

Librerías y librereros independientes y de libros leídos en Bogotá y Medellín. Tipologías y funciones*

Resumen

A partir de los resultados de la aplicación de una encuesta a 214 usuarios de librerías en Bogotá y Medellín, y de la realización de 21 entrevistas a librereros de estas mismas dos ciudades, este artículo presenta un análisis de las condiciones en las que cada librero o dueño de librería desempeña su papel y las funciones que desarrolla en relación con las particularidades de cada librería. Con ello, se busca contribuir al conocimiento de estos espacios tan importantes dentro del tejido de estas dos ciudades, más aún en el marco de la pandemia por COVID-19. Las conclusiones del análisis permiten establecer las características principales que se esperan actualmente de un librero y del espacio de la librería, así como proponer una serie de recomendaciones para fortalecer la red librera del país.

Palabras clave: librerías colombianas, librereros colombianos, funciones de los librereros, tipología de librerías, librerías independientes, librerías de libros leídos.

Paula Andrea Marín Colorado

Doctora en Literatura, Universidad de Antioquia. Magíster en Literatura Hispanoamericana, Instituto Caro y Cuervo. Profesora e investigadora del Instituto Caro y Cuervo.
paula.marin@caroycuervo.gov.co
<http://orcid.org/0000-0002-9930-4500>

Ana María Agudelo Ochoa

Doctora en Literatura, Universidad de Barcelona. Magíster en Literatura Colombiana, Universidad de Antioquia. Profesora e investigadora de la Universidad de Antioquia.
amaria.agudelo@udea.edu.co
<https://orcid.org/0000-0002-5406-3133>

Cómo citar este artículo: Marín, Paula Andrea; Agudelo, Ana María (2022). Librerías y librereros independientes y de libros leídos en Bogotá y Medellín. Tipologías y funciones. *Revista Interamericana de Bibliotecología*, 45(2), e344809. <https://doi.org/10.17533/udea.rib.v45n2e344809>

Recibido: 2020-12-17/ Aceptado: 2022-03-03

* Este artículo es resultado de investigación del proyecto: “Librereros, librerías y lectores en Bogotá, Medellín y Cali. Espacios, agentes y experiencias en el presente” (2020), que contó con la financiación del Instituto Caro y Cuervo y de la Universidad de Antioquia; además, está inscrito en el Sistema Universitario de Investigación de la Universidad de Antioquia y hace parte de la Estrategia de Sostenibilidad de los Grupos de Investigación, Universidad de Antioquia (2020-2021).



Independent and Used Books Bookstores and Booksellers in Bogotá and Medellín. Typologies and Functions

Abstract

Based on the results of the application of a survey to 214 users of bookstores in Bogotá and Medellín, and 21 interviews with booksellers in these same two cities, this article presents an analysis of the conditions in which bookseller or bookstore owners perform their role and the functions they perform in relation to the particularities of each bookstore. The aim is contributed to the knowledge of these important spaces within the fabric of our cities, even more so in the framework of the COVID-19 pandemic. The conclusions of the analysis make it possible to establish the main characteristics that are currently expected of a bookseller and the bookstore space, as well as to propose a series of recommendations to strengthen the country's bookstore network.

Keywords: Colombian bookstores, Colombian booksellers, booksellers functions, types of bookstores, independent bookstores, bookstores of books read.

1. Introducción

Los lectores-compradores habituales de libros en Colombia prefieren las librerías como espacios para adquirirlos (Cámara Colombiana del Libro, 2020);¹ estos lectores son quienes sostienen, en buena parte, la comercialización de libros en el país (Lado B, 2018a). Sin embargo, los puntos de venta de libros apenas llegan a los 600 en Colombia, es decir, hay una librería por cada 78 910 habitantes; estos puntos de venta están concentrados en Bogotá (40 %) y, en menor medida, en Medellín (14 %), Cali (7 %), Barranquilla (6 %) y Bucaramanga (5 %). La mayoría de ellos son comercializadores de libros religiosos y librerías de cadena. Otro tipo de punto de comercialización de libros es aquel no especializado (como las grandes superficies),

1 Estos lectores corresponden al 10 % de la población alfabetizada y tienen formación profesional (su rango de edad está entre los 26 y los 40 años) (Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas [DANE], 2018).

en donde la competencia entre los fondos editoriales colombianos y los extranjeros beneficia en mayor medida a estos últimos (Lado B, 2018a).

