recurrencia, adquieren una organización que, al ser reconocida por otras organizaciones, sobre todo prestigiosas, toman forma de prácticas homogéneas aceptadas por los miembros del campo. Dan cuenta de ello los diplomados para libreros, como el de la Reli-UANL, los cursos del Instituto de Desarrollo Profesional para Libreros (Indeli), o los múltiples conversatorios, talleres y laboratorios instrumentados por diversas instituciones educativas, no solo en México, sino en Latinoamérica, como la Escuela de Libreros y Libreras del Instituto Cultural de Buenos Aires, en Argentina.¹⁵¹

Todas estas acciones permiten ir identificando de manera más clara, gradualmente, esquemas de percepción compartidos, derivados de esa larga disputa —aún irresoluta— que venimos arrastrando desde 1866 entre libreros —agentes con nociones de distinción preconcebidas por ser en el ideal personas leídas, cultas, intelectuales— y vendedores de libros.

¹⁵¹ Redacción, “Abrió la inscripción a la escuela de libreros con cursos de capacitación a distancia”, *El Destape*, 1 de marzo de 2024, disponible en: <https://www.eldestapeweb.com/cultura/argentina/abrio-la-inscripcion-a-la-escuela-de-libreros-con-cursos-de-capacitacion-a-distancia-20243115470>.

Estudios de caso

3. Estudios de caso

Quizás estamos en un momento en que necesitamos estrategias colectivas para poder estar solos, para poder hacernos dueños de nuestra soledad y poder, así, inventar nuestros cómplices. Desde aquí, tiene sentido defender una apuesta colectiva por la lectura y desarrollar estrategias situadas que nos hagan capaces de atravesar los intentos de destruirla, de distraerla y de codificarla.

Marina Garcés¹⁵²

Las librerías que aquí se presentan como estudios de caso fueron elegidas porque han demostrado tener las siguientes características en común:

1. Forman parte de lo que inicialmente se denominó “librerías independientes”, al no ser parte de ningún conglomerado multinacional o cadena librera.
2. Tienen una postura política clara con respecto al tema de los cuidados y atención a una comunidad o población vulnerable.

¹⁵² Común (*sin ismo*), 1a ed. Chiapas: Pensaré Cartoneras, 2014, disponible en: https://issuu.com/pensarecartoneras/docs/marina_0.5_22ago14.

3. Con el paso del tiempo, han mantenido dicha postura y esta se ve reflejada tanto en los libros y materiales que ofertan como en las actividades que realizan, así como en la información que publican y difunden en sus redes sociales.

4. La librería es un esfuerzo económico por parte de sus fundadores, lo cual se traduce en un modelo de negocio cuya expectativa principal no es generar capital económico, sino mantenerse a pesar de la falta de él y sin desistir en sus objetivos como proyecto alrededor de una comunidad.

5. En la dinámica de la librería, existe un desarrollo claro de prácticas creativas y de resistencia ante agentes y dispositivos de dominación hacia ella y la comunidad en la que se encuentra, sea desde el propio sistema económico, otras librerías y editoriales, o agentes más grandes y difíciles de identificar como el propio gobierno y sus políticas públicas o grupos de poder en la comunidad misma.

Para estudiarlas, se realizó una investigación cualitativa, basada en un modelo de etnografía con observación participativa en campo, por medio de entrevistas semi-dirigidas a los encargados de las librerías, así como la asistencia a los espacios para realizar el registro de su disposición, material, actividades ofertadas e interacción con los asistentes. Las entrevistas versaron sobre las siguientes temáticas y tuvieron las siguientes preguntas como guía:

TEMA	PREGUNTAS
Historia	¿Cómo nació la librería?
Tipos de librerías y configuración actual	¿Por qué una librería?
	¿Cuál ha sido su historia hasta ahora? Momentos representativos y coyunturales
	¿Cuáles son sus valores y filosofía?
Gestión	¿Cómo ha sobrevivido hasta ahora? Económicamente hablando
	¿Cómo sobreviven los dueños? ¿Tiene proyectos alternativos?
Política y comunidad	¿Cuál es su postura política? ¿Por qué es importante?
Prácticas creativas, de resistencia, comunidad	¿Qué tipo de actividades realizan para apoyar esta postura?
	¿Cuál ha sido el recibimiento por parte de la comunidad?
	¿Considera que se ha creado una comunidad alrededor de la librería? ¿Cómo la identifican o describen?
	¿Qué necesidades comunitarias atienden?
	¿Considera que ha tenido un impacto significativo dentro de la comunidad en la que se insertan?
Campo	¿Cuáles son las perspectivas a futuro para la librería?
	¿Cuál es su relación con otras librerías?
	¿Qué elementos cree que la diferencian de otras librerías?

Tabla 2. Preguntas guía para las entrevistas semidirigidas a los encargados de las librerías. Elaboración propia.

Por otra parte, también se llevó a cabo la observación y el registro de los materiales que muchas veces ellos mismos han producido para hablar de sus experiencias, de su actividad en redes sociales, el contenido de la página web (en caso de tenerla), la información que difunden, la interacción con sus seguidores y públicos, así como de las menciones en otros sitios web y los resultados obtenidos al realizar una búsqueda en la red.

Todo esto se presenta de manera narrativa, ya que las entrevistas muchas veces desembocaban más en una conversación libre que no se ceñía de manera estricta al formato de pregunta-respuesta, sino donde se compartían reflexiones, experiencias, preocupaciones o surgían preguntas y cuestionamientos nuevos.

Se acompañan con el registro visual y la evidencia correspondiente, a veces proporcionada por los propios entrevistados o tomado de sus páginas con autorización; a veces, de mi propio registro.

Tras la presentación de los materiales, se plantea un análisis para entender cómo se posicionan ante sí mismas, entre ellas, frente a otras librerías independientes y, sobre todo, frente a la estructura de campos en la que participamos todos los involucrados en el sector cultural y, particularmente, en el sector editorial.

3.1 El Astillero¹⁵³

Ubicación: Torreón, Coahuila. México.

Entrevistada:

Ruth Castro (socia fundadora y dueña actual)

Fecha de las entrevistas:

2017-2024 (de manera intermitente)

Página web:

<https://www.elastillerolibros.com/?lightbox=i4thk>

Redes sociales:

Facebook <https://www.facebook.com/elastillerolibros/>;

Instagram <https://www.instagram.com/astillerolibros/>

Enclavada en la ciudad de Torreón, en el estado de Coahuila, la librería El Astillero nace un 15 de agosto de 2014, durante uno de los mayores periodos de inseguridad a causa del narcotráfico en la región.

Caracterizada por el ecosistema desértico del norte de México, Torreón es la segunda ciudad más poblada del estado y forma parte de lo que se conoce como la zona metropolitana de La Laguna, conocida así por las

¹⁵³ Desafortunadamente no he tenido la oportunidad de visitar El Astillero presencialmente. Las entrevistas a Ruth se han dado a lo largo de diversos años en el marco de reuniones en la FIL Guadalajara, donde la conocí por primera vez en 2017 cuando se acercó al stand de la editorial donde yo trabajaba para seleccionar libros para El Astillero; otras han ocurrido en visitas de Ruth a la Ciudad de México, por encuentros fortuitos en otras ciudades e incluso por medios digitales como Skype. También he tomado información de sus redes sociales públicas y de notas o sitios web donde se les ha mencionado, como indican las referencias correspondientes.

Si bien he tratado de mantener un tono objetivo en la descripción de la librería y de Ruth como librera, es importante reconocer que mi relación con ella va más allá de la de investigadora-persona participante en el estudio; para mí, es una colega admirada por su actividad en el mundo editorial e incluso la considero una amiga. Sirva esta nota al lector como una de autorreconocimiento, dentro de lo que Bourdieu denomina la autobjetivación necesaria del investigador como participante de su propio campo.

13 lagunas que existían anteriormente en la región. Actualmente la Comarca Lagunera —otro de los nombres de la zona— está integrada por 15 municipios, de los cuales diez están al noreste de Durango y cinco al suroeste de Coahuila,¹⁵⁴ y es conocida por su actividad minera y agropecuaria... así como por sus altos índices de inseguridad. A la fecha, la tranquilidad ha ido restableciéndose, pero los años más inciertos han dejado una marca permanente en su población, que apenas hoy comienza a recuperarse del estrés postraumático de la violencia en las calles.

Desde 2009, las balaceras eran una parte triste de la cotidianidad en la ciudad, que incluía ataques a la propia policía.¹⁵⁵ La Policía Federal llevaba semanas alojada en la zona, en el Hotel Palacio Real, debido a los constantes enfrentamientos entre el cártel de Sinaloa y el de los Zetas. Debido a ello y al crecimiento hacia las afueras de Torreón, el centro se encontraba prácticamente abandonado; la gente tenía miedo de pasar por las calles y había muy pocos negocios en la zona.

Precisamente durante uno de los momentos de mayor violencia, en noviembre de 2012, surge el proyecto “Moreleando, de vuelta al centro”, en el que tres ciudadanos se proponen “recuperar las calles de Torreón a través del arte y la cultura”,¹⁵⁶ en especial la avenida principal

¹⁵⁴ Redacción, “Comarca Lagunera ¿Qué municipios conforman La Laguna y cuál es la importancia de la zona?”, Excélsior Digital, 26 de mayo de 2022, disponible en: <https://www.excelsior.com.mx/nacional/comarca-lagunera-que-municipios-conforman-la-laguna-y-cual-es-la-importancia-de-la-zona>.

¹⁵⁵ Daniel Herrera, “Moreleando o cómo recuperar las calles de una ciudad en ruinas”, *Letras Libres*, 17 de diciembre de 2014, disponible en: <https://letraslibres.com/revista-espana/moreleando-o-como-recuperar-las-calles-de-una-ciudad-en-ruinas/>.

¹⁵⁶ Secretaría de Desarrollo Agrario, Territorial y Urbano (Sedatu) y Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ), “Moreleando, de vuelta al centro”, en *Ciudades para la movilidad: mejores prácticas en México*, documento en

del centro, Avenida Morelos, que en las décadas de 1950 y 1960 fue el punto de reunión principal y por la cual se acuñó el término “morelear”, para referirse a dar paseos y organizar caminatas por esa avenida.¹⁵⁷

Ruth Castro —gestora cultural, escritora y librera— fue invitada a participar junto con otros amigos y escritores en las actividades de esta iniciativa. Comenzó vendiendo libros y fanzines que realizaba con un grupo de personas que conoció en la Escuela de Escritores y con quienes editaba el fanzine *PalabraCadabra*. Posteriormente formaron la agencia de servicios literarios Amanuense, donde editaría también sus propios libros.

Luego, junto con su entonces socio, el escritor Fernando de la Vara, decide abrir una librería que no solo sea un punto comercial para la venta de libros, sino un espacio de experimentación literaria y artística alrededor de la cultura escrita, a la vez que un espacio seguro para algunas de las comunidades de la ciudad que se encuentran en mayor necesidad de este tipo de espacios.

En este contexto, se funda El Astillero, la única librería de barrio/centro cultural de Torreón en ese entonces, ya con cierto reconocimiento por parte de los asistentes a Moreleando, aun cuando el local todavía no se hallara

línea, s. f., disponible en: <https://iki-alliance.mx/wp-content/uploads/31-Torre%C3%B3n-Coahuila.-Moreleando-de-vuelta-al-centro.pdf>.

De acuerdo con las entrevistas a Castro, así como con la recuperación de distintos documentos, Moreleando surge como una iniciativa para “tomar” las calles, “recuperarlas” del narcotráfico y hacer comunidad, reactivar la economía y, sobre todo, como una forma de resistencia civil ante la inseguridad provocada por la violencia armada que tenía a los habitantes en una especie de “toque de queda” que les impedía realizar su vida cotidiana sin el miedo a que en cualquier momento, como sucedía frecuentemente, se suscitara una balacera o algún otro evento violento. En palabras de Castro, “si todos salíamos al mismo tiempo, entre todos nos cuidábamos”. (Ruth Castro, entrevista realizada en 2018 en persona durante la fil Guadalajara. Archivo personal)

¹⁵⁷ Sedatu y GIZ, “Moreleando, de vuelta al centro”.

abierto al público y con la iniciativa de los paseos en pausa. Hasta ese momento solo existían dos tipos de librerías en Torreón, como dan cuenta testimonios de lectores frecuentes: las de novedades y las tradicionales, que ofrecían además un espacio de encuentro y alternativas editoriales de libros menos buscados, como la librería Otelo o El Libro Usado;¹⁵⁸ pero ninguna generaba talleres, conversatorios y encuentros como El Astillero.



Publicación de El Astillero Librería, Palabracadabra Fanzine literario y Amanuense agencia editorial, proyectos que iniciaron en Moreleando. Tomada con fines ilustrativos de <https://www.facebook.com/elastillerolibros>.

¹⁵⁸ Vicente Alfonso, "Un Astillero en el desierto", en Ruth Castro (comp.), *Lectura y comunidades. Tres años de El Astillero Librería*. Torreón, Coahuila: El Astillero Librería, 2017, p. 18.



Interior de la librería El Astillero en 2014. Tomada con fines ilustrativos de <https://www.facebook.com/elastillerolibros>.



Fachada de la librería El Astillero y lectura en voz alta en 2015. Tomada con fines ilustrativos de <https://realpants.com/shipyards-bookstore-coahuila-mexico/>.





Fachada de la librería El Astillero en 2020. Tomada con fines ilustrativos de <https://redes poder.com/destacadas/libreria-el-astillero-convoca-a-compartir-anecdotas-para-celebrar-sexto-aniversario/>.

En Avenida Morelos, particularmente, solo había unos cuantos negocios que llevaban ahí años: una preparatoria, un hotel, una tienda de accesorios para celulares y una nevería de yogurt;¹⁵⁹ en los años siguientes, con su resurgimiento como centro de reunión principal de la ciudad, abrirían varios bares junto a la librería, que harían la convivencia difícil no solo para los asistentes a El Astillero, sino para los propios dueños que vivían en el mismo edificio, debido a la contaminación lumínica y acústica.

Para Ruth, la librería se especializa en la venta de material de literatura, arte y humanidades; sin embargo, desde sus inicios lo ha definido de la siguiente manera:

¹⁵⁹ Ruth Castro, “El Astillero Librería. A la vuelta de tres años”, en Ruth Castro (comp.), *Lectura y comunidades. Tres años de El Astillero Librería*. Torreón, Coahuila: El Astillero Librería, 2017, p. 3.

En varias ocasiones he afirmado que El Astillero es un proyecto en torno a la cultura escrita. Lo que para mí significa esto es que no es una tienda de libros, sino un espacio que abre la posibilidad de hacer comunidades de lectores de todo tipo, un espacio también de reunión y de encuentro de ideas y reflexiones alrededor de los temas que nos interesan. En alguna medida esto se ha logrado, aunque podríamos hacer mucho más, y ya no solo por nuestra necesidad, sino por que todos los que participan tengan la posibilidad de apropiarse de distintos modos de este lugar, o bien, que lo poquito que dentro sucede (en talleres, cursos, conversatorios, reuniones, lecturas, presentaciones, ferias de libros, etc.) dé pie a otros muchos proyectos humanísticos, culturales y artísticos.¹⁶⁰

Desde sus inicios, la librería se ha posicionado como un espacio cuyos proyectos están íntimamente ligados a los temas que interpelan a su comunidad. Por ejemplo, la edición y presentación de *Las buscadoras*,¹⁶¹ un título sobre las mujeres que buscan a sus familiares desaparecidos, debido al innumerable número de personas cuyo paradero se desconoce en Torreón; o de *Paso de ruta*, el cual recopila experiencias de migrantes. También los conversatorios se han centrado en torno a problemas de la comunidad lagunera, como la falta de agua, la inseguridad o el cierre de negocios familiares de gran tradición debido a la gentrificación; en estos eventos El Astillero ofrecía sus instalaciones para tener un espacio de encuentro, diálogo y debate al respecto.

¹⁶⁰ *Ibid.*, p. 4.

¹⁶¹ Puede leerse más sobre esta publicación en Ruth Castro, “Las buscadoras”, *La pluma abominable*, enero-abril, 2019, disponible: en <https://www.laplumaabominable.com/leer/2019/03/06/las-buscadoras>.



Performance con fragmentos de *Al filo del agua*, de Agustín Yáñez, y el poema “Aquella noche”, de Bertolt Brecht, interpretados por Aarón Rivera de Impulso Interno-Escénica durante diciembre de 2014. Tomada con fines ilustrativos de <https://www.facebook.com/elastillerolibros>.