En 2020, las medidas de distanciamiento social, impuestas como reacción a la pandemia por COVID-19, evidenciaron aún más que las librerías, si bien son “la instancia principal para propiciar el contacto de los libros con los lectores” (Rodríguez, 2019, p. 8), son también el eslabón más frágil de la cadena del libro. Desde ese mismo año, por ejemplo, se ha asistido al aumento exponencial de las ventas a través de la plataforma virtual Buscalibre, una empresa chilena que extendió su radio de ventas a Colombia desde 2012. Este hecho dejó de manifiesto la brecha digital que existe entre megaempresas como Buscalibre, Amazon o, a menor escala, las librerías de cadena. Evidenció además las posibilidades de venta en línea que tienen las librerías independientes y las de libros leídos; pero también la necesidad de discutir en profundidad la propuesta de una ley del precio fijo al libro en Colombia, para evitar la competencia desigual generada por la capacidad de distribuidoras y plataformas virtuales como Buscalibre de ofrecer descuentos con los cuales les resulta prácticamente imposible competir a las librerías independientes.

Antes de la pandemia, tanto las librerías independientes como las de leídos centraban sus servicios en sus locales, en cuanto lugares de encuentro de sus usuarios y espacios que ofrecían experiencias relacionadas con el libro, que programaban actividades culturales (las independientes) y que estimulaban la conversación con los libreros. Estos aspectos las convertían en las favoritas (sobre todo, las independientes) de los usuarios de librerías, según la encuesta realizada para esta investigación (Marín et al., 2020). En medio de la pandemia, estos dos tipos de librerías han debido redoblar sus esfuerzos para mantener a flote la relación con sus usuarios y, por ende, sus ventas. En este contexto, resulta necesario analizar cómo ha sido el funcionamiento de las librerías independientes y de libros leídos en el país, y las relaciones que se tejen en ellas entre los espacios, los libreros y los usuarios, con el objetivo de conocer sus fortalezas y la manera en la que podrían seguirse consolidando. En este artículo, el foco está, entonces, en analizar el funcionamiento y características de estos dos tipos de librerías.

Para el caso de las de libros leídos, el énfasis está en aquellas cuya venta de libros no está asociada exclusivamente a la bibliofilia o al coleccionismo. Estas librerías aparecieron en la segunda mitad del siglo XIX, como suceso concomitante de la industrialización del libro, aunque en ese momento estuvieron más enfocadas en el fenómeno de la bibliofilia (Botrel, 2001). En Colombia, para la primera mitad del siglo XX, ya se tienen noticias de libreros especializados en este tipo de mercado, tal como se evidencia en las noticias que dieron cuenta de la primera feria del libro que se llevó a cabo en Bogotá, en 1936 (Silva, 2005). Durante la segunda mitad del siglo XX, aumenta exponencialmente el número de librerías de libros leídos, como consecuencia de tres circunstancias: 1) la masificación del libro, 2) el crecimiento de la población estudiantil de secundaria y la universitaria (usuarios predominantes de este tipo de librerías) y 3) la compra-venta de bibliotecas familiares heredadas. En la actualidad, el mayor número de librerías de libros leídos en funcionamiento en Colombia fue fundado en la década de 1990 (Ussa, 2016).

El fenómeno de las librerías independientes, por su parte, se puede entender como una respuesta a la aparición, en las décadas de 1980 y de 1990, de las librerías de cadena, especialmente las localizadas en los centros comerciales. Estas librerías privilegian la comercialización de *best sellers* de temporada, “títulos de autoayuda” y obras que ofrecen “consejos financieros, espirituales o dietéticos, chismes sobre celebridades o eventos políticos” (Epstein, 2009, p. 127). Es durante el período 2000-2020, sobre todo en la segunda década, que se puede ubicar el surgimiento de librerías independientes en Colombia.