Como parte de los esfuerzos por acercar el ámbito literario y cultural a la población lagunera, podemos encontrar infinidad de ejemplos desde sus inicios: la participación en la iniciativa Moreleando, primero como editorial y luego como librería; un tendedero de escritos en las calles; el “Manifiesto de lectura y comunidad”, que lanzaron dentro de la publicación por su tercer aniversario *Lectura y comunidades. Tres años de El Astillero Librería*; cursos de redacción abiertos a todo público, en horarios amigables para quienes salían corriendo para llegar a él después de la oficina; y eventos tipo *performance* de literatura y danza, como cuando se presentaron fragmentos de *Al filo*

del agua, de Agustín Yáñez, y el poema “Aquella noche”,¹⁶² entre mucha más evidencia en diversos formatos.

Además, se han realizado incontables presentaciones de libros a pie de calle, tomando las banquetas, y diversos talleres y conversatorios que buscan que la presentación de algún libro o material se convierta en algo más que un “ritual de paso” para ser presentado en sociedad, sino en una invitación para dialogar y compartir experiencias alrededor de una temática relacionada, como el taller de bordado y conversatorio que se realizó en torno a la presentación del cuadernillo artesanal *Tendedero Textilero*.



¹⁶² Publicación retomada de la cuenta de Facebook El Astillero, 18 de diciembre de 2014, <https://www.facebook.com/photo?fbid=669311579853029&set=a.587961801321341>.



Presentación del libro *Croquis a Pluma* en 2022. Tomada con fines ilustrativos de <https://www.facebook.com/elastillerolibros>.



Presentación-taller del cuadernillo artesanal *Tendedero Textilero* en 2024. Tomada con fines ilustrativos de <https://www.facebook.com/elastillerolibros>.

En cuanto a la supervivencia del proyecto durante la contingencia sanitaria por la covid-19, tuvieron que suspenderse las actividades donde hubiera un número considerable de personas, pero el local de la librería nunca cerró; en palabras de Ruth, “las autoridades ni los molestaban” debido a la baja asistencia a los recintos culturales de este tipo durante este periodo. Cerraban restaurantes, bares, gimnasios y otros negocios de esparcimiento, pero la librería se mantuvo abierta con todas las medidas de seguridad e higiene necesarias: cubrebocas, gel desinfectante, sana distancia, etcétera.

Al mismo tiempo, esto les permitió dar una atención mucho más personalizada al visitante: este podía tomarse su tiempo para explorar los libros y los encargados, para hacer recomendaciones específicas de forma tranquila. De manera simultánea, la atención personalizada también se trasladó a la virtualidad:

El trabajo se trasladó por completo a las redes sociales, no solo en estar publicando, sino en contestar mensajes todo el día, todos los días, por las distintas redes de si tenemos este libro, cuánto cuesta, si me puedes recomendar para una niña de no sé cuántos años, fotos, precios, de qué trata... Entonces, sí es mucha chamba y además de algo que no sabes si se va a concretar [como] una venta; a veces sí, a veces no, y pudimos agregar [el] servicio a domicilio, que hacemos nosotros mismos. No contratamos a ninguna empresa. Yo estoy en contra de los pobres de [empresa privada de mensajería] y esas cosas que, la verdad, es un volado estar en la calle, en una bici, en una moto, sin derechos laborales ni nada... como para tener un discurso y luego entrarle a eso que no es sino la explotación afín a este momento, pues no.

Más bien, aunque nos tardemos uno o dos días, los entregamos nosotros mismos y cobramos literal lo que nos gastamos en la gasolina, no tenemos ganancia. La onda es facilitarte [la compra] porque no puedes venir, no sacar ventaja de eso.¹⁶³

Las palabras de Ruth dejan en claro su postura y la de El Astillero; permiten entrever cómo en pequeñas pero significativas acciones como el servicio a domicilio se visibilizan las prácticas de resistencia de la librería, pues las decisiones y la dinámica establecida se contraponen a los valores hegemónicos del sistema económico actual, en el que la explotación y la generación de capital económico es el fin último de cualquier actividad. Para proyectos como El Astillero, si bien la parte económica es importante para subsistir y mantenerse, no es su objetivo principal.

Una muestra más de lo anterior —de las tantas que existen y que pueden ser rastreadas en sus redes sociales a lo largo de su historia— es el intercambio permanente de libros de segunda mano que ocurre en sus instalaciones. Dentro de El Astillero existe un librero donde la gente puede dejar y tomar libros que haya leído; es decir, no es necesario garantizar el consumo en la librería para ser partícipe de ella y sus dinámicas.

Otra de las actividades que a la fecha se han posicionado entre las más relevantes y solicitadas, incluso de manera virtual, son los círculos de lectura para mujeres sobre autoras latinoamericanas, enfocados en el conocimiento y la difusión de mujeres escritoras que han sido relegadas en el canon literario, pero en los que también

¹⁶³ Ruth Castro, entrevista realizada en 2020 por videollamada. Archivo personal.

se discuten problemas y necesidades de las mujeres laguneras, con perspectiva de género y desde la literatura, además de que se llevan a cabo actividades de mediación artística como *collages*, álbumes y otros trabajos en los que las asistentes pueden plasmar sus experiencias en el círculo.

A black and white photograph of a woman with dark hair, wearing a light-colored, long-sleeved dress. She is standing next to a vintage typewriter, looking down at it. Her left hand rests on her hip, and she holds a cigarette in her right hand.

**Círculo de Lectura
Mujeres
que escriben**

con Ruth Castro

Lunes 7:00-8:30 pm presencial
(para mujeres)
en El Astillero Librería

Viernes 6:00-7:30 pm en línea
(mixto)

El Astillero Librería
Av. Morelos 559 Pte.
Centro / TRC

Presencial: \$50.00
por sesión.
En línea: \$200.00
mensuales.
Incluye material de
lectura.
Informes: 8712212796



Invitación al Círculo de Lectura “Mujeres que escriben” durante 2022, con un grupo presencial solo para mujeres y uno virtual mixto. Tomada con fines ilustrativos de <https://www.facebook.com/elastillerolibros>.



Sesión de cierre del Círculo de Lectura “Mujeres que escriben” presencial en las instalaciones de Casa Juárez, mientras el espacio físico de la librería El Astillero se encontraba cerrado en 2023. En la primera imagen, Castro guía la sesión; en la segunda, podemos ver el *collage* y *sketchbook* de una de las participantes. Actualmente El Astillero se encuentra nuevamente abierta en la planta alta de esa misma ubicación. Tomadas con fines ilustrativos de <https://www.facebook.com/elastillerolibros>.

En la parte económica, Ruth deja en claro que la librería desde sus inicios no ha generado las utilidades suficientes para que ella pueda percibir un sueldo que le permita “vivir únicamente de ello”, pero produce los recursos suficientes para mantenerse a sí misma y pagar sus gastos, mientras que ella realiza otras actividades como escritora, editora y gestora cultural, además de mantener un puesto de trabajo formal en la Biblioteca del Museo Arocena, donde también realiza círculos de lectura, entre otras actividades.

Por otro lado, ella sabe que su figura como gestora cultural es capitalizable, pero parte de su postura es que lo que ella haga para El Astillero siempre será primordial; si una institución o empresa, especialmente grande, desea

contratarla como gestora o por su experiencia en librerías, siempre toma esta labor como un proyecto aparte con un costo establecido por su trabajo y no como una colaboración con El Astillero, que a la larga pudiera perjudicarlo. Porque la otra parte de su postura es hacer que estas instituciones paguen lo justo por su conocimiento y su trabajo.

Mi alma es muy anarco-punk, pero también he aprendido mucho en el camino y no tendría problema con decir “sí, yo te gerenteo y formo a personal de tu librería” [...], pero, y habrá quienes no estén de acuerdo conmigo, en esta selva de qué modo sigue haciendo uno sus proyectos sin perjudicar a nadie, que sigan siendo congruentes de lo que partieron y el discurso que tengan; pero también lo que ya dejé hace mucho es [la idea de] que ser independiente y alternativo es ser pobre o hacer cosas con tres pesos, y con lo que puedas, y te lo regalo... además es mucho trabajo de muchos años [...] Es una chambototota que tenemos que hacer porque siempre queremos dar y regalar, y no.

En esa misma entrevista de 2020, aún con el fantasma de la pandemia presente, Ruth dejaba en claro que gran parte de la supervivencia de la librería dependió de tomar e innovar en las responsabilidades más complejas del proyecto, como la parte administrativa. Gracias a que mandaron a hacer un *software* de administración a la medida, con las particularidades que ellos requerían (apartados, adelantos, pedidos cancelados de los que hay que regresar dinero...), pudieron tener un control mucho más exacto para tratar de mantener unas finanzas que, si bien no daban réditos suficientes, le permitieron a la librería mantenerse abierta.

En ese entonces, otro reto importante fue el pago de las rentas, pues muchas de las librerías que Ruth conocía cerraron debido al alza impagable de las rentas de los locales en un periodo donde las ventas de las librerías eran casi nulas.

Los que han sobrevivido es porque son dueños de sus propios espacios y, en nuestro caso, porque llevamos una muy buena relación con la casera. No es que sea nuestra amiga, sino que siempre hemos pagado a tiempo entonces, ahora, ella sabe que es porque la estamos batallando. Hicimos un acuerdo hasta diciembre... o sea, como yo tengo chamba de otras cosas, [llevó] muchos meses y este año [2020], todo el año, sin tener un congreso [en] la librería. Porque además yo lo veo, como te había dicho antes, la librería es como el aparador del proyecto y en realidad El Astillero da muchas cosas que nos benefician de otras formas: las charlas, [los] talleres e incluso [los] servicios editoriales. Entonces en diciembre vamos a pagar lo que se pueda de los meses atrasados y lo que salga extra no es aguinaldo para mí, sino para ir compensando lo que se va acumulando.¹⁶⁴

Así, a lo largo de diez años, El Astillero ha pasado por varias transformaciones, cambios de ubicación e incluso un año donde únicamente existió en la virtualidad, mientras se reorganizaba y recomponía, pagaba deudas y se mudaba a su ubicación actual.

En 2023, Ruth y su socio decidieron separarse; Fernando se quedó en la ubicación inicial con un proyecto de cafebrería propio, mientras ella y El Astillero se

¹⁶⁴ *Ídem.*

mudaron temporalmente al entorno digital. Al respecto, en entrevista para *Plaza Pública* en febrero de 2023, mencionaba:

Yo me preguntaba, a propósito de los componentes del proyecto, ¿qué es lo que no me gustaría dejar de hacer?, y la respuesta no es la venta de libros o la edición, en verdad lo que quiero hacer por siempre es tener círculos de lectura [...] Ofreceremos una selección por temas que me interesan bastante; será para clientes que comparten mi pasión por esos temas. En México hay varias librerías especializadas, pienso en Exit, que es una librería especializada en libros de arte, o El Insulto, donde venden libros eróticos y sólo puedes entrar con previa cita [...] Ya no se va a atender una tienda abierta por muchas horas al día, se hará una selección de material y vamos a poner más atención a las reseñas para presentar las obras de otro modo.¹⁶⁵

Posteriormente, en 2024, El Astillero se establece en una casona en la calle de atrás, donde estuvieron dando talleres presenciales en ese año sin local, y ahora coexiste como *boutique* con otros proyectos y negocios culturales, pero nunca ha dejado de vender libros, materiales y productos artísticos realizados por talentos independientes que se acercan a ellos para tener un espacio donde poder ofrecerlos, darse a conocer y realizar actividades de mediación.

La postura de Ruth y El Astillero no solo se encuentra en contraposición a las posturas productivas y de

¹⁶⁵ Iván Hernán Benítez, "El Astillero, La Laguna lectora y su transformación", *Plaza Pública*, 17 de febrero de 2023, disponible en: <https://laplazapublica.com/el-astillero-y-la-laguna-lectora/>.

constante generación de capital económico que hemos mencionado, sino también se encuentra distante con respecto a algunas posturas de otras librerías (tanto de los grandes conglomerados como de las librerías independientes o de barrio).

Al respecto, una de las inquietudes constantes que Ruth¹⁶⁶ menciona es la centralización de los discursos, que deja fuera a muchos proyectos de la periferia y de otros estados del país solo por no estar en la capital o en una de las ciudades principales del país, donde se concentra la mayor parte de la oferta cultural. Por otra parte, también menciona la centralización de la palabra, pues casi siempre se les da el micrófono a las mismas figuras de siempre, aun cuando ya no estén, o nunca hayan estado en realidad, en la parte operativa de una librería viviendo el día a día de lo que se requiere para sacar adelante un proyecto cultural.

En ese sentido, sus prácticas de resistencia y creativas abarcan aquellas que realiza en El Astillero de manera física, como el intercambio de libros, los talleres y los conversatorios, pero también los propios valores que impulsan sus actividades. Ruth y El Astillero se posicionan como un proyecto que da voz a sus inconformidades respecto a las reglas del juego, pero también reconocen el trabajo de otros proyectos y realizan colaboraciones o alianzas siempre y cuando no estén enmarcadas en prácticas de explotación, sea física o intelectual, y aunque no generen capital económico en ese momento, pues persiguen otros objetivos mucho más profundos. Esto los coloca en el campo librero en una posición distinta a la de otras librerías independientes.

¹⁶⁶ Ruth Castro, entrevista realizada en 2024 de manera presencial en la Ciudad de México y registrada en audio. Archivo personal.

Como último punto, podría resultar difícil identificar a qué comunidad atiende de manera particular; sin embargo, Ruth reflexiona en el “Manifiesto de lectura y comunidad” lo siguiente:

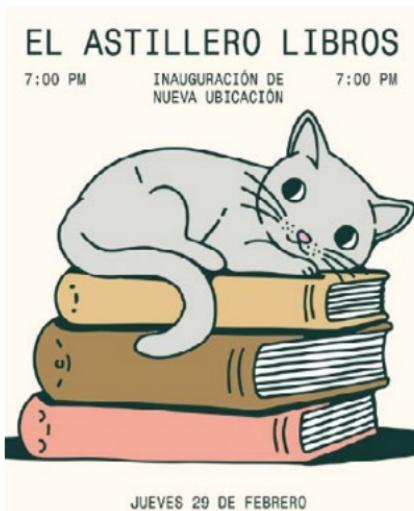
Yo he pensado y creído que la lectura es capaz de hacer comunidad. No una ni dos. No homogéneas. Más bien muchas, diversas, plurales y no compactas. Comunidades pequeñas se generan y regeneran, que tienen algo en “común” en cierto espacio o tiempo, y luego se desintegran para formar otras y otras y otras, infinitamente.¹⁶⁷

De esta manera, podemos identificar en El Astillero a las comunidades de mujeres, que acuden a los círculos de lectura o a los talleres de bordado en busca de un espacio donde poder reencontrarse, leerse e identificarse mediante experiencias compartidas del ser mujer; a la comunidad del aprendizaje, conformada por las personas que desean mantenerse al día con talleres de redacción, lectura o análisis de cine, mediante opciones amigables a sus bolsillos y en horario, debido al poco tiempo de estacionamiento con el que cuentan después de trabajar; a la comunidad de madres, que acuden cuando hay eventos en colaboración con salas de lectura infantiles o cuando hubo talleres de tareas para las infancias y pubertades; y a la de artistas, que buscan un espacio donde mostrar, ofertar y compartir sus disciplinas, productos y experiencias estéticas.

Podríamos hablar de muchas comunidades más y, a la vez, centrar todas en la comunidad lagunera que

¹⁶⁷ Ruth Castro, “Manifiesto de lectura y comunidad”, en Ruth Castro (comp.), *Lectura y comunidades. Tres años de El Astillero Librería*. Torreón, Coahuila: El Astillero Librería, 2017, p 5.

acogió al Astillero desde sus inicios y agradeció que existiera un espacio tan necesario para el esparcimiento y la cultura, de lo cual dan cuenta los numerosos testimonios escritos en las diversas publicaciones que han realizado con motivo de sus aniversarios; pero, sin duda, el mayor reconocimiento son los diez años de la librería, que hoy en día son celebrados en distintos medios e incluso en otros proyectos de investigación.



El Astillero. Anuncio de nueva ubicación e interior de la misma en febrero de 2024. Tomadas con fines ilustrativos de <https://www.facebook.com/elastillerolibros>.