Para efectos de esta investigación, se han clasificado las librerías independientes en dos tipos: A y B. Las primeras son librerías que se declaran independientes, tienen libreros de oficio, son gestionadas, generalmente, por sus propietarios, solo cuentan con un local y no están ligadas a ningún contrato de franquicia con un tercero, ni son subsidiarias de otra empresa. Además, tienen un alto porcentaje de libros de rotación lenta, programan eventos culturales y clubes de lectura. Las librerías independientes tipo B se declaran, asimismo, independientes, tienen libreros de oficio y, por lo general, son gestionadas por sus propietarios, combinan el negocio de la librería con la distribución o la edición, o bien,

cuentan con dos o tres sucursales, pero no están ligadas a ningún contrato de franquicia con un tercero, ni son subsidiarias de otra empresa. Como en las independientes tipo A, el porcentaje de libros de rotación lenta es mayor al de rotación rápida, programan eventos culturales y clubes de lectura. Según la encuesta aplicada para esta investigación, las librerías independientes son las que más se ocupan de generar agenda cultural, espacios periódicos de lectura y actividades como presentaciones de libros, talleres y conferencias.

Esta diferenciación entre librerías independientes obedece, principalmente, a los comentarios de varios entrevistados para esta investigación acerca de la necesidad de distinguir la naturaleza de las librerías independientes, según su tamaño (inventario y número de sucursales), pues no es posible comparar a una librería que cuenta con un local y con un inventario compuesto, sobre todo, por libros de rotación lenta y de editoriales independientes con otra que cuenta con más sucursales o con otros negocios de apoyo (distribuidora, editorial), y cuyo inventario se nutra —en buena parte, gracias a su mayor capacidad comercial— de una proporción significativa de libros de conglomerados editoriales. La definición de librería independiente que apareció en la Convocatoria de Estímulos de 2019 del Ministerio de Cultura de Colombia considera independientes aquellas librerías que cuentan con mínimo un punto de venta físico y máximo tres (Ministerio de Cultura de Colombia [MinCultura], 2019); por su parte, la puntualización sobre independencia que figura en el estudio sobre librerías del Cerlalc (2012) enfatiza en las independientes como librerías de fondo, garantes de la bibliodiversidad, por cuanto tienen mayor porcentaje de libros de rotación lenta. El tamaño y las características del inventario serían, pues, factores importantes de diferenciación que MinCultura no estaría teniendo en cuenta en su definición para el otorgamiento de estímulos y que sería necesario revisar.

Para todas las librerías consideradas en este estudio (20), se analizaron las condiciones en las que cada librero o dueño de librería desempeña su oficio y las funciones que desarrolla en relación con las particularidades de cada librería; estas funciones han sido agrupadas así: recomendación (atención a usuarios), selección (curaduría, exhibición de los libros), gestión cultural (programación de eventos), mercadeo

y difusión (redes sociales virtuales, marketing) y administración (inventario, caja, proveedores) (Min-Cultura, 2019). De esta manera, se pretende mostrar la relación entre tipologías de librerías y de libreros, y entre tipologías de librerías, las funciones que cumplen sus libreros y las funciones que aquellas cumplen dentro de la comunidad de usuarios de librerías de sus respectivas ciudades.

2. Metodología

El proyecto de investigación del que se deriva este artículo se concentró en el análisis cualitativo, basado en entrevistas en profundidad con libreros y propietarios de librerías, y en una encuesta a usuarios de librerías, de las librerías generalistas independientes y de libros leídos en Bogotá y Medellín, por ser estas ciudades las que concentran el mayor porcentaje de librerías del país. Las independientes son las preferidas por los usuarios de librerías, según los resultados de la encuesta aplicada entre el 28 de mayo y el 13 de julio de 2020, con participación voluntaria de 214 usuarios de librerías, de las ciudades de Bogotá, Medellín, Manizales, Pasto, Cali y Bucaramanga (Marín et al., 2020).