3.2 Somos Voces (antes Voces en Tinta)

Ubicación: Colonia Juárez, Ciudad de México. México.

Entrevistado: Kaleb Ávila (encargado de la librería durante la entrevista; actualmente es Coordinador de Educación en Somos Voces)

Fecha de la entrevista: 6 de octubre de 2020 (única)

Página web:

<https://www.somosvoces.com.mx/index.php>

Redes sociales:

Facebook <https://www.facebook.com/SomosVocesMX/>;

Instagram <https://www.instagram.com/somosvocesmx/>;

X (antes Twitter) <https://twitter.com/somosvocesmx>;

YouTube <http://www.youtube.com/@somosvocesmx4628>;

TikTok <https://www.tiktok.com/@somosvocesmx>

Somos Voces¹⁶⁸ es, quizá, de los tres proyectos presentados, del que mayor información se encuentra en la red. Se identifica, más que como una librería, como un proyecto cultural que desde sus inicios ha estado interesado en el estudio y la difusión de materiales relacionados al género y la sexualidad humana, debido a lo cual en 2020

¹⁶⁸ Conocí Voces en Tinta, luego Somos Voces, y especialmente a Kaleb en 2016 por mi trabajo como editora en diversas editoriales independientes, ya que era una distribuidora de los libros que editábamos. En Ediciones del Ermitaño, de libros infantiles; en IC Editorial, de literatura LGBTTIQ+ mediante su sello La calle. Aunque se realizó una única entrevista, es importante reconocer que he seguido su trabajo desde hace tiempo. Conservo el registro en audio de la entrevista, pero desafortunadamente mis registros gráficos se han perdido debido a diversos accidentes tecnológicos, por lo que los materiales aquí presentados se muestran con el crédito correspondiente. Por otra parte, a lo largo del texto me referiré al proyecto tanto en masculino como en femenino (el proyecto, el centro cultural, la librería) como una forma de respeto y reconocimiento a la identidad de la propia Somos Voces y de sus integrantes, quienes se han esforzado por construir un espacio de diversidad donde todas las identidades se vean representadas y, sobre todo, tengan un espacio seguro de convivencia.

fue considerada como la librería LGBTTIQ+ más grande de América Latina, tanto por el número de contenidos que ofertan como por su extensión física.¹⁶⁹

Voces en Tinta, nombre original de la librería, se ha caracterizado desde sus inicios por acercar la literatura “disidente”, especializada en temáticas gay, lesbiana, queer, trans, feminista y de género a la población interesada que no podía acceder a ella con frecuencia, porque desafortunadamente era difícil de conseguir en nuestro país, pero también oferta títulos de ciencia, filosofía, ficción, literatura infantil y muchos géneros más.



Fachada original de Voces en Tinta antes del cambio de nombre. Tomada con fines ilustrativos de <https://cursoderedaccion.com/2019/04/30/voces-en-tinta-la-libreria-que-saca-los-libros-del-closet/>.

¹⁶⁹ Agencia EFE, “La icónica librería LGBT de la Zona Rosa celebra el orgullo tras superar la crisis de Covid-19”, *La Prensa*, 23 de junio de 2021, disponible en: <https://oem.com.mx/la-prensa/tendencias/la-iconica-libreria-somos-voces-considerada-la-mas-grande-de-tematica-lgbt-en-latinoamerica-festeja-el-orgullo-despues-de-superar-la-crisis-de-covid-19-14806394>.

Fundada de manera virtual por Bertha de la Maza, los libros disponibles en Voces en Tinta principalmente corrían de boca en boca. Los tomos eran traídos por la propia Bertha en sus maletas durante sus viajes a España, hasta que finalmente, en agosto de 2009, abrió un local al público junto con una cafetería en el número 23 de la calle de Niza, en medio de la Zona Rosa, donde se encuentra el epicentro de la vida cultural de la comunidad LGBTTIQ+.

Luego, en 2016, se realizaría el traspaso a Alberto Robles, su dueño actual, quien era un cliente frecuente de la librería. Más adelante, Voces en Tinta devino un sello editorial y el espacio físico comenzó a llamarse Somos Voces.¹⁷⁰

En octubre de 2020, luego de estar cerrada durante ocho meses a causa de la contingencia sanitaria por la covid-19, pude reunirme con Kaleb Ávila, que en ese entonces estaba encargado de la librería, luego de haber estado en la cafetería del local. Su formación como psicólogo social, su pertenencia como miembro de la comunidad y su propia sensibilidad ante el espacio le ayudaron a tener una visión distinta de los materiales, del tipo de atención que se requería y cómo aportar de manera natural al proyecto.

Hoy en día, Kaleb es el Coordinador de Educación de Somos Voces, pues una de sus líneas principales de trabajo es realizar diversas actividades, presentaciones, talleres y otras actividades en el foro con el que cuentan, además de participar en diversos eventos a los que son invitados o de los que son coorganizadores fuera de la librería.

¹⁷⁰ Nico Durante, “Somos Voces: el clóset de libros que no se esconde”, *Un Cuarto Oscuro*, 4 de febrero de 2023, disponible en: <https://www.uncuartooscuro.com/somos-voces-libreria-cdmx/>.

A diferencia de otras entrevistas, quizás en parte porque se pueden encontrar múltiples registros de sus labores por toda la web, lo que dota al proyecto de mayor visibilidad e impacto, o porque compartíamos el conocimiento y el trabajo de administrar librerías, gran parte de la conversación con Kaleb versó sobre la administración del proyecto, sus vicisitudes, alegrías y la manera en la que han salido avante durante tantos años.

La parte administrativa también se renovó por completo en 2017, cuando cambiaron el sistema de gestión administrativa por un sistema integrador que les permitiera tener un mejor orden en la librería. Fue un proceso, en sus palabras, de prueba y error, constante pero necesario; estaban conscientes de que un proyecto cultural de esa envergadura requiere una administración impecable para salir a flote. Es decir, si bien la atención principal está puesta en el tema cultural y comunitario, reconocen que una formación administrativa que permita una gestión ordenada es indispensable para mantener una buena relación tanto con clientes como con proveedores.

En agosto de 2019, la librería celebró su décimo aniversario. Aunque siempre tienen actividades, para estas fechas de mayor significado, organizaron, por ejemplo, una fiesta en El 9, un espacio muy apreciado por la comunidad LGBTTTIQ+ de la Ciudad de México, pues fue el primer antro y centro cultural gay de la ciudad, y posteriormente fue homenajeado en el libro de crónica *Tengo que morir todas las noches*, de Guillermo Osorno.

Luego, el 23 de marzo de 2020, todo cambiaría con la pandemia declarada. La reapertura no fue fácil y Kaleb deja muy en claro que si lograron sobrevivir a la contingencia con el local cerrado se debió principalmente a dos factores: una magnífica administración que, además,

tomó medidas previsoras ante contingencias, lo que les permitió seguir solventando los gastos necesarios, y una rápida adaptación a las nuevas formas de acercarse a la comunidad por la vía tecnológica, aunque no de la manera esperada.



Imagen de Somos Voces para su décimo aniversario en 2019.
Tomada con fines ilustrativos de [https://www.facebook.com/
SomosVocesMX](https://www.facebook.com/SomosVocesMX).

Con un calendario en puerta que no llegaría a realizarse porque todas las actividades se detuvieron súbitamente en los ámbitos que no fueran de primera necesidad, la librería se vio obligada a reinventarse y buscar soluciones rápidas: publicaron un anuncio en redes sociales indicando que seguirían atendiendo vía correo electrónico, desactivaron la tienda en línea para poder tener un mejor control de las existencias y Kaleb personalmente atendía mensajes, tomaba pedidos y apelaba a la paciencia de los clientes para que se pudieran acumular las órdenes suficientes que justificaran su salida a la calle, de manera que visitaba la librería un par de veces a la semana o

una vez a la quincena, dependiendo de las solicitudes, recopilaba los libros solicitados y realizaba los envíos correspondientes.

Esto no solo les permitió tener algunas ventas durante la crisis, sino desarrollar una nueva forma de relacionarse y trasladar el sentido de comunidad a la virtualidad. Al ofrecer una atención directa, Kaleb pudo leer los intereses de los clientes y recomendarles otros libros similares con base en las mismas líneas temáticas; a su vez, la comunidad podía acercarse a plantear sus dudas y solicitar recomendaciones. Kaleb se refiere a esta dinámica como “poder recetar”, es decir, poder influir y recomendar el material justo para quienes aún se acercan con prejuicios, estigmas y miedo.

Al respecto, recuerda una ocasión en 2016 durante la Feria del Libro de Minería cuando una mujer de la tercera edad le increpó sobre un libro en exhibición y venta llamado *Este libro es gay*, alegando su incomodidad ante el tema y demandando con urgencia quitarlo de la vista. La respuesta de Kaleb fue contundente: “Señora, no vendo pornografía, vendo literatura”. La mujer se fue indignada y procedió a reportarlos, amenazando con que no le iban a permitir la entrada nuevamente; afortunadamente el personal de la Feria fue comprensivo y lo apoyó, pero el episodio de acoso no terminó ahí, pues la visitante alegaba que le había tomado fotografías o videos para exponerla en redes, aunque no fue así.

Situaciones como esta se han repetido a lo largo de los años, pero también se han encontrado con la contraparte que los llena de esperanza; sobre todo a partir de 2020, Ávila se sorprende y sonríe al recordar que familias enteras, padres y jóvenes se acercan en esa misma feria a pedir apoyo y recomendaciones de libros, consejo sobre

cómo abordar temas de género y sexualidad con sus hijos, información sobre feminicidios y violencia doméstica, e incluso preguntan la ubicación y los detalles para poder visitarlos en el espacio de Somos Voces. Pasaron de entregar los libros de manera casi clandestina, cuando las personas no se atrevían a acercarse, a tener un stand con visitas frecuentes y donde se expresan dudas de manera abierta.

La línea de Somos Voces es muy clara: son un proyecto cultural. Sí, con una librería, una cafetería y un foro; pero sus componentes no se pueden fragmentar, porque no generan ganancias económicas solo de la venta de libros; más allá de eso, el objetivo es que no exista una librería, una cafetería y un foro por separado, como existen miles más; sino un conjunto de espacios en los que pueden llevarse a cabo diversas actividades para la comunidad LGBTTTIQ+ y, sobre todo, construir un espacio seguro donde tengan cabida muchas voces e identidades.

Kaleb menciona incluso que, en el Foro Internacional de Libreros que se llevó a cabo en 2019 por primera vez, en el marco de la FIL Guadalajara, esa era una de las principales discusiones:

Me acuerdo mucho de la FIL Guadalajara el año pasado, que se dio el primer Foro Internacional de Libreros y que justamente se dio mucho esta discusión, ¿no?, de que [hay] libreros [que] son muy puristas y que otros decimos “no, necesitamos modelos híbridos para hacer que jale”. Y sí había como estas posturas que decían “no pues yo vendo libros y a mí me vale si hay presentaciones, y me vale si hay talleres y me vale si hay conversaciones porque yo quiero vender libros y ya, no me interesa otra cosa”. Y existen incluso otras que dicen como bueno... de repente había

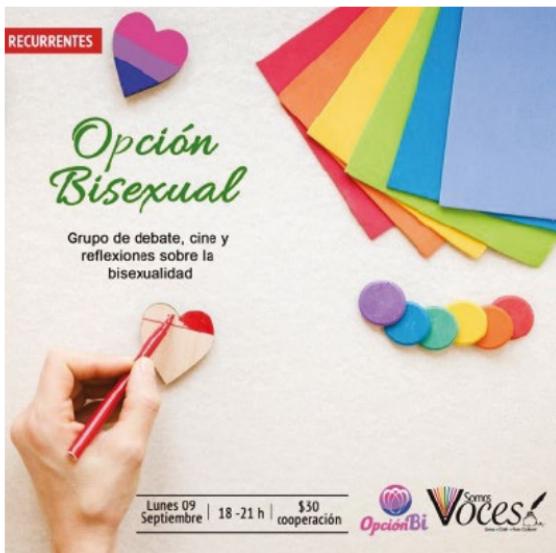
testimonios de Latinoamérica que decían “esto es una librería, pero también es una peluquería, pero también es una no sé qué...”, entonces sí depende de la identidad que se le dé a los espacios, pero en particular Voces tiene esta identidad de ser un proyecto cultural.¹⁷¹

Así, podemos notar una franca oposición entre quienes consideran que una librería solo se dedica a vender libros y otros, como ellos, que reconocen la necesidad de desarrollar modelos híbridos que les permitan diversificar sus actividades para llegar a cada vez más personas.

En ese sentido, los coordinadores de cada área trabajan para posicionar cada uno de los espacios por separado y en conjunto como uno de los referentes de la comunidad; ellos, los coordinadores, son parte fundamental del proyecto como personas especializadas no solo en lo que hacen, sino en la comunidad LGBTTIQ+.



¹⁷¹ Kaleb Ávila, entrevista realizada en octubre de 2020 de manera presencial en la librería y registrada en audio. Archivo personal.



Imágenes representativas sobre los talleres, conversatorios y actividades que se realizan en Somos Voces, de manera independiente o en colaboración con otras entidades. En la primera, se observan algunos talleres que se llevaron a cabo con motivo de su onceavo aniversario en 2020. En la segunda, una actividad en colaboración con OpciónBi en septiembre de 2019. Tomadas con fines ilustrativos de <https://www.facebook.com/SomosVocesMX>.

Al respecto, Kaleb compartió los perfiles de quienes en ese 2020 colaboraban en la librería: él, psicólogo social; el encargado de redes sociales, comunicólogo inserto en la comunidad LGBTTTIQ+ y las noticias alrededor de ella; una de sus colaboradoras principales, Nancy, con más de 20 años trabajando con colectivos feministas y LGBTTTIQ+, y amplios conocimientos sobre las organizaciones existentes y en el ámbito cultural; la persona encargada de la cafetería, historiador especializado en la época del cine de oro mexicano, por lo que frecuentemente hacía sugerencias o daba referencias que fueran de interés para la

comunidad LGBTTTIQ+; el director, con estudios apegados a las humanidades; y el coordinador del foro cultural, gestor cultural muy especializado en la comunidad LGBTTTIQ+. Todo esto abona, también, a un espacio especializado.

En cuanto a la parte económica, Somos Voces no se mantiene solamente de la venta de libros, sino de la venta de muchos otros productos, incluidos los alimentos y el café, pero también de la renta de los espacios, la impartición de talleres, eventos nocturnos de cabaret y drag, cursos y conversatorios.

Ofertan, por supuesto, los libros en la librería, pero además representan a otras editoriales que se identifican con su misma línea en ferias y eventos culturales. Esta representación no genera muchas veces las ganancias económicas suficientes como para llamarla una línea de negocio rentable; sin embargo, el equipo tiene claro que el objetivo no es una “inversión de retorno inmediato”, porque, en palabras de Ávila:

Espacios como Somos Voces necesitan generar espacios de proyección, no porque nos interese vender. En las ferias yo sé que no voy a vender como [las] grandes editoriales, pero nosotros tenemos otras funciones; entonces, de nuevo es volver a esta filosofía: “Yo no te vengo a vender libros; yo te vengo a vender un proyecto cultural”.¹⁷²

El impacto en la comunidad es perceptible desde el primer momento: la gente entra y saluda a todos los que ahí colaboran por nombre, como quedó registrado incluso en la grabación de la entrevista; ellos, a su vez, los identifican y reconocen. Dialogan sobre los eventos próximos,

¹⁷² *Idem.*

sobre los que pasaron, se preguntan cómo están, preguntan por libros o piden que les recomiendan alguno.

Las prácticas de resistencia de Somos Voces también se han diversificado, no solo ante las vicisitudes que vive la comunidad a la que atienden y en la que encuentran su razón de ser —una población vulnerable que hoy en día sigue teniendo dificultades para encontrar espacios seguros—, sino por las circunstancias de los campos a los que pertenecen (editorial, librerías, cultura, por mencionar algunos). En 2020, tenían la idea de lanzar una revista digital que fuera un espacio de publicación abierto a científicos sociales, literatos y artistas que quisieran abordar temas relevantes —aunque no hicieran referencia solamente a temáticas de género o disidencias sexogenéricas—, pero que muchas veces no encontraban espacios de representación en la academia “por no tener un ‘nombre’”, en palabras de Kaleb.

Actualmente, no se encuentran registros de la revista; sin embargo, existen múltiples evidencias de todo el trabajo que realizan de manera continua. Tan solo en julio de 2024, se pueden apreciar en su cartelera más de 30 eventos entre los que se encuentran las sesiones quincenales de Milk Sero Más, un grupo de apoyo para personas que viven con VIH, sus familiares, amigues y parejas; un taller de novela rosa queer; las clases de baile del grupo Fraternidad Gay; talleres de maquillaje drag; proyecciones de películas; reuniones del club de lectura Auelarre de Tinta; presentaciones de libros y de comedia stand-up, música, entre muchos otros más.

Programa de actividades
LGBTTIQ+

JULIO

F Catto Motor SP-1, Krali Juhana, 2000m, OM-5000-00
E LURH 4 349+4400 10.00-21.00
Virtavesi v ylivoje 10.00-21.00
Beckings 12.00-20.00

Programa de actividades LGBTTTIQ+

JULIO

- 18** PRESENTACIÓN DE LA REVISTA
AMÉRICA
En la sala de exposiciones, dentro de la
Feria de Arte y Cultura. Entrada: 1000
pesos. De 10 a 12 horas.

**CLUB DE LECTURA
JULIO**
Un libro para el verano
En la sala de exposiciones, dentro de la
Feria de Arte y Cultura. Entrada: 1000
pesos. De 10 a 12 horas.

**ENAMORADO DE FANTASÍA /
LA ENCANTADORA DE LOS
CABEZOS**
Por: Cecilia Sánchez
Entrada: 1000 pesos. De 10 a 12 horas.

**TRANSMITIENDO CON TRANSMISIÓN
VIDEO**
La Kandemmer y Daniel, de Cordero
y Gómez. Entrada: 1000 pesos. De 10 a 12 horas.

19 **MÍ 28 FESTIVAL MÍ 28**
El festival que te hace crecer
En la sala de exposiciones, dentro de la
Feria de Arte y Cultura. Entrada: 1000
pesos. De 10 a 12 horas.

**CLUB DE LECTURA
AUSLARDE DE TINTA**
En la sala de exposiciones, dentro de la
Feria de Arte y Cultura. Entrada: 1000
pesos. De 10 a 12 horas.

PIEDRA Y ACUARELA
Por: Cecilia Sánchez
Entrada: 1000 pesos. De 10 a 12 horas.

PREDE 4 REVER
En la sala de exposiciones, dentro de la
Feria de Arte y Cultura. Entrada: 1000
pesos. De 10 a 12 horas.

21 **TALLERES PESONALIZADOS
PARA NIÑOS/ NIÑAS /
MÚSICAS**
En la sala de exposiciones, dentro de la
Feria de Arte y Cultura. Entrada: 1000
pesos. De 10 a 12 horas.

22 **SALUDIOM HOUSE DE CRIATURA**
9:00 a 10:00 horas.
NOCHE DE ASESOS
REINA DE LAS FLORES
Y EL DRAGÓN

CINE EN OFF
CINE EN OFF
CINE EN OFF
CINE EN OFF
CINE EN OFF

23 **SLK LIBROS MAX**
En la sala de exposiciones, dentro de la
Feria de Arte y Cultura. Entrada: 1000
pesos. De 10 a 12 horas.

TALES DE NOVELA ROSA QUIERA
Por: Cecilia Sánchez
Entrada: 1000 pesos. De 10 a 12 horas.

GRUPO FRUTERITO GAY
10:00 a 10:30 horas.

**GRUPO DE TALLERES
TRANSMISIÓN VIDEO**
La Kandemmer y Daniel, de Cordero
y Gómez. Entrada: 1000 pesos. De 10 a 12 horas.

24 **NOCHE DE ASESOS
SLK LIBROS MAX**

ONU
GRUPO CIENCIA + CONFERENCIA
NOCHE DE ASESOS
SLK LIBROS MAX

25 **TRANSMITIENDO CON TRANSMISIÓN
VIDEO**
La Kandemmer y Daniel, de Cordero
y Gómez. Entrada: 1000 pesos. De 10 a 12 horas.

26 **FESTIVAL MÍX**
En la sala de exposiciones, dentro de la
Feria de Arte y Cultura. Entrada: 1000
pesos. De 10 a 12 horas.

27 **APRENDE + PRÁCTICA
LOS PRIMEROS DÍAS**
10:00 a 10:30 horas.
GRUPO MUJERES MAYORES

LA SOLIDAD DE IDAHADRA
10:00 a 10:30 horas.
GRUPO MUJERES MAYORES

EL AMOR NO EXISTE ELAS SON
10:00 a 10:30 horas.
Festival Materno. Miss Colombia
2018. Entrada: 1000 pesos. De 10 a 12 horas.

CUSTODIAS EN FRONTERAS
10:00 a 10:30 horas.
Cuentacuentos. Entrada: 1000 pesos. De 10 a 12 horas.

28 **SLK LIBROS MAX**
En la sala de exposiciones, dentro de la
Feria de Arte y Cultura. Entrada: 1000
pesos. De 10 a 12 horas.

**PIEDRA DE CLAVOS/PIEDRA
DE CRISTAL**
Concepción de la Piedra. Entrada: 1000
pesos. De 10 a 12 horas.

ECOS POESÍAS
10:00 a 10:30 horas.
GRUPO FRUTERITO GAY

29 **BALLROOM HOUSE DE CRIATURA**
10:00 a 10:30 horas.
NOCHE DE ASESOS

**GRUPO AUTOPÓTIC-
EXCEPCIONAL**
10:00 a 10:30 horas.

30 **VICEREGALITAS**
10:00 a 10:30 horas.
GRUPO FRUTERITO GAY

**GRUPO DEL TALLER
DE LOS MARÍPAS**
10:00 a 10:30 horas.

31 **NOCHE DE JEDOS
EN LA SALA DE EXPOSICIONES**
10:00 a 10:30 horas.
GRUPO DE TALLERES
PARA NIÑOS/ NIÑAS /
MÚSICAS

32 **GRUPO CIENCIA + CONFERENCIA**
10:00 a 10:30 horas.
Taller Matemáticas. Entrada: 1000
pesos. De 10 a 12 horas.

33 **SCOMOS
VOICES**
10:00 a 10:30 horas.

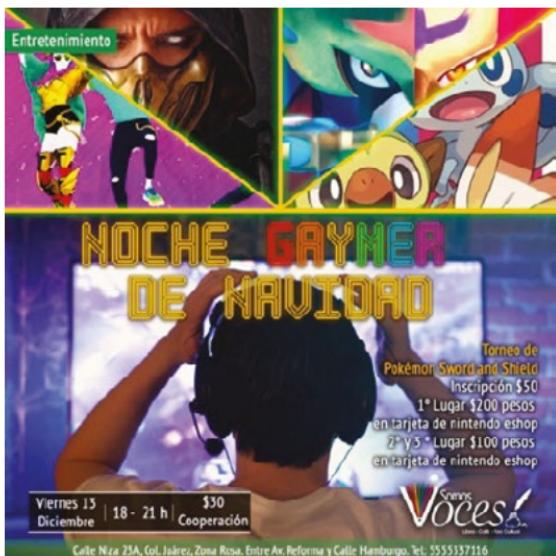
F Calle Hues 22-16, Col. Juárez, Coatepec, Veracruz, CP 92000.
Lunes a Jueves 10:00 a 22:00hrs
Viernes y sábado 10:00 a 23:00hrs
Domingo 12:00 a 20:00hrs

Educación y rigurosidad
en todas nuestras
redes sociables



SOMOS
VOCES

Cartelera de Somos Voces en julio de 2024. Tomada con fines ilustrativos de <https://www.facebook.com/SomosVocesMX>.



Noche Gaymer de Navidad, con torneo de videojuegos por motivo de las fiestas navideñas en 2019. Tomada con fines ilustrativos de <https://www.facebook.com/SomosVocesMX>.

Para ellos, también es necesario “salir de la librería”, por lo que participan en proyectos que organizan o en los que colaboran: algunos de los más representativos, con colectivos que se identifican con los mismos principios que Somos Voces; algunos otros, en conjunto con instituciones gubernamentales y educativas. Estas colaboraciones son una parte fundamental de Somos Voces, pues han permitido que se posicione como un proyecto reconocido mediante acciones oficiales de gobierno en beneficio de la población a la que atienden.

Somos Voces en colaboración con Ikal Bej y Raíces Centro Cultural les invitan a:



Entrelazando el Género

Ikal Bej Centro Cultural y Restaurante (Sede Calle 43) esquina con Av. 12, primer piso, col. Ignacio Zaragoza, alcaldía Venustiano Carranza.)

Jueves 5 al Miércoles 11 de Septiembre. Taller El ABC del textil - Erik Ibáñez / Horarios 15:00 a 19:00. 50 por sesión.

Sábado 7 de Septiembre. Taller de Teñido / 11:00 - 14:00 hrs. costo: \$100, incluye material.

Miércoles 11 de Septiembre. Proyección de Tlakumilolit. Voces del telar. - Clementina Campos y Miguel Ángel Saura Campos. 19:00 hrs.

Raíces Centro Cultural (Sede Av. Prol. Pánuco #1810, Col. Barragán, alcaldía Iztapalapa.)

Lunes 9, Martes 10 y Miércoles 11 de Septiembre. Taller de Bordado Imitado - Karla Rey / 16:00 - 20:00 hrs costos: \$1,050 con materiales (Gela e hilos) / \$1,100 con materiales (Gela e hilos) y bastidor

Miércoles 11, Jueves 12 y Viernes 13 de Septiembre. Taller Bordando mi primer huipil - Noa González / 10:30 - 13:00 hrs. costo: \$1,000

Jueves 12 y Sábado 13 de Septiembre Taller Diputado de Rebosz - Paki / 15:00 - 18:00 hrs. \$1,100

Sábado 14 de Septiembre:
- 10:00 Venta Textil.
- 12:00 hrs La sombra de Cristina.
- 15:00 hrs Conservatorio sobre Tintes Naturales.
- 17:00 hrs Pasarela y venta textil.

Sábado: Voces (Sede Calle Niza 23A, col. Juárez, Alcaldía Cuauhtémoc.)

Inauguración: Maai Ortiz y Miguel Saura

Jueves 12 de Septiembre:

- Mujeres y Arte Textil: Obstáculos, retos y oportunidades - Miguel Ángel Saura, Maai Ortiz y Mujeres de Zongolica / 19:00 hrs.

- La diversidad cultural y de género en la creación de textiles y bordados - Jaime Paki Ferreira, Karla Rey y Erik Ibáñez / 20:00 hrs

Viernes 13 de Septiembre

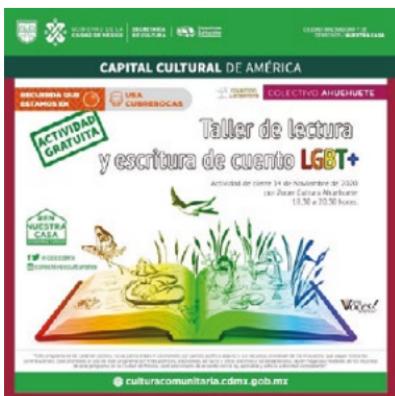
- Aproximación testimonial de hombres en el trabajo textil - Rafael García Flores, Julio César Gómez y Noa González / 19:00 hrs

- Aproximación Teórica: Género y Textiles - Octavio Murillo y Cynthia Martínez / 20:00 hrs

- Pasarela "Entrelazando el Género" / 21:00 hrs.



"Entrelazando el género", un evento realizado en colaboración con Ikal Bej y Raíces Centro Cultural, dirigido a reflexionar y dialogar sobre la situación de hombres, mujeres, muxes y demás personas dedicadas al trabajo textil en México. Tomada con fines ilustrativos de <https://www.facebook.com/SomosVocesMX>.



Eventos desarrollados con instituciones gubernamentales de la Ciudad de México. En la primera imagen, una charla transmitida en el programa de radio Código Ciudad de México, presentada por el Instituto de la Defensa de los Derechos Culturales en 2020. En la segunda, un taller literario presentado por el Colectivo Ahuehuete y el Programa de Cultura Comunitaria del Gobierno de la Ciudad de México en 2020. En la tercera, un taller radiofónico del Colectivo Ahuehuete y el Programa de Cultura Comunitaria del Gobierno de la Ciudad de México. Las tres actividades se realizaron a distancia con motivo de la contingencia sanitaria por la covid-19. Tomada con fines ilustrativos de <https://www.facebook.com/SomosVocesMX>.



Evento “Religiones y Diversidad Sexual”, realizado en el Foro Cultural Somos Voces, en colaboración con asociaciones civiles como Yaaj e instituciones educativas como la UAM y la UACM durante octubre de 2022. Imagen tomada con fines ilustrativos de <https://www.facebook.com/SomosVocesMX>.

Como resalta en varias de las actividades anteriores, Somos Voces no solo realiza actividades en conjunto, sino que se ha convertido en un escaparate importante de otros proyectos hermanos, sea en sus propias instalaciones o por medios digitales. Esta postura es congruente con su filosofía de ser un proyecto cultural que sirva a la comunidad LGTBTIQ+ y no solo un generador de capital económico y cultural para sí mismo.



Publicaciones de la página de Facebook de Somos Voces en las que comparten y respaldan otros proyectos. La primera es una invitación al primer aniversario del sitio Dónde Jotear durante 2022. La segunda comparte un taller del proyecto Colectivo Castalia en diciembre de 2022. Tomadas con fines ilustrativos de <https://www.facebook.com/SomosVocesMX>.

A partir de lo anterior, es relativamente sencillo identificar la comunidad a la que se dirigen, si bien es importante hacer notar que Somos Voces, como los otros estudios de caso, se encuentra abierta a cualquier persona que desee visitarla y es, más bien, el público mismo el que decide si se identifica con dicha propuesta o no. Esto no quiere decir que no tengan políticas de curaduría definidas, una característica elemental en las librerías comunitarias que se refleja directamente en la especificidad y el cuidado en la selección de los materiales que ofertan, el perfil de las personas que colaboran ahí, la selección de los eventos y talleres en los que participan o que organizan, y sobre todo para los que facilitan el foro. Por ejemplo, al ser totalmente transincluyentes, no se llevan a cabo eventos que contengan narrativas transexcluyentes, aun cuando vengan de algunos movimientos vinculados, como el feminismo.

En cuanto a sus prácticas creativas y de resistencia, podemos mencionar todas aquellas adicionales a la venta de libros, pues si bien la comunidad LGBTTTIQ+ ha ganado cada vez más espacios, también ha perdido otros en los que se siguen replicando las prácticas machistas de la cultura hegemónica¹⁷³ o donde continúan siendo objeto de prejuicios, señalamientos y discriminación, a la par que sus derechos humanos y jurídicos siguen siendo vulnerados en múltiples aspectos, incluidos el de representación, respeto a su identidad e incluso a la salud.

¹⁷³ Uno de los señalamientos más constantes dentro de la comunidad LGBTTTIQ+ es la pérdida de espacios de esparcimiento y diversión, derivado de la visita cada vez más frecuente de personas heterosexuales que replican prácticas machistas como la discriminación, el acoso y la violencia constante, tanto simbólica como física, lo que los vuelve lugares inseguros para todos los visitantes, pero especialmente para ellos.

En ese sentido, Somos Voces se perfila como un espacio seguro y de cuidado a la comunidad LGBTTTIQ+, que busca impactar directamente en políticas públicas en beneficio de la misma o de compensar la falta de ellas, para no dejar desprotegida a la comunidad en espera de que el Gobierno lleve a cabo las acciones necesarias. Ejemplo de esto son las campañas de detección de infecciones de transmisión sexual que se realizan continuamente en el local, en colaboración con fundaciones y otras asociaciones.

13 de diciembre de 2021 · 0

Este miércoles 15 de diciembre y hasta el viernes 17 de diciembre, Círculo Diverso realizará pruebas de vih y sífilis en #SomosVoces. Horario de 1:00 a 5:00 pm. Agenda tu cita o lléga con un tiempo de espera de 15 a 20 minutos. La prueba es gratuita, segura y confidencial. #HazteLaPrueba

HAZTE LA PRUEBA

PRUEBA DE VIH Y SÍFILIS

Miércoles 15, Jueves 16 y Viernes 17 de Diciembre, librería "Somos Voces" Niza 23, Col. Juárez, CDMX. De 1 a 5 p.m.