Según el más reciente estudio sobre librerías en Colombia, realizado por Lado B (2018b), existen 28 puntos de venta de “libros usados”: dos en Medellín y 16 en Bogotá. En esta investigación se cuenta con cinco testimonios de libreros de libros leídos: tres en Medellín y dos en Bogotá, para una muestra del 30 %, aproximadamente. En todos los casos, son librerías muy reconocidas en su medio, algunas de muy larga trayectoria dentro de este modelo de negocio. Otra fuente de datos sobre librerías en Colombia es el directorio de la Asociación Colombiana de Libreros Independientes (ACLI, 2020), cuyo inventario indica la existencia de 41 librerías independientes asociadas. De estas, 23 están ubicadas en Bogotá y dos en Medellín. Se cuenta con las entrevistas de las dos librerías-libreros de Medellín; para el caso de Bogotá, se cuenta con nueve de las 23. A estos 11 testimonios se sumaron los de cuatro libreros más (uno de Bogotá y tres de Medellín), quienes se declaran independientes, a pesar de que no figuran en la lista de asociados de la ACLI. Se considera así que se da cuenta del funcionamiento de cerca de un 40 % de las librerías independientes de estas dos ciudades.

El número de entrevistas en profundidad (21, correspondientes a 20 librerías) obedeció a las citas que pudieron ser concretadas entre abril y julio de 2020. Los encuentros con los entrevistados se desarrollaron de manera virtual, algunos en varias sesiones, debido a las medidas de distanciamiento social, a raíz de la pandemia por COVID-19.

3. Resultados

3.1 Librerías y libreros en Bogotá y Medellín

Según los resultados de la encuesta aplicada, en ambas ciudades las librerías se ubican, sobre todo, en las zonas donde se concentran los centros financieros y la oferta cultural y universitaria;² sus visitantes son, en general, personas de 35-50 años, usuarios habituales de librerías independientes (que compran libros al menos una vez por trimestre), con formación académica de posgrado, con un sueldo mensual correspondiente a tres o más salarios mínimos,³ de profesión humanidades, ciencias sociales y derecho, profesores y estudiantes universitarios, y con preferencia de lectura por los libros de ficción y de autores colombianos (Marín et al., 2020).

De las 12 librerías bogotanas a las que se hace referencia, siete se clasificaron como independientes tipo A, tres como independientes tipo B y dos como de libros

2 En Bogotá, las librerías se encuentran, sobre todo, en las localidades La Candelaria, Santa Fé, Teusaquillo, Chapinero y Usaquén, en un territorio que abarca desde el centro de la ciudad hacia el norte. Sus usuarios residen, sobre todo, en las localidades de Teusaquillo, Chapinero, Engativá y Usaquén, o trabajan en las localidades donde se sitúan las librerías.

Las librerías cuya zona de influencia es Medellín se ubican, principalmente, en las comunas La Candelaria, Aranjuez, Laureles-Estadio, El Poblado y La América. Otras están ubicadas en municipios que hacen parte del Área Metropolitana (zona conformada por 10 municipios: Barbosa, Copacabana, Girardota, Bello, Medellín, Envigado, Itagüí, Sabaneta, La Estrella y Caldas, cuya población asciende a 3 870 058 habitantes) o cercanos a Medellín. Las librerías más visitadas están ubicadas en las comunas La Candelaria, Aranjuez y Laureles-Estadio, es decir, el centro-occidente de la ciudad. A diferencia de Bogotá, las librerías universitarias en Medellín tienen una importancia similar a la de las independientes entre los usuarios.