SEGURA, GRATUITA Y CONFIDENCIAL.



Publicación sobre la campaña de detección de vih y sífilis mediante la aplicación de pruebas rápidas dentro de la librería durante diciembre de 2021. Se muestra a manera de ejemplo, pero no ha sido la única que se ha realizado. Tomada con fines ilustrativos de <https://www.facebook.com/SomosVocesMX>.

Con todo lo anterior, Somos Voces se define como una librería comunitaria, pues sus interacciones no se limitan únicamente a la venta de libros o alimentos, sino que fomentan la participación social con una postura política clara frente a la cultura hegemónica heteronormada, lo que se refuerza en la identidad del proyecto.



Imagen actual de Somos Voces con motivo de su xv aniversario en agosto de 2024. Tomada con fines ilustrativos de <https://www.facebook.com/SomosVocesMX>.

En cuanto a su posición en el campo librero, si bien podríamos considerarla como una librería independiente, en realidad el proyecto se afirma en contraposición a otras librerías en las que lo primordial es únicamente la venta de libros, pues ellos se perciben a sí mismos como un proyecto integrador que busca tener un impacto cultural y comunitario mucho más profundo. En consonancia

con esta naturaleza híbrida, enfocada en atender las necesidades específicas de una comunidad, la venta de libros es el vehículo para un proyecto de mayor alcance. La librería busca la captación de capital económico que la fortalezca, pero se concentra más en la acumulación de capital cultural y social, no solo para el reconocimiento del propio proyecto, sino también para el de la comunidad que es partícipe de él y su razón de ser.

3.3 El Entusiasmo

Ubicación: Xalapa de Juárez, Veracruz. México.

Entrevistados: Agustina Villella y Samuel Albores

Fecha de la entrevista: 25 de julio de 2024 (única)

Página web:

<https://elentusiasmolibros.com/>

Redes sociales:

Facebook <https://www.facebook.com/>

ElEntusiasmoLibros/;

Instagram <https://www.instagram.com/el.entusiasmo.libros/>;

X (antes Twitter) https://twitter.com/el_entusiasmo;

YouTube <https://www.youtube.com/@ElEntusiasmoLibros>;

Spotify <https://open.spotify.com/show/0qNLCloljUZHDS4Xk0WJS0>

¿Cómo se describe una librería con emociones? Quizá sea fácil describirla con adjetivos, sobre todo para quienes hemos estado involucrados en ellas: creativas, silenciosas, ruidosas, grandes, pequeñas, hogareñas, organizadas, jóvenes, viejas, desordenadas, curiosas...

Pero asignarles una emoción resulta mucho más complejo, pues también sabemos que pueden provocar muchas, dependiendo de la temporada y de qué lado del mostrador se esté: preocupación, alegría, miedo, emoción, nostalgia, esperanza, entusiasmo...

Asistir a una librería nos permite ver de primera mano no solo la disposición espacial y la curaduría de los materiales, sino el ambiente que en ella se genera, lo que refleja de la personalidad de sus dueños, la interacción

con los visitantes, el impacto que el oficio y el espacio han tenido en ellos y el que ellos tienen en la librería... sobre todo, en ocasiones especiales como una celebración.

El Entusiasmo es el proyecto más joven de los tres casos. El 6 de julio de 2024 celebraron su segundo aniversario y tuve la oportunidad de visitarles, luego de que sus dueños, Agus y Samu, me invitaran a la celebración por mi interés en hacerles parte de esta investigación.



Pastel con motivo del segundo aniversario de El Entusiasmo.

Samuel y Agustina aparecen en él como decoración.

Archivo personal.

Visité El Entusiasmo dos veces ese mismo día; estuvo llena en todo momento. Al mediodía, en el pico de las actividades lúdicas por la celebración (una búsqueda del tesoro de 5 minutos que se repetía en diversos momentos), se observaban infancias con sus padres, adultos, adolescentes... visitantes asiduos y también “gente nueva” que se había enterado del aniversario. En la sala

infantil, una madre leía cuentos con su pequeño mientras el papá y el hijo mayor participaban en la búsqueda del tesoro en reiteradas ocasiones. Un grupo de chicas revisaba los libros de la estantería de feminismo y más personas revisaban las demás: ficción, ensayo, descuentos.

Por la tarde, el espacio se llenó hasta desbordar con la presentación del libro *Pensar a caballo, pensar sobre la almohada*, de Ruth Castro, de quien hablamos en el primer apartado; la autora se encontraba rodeada de amistades y visitantes en general, pues estudió Letras en la Universidad Veracruzana, con sede ahí, en Xalapa.

Luego, siguió una presentación musical a cargo de César y su jardín, donde amigos de la librería leían en voz alta al ritmo del folk y la canción de protesta.



Presentación del libro *Pensar a caballo, pensar sobre la almohada*, de Ruth Castro, en la librería El Entusiasmo en 2024. Archivo personal.



Lo primero que encuentras de frente al entrar en la casa de Xalapa donde se encuentra El Entusiasmo es su escalera; en cada escalón, una conjugación, relacionada con su postura política fuerte y clara como la pisada al subir: yo libro, tú libro, elle libro, nosotros libros, ustedes libros, elles libros. Subiendo, la misma conjugación en uno de varios cuadros con imágenes, letras y frases que adornan toda la pared de ascenso.



Escaleras y cuadro con la conjugación que declara el uso de lenguaje inclusivo en El Entusiasmo. Archivo personal.

En su página web, esta postura se reafirma desde la primera entrada en el menú de navegación: Nosotros. Luego, en la descripción, incluyen una nota que se despliega al pasar el cursor por la última palabra:

El Entusiasmo libros es una librería independiente fundada en el año 2022 en Xalapa, Veracruz por dos **amigues**. > El uso del lenguaje inclusivo es una decisión política y no un error ortográfico. Decidimos usar la e y no la x , ni @, porque aquí cabemos todos y se puede leer y pronunciar con facilidad.¹⁷⁴

Por supuesto, tanto en el espacio físico como en el virtual, lo que se ve y a lo que se le da prioridad es un reflejo de los dueños de la librería. Ambos habían tenido experiencias previas en librerías: Samuel, en LaLiLu, que había fundado en Comitán, Chiapas, y cerró este 2025; Agus, en San Cristóbal de las Casas, en una librería en cooperativa llamada La Cosecha, que aún existe. Después de charlas en confianza, surgidas de su amistad y donde compartieron sus puntos de vista como libreros, se dieron cuenta de que ambos tenían la firme convicción de que siempre hay una forma de hacer las cosas mejor en una librería. Esto los llevó a dar el paso de asociarse y generar un proyecto propio.

Agustina y Samuel son claros respecto al porqué una librería: primero que nada, les gusta el comercio y el contacto con la gente; en segundo lugar, en palabras de Samuel:

Porque lo que más [nos] gusta es el objeto libro, lo que genera ese objeto y lo que se genera alrededor de ese objeto. [...] No nos imaginamos vendiendo otra cosa o generando espacios que no tengan que ver con libros.¹⁷⁵

¹⁷⁴ Agustina Villella y Samuel Albores, “Nosotros”, en El Entusiasmo Libros, sitio web, s. f., disponible en: <https://elentusiasmolibros.com/nosotros/>, consultado el 7 de agosto de 2024.

¹⁷⁵ Samuel Albores, entrevista realizada en julio de 2024 de manera virtual por medio de la plataforma Zoom y registrada en audio. Archivo personal.

Al respecto, Agus complementa:

Sí. Como que también la librería tiene algo que es muy especial, que es por un lado una parte muy ordinaria y un oficio muy antiguo como la compra-venta; y por otro lado, el objeto libro, que tiene tanta carga de valor simbólico, nos motiva especialmente. Yo creo que si nos tuviéramos que poner en otro lugar también podríamos tener un centro cultural.¹⁷⁶

Estas palabras revelan el espíritu de El Entusiasmo, que, como las dos librerías anteriores, se visualiza como un proyecto integrado donde los libros tienen un papel central, pero que amplían su naturaleza cultural a partir de lo que este representa de manera simbólica y de las posibilidades que ofrece.

Una peculiaridad de El Entusiasmo es que ninguno de ellos es de Xalapa,¹⁷⁷ sin embargo, decidieron emigrar porque querían cortar de tajo y empezar de nuevo en otro lado con un proyecto librero en común, siempre bajo el lema “buscar mejores formas de trabajar”.

Así, encontraron en esta ciudad algunas características específicas que se alineaban también a lo que ellos deseaban: que no fuera una gran ciudad donde ya hubiera muchas librerías (porque, en palabras de Agustina, “entonces qué caso tiene”); que su distancia a la Ciudad de México no fuera mayor a 5 horas; que fuera capital de un estado, con una universidad fuerte, una carrera de letras bien desarrollada y, sobre todo, una ciudad donde les diera gusto vivir porque, si iban a tener la disposición de

¹⁷⁶ Agustina Villella, entrevista realizada en julio de 2024 de manera virtual por medio de la plataforma Zoom y registrada en audio. Archivo personal.

¹⁷⁷ Agustina es de Argentina, mientras que Samuel es de Chiapas.

mudarse de entorno, de cambiar su cotidianidad profesional y personal, tenía que ser a un espacio que además disfrutaran.

Para ellos, Xalapa fue la opción, pero no porque no existiera otra: Samuel conocía la ciudad y le propuso la locación a Agus, quien no tenía experiencia previa en ella. Su esperanza era que el lugar fuera el idóneo porque, de no ser así, irónicamente, tomar la decisión sería aún más difícil entre todo un mundo de posibilidades.

Si bien llevaban tiempo platicando y soñando con el proyecto, prácticamente en seis meses quedó lista la librería, lo cual habla de la entrega que tuvieron para abrirla, desde las visitas a Xalapa hasta la preparación física de la casona donde se encuentran, haciendo las modificaciones correctas y dejando que los vecinos y curiosos les conocieran, pues muchos no se imaginaban que lo que abriría en ese lugar tan misterioso por el que muchas personas pasaban a diario queriéndolo explorar al final sería una librería.

El primer año de El Entusiasmo fue trabajo a “Larga distancia”, tal como el nombre del pódcast que surgió de sus reflexiones como libreros (disponible en Spotify), mientras Agustina trabajaba ya en El Entusiasmo de tiempo completo y Samuel continuaba en LaLiLu en Chiapas, pasando medio año en cada locación.

Esta dinámica no solo dejó enseñanzas para El Entusiasmo, sino que también abrió una nueva forma de trabajar y de repensar la colaboración en equipo, a partir de las experiencias pasadas que tenían como libreros cada uno en su proyecto anterior y basándose en la capacidad de confiar mutuamente, de entender que es posible delegar sin que por ello haya una explotación.

Como resultado, no solo descubrieron nuevas formas, sino que lograron un punto medio entre ambos proyectos. No hay una declaración de principios explícita en el local, pero se espera que quede claro cuáles son sus posturas: El Entusiasmo da prioridad a la literatura y a las presentaciones de mujeres, personas de la diversidad sexual, indígenas, negras y hablantes de otras lenguas además del español, así como da preferencia a la distribución de materiales fuera del canon de la industria editorial, lo que indica que tienen claro las ideas en las que creen y que vale la pena difundir, y cuáles no. En palabras de Samuel, uno de sus parámetros es “que no tengan miedo a decir esto no”.

Se busca hacer un espacio seguro desde la accesibilidad (casi toda la librería está en el primer piso) y el uso del lenguaje inclusivo hasta la selección prioritaria de materiales independientes y los formatos de los propios libros: fanzines, stickers, postales... Al respecto, las palabras de Agustina y Samuel son claras:

Agustina: Las librerías deberían ser visibles en sus acuerdos porque al final de cuentas son acuerdos políticos y, si trabajamos con libros que supuestamente critican muchas cosas, por qué no hacerlas parte. Sobre todo, también en esa cosa de los acuerdos políticos entre nosotros o más reflexionados... ¿De qué manera trabajar mejor? Si somos los coordinadores de un proyecto que podemos crear desde cero, ¿cómo no reproducir ciertas lógicas de explotación? Si sabemos cómo es trabajar para otros, ¿cómo sería trabajar para nosotros y que eso sea lo más cercano a lo que consideramos hoy a nuestros 38 y 32 el buen vivir?

Samuel: El vivir mejor que dignamente...¹⁷⁸

Estas posturas se reflejan mucho en su identidad como librería, la cual está basada en el deseo de crear un espacio seguro, por lo que una parte fundamental son los “Acuerdos de cuidado”, que se pueden revisar con un par de clics en su sitio web:

La intención de El Entusiasmo Libros es propiciar un espacio donde todos nos sintamos bienvenidos y seguros. Para cumplir este principio fundamental no toleraremos ninguna actitud violenta, es decir, misóginia, racista, homo-lesbo-bi-transfóbica, clasista, capacitista, gordofóbica. Si ocurre alguna situación de este tipo durante tu estancia en El Entusiasmo Libros, por favor acércate en el momento a la persona encargada.

Ante cualquier problema que involucre a trabajadores de El Entusiasmo Libros se recurrirá a la intervención de un asesor externo e imparcial cuyas resoluciones serán inapelables y de acceso público.¹⁷⁹

¹⁷⁸ Agustina Villella y Samuel Albores, entrevista realizada en julio de 2024 de manera virtual por medio de la plataforma Zoom y registrada en audio. Archivo personal.

¹⁷⁹ Agustina Villella y Samuel Albores, “Acuerdos de cuidado”, en La Librería, El Entusiasmo Libros, sitio web, s. f., disponible en: <https://elentusiasmolibros.com/acuerdos-de-cuidado/>, consultado el 7 de agosto de 2024.

ACUERDOS DE CUIDADO



La intención de El Entusiasmo Libros es propiciar un espacio donde todos nos sintamos bienvenidos y seguros.

Para cumplir este principio fundamental no toleraremos ninguna actitud violenta, es decir, misóginia, racista, homo-lesto-bisexualfóbica, clasista, copacista, gordofóbica. Si ocurre alguna situación de este tipo durante tu estancia en El Entusiasmo Libros, por favor acércate en el momento a la persona encargada.

Ante cualquier problema que involucre a trabajadores de El Entusiasmo Libros se recurrirá a la intervención de uno asesor externo imparcial cuyas resoluciones serán inapelables y de acceso público.

Captura de pantalla de los “Acuerdos de cuidado” en el sitio web de El Entusiasmo Libros. Tomada con fines ilustrativos de <https://elentusiasmolibros.com/acuerdos-de-cuidado/>.

Las palabras de Agustina y Samuel enuncian una contraposición franca al sistema hegemónico existente; no solo buscan mejorar la cuestión laboral, colocando el respeto, el diálogo y la cooperación por sobre la productividad inconsciente y desmedida, sino que nombran de manera explícita la violencia simbólica existente y la que puede existir, reconociéndola y estableciendo una postura firme para evitarla o solucionarla, sobre todo en un sistema donde los cuerpos, las identidades y los intelectos se perciben como objetos de consumo y explotación constante, un sistema en el que la generación constante de capital prima por sobre todo, incluso por sobre construir lugares seguros.

No es que se deje de lado la necesidad de generar capital económico; por el contrario, se mantiene, al igual que en otros proyectos, la decisión firme de que la librería puede, y debe, ser capaz de sostenerse económicamente a sí misma, pero, además, hay una preocupación constante por que esta proporcione las condiciones para

una vida digna de ellos como creadores del proyecto. Al respecto, exponen:

Agustina: Claro... ¿nos gustaría cobrar más? Seguro.

Samuel: ¿Vamos a cobrar más a la menor oportunidad? Seguro también. Eso también es la idea.

Agustina: La librería es nuestra principal entrada de dinero. No es que tengamos otro trabajo [...] acá apostamos todo. Tenemos cositas, pero la apuesta es esta.¹⁸⁰

En específico, uno de los principales objetivos es “que El Entusiasmo permita un estilo de vida digno a partir de la venta de los libros; que el 80% de los ingresos sean por la librería, no por la venta de otro tipo de materiales o complementos como el café”.¹⁸¹

Esta perspectiva ha supuesto un esfuerzo constante en dos frentes: primero, una administración impecable, en la que son sumamente cuidadosos al estar conscientes de que esta es una parte fundamental para tener salud financiera, por lo que le dedican bastante tiempo; segundo, las actividades frecuentes de promoción para sacar la “librería afuera”, participando en ferias, eventos, colaboraciones y, en general, paseando a El Entusiasmo por muchos lados fuera del local.