3 Correspondientes a 700 dólares, aproximadamente.

leídos.⁴ Las ocho librerías medellinenses se clasificaron así: cuatro librerías independientes tipo A, una librería independiente tipo B y tres librerías de libros leídos. Las librerías independientes tipo A tienen en promedio un inventario de 5000 a 20 000 volúmenes; las independientes tipo B, de 20 000 a 60 000; las de libros leídos, de 5000 a 10 000.⁵ En promedio, las ventas de estas librerías (según datos recogidos en Bogotá) se encuentran diferenciadas así: las de independientes tipo A van de los 300 a los 600 ejemplares mensuales; las independientes tipo B van de los 4000 a los 15 000; las de libros leídos también están entre los 300 y 600 ejemplares.⁶

Acerca de los catálogos de estas librerías (independientes y de leídos), en gran parte, están conformados por obras de las áreas de las ciencias sociales y humanas; destaca la literatura. La mayoría coincide en evitar la exhibición de libros de superación personal o autoayuda, pero los mantiene en la bodega por si algún lector los busca. En algunos casos, los propietarios se propusieron evitar este tipo de títulos, pero debido a la demanda de los clientes decidieron ofrecerlos.

4 Tres de estas librerías de Medellín contaban al finalizar el año 2019 con dos o tres puntos de venta. A la fecha de realización de esta investigación (2020), solo una contaba con más de un punto de venta.

Dos librerías hasta hace pocos años estaban ubicadas en la Comuna 10 (La Candelaria), pero decidieron cambiar de zona debido a las transformaciones del centro de la ciudad, entre otras causas, por problemas de seguridad.

5 Una de las librerías de libros leídos en Medellín tiene un catálogo de 45 000 títulos.

Para manejar estos inventarios y las operaciones comerciales, las librerías independientes han adquirido diferentes programas (software). Cuatro de las librerías más pequeñas (independientes tipo A) cuentan con Alejandría; en los otros casos, se mencionaron Fierro, Ofima y Trevenque. Las dos librerías de libros leídos en Bogotá afirmaron que su inventario no estaba sistematizado.

6 Las librerías independientes tipo A (de 5000 volúmenes en promedio) han sido las menos afectadas por la pandemia, debido a sus estructuras administrativas más simples y a que pudieron adaptarse rápidamente, más que las más grandes y las independientes tipo B, a las ventas electrónicas y al despacho de libros a domicilio, a través de las redes sociales virtuales, que usaron como vitrinas y mesas de exhibición. En la mayoría de los casos, los entrevistados afirmaron (entre abril y julio de 2020) que habían vendido más libros en comparación con el año anterior, por la misma época.

Otros géneros editoriales y temáticas cuya exhibición evitan estas librerías son religión, éxito empresarial, esoterismo, narcotráfico, textos escolares, obras “amarillistas” y títulos de moda que “en dos años nadie va a recordar” (Entrevistado Bogotá II-3, 2020). Lo anterior comprueba una de las características con las que han sido definidas las librerías independientes: su inventario cuenta con un mayor número de títulos de rotación lenta.

Un aspecto que en este artículo solo será mencionado y que requiere un desarrollo más amplio, amparado en una investigación de largo aliento, es la relación de estas librerías con las distribuidoras.⁷ Para todos los entrevistados, esta relación es complicada, pues las distribuidoras, por un lado, envían los libros a las librerías sin tener en cuenta su particularidad y, por otro, no les remiten lo que realmente les han solicitado. Esta situación ocasiona que los libreros deban invertir enormes cantidades de tiempo en hacer devoluciones; algunos, para evitar este trámite, dejan los libros en sus bodegas, con las consecuencias lógicas que esto trae a largo plazo.