Esto ha dado sus frutos: en primer lugar, la librería no tiene deudas y, por el contrario, destaca por unas finanzas sanas que le permiten tener un ahorro suficiente para cubrir alguna eventualidad; en segundo lugar, al abrir la puerta a muchas colaboraciones, entre ellas con la propia Universidad Veracruzana (uv), el municipio, otras iniciativas

¹⁸⁰ Villella, entrevista realizada en julio de 2024.

¹⁸¹ Villella y Albores, entrevista realizada en julio de 2024.

privadas y editoriales, y mantener una buena relación financiera con ellas, el vínculo comercial les brinda un abanico de posibilidades.

Para ellos esto es fundamental, porque implica visibilidad para el proyecto y que la gente les conozca cada vez más. Incluso saben que el pódfcast es por y para darle visibilidad a la librería, no lo consideran como un proyecto independiente.

En ese tenor, es importante reconocer que la presencia y la dependencia de la ciudad hacia la uv es enorme; en palabras de Samuel “sostiene gran parte del flujo económico” y, por tanto, impacta directamente en el negocio; pero, por esto mismo, no solo perfilan como compradores a los estudiantes, de quienes generalmente se tiene la noción de estar escasos de dinero, sino a profesores, investigadores y, en general, a todo el personal de la uv. El Entusiasmo, así, se ha procurado un público no solo estudiantil, sino de tipo académico y que se encuentra interesado en los materiales que decidieron distribuir: literatura latinoamericana contemporánea, literatura infantil y juvenil (^{LJJ}) y ensayos (principalmente sobre feminismos y literarios).¹⁸²

Al ser un proyecto joven en una ciudad con un número considerable de librerías, tienen claro que el reconocimiento de algunos actores clave como la uv y otros colegas es primordial; sin embargo, están conscientes de que también hace falta que transcurra más tiempo para poder delinear una comunidad de la librería, más allá de las que hay *alrededor* de ella. No obstante, reconocen que lo que diferencia a El Entusiasmo de otras librerías

¹⁸² Agustina Villella y Samuel Albores, “Sobre el catálogo”, en La Librería, El Entusiasmo Libros, sitio web, s. f., disponible en: <https://elentusiasmolibros.com/sobre-el-catalogo/>, consultado el 7 de agosto de 2024.

es el ser un espacio donde “pasan cosas”, porque desde su proceso de investigación se dieron cuenta de la falta de espacios en los que no solo se vendieran libros, sino que se ofrecieran eventos, presentaciones y otro tipo de actividades que, poco a poco, han ido acercando a la gente al lugar y, poco a poco, hacen volver a los visitantes.



Imágenes del aniversario de El Entusiasmo. En la primera, una proyección continua en una de las paredes con momentos importantes de la librería. En la segunda, una mamá y su hijo leen cuentos a libre disposición en la sala de lectura infantil.
Archivo personal.

Por supuesto, estas comunidades no son estáticas; como todo organismo formado por seres vivos, se transforman constantemente, se deshacen y se forman otras, se pausan, no asisten y luego regresan. Algunas personas asisten de manera esporádica y no compran, solo visitan el espacio. Lo cierto es que, en eventos grandes, como el aniversario, se reúnen, asisten y se hacen notar... esa es su comunidad, aun cuando haya ciertos perfiles etarios y de personalidades dentro de Xalapa que no se acercan aún.

El impacto es visible; en este segundo aniversario hubo tópicos que se reprodujeron constantemente: “siento El Entusiasmo como mi casa”; “me siento en mi hogar”; “es mi segunda casa...”. El *rapport*¹⁸³ está ahí, existe y es tangible, aunque no haya un grupo plenamente definido e identificable, sino solo algunos perfiles identificados: la comunidad LGBTTTIQ+, por ejemplo.

Y aunque concuerdan en que quizá les gustaría que cada vez más gente se acercara, adultos mayores o personas que sientan la confianza de ir a tomar algo o explorar sin importar si tienen o no el dinero suficiente para comprar un libro, también existe un entendimiento meridiano de que, para abrirse a otras comunidades, tal vez tendrían que cambiar la selección de su catálogo o algunas de sus políticas, como ofrecer colecciones más baratas o incluso *best sellers*, y eso no es necesariamente lo que buscan en este momento.

¹⁸³ El término “*rapport*” hace referencia a una relación de comunicación, pero no en el mero sentido de la transmisión y recepción de un mensaje en un contexto específico, sino a una “sintonía” particular entre las partes. En psicología, hace referencia a una afinidad que, si bien no es igual a la empatía, sí implica una relación de retroalimentación constante, en la que hay un ir y venir de comunicación en el que se comparten valores, creencias y elementos identitarios en común. Para mayor información, véase Dorothy M. Stewart (ed.), *Gower Handbook of Management Skills*. S. l.: Gower, 1998.

Agus y Samu hablan en serio cuando dicen “no tenemos miedo a decir que no”, y en sus palabras pareciera que saben, internamente, que la comunidad que desean formar vendrá a ellos mientras sigan cuidando esa personalidad, en lugar de sentir que deben hacer sus líneas más flexibles con tal de que más gente se acerque.

Dentro de sus prácticas creativas y de resistencia, no solo se encuentran las demostraciones artísticas con las que demuestran su postura en los espacios: la escalerita, los cuadros, los manifiestos, la página... También ellos producen sus propios materiales, como los fanzines *Decálogo para crear una librería independiente*, sobre la experiencia en El Entusiasmo (y otras librerías en las que han trabajado) y el *Decálogo para cerrar una librería independiente*, basado en la experiencia de Samuel con LaLiLu.



Decálogos en formato de fanzine producidos por El Entusiasmo.
Archivo personal.

Además, Agustina recorre muchas librerías en su tiempo libre para poder mantener vínculos con ellas, hablar de los problemas que tienen, no solo en Xalapa sino en México, conversar y compartir experiencias.

Hay interés del otro lado y algunas librerías con las que tienen cierta cercanía dialogan con les libreros, llevan buena relación con ellos, comparten experiencias y mantienen vínculos en algún grado; aunque no necesariamente demuestran tanto *entusiasmo* como ellos. Por ejemplo, el *Decálogo para cerrar una librería independiente* ha sido solicitado por varios colegas del medio para reflexionar en torno a él y debatirlo. Adicionalmente, dentro de El Entusiasmo, existe una sección específica sobre libros cuyos temas son del sector editorial para demostrar el interés de les libreros en su campo y la necesidad de exponer su quehacer.

Desafortunadamente también hay muchos libreros que no muestran interés alguno en acercarse y conocerles; si bien existe una relación de cordialidad, esta no necesariamente es de cercanía: saben de su existencia, pero no se acercan.

La competencia, en el sentido sociológico de la lucha por el poder simbólico y de espacios de reconocimiento, existe. En Xalapa no hay grandes cadenas libreras más que Sanborns y Educal; otras se dedican a la venta de novedades y *best sellers*, “pero no tiene[n] libreros, tiene[n] vendedores”, en palabras de Agustina.

Más aún, se puede identificar en la entrevista una comparación intrínseca no solo con las librerías de la zona, sino también con otras al interior del país: por las condiciones comerciales que cada una logra, por los espacios de referencia, por las condiciones económicas que tienen y enfrentan... pero no es una lucha por la captación de

consumidores únicamente o por la generación de capital económico, sino por el reconocimiento de otros agentes del campo, entre ellos las propias editoriales y otras instituciones involucradas, como la uv.

Tienen claro que, además, este capital simbólico proviene en parte del reconocimiento que elles mismes han logrado como creadores de El Entusiasmo; de la construcción de relaciones que han hecho y que poco a poco les ha permitido abrirse espacios de identificación para la librería. Como resultado hay editoriales que se han acercado a elles para generar una nueva relación comercial con el fin de que distribuyan sus libros, por lo que no necesariamente es la librería la que se tiene que acercar a solicitar materiales.

Sobre el futuro, hay muchos planes y, sobre todo, muchas preguntas. La central es entender mejor a sus compradores y visitantes, pero en especial a los que no lo son: ¿por qué no compran?, ¿nos conocen?, ¿a quién le compran?, ¿qué les interesa?, ¿por qué si están tan cerca no se acercan?

De la mano con lo anterior, el deseo es expandir su reconocimiento hacia el Golfo. Y crecer: tener más libros, más público, más apoyo y personal en la librería, pero también más espacio, el suficiente para que los eventos se puedan desenvolver con mayor tranquilidad, ya que actualmente la afluencia es tanta que la librería se abarrota y se vuelve incómoda. Por lo tanto, también está la perspectiva de hacer alianzas con otros proyectos culturales afines.

El Entusiasmo cumple con la definición propuesta de librería comunitaria no solamente por la relación que tiene con las comunidades y personas a las que atiende y con las que está creando una relación con el paso del

tiempo, sino porque esta comunidad se identifica con sus valores y comparte sus posturas políticas.



Cartelera de El Entusiasmo Libros en junio de 2024. Tomada con fines ilustrativos de <https://www.facebook.com/ElEntusiasmoLibros/>.

Esto se comprueba con la presencia cada vez mayor de asistentes en los eventos que realizan y que apoyan sus actividades: presentaciones de libros, conversatorios

sobre el genocidio en Palestina, sobre el cine y la mujer, el café filosófico o el cine como activismo, por mencionar solo algunas del mes de junio de 2024, sin contar todas las que se realizan de forma continua durante el año y que incluyen talleres y espacios para las infancias, adolescencias y, sobre todo, algunas para todo público enfocadas en la recuperación y preservación de la memoria, el desarrollo de la sensibilidad para la escucha y el diálogo, así como las que abordan la escritura no como un privilegio de unos cuantos, sino como una forma de expresión para todos.

Por último, en el campo de las librerías es imposible colocar a El Entusiasmo con otros proyectos que no tienen una línea de acción política, social y comunitaria tan definida. Sus valores y la representación de los mismos reafirman su lugar dentro de las librerías comunitarias, aquellas que se contraponen a las librerías independientes y de barrio; aquellas que funcionan como proyectos de gestión cultural en los cuales las actividades giran en torno al poder de la palabra escrita y el dispositivo libro, pero que también lo toman como una herramienta que les permite abrir nuevas perspectivas críticas a la forma en la que nos desenvolvemos como sociedad y en las que abordamos temas que no deben sernos indiferentes, más allá del canon literario y estético que se ha establecido desde las cúpulas intelectuales en frases como “el fomento a la lectura”.

Así, El Entusiasmo se revela como una propuesta que no trabaja solo desde las ideas, sino que las lleva a la práctica y las pone sobre la mesa en una ciudad donde no faltan espacios para la venta de libros, pero sí espacios donde el libro se use de manera más creativa y transformadora.



Isotipo de El Entusiasmo Libros (imagen de identificación en redes sociales). Tomada con fines ilustrativos de <https://www.facebook.com/ElEntusiasmoLibros/>.

Conclusiones

Conclusiones

Hasta aquí hemos vislumbrado una aproximación posible a las librerías y su campo, no solo como entes económicos, sino como espacios políticos de dinamización comunitaria y socialización del libro.

Bajo este supuesto, las librerías tienen la oportunidad de percibirse como independientes, debido a la estructura económica bajo la cual se manejan, pero también como librerías de barrio, de acuerdo a la cercanía o especialización que tengan respecto a su entorno y, mucho más aún, como librerías comunitarias —para la comunidad, y no necesariamente desde la acepción tradicional de “comunitario” donde una iniciativa surge y es de toda la comunidad— por las interacciones que establecen. Esto las ubica como un agente mediador entre el arte y las necesidades de las comunidades que atienden; además, pueden ser un bastión para la resistencia pacífica frente a la violencia simbólica que perciben dentro de sus comunidades.

El común denominador en las comunidades de los estudios de caso que abordamos es la violencia y el abandono en el que las estructuras de gobierno la han mantenido, fallando en proponer soluciones a cuestiones básicas como seguridad y salud (física, mental y emocional); por otra parte, todo esto forma parte del mantenimiento de un sistema de dominación hegemónico

que requiere para seguir reproduciéndose la generación de capital económico a costa del bienestar de los ciudadanos.

Debido a que el discurso del abandono se ha replicado desde el mismo gobierno hacia gran parte de la población, se puede percibir esta violencia como una violencia estructurada, que ya forma parte del *habitus* de las comunidades; es decir, estas condiciones y sus consecuencias (desocupación juvenil, alza en el crimen organizado, pobreza, prejuicios, discriminación, machismo y carencia de recursos por el acaparamiento de empresas privadas) se han normalizado como un estilo de vida inescapable e inmodificable.

En ese sentido, el factor predominante en las librerías comunitarias no es la venta de productos y servicios —sean editoriales o de otro tipo—, sino el que las mercancías sean un pretexto para poder lanzar hacia sus comunidades una estrategia mucho más amplia, que incluya a los libros y a otras expresiones creativas y artísticas como herramientas para el tratamiento de las problemáticas cotidianas que las comunidades enfrentan, aunque difícilmente de manera conjunta.

Entonces, la labor empieza desde el simple hecho de contar con un lugar de reunión, donde todos sean bienvenidos y el diálogo se pueda dar en un contexto seguro, con libre intercambio de opiniones e ideas, hasta la dispersión de temas de reflexión, mediante la recomendación de libros, la puesta en marcha y exhibición de diversas expresiones artísticas politizadas, o las iniciativas de talleres y otras actividades interdisciplinarias, lúdicas e interactivas.

Todo esto se traslada, además, al ámbito digital de las redes sociales en la mayoría de los casos. Allí sus

comunidades físicas pueden seguir las actividades, pero también su influencia llega cada vez más lejos y posibilita la integración de comunidades virtuales, que incluso atraen a personas que no pueden acudir físicamente a la librería, pero que comulgan con sus valores y posturas.

Es decir, estas librerías, a través de pequeños actos de conciencia y autodiagnóstico, estudio y reflexión, logran poco a poco captar el foco de atención de las comunidades con las que comparten valores y posturas políticas en común, y las invitan a mirar hacia otros lados, para dejar de ver como algo normal la situación en la que se encuentran, dialogar, buscar formas de cooperación y reestructuración social a través de los actos cotidianos.

Si bien esto no garantiza un cambio a nivel macro con resultados medibles en el corto plazo, la propuesta de una pequeña serie de actos “fuera de sí” mueven a la autoevaluación y modificación de actitudes y hábitos que sigan perpetuando la violencia normalizada, y a su vez posibilitan las prácticas de convivencia alternas, de modo que se presente un panorama con más y mejores oportunidades para, desde la restructuración de una comunidad y sus relaciones sociales, construir realidades alternas cotidianas que permitan habilitar paulatinamente nuevas formas sociales.

En cuanto al aspecto mercantil, si bien he mencionado que no es lo primordial, es importante recalcar que estos proyectos han logrado ser rentables o, al menos, no representar pérdidas para sus propietarios. Estas librerías son económicamente independientes, al mismo tiempo que participan de la reactivación de la economía local, generando empleos y permitiendo que otros productores, ya sea de dentro o de fuera de la comunidad, oferten también sus productos y servicios en sus espacios.

Por otra parte, les libreros tienen claro que ser un proyecto independiente o en pro de la comunidad significa no replicar las prácticas de explotación del sistema actual, no solo para sus empleados y colaboradores, sino para ellos mismos, sus conocimientos y el capital simbólico que como gestores de proyectos han acumulado. El trabajo físico, intelectual y emocional se paga y debe ser reconocido, sobre todo por aquellos agentes del campo que están en una posición de poder.

En el marco definido por estas condiciones y por la manera en la que las librerías expresan sus posturas políticas y de resistencia ante el sistema mediante distintas prácticas creativas, es posible colocarlas dentro del campo librero en un rubro diferente a otras librerías independientes o de barrio.

En ese sentido, propongo la delineación del campo de las librerías para poder ubicarlas de manera visible y en un sitio que evidencia su franca oposición a las prácticas de violencia simbólica que se replican constantemente tanto en la vida diaria en sus ciudades como dentro de los negocios de las industrias culturales; esta última, perceptible al entender quiénes son los agentes dominantes (gobierno y grandes conglomerados) y quiénes los dominados.

De este modo, también se entiende mejor el choque de posturas frente a la centralización de los discursos que algunos agentes usan para ganar capital simbólico y social, mientras que las librerías de la periferia son dejadas fuera tanto en los hechos como en los discursos oficiales. Es por eso que muchas veces se muestran en abierto desacuerdo con estos discursos y quienes los pronuncian; la centralización se vocaliza como una postura generalizada,

sin permitirles a esos otros agentes ser partícipes del discurso y expresar sus propias necesidades e ideas.