Según los testimonios de los libreros, las grandes distribuidoras de sellos editoriales extranjeros ponen como condición a las librerías más pequeñas y a las que están empezando su negocio la compra en firme de sus libros;⁸ en otros casos, estas grandes distribuidoras les dicen a estas librerías que no tienen ejemplares para dejarles en consignación (en promedio, estas librerías solicitan de uno a cinco por título), pero los reservan para las librerías más grandes (las que manejan un inventario superior a los 40 000 volúmenes, por lo general), que pueden

7 En Colombia, no se cuenta con un inventario de distribuidoras; el único dato disponible es el número de afiliados a la Cámara Colombiana del Libro: 26. En las entrevistas realizadas para esta investigación, las librerías de 5000 a 10 000 volúmenes afirmaron que mantenían relaciones comerciales con un promedio de 50 a 80 proveedores (entre distribuidoras y editoriales); en las que tienen un inventario de hasta 20 000 volúmenes, este número alcanza los 150 proveedores.

8 En Colombia, las compras en firme de libros fueron la realidad de los libreros hasta la década de 1970, cuando apareció la práctica de la consignación.

vender entre 100 y 200 ejemplares de un título, entre la primera y cuarta semana de su lanzamiento.⁹

Asimismo, las librerías más grandes deben acoger los descuentos impuestos por estas grandes distribuidoras, como condición para mantener sus relaciones comerciales, que incluyen una mayor comisión por ventas que la concedida a las librerías pequeñas. Algunos libreros señalan, además, que ni las distribuidoras ni las editoriales deberían participar en las licitaciones públicas para compra de libros, pues dejan por fuera de la cadena a las librerías. Caso similar es el de las editoriales cuando negocian directamente los libros desconociendo así el canal de venta.

En cuanto a la relación con el oficio, la mayoría de los entrevistados coincide en que lo mejor de ser librero es el momento de destapar las cajas y revisar los libros que les envían las distribuidoras o editoriales. Todos también coinciden en que la labor de leer o de revisar en profundidad los libros que llegan a la librería para luego poder recomendar acertadamente (la “lectura librera”) no es compatible con las actividades diarias administrativas, de difusión, de gestión cultural o de atención a clientes; por esta razón, el momento para esta tarea se traslada a la noche, en sus casas.¹⁰ Las librerías que tienen 20 000 o más volúmenes coinciden en ser aquellas en las que sus propietarios o administradores desean ofrecer a los usuarios la compra de un libro como una experiencia completa del lugar: libros, conversaciones, temperatura, olores, música, eventos, atmósferas.

9 Para una librería independiente tipo A, un *best seller* es un título del que se venden entre 15 y 40 ejemplares, en promedio. Por lo general, estos *best sellers* provienen de editoriales independientes (colombianas y extranjeras) que los libreros se encargan de promover entre sus usuarios. Para este tipo de librerías, es fundamental la confianza que depositan en ellas las distribuidoras de sellos editoriales colombianos (La Diligencia, Huracán), la ACLI (en su rol de distribuidora), Babel y las editoriales independientes que les dejan en consignación sus libros; entre ellas, las más mencionadas en las entrevistas fueron Tragaluz y Angosta.

10 Así define esta actividad Antonio Ramírez (2009), de la Librería Central, de España: “La lectura librera entendida como aquel ejercicio específico destinado a identificar el horizonte de expectativas en el que puede situarse la lectura e interpretación de un texto por parte de una comunidad de lectores [...]. El librero trata de leer con los ojos de otros lectores que conoce, trata de anticiparse a la eventual lectura que hará ese conjunto de personas cuyos gustos e itinerarios lectores puede distinguir” (p. 151).

En el caso de las más pequeñas (independientes tipo A), los entrevistados concentran su función en la conversación con los usuarios, en la recomendación de títulos y, en general, en una atención que los haga sentir que “el mundo de los libros es accesible para cualquier persona” (Entrevistado Bogotá II-1, 2020) y que el librero entiende sus necesidades de lectura para “brindarle al lector el libro correcto en el momento correcto” (Entrevistado Bogotá II-6, 2020). Se trata, en últimas, de una “labor de acompañamiento” (Entrevistado Bogotá II-5, 2020), que hace parte de la relación entre libreros y lectores. Todos coinciden en afirmar que un buen librero es un buen lector, una persona capaz de recomendar títulos o, al menos, de orientar al cliente en su búsqueda. Los libreros también coinciden en que una librería es parte fundamental de la ciudad y debe ser un espacio que ofrezca una experiencia cálida de acercamiento al libro, un espacio de tranquilidad, de serenidad, de encuentro, de conversación, de difusión de la cultura y la lectura; un lugar donde los clientes puedan conseguir los títulos de su interés y, en caso de que no los haya, reciban ayuda para encontrarlos.

Acerca de la experiencia como libreros, entre los entrevistados (ocho mujeres y 13 hombres), solo cinco de los dueños de estas librerías (tres de libros leídos y dos de independientes de Medellín) y los cuatro empleados entrevistados habían trabajado antes en este sector. Once de ellos nacieron entre 1950 y 1970; dos más, entre 1970 y 1990, y ocho en la década de 1990. Todos provienen de actividades profesionales tan disímiles como la edición, las artes, las ciencias sociales, la ingeniería, el turismo, las ciencias económicas, las ciencias exactas, el manejo de recursos humanos y la administración de cafés. Dos de los entrevistados no terminaron estudios de educación superior. Sin embargo, todos los propietarios son cercanos al mundo del libro, bien sea porque en su infancia y adolescencia fueron buenos lectores, gracias al estímulo de sus padres (algunos de ellos, maestros) o de la biblioteca familiar, a las bibliotecas de amigos y familiares, a las bibliotecas públicas, a regalos, a su asiduidad en la visita a librerías, o porque sus pregrados o posgrados están relacionados con la literatura, las hu-

manidades y las ciencias sociales.¹¹ En la mayoría de los casos, parece tratarse de una relación con la lectura que se produce más por conquista que por herencia, en términos de Chartier (2017), pues son menos los casos en los que los entrevistados tuvieron padres muy lectores y contaron con biblioteca en su casa paterna.

En cuanto a la sostenibilidad de las librerías como negocios, de los 21 libreros entrevistados, cuatro combinan el trabajo en la librería con otro oficio y otros cuatro cuentan con el apoyo económico de familiares o de una jubilación (estos ocho entrevistados pertenecen a las librerías independientes tipo A, excepto en uno de los casos, correspondiente a libros leídos); la mayoría, pues, vive estrictamente de su trabajo en la librería.

3.2 Independientes tipo A

De las 11 librerías independientes de este tipo (siete en Bogotá y cuatro en Medellín), solo en dos casos la entrevista fue realizada a uno de sus empleados; en los demás, se entrevistó a los socios-propietarios o fundadores de las librerías. En Bogotá, la mayoría de estas librerías fue creada en el período 2000-2020; en Medellín, entre 2010 y 2020.

Sobre la administración, siete de estas 11 librerías reservan un espacio para el funcionamiento de un café, que es manejado por ellos; solo en dos casos, el café pertenece a otra empresa y se le arrienda parte del local. En Bogotá, las librerías que no tienen café coinciden en ser las más antiguas y en no tener una agenda cultural amplia o en haber comenzado hace menos de un año con ella; inclusive, una no maneja en absoluto programación cultural. Para las librerías que sí manejan café, este les permite que las personas permanezcan más tiempo en el lugar y que haya más espacio para realizar los eventos culturales; por otra parte, uno de los propietarios apuntó que las ventas provenientes del café dejan mayor porcentaje de ganancia que los libros y esto permite apoyar económicamente la librería. Como complemento a lo anteriormente dicho, según la encuesta realizada

11 En el caso de los libreros de Bogotá, la afiliación familiar al *Círculo de Lectores*, durante la adolescencia o la infancia, fue mencionada como un referente importante en esa construcción de la relación con la lectura; en el de los de Medellín las librerías *Aguirre* y *Continental* fueron mencionadas como lugares frecuentados por varios de ellos en su juventud, como librerías de referencia.