De manera alterna, el Estado ejerce otro tipo de violencia simbólica: instrumenta el abandono de las industrias culturales y, específicamente del sector editorial y del campo de las librerías, al no proporcionar las herramientas mínimas necesarias que se establecen en la mayoría de los planes de gestión interinstitucional para proyectarlas como entes culturales de importancia, como tener una estadística clara y contundente en cuanto a número y tipo de librerías; comenzar a cuantificarlas no solamente de acuerdo a sus características económicas sino a su labor social; brindarles apoyos de financiamiento, estímulos y políticas públicas que les den el impulso necesario; y hacerlas partícipes de la discusión de dichas políticas de una manera horizontal, y no solo dirigiéndose a los agentes dominantes en las negociaciones.

La historia de las librerías y de los libreros nos ha demostrado que estas desigualdades en general favorecen la constante lucha interna de demostrar quién es un verdadero librero y quién no.

Si bien es comprensible que parte del *habitus* de los libreros sea diferenciarse con sus conocimientos y experiencia de quienes solo venden libros, lo cierto es que en el discurso oficial siguen preponderando los factores de tipo económico para diferenciar a los libreros de los “especuladores de bienes ajenos”, como vimos en el caso de los libreros de materiales de reúso, a pesar de que muchas de estas librerías (las de segunda mano) atienden también a comunidades particulares con necesidades distintas; mientras tanto, dentro del campo, el peso económico también se traslada al capital cultural y simbólico acumulado por los dueños de cada proyecto.

Aunque las librerías de segunda mano no tienen un discurso político claro ni realizan actividades como las aquí presentadas (talleres, presentaciones, exhibiciones, etc.), tienen una función social importante al ofrecer materiales a precios accesibles a quienes no pueden comprarlos a precio de tapa en las librerías de novedades; además, colaboran con la recuperación y el rescate de muchos otros títulos que no han sido reeditados y por lo mismo son difíciles de encontrar nuevamente; sin olvidar a los coleccionistas, cuya actividad también gira en torno al objeto libro (las condiciones materiales e intelectuales que facilitan su fetichización) y que están dispuestos a pagar un precio totalmente distinto al que pagaría por los contenidos en una edición nueva.

En definitiva, esta investigación no puede presentar conclusiones tajantes sobre el tema, pero se espera que abra la puerta hacia una nueva forma de mirar y pensar a algunas librerías: desde el gremio editorial, en el campo político y por las propias personas que habitan en una comunidad donde pudiera existir un proyecto así, para que sean vistas como una posibilidad de sustento económico (negocio) y ocupacional, que proponga un nuevo discurso político y social que sirva como puente entre la sociedad en la que se insertan y mejores condiciones de vida, construidas a partir del desarrollo de expresiones artísticas, habilidades sociales y de mediación.

Asimismo, es importante repensar la relación que las editoriales establecen con las librerías, y cómo en ella se replican elementos de violencia simbólica que los editores mismos sufren con otros agentes más poderosos, como el Estado mismo: el acondicionamiento y la explotación en los acuerdos comerciales, la competencia

desleal o el descuido de esas mismas relaciones por considerarlas irrelevantes frente a otros actores.

Esto no quiere decir que las librerías no tengan vicios en su funcionamiento: deudas o demoras en el pago después de meses, desinterés por la promoción de los libros y otros materiales, poco trabajo con la comunidad para darse a conocer, entre otros.

En general, como toda construcción social, el campo de las librerías no se define a partir de una escala de valores que las clasifique en “buenas” o “malas” sino como un complejo intrincado de relaciones en donde las luchas por el poder y el reconocimiento, además de la generación de capital económico, se manifiestan en estrategias que cada uno de los agentes considera necesarias para garantizar su supervivencia en el sistema.

En esta línea, las librerías comunitarias se perfilan como proyectos con un perfil muy similar al que Pimentel da a la empresa editorial en su *Manual del editor*:

Para los fines de esta introducción, nos bastará saber que se trata de una empresa muy especial, donde el afán de beneficio jamás puede convertirse en el motor exclusivo para una adecuada gestión, y en la que no existen leyes seguras para el éxito. Pero tampoco podemos jamás olvidar que se trata de una empresa en la que los ingresos deben superar los gastos, si queremos vivir de ella y consolidar el proyecto editorial.¹⁸⁴

Y añaden la particularidad de que cuentan con una identidad social y política clara, reforzada en las actividades

¹⁸⁴ Manuel Pimentel, *Manual del editor: cómo funciona la moderna industria editorial*, 1a ed. Córdoba, España: Berenice, 2007.

que llevan a cabo para establecer una relación distinta con sus comunidades y, en conjunto, construir espacios de cuidado, resistencia, resiliencia y, por qué no, de amor y pasión por los libros y por todas las posibilidades que abren para lectores, no lectores y lectores en potencia.

Quedan muchas preguntas por responder, así como la necesidad de una investigación más profunda para terminar de delimitar el campo existente y, sobre todo, el *habitus* librero, con entrevistas a muchos más agentes, de librerías comunitarias, de librerías radicales, de uso e incluso de las que no se definen así pues persiguen otros objetivos; también, en las que se haga partícipes a los lectores, a los compradores (que no siempre son los mismos), a los visitantes, a las editoriales y, de ser posible, a los propios actores de gobierno que tienen injerencia en las políticas públicas que impactan de manera directa al sector, para tener registro de su postura y entender desde qué perspectiva miran a las industrias culturales.

Sea pues esta ICR una invitación para mirar hacia otros lados, escuchar otras voces y, sobre todo, para hablar también desde otras posturas, compartir saberes, miedos, inquietudes y *reconocer* —en el sentido literal de ‘volver a conocer’— la potencialidad que existe en otros proyectos culturales distintos, en los que identificamos al libro por sus posibilidades como objeto cultural, político y de acción social, tal como lo hemos enarbolado quienes hemos estado en el mundo editorial, pues así ha quedado reconocido en los anales de la historia.

Referencias

Referencias y fuentes de consulta

- Agencia EFE. 2021. “La icónica librería LGBT de la Zona Rosa celebra el orgullo tras superar la crisis de Covid-19”, *La Prensa*, 23 de junio de 2021. <https://oem.com.mx/la-prensa/tendencias/la-iconica-libreria-somos-voces-considerada-la-mas-grande-de-tematica-lgbt-en-latinoamerica-festeja-el-orgullo-despues-de-superar-la-crisis-de-covid-19-14806394>
- Aguilar Sosa, Yanet. 2022. “Librerías mantienen estímulo del 8%, reenfocan su lucha a tasa cero y Precio Único”, *El Universal*, 21 de octubre de 2022. <https://www.eluniversal.com.mx/cultura/librerias-mantienen-estimulo-del-8-reenfocan-su-lucha-tasa-cero-y-precio-unico/>
- Alessio Robles, Vito. 1932. “La primera imprenta en Coahuila”, *Revista de la Universidad*, febrero. <https://www.revistadelauniversidad.mx/articles/75696b2c-aa5b-4c88-bffc-4b32ab2bc93c/la-primera-imprenta-en-coahuila>
- Arguet. Despacho Contable y Fiscal. 2020. “Nuevo estímulo fiscal a libros, periódicos y revistas”, entrada de blog, 10 de febrero de 2020. <https://arguet.com.mx/nuevo-estimulo-fiscal-a-libros-periodicos-y-revistas/>

Banco Interamericano de Desarrollo. s. f. "ECONOMÍA NARANJA | Regional Naranja", sitio web, consultado el 9 de junio de 2023. <https://www.regionnaranja.org/economiaNaranja>

Bergareche, Borja. 2013. "Saskia Sassen: 'La austeridad es el equivalente económico de la limpieza étnica'", *ABC Sociedad*, 16 de mayo de 2013. <https://www.abc.es/sociedad/20130516/abci-premio-principe-asturias-sociologa-201305152226.html?ref=https%3A%2F%2Fwww.abc.es%2Fsociedad%2F20130516%2Fabci-premio-principe-asturias-sociologa-201305152226.html>

Bertucci, Alejandra. 2013. "Sobre la Industria cultural. Horkheimer y Adorno", *Problemas filosóficos contemporáneos. Cuaderno de cátedra. Perspectivas sobre filosofía, arte y comunicación*, noviembre de 2013, consultado el 9 de junio de 2023. <https://perio.unlp.edu.ar/catedras/filosofia/wp-content/uploads/sites/129/2020/06/15-sobre-la-industria-cultural.-A.-Bertucci.pdf>

Bhaskar, Michael. 2014. *La máquina de contenido: hacia una teoría de la edición desde la imprenta hasta la red digital*, trad. Ricardo M. Rubio Ruiz. México: Fondo de Cultura Económica.

Bourdieu, Pierre. 1988. *La distinción. Criterios y bases sociales del gusto*, trad. María del Carmen Ruiz de Elvira. Madrid: Taurus. https://pics.unison.mx/maestria/wp-content/uploads/2020/05/La_Distincion-Bourdieu_Pierre.pdf

Bourdieu, Pierre. 1999. *Intelectuales, política y poder*, 1a ed. Buenos Aires: Eudeba.

- Bourdieu, Pierre. 2000. “Espacio social y poder”, en *Cosas dichas*, trad. Margarita Mizraji, pp. 127-149. Barcelona: Gedisa.
- Bourdieu, Pierre y Loïc Wacquant. 2005. *Una invitación a la sociología reflexiva*, trad. Ariel Dilon. Buenos Aires: Siglo XXI Editores.
- Brozek, Kathy O. y Jorge Treviño (trads.). 2023. “Las librerías como centros cívicos”, *Stanford Social Innovation Review En Español*, 15 de diciembre de 2023. <https://ssires.tec.mx/es/noticia/las-librerias-como-centros-civicos>
- Busquet, Jordi, Miquel Calsina, Alfons Medina y Lluís Flquer. 2020. *262 conceptos clave de Sociología*, 1a ed. Barcelona: Universidad Oberta de Catalunya.
- Butler, Judith. 2020. *Sin miedo: formas de resistencia a la violencia de hoy*, trad. Inga Pellisa Díaz. Barcelona: Taurus.
- Cabral, Amílcar. 1981. Cultura y liberación nacional. México: Escuela Nacional de Antropología e Historia (Colección Cuiculco), en Luis Román Rabanaque, Comunalidad, capítulo 2: “Resistencia india y comunalidad: hacia su estudio y desarrollo”. Oaxaca: s. p. i., 2003.
- Cámara de Diputados. 2008. Ley de Fomento para la Lectura y el Libro, en Diario Oficial de la Federación, 24 de julio de 2008, última reforma: 29 de noviembre de 2023. <https://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/LFL.pdf>
- Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana. 2023. “Indicadores del Sector Editorial Privado en México”, informe. https://caniem.org/wp-content/uploads/2023/12/Booklet_ISEP-2023_azul.pdf
- Carrión, Jorge. 2013. *Librerías*, 1a ed. Barcelona: Anagrama.

- Castellano Caldera, César y Tomás Pérez Valecillos. 2003. “El espacio barrio y su espacio comunitario, un método para la estructuración de lo urbano”, *Revista INVI*, vol. 18, núm. 48, pp. 78-92. <https://revistainvi.uchile.cl/index.php/INVI/article/view/62217>
- Castro, Ruth (comp.). 2017. *Lectura y comunidades. Tres años de El Astillero Librería*. Torreón, Coahuila: El Astillero Librería.
- Castro, Ruth. 2019. “Las buscadoras”, *La pluma abominable*, enero-abril. <https://www.laplumaabominable.com/leer/2019/03/06/las-buscadoras>
- Centro Regional para el Fomento del Libro en América Latina y el Caribe. 2012. *Análisis de la situación actual de las librerías*. <https://cerlalc.org/publicaciones/analisis-de-la-situacion-actual-de-las-librerias/>
- Centro Regional para el Fomento del Libro en América Latina y el Caribe. 2019. *En defensa de las librerías*. <https://cerlalc.org/wp-content/uploads/2019/04/En-defensa-de-las-librerias.pdf>
- Chávez Félix, Ángel F. 2023. “José García de Letona, la primera biblioteca pública de Torreón, cumple 78 años; esta es su historia”, *El Siglo de Torreón*, 16 de septiembre de 2023. <https://www.elsiglodetorreon.com.mx/noticia/2023/jose-garcia-de-letona-la-primer-biblioteca-publica-de-torreon-cumple-78-anos-esta-es-su-historia.html>
- Congreso de la Ciudad de México. 2009. Ley de Fomento para la Lectura y el Libro de la Ciudad de México, en Gaceta Oficial del Distrito Federal, 4 de marzo de 2009, última reforma: 27 de mayo de 2022. <https://www.congresocdmx.gob.mx/media/documentos/ecfcf0c22d9f5f5147cc158ecda749431408ab95.pdf>

- Congreso del Estado Independiente, Libre y Soberano de Coahuila de Zaragoza. 2005. Ley de Desarrollo Cultural para el Estado de Coahuila de Zaragoza, en Periódico Oficial del Gobierno del Estado, 29 de abril de 2005, última reforma: 8 de abril de 2022. <https://sic.cultura.gob.mx/documentos/2303.pdf>
- Congreso del Estado Libre y Soberano de Veracruz de Ignacio de la Llave. 2007. Ley para el Fomento de la Lectura y el Libro, en Gaceta Oficial del Gobierno del Estado, 22 de junio de 2007, última reforma: 11 de septiembre de 2018. <https://www.legisver.gob.mx/leyes/LeyesPDF/LFLIBRO110918.pdf>
- Congreso del Estado Libre y Soberano de Veracruz de Ignacio de la Llave. 2010. Ley para el Desarrollo Cultural del Estado de Veracruz, 26 de febrero de 2010. <https://www.legisver.gob.mx/leyes/LeyesPDF/CULTURAL11-03-10.pdf>
- Curso de Redacción. 2019. “Voces en Tinta, la librería que saca los libros del clóset”, entrada de blog, 30 de abril de 2019. <https://cursoderedaccion.com/2019/04/30/voces-en-tinta-la-libreria-que-saca-los-libros-del-closet/>
- Durante, Nico. 2023. “Somos Voces: el clóset de libros que no se esconde”, *Un Cuarto Oscuro*, 4 de febrero de 2023. <https://www.uncuartooscuro.com/somos-voces-libreria-cdmx/>
- Eco, Umberto. 1986. *La estructura ausente: Introducción a la semiótica*, 3a ed. Barcelona: Lumen.
- Eco, Umberto. 2000. *Tratado de semiótica general*, trad. Carlos Manzano. Barcelona: Lumen.
- El Astillero Librería. 2014. “Aaron Rivera de Impulso Interno-Escénica Contemporánea”, publicación de Facebook,

- 18 de diciembre de 2014. <https://www.facebook.com/photo?fbid=669311579853029&set=a.587961801321341>
- El Astillero Libros. s. f. <https://www.elastillerolibros.com/>, sitio web, consultado el 7 de agosto de 2024.
- Fernández Jopia, Carlos. 2023. “Entender el barrio, una aproximación desde las Ciencias Sociales”, Revista ProPulsión. Interdisciplina en Ciencias Sociales y Humanidades, vol. VI, núm. 2, pp. 101-110, consultado el 15 de agosto de 2025. <https://ojs.revpropulsion.cl/index.php/revpropulsion/article/view/90/192>
- Forneo, José Luis. 2009. “Poder y resistencia”, tesis de doctorado, consultado el 20 de febrero de 2025. <http://poderyresistencia.blogspot.com>
- Foucault, Michael. 1968. *Las palabras y las cosas. Una arqueología de las ciencias humanas*, trad. Elsa Cecilia Frost, 1a ed. Buenos Aires: Siglo xxi Editores.
- Fuentes de María, Andrea. 1984. “El mercado editorial y la capacidad de la lectura”, *Extensión*, septiembre-noviembre, pp. 52-53. <https://cdigital.uv.mx/bitstream/handle/123456789/47891/ExtensionNo23Pag52-53.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- García Encina, Edgar Adolfo. 2019. “La librería, entre el relato literario y los rastros históricos. Rastros, peripecias e inconvenientes para una narración sin conjeturas”, *Biblioteca Universitaria*, vol. 22, núm. 1, enero-junio, pp. 70-78. <https://brapci.inf.br/index.php/res/download/144008>
- Giménez, Gilberto. 1996. “Territorio y cultura”, *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, vol. II, núm. 4, diciembre, pp. 9-30. <https://www.redalyc.org/pdf/316/31600402.pdf>
- Giménez, Gilberto. 1997. “La sociología de Pierre Bourdieu”, San Andrés Totoltepec, junio, documento

- en línea. [https://antroporecursos.wordpress.com/
wp-content/uploads/2009/04/bourdieu.pdf](https://antroporecursos.wordpress.com/wp-content/uploads/2009/04/bourdieu.pdf)
- Giménez, Gilberto. 2002. "Introducción a la sociología de Pierre Bourdieu", *Colección Pedagógica Nacional*, núm. 37-38, enero-junio/julio-diciembre, pp. 1-11. https://www.uv.mx/cpue/coleccion/N_3738/B%20Gilberto%20Gimenez%20Introduccion%202.pdf
- Giner, Salvador. s. f. "Sociología de la Cultura", en EcuRed. Enciclopedia colaborativa en la red cubana, sitio web, consultado el 9 de junio de 2023. https://www.ecured.cu/Sociolog%C3%A1da_de_la_Cultura
- Giner, Salvador. 2004. *Introducción a la Sociología I*, vol. I, II vols. La Habana, Cuba: Editorial Félix Varela.
- Gobierno del Estado de Veracruz. 2023. "Recordando mi Viejo Veracruz", publicación en Facebook. <https://fb.watch/qUuGfKMXPn/>
- Gobierno del Estado de Veracruz de Ignacio de la Llave. 2019. Programa Sectorial de Cultura 2019-2024, en Gaceta Oficial del Gobierno del Estado, 5 de septiembre de 2019. https://ivec.gob.mx/documentos/PSC2019_2024.pdf
- Gobierno Municipal de Torreón. 2022. Programa Municipal de Desarrollo 2022-2024. Ayuntamiento de Torreón. https://www.torreón.gob.mx/pdf/PMD2022_2024_Torreón.pdf
- Gómez Álvarez, Cristina. 2011. *Navegar con libros: el comercio de libros entre España y Nueva España. Una visión cultural de la Independencia (1750-1820)*. Ciudad de México: Trama-Universidad Nacional Autónoma de México.
- González Gutiérrez, Darío. 2011. "Prácticas creativas y comunicación en el sistema del arte", *Argumentos. Estudios críticos de la sociedad*, núm. 67, diciembre, pp. 115-133.

- Granados, Tomás y Francisco Goyanes (comps.). 2019. *De librerías y libreros. Encuentros y pasiones*, 1a ed. Guadalajara, Jalisco: Universidad de Guadalajara, Editorial Universitaria. https://simehbucket.s3.amazonaws.com/miscfiles/de-librerias-y-libreros_q86jm-vs.pdf
- Gutiérrez, Alicia B. 2005. *Las prácticas sociales: una introducción a Pierre Bourdieu*. Córdoba, Argentina: Ferreyra Editor.
- Guzmán, Fernando. 2022. "Librerías de viejo: el origen (1 de 3)", *UNAM Global*, 17 de enero de 2022. https://unamglobal.unam.mx/global_revista/librerias-de-viejo-el-origen-1-de-3/
- Hernán Benítez, Iván. 2023. "El Astillero, La Laguna lectora y su transformación", *Plaza Pública*, 17 de febrero de 2023. <https://laplazapublica.com/el-astillero-y-la-laguna-lectora/>
- Hernández, Selva. 2023. "Mapa de las librerías en México", Issuu. https://issuu.com/laoficinadellibro/docs/mapa_librerias_selva_hernandez_5
- Herrera, Daniel. 2014. "Moreleando o cómo recuperar las calles de una ciudad en ruinas", *Letras Libres*, 17 de diciembre de 2014. <https://letraslibres.com/revisa-espana/moreleando-o-como-recuperar-las-calles-de-una-ciudad-en-ruinas/>
- Hussein, Nasreen e Iain MacKenzie. 2017. "Creative Practices/Resistant Acts", *Contention*, vol. 5, núm. 1, junio, pp. 1-13. <https://doi.org/10.3167/cont.2017.050102>
- Lampriere, Luc. 1999. "Entrevista a Jeff Bezos, Presidente de Amazon: 'Cada uno de nuestros clientes tendrá una tienda a su medida'", *El Mundo*, 5 de abril de 1999. <https://www.elmundo.es/navegante/99/abril/05/amazon.html>

- Lefebvre, Henri. 1974. "La producción del espacio", *Papers. Revista de Sociología*, núm. 3, pp. 219-229. <https://doi.org/10.5565/rev/papers/v3n0.880>
- Lefebvre, Henri. 1991. *The Production of Space*, trad. Donald Nicholson-Smith, 1a ed. Oxford, Reino Unido: Basil Blackwell Ltd.
- Lefebvre, Henri. 2013. "Los espacios de lo posible", *La producción del espacio*, trad. Emilio Martínez Gutiérrez, 1a ed. Madrid: Capitán Swing.
- Mendoza Kaplan, Laura. 2013. "Barrio, Identidad y Convivencia. Un proceso formativo transdisciplinario en torno al proyecto de espacios comunitarios", tesis de doctorado, Universidad Nacional Autónoma de México. <http://132.248.9.195/ptd2013/enero/0687682/Index.html>
- Miller, Laura J. 1999. "Shopping for community: the transformation of the bookstore into a vital community institution", *Media, Culture & Society*, vol. 21, núm. 3, mayo, pp. 385-407. <https://doi.org/10.1177/016344399021003005>
- Pérez, Julián y Ana Gardey. 2021. "Práctica social - Qué es, definición y concepto", en Definición.de, sitio web. <https://definicion.de/practica-social/>
- Pimentel, Manuel. 2007. *Manual del editor: cómo funciona la moderna industria editorial*, 1a ed. Córdoba, España: Berenice.
- Quiroga, Ricardo. 2020. "Están en riesgo más de 70% de librerías independientes", *El Economista*, 7 de junio de 2020. <https://www.eleconomista.com.mx/arteseideas/Estan-en-riesgo-mas-de-70-de-librerias-independientes-20200604-0147.html>
- Quiroga, Ricardo. 2022. "Eliminan estímulo fiscal para librerías en Ley de Ingresos 2023", *El Economista*, 26 de

- septiembre de 2022. <https://www.eleconomista.com.mx/arteseideas/Eliminan-estimulo-fiscal-para-librerias-en-Ley-de-Ingresos-2023-20220925-0069.html>
- Quiroga, Ricardo. 2022. “La economía cultural ha demostrado ser procíclica, evalúan especialistas”, *El Economista*, 23 de noviembre de 2022. <https://www.eleconomista.com.mx/arteseideas/La-economia-cultural-ha-demostrado-ser-prociclica-evaluan-especialistas-20221123-0015.html>
- Quiroga, Ricardo. 2023. “Reli y UANL preparan un proyecto educativo para libreros”, *El Economista*, 18 de septiembre de 2023. <https://www.eleconomista.com.mx/arteseideas/Reli-y-UANL-preparan-un-proyecto-educativo-para-libreros-20230918-0117.html>
- Quiroga, Ricardo. 2024. “Reli señala inoperancia de reformas en la Ley del Libro”, *El Economista*, 23 de abril de 2024. <https://www.eleconomista.com.mx/arteseideas/Reli-senala-inoperancia-de-reformas-en-la-Ley-del-Libro-20240423-0022.html>
- Ramírez Torres, Juan Luis. 1995. “Codificación y códigos culturales: simbólico y ritual en cultos”, tesis de doctorado en Antropología Física, Universidad Nacional Autónoma de México. <http://132.248.9.195/ppt1997/0231621/Index.html>
- Redacción. 2024. “Abrió la inscripción a la escuela de libreros con cursos de capacitación a distancia”, *El Destape*, 1 de marzo de 2024. <https://www.eldestapeweb.com/cultura/argentina/abrio-la-inscripcion-a-la-escuela-de-libreros-con-cursos-de-capacitacion-a-distancia-20243115470>
- Redacción DSC. 2019. “Voces en Tinta (ahora Somos Voces): 10 años sacando libros del clóset”, Almomento. mx, Cultura, Principal, 23 de agosto de 2019. <https://>

- almomento.mx/voces-en-tinta-ahora-somos-voces-10-anos-sacando-libros-del-closet/
- Red de Librerías Independientes. 2020. “Manifiesto de la Red de Librerías Independientes-Reli (México)”, en Valor de Cambio. Información del Mundo Editorial, sitio web. <https://valordecambio.com/manifiesto-de-la-red-de-librerias-independientes-reli-mexico/>
- Red de Librerías Independientes. 2024. <https://libreriasindependientes.mx/>, sitio web, consultado el 3 de marzo de 2025.
- Red de Librerías Independientes y Universidad Autónoma de Nuevo León. 2023. “Laboratorio para Librerías”, página oficial de Facebook. <https://www.facebook.com/libreriaslab/>
- Red Es Poder. 2020. “Librería el Astillero convoca a compartir anécdotas para celebrar sexto aniversario”, red·es·poder, comunidad de medios, 27 de julio de 2020. <https://redespoder.com/destacadas/libreria-el-astillero-convoca-a-compartir-anecdotas-para-celebrar-sexto-aniversario/>
- Reimagining Bookstores. 2021. “Reimagining Bookstores – Deepening literacy, strengthening communities, paying living wages”, sitio web. <https://reimaginebookstores.org/>
- Reyes López, Mary Carmen. 2019. “*Habitus* de los editores de libros y su práctica en el entorno digital”, Idónea Comunicación de Resultados, Maestría en Diseño y Producción Editorial, Universidad Autónoma Metropolitana-Xochimilco. <https://repositorio.xoc.uam.mx/jspui/handle/123456789/22816>
- Rodríguez, Saúl. 2021. “La supervivencia de las librerías independientes”, *El Siglo de Torreón*, 11 de enero de

2021. <https://www.elsiglodetorreón.com.mx/noticia/2021/la-supervivencia-de-las-librerías-independientes.html>
- Rueda Ramírez, Pedro J. 2005. *Negocio e intercambio cultural: el comercio de libros con América en la Carrera de Indias (siglo XVII)*. Sevilla: Universidad de Sevilla.
- Santiago, Jesús Alejo. 2019. "El Sótano apuesta por las librerías de barrio", *Milenio*, 22 de diciembre de 2019. <https://www.milenio.com/cultura/literatura/librerias-el-sotano-apuesta-por-las-librerias-de-barrio>
- Schiffrin, André. 2000. *La edición sin editores*, trad. Eduard Gonzalo. Barcelona: Destino.
- Schluchter, Wolfgang. 2012. "Ferdinand Tönnies: comunidad y sociedad", *Signos Filosóficos*, vol. 13, núm. 26, enero, pp. 43-62. <https://signosfilosoficos.itz.uam.mx/index.php/SF/article/view/468>
- Secretaría de Cultura. s. f. "Librerías en México", en Sistema de Información Cultural, plataforma en línea, consultado el 28 de febrero de 2024. <https://sic.cultura.gob.mx/index.php?table=libreria>.
- Secretaría de Desarrollo Agrario, Territorial y Urbano y Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit. s. f. "Moreleando, de vuelta al centro", en *Ciudades para la movilidad: mejores prácticas en México*, documento en línea. <https://iki-alliance.mx/wp-content/uploads/31-Torre%C3%B3n-Coahuila.-Moreleando-de-vuelta-al-centro.pdf>
- Secretaría de Educación Pública. 2023. "Manual de Organización General del Fondo de Cultura Económica", documento en línea. https://www.fondodeculturaeconomica.com/subdirectorios_site/Normateca/MOG.pdf
- Socarrás, Elena. 2000. "Participación, cultura y comunidad", en Cecilia Linares Fleites, Pedro Emilio Moras

- Puig y Bisel Rivero Baxter (comps.), *La participación. Diálogo y debate en el contexto cubano*, pp. 173-180. La Habana: Centro de Investigación y Desarrollo de la Cultura Cubana Juan Marinello.
- Solís Álvarez, Eduardo. 2023. "Resistencias políticas: prácticas, dimensiones y su relación con la violencia", *Escenarios. Revista de Trabajo Social y Ciencias Sociales*, núm. 37, octubre. <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/163339>
- Spencer, Jeremy. 2015. "The Shipyard — A Bookstore in Coahuila, Mexico", en Real Pants, sitio web, 14 de enero de 2015. <https://realpants.com/shipyards-book-store-coahuila-mexico/>
- Stewart, Dorothy M. (ed.). 1998. *Gower Handbook of Management Skills*. S. l.: Gower.
- Tapia Barría, Verónica. 2015. "¿De qué hablamos cuando hablamos de barrio? Trayectoria del concepto de barrio y apuntes para su problematización", *Revista Antropológicas del Sur*, vol. 2, núm. 3, pp. 121-135.
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. 1982. Declaración de México sobre las Políticas Culturales. Conferencia Mundial sobre las Políticas Culturales, en Observatorio Latinoamericano de Gestión Cultural. <https://observatoriocultural.udgvirtual.udg.mx/repositorio/handle/123456789/1578>
- Veloza Posada, Mauricio. 2022. "Colombia busca cómo 'sacarle jugo' a la Economía Naranja", *Divulgación Científica*, revista en línea de la Universidad del Rosario, pp. 88-91. <https://urosario.edu.co/revista-divulgacion-cientifica/economia-y-politica/colombia-busca-como-sacarle-jugo-a-la-economia-naranja>

- Villalpando, Agustín. 2009. "Bertha de la Maza - Voces en Tinta - Apertura Librería - Enkidu Magazine", en YouTube, entrevista en video, 1:42 min. <https://www.youtube.com/watch?v=gMUHhBT9SAY>
- Villella, Agustina y Samuel Albores. s. f. "Nosotros", en El Entusiasmo Libros, sitio web, consultado el 7 de agosto de 2024. <https://elentusiasmolibros.com/nosotros/>
- Villoro, Luis. 1997. *El poder y el valor: fundamentos de una ética política*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Zahar Vergara, Juana. 2006. *Historia de las librerías de la ciudad de México: evocación y presencia*. México: Universidad Nacional Autónoma de México. https://ru.iibi.unam.mx/jspui/handle/IIBI_UNAM/L174

De los epígrafes

Bergareche, Borja. 2013. "Saskia Sassen: 'La austeridad es el equivalente económico de la limpieza étnica'", *ABC Sociedad*, 16 de mayo de 2013. <https://www.abc.es/sociedad/20130516/abci-premio-principe-asturias-sociologa-201305152226.html?ref=https%3A%2F%2Fwww.abc.es%2Fsociedad%2F20130516%2Fabci-premio-principe-asturias-sociologa-201305152226.html>

Caffentzis, George y Silvia Federici. 2015. "Comunes contra y más allá del capitalismo", *El Aplantle*, núm. 1, octubre, p. 67, citados en Nicolás Pradilla, *Un modelo de organización colectiva para la subjetivación política. El manual del editor con huaraches y los seminarios de labor editorial en escuelas normales rurales en México*. México: Taller de ediciones económicas, 2019.

- Calvino, Italo. 2023. *Las ciudades invisibles*, ed. César Palma, trad. Aurora Bernárdez. Madrid: Siruela.
- Carrión, Jorge. 2013. *Librerías*, 1a ed. Barcelona: Anagrama.
- Foucault, Michael. 1968. *Las palabras y las cosas. Una arqueología de las ciencias humanas*, trad. Elsa Cecilia Frost, 1a ed. Buenos Aires: Siglo xxi Editores.
- Garcés, Marina. 2014. *Común (sin ismo)*, 1a ed. Chiapas: Pensaré Cartoneras. https://issuu.com/pensare-cartoneras/docs/marina_0.5_22ago14.7
- Lampriere, Luc. 1999. “Entrevista a Jeff Bezos, Presidente de Amazon: ‘Cada uno de nuestros clientes tendrá una tienda a su medida’”, *El Mundo*, 5 de abril de 1999. <https://www.elmundo.es/navegante/99/abril/05/amazon.html>.
- Zweig, Stefan. 2024. *Mendel, el de los libros*, trad. Itziar Hernández Rodilla. S. l.: Editorial Alma.

Identidad es-
pacio comuni-
ario prácticas
creativas cul-
tura prácticas
de resisten-
cia comunidad
identidad es-
pacio comuni-
ario prácticas
creativas cul-
tura prácticas