a usuarios de librerías para esta investigación, es en las librerías independientes tipo A donde los usuarios pasan mayor tiempo en cada una de sus visitas; asimismo, los usuarios de estas librerías son los que muestran mayor frecuencia de compra y los que más participan en la programación cultural de la librería (Marín et al., 2020). Estos hechos indicarían que las librerías independientes tipo A concentran a aquellos lectores con altos niveles de libros leídos al año.¹²

En relación con el funcionamiento de las librerías, nueve de las 11 cuentan con empleados; solo en dos casos (correspondientes a dos de las tres librerías con menor número de volúmenes en su inventario: 5000, aproximadamente) son los propietarios o socios quienes cumplen con todas las funciones prácticas de la librería: recomendación, selección, gestión cultural, mercadeo y difusión, y administración. Las estructuras administrativas más complejas corresponden a las librerías con mayor número de volúmenes en su inventario (20 000 y 40 000) e incluyen cajero, administrador y libreros (entre dos y seis); en una de ellas, el propietario no ejerce funciones de librero (no selecciona títulos para pedidos ni atiende a usuarios), pues no se considera como tal y contrató una administradora. En todos los demás casos, los propietarios ejercen como administradores, atienden a los usuarios, recomiendan títulos y hacen la selección para los pedidos a proveedores; cubren, pues, cualquiera de los frentes asociados a la gestión del día a día del negocio. Los empleados más jóvenes suelen ser quienes se encargan de las redes sociales y de la cara virtual de la librería.

Dos de las librerías de Medellín le apuestan decididamente a la importación directa de libros con el fin de ofrecer a los clientes títulos, ediciones y autores diferentes; esto les imprime cierta particularidad frente a las otras, pues cuentan en su catálogo con obras que de otra manera difícilmente llegarían a la ciudad. Es una estrategia comercial que en uno de los casos genera roces con las distribuidoras.

12 Los géneros más presentes en los catálogos de estas librerías (en Bogotá) son la literatura, el ensayo y la literatura infantil y juvenil; a estos le siguen la filosofía, las ciencias sociales y la biografía.

3.3 Independientes tipo B

De las cuatro librerías independientes tipo B que hicieron parte de esta investigación (tres en Bogotá y una en Medellín, cada una con dos puntos de venta), dos entrevistas fueron hechas a empleados de la librería (administrador y jefe de librereros) y dos a sus propietarios, quienes viven estrictamente de su negocio. En Bogotá, dos de estas librerías fueron fundadas entre 2009 y 2010, y la otra en la década de 1950; la librería de Medellín fue fundada en la década de 1990.

En relación con la sostenibilidad de las librerías, en dos de ellas (en Bogotá) también funciona un café en una de sus sucursales, pero es administrado por otra empresa; así, la librería recibe dinero por el arriendo del local. Una de estas librerías combina la venta de libros con la de discos, películas y vinos; sin embargo, el 80 % de las ventas proviene de los libros. La librería que no tiene café en Bogotá (además de librería, es distribuidora y editorial) no programa eventos culturales, talleres o clubes de lectura, a diferencia de la de Medellín que, sin tener café, mantiene un espacio de lectura, el último viernes de cada mes; algunos de sus clientes también animan una tertulia espontánea y están involucrados en la exhibición y recomendación de libros.

Acerca del funcionamiento administrativo de las librerías, en las tres de Bogotá, sus propietarios no hacen parte de este, a diferencia de la de Medellín; todas tienen una nómina de empleados más o menos numerosa, según el tamaño de la librería. En las librerías de Bogotá, la organización es la siguiente: la que cuenta con 60 000 volúmenes tiene una nómina de 58 empleados (18 librereros); la que cuenta con 40 000 volúmenes tiene la siguiente organización: administradores, cajeros, cuatro librereros en cada local, un *web master*, una *community manager*, bodeguistas y administrador de bodega central; por último, la que tiene 20 000 volúmenes cuenta con tres librereros y un administrador. En estas tres librerías tienen contratado a alguien especializado, encargado de manejar las redes sociales virtuales. El propietario entrevistado en Bogotá es el único de los cuatro que no se considera librero, en el sentido de que no se siente un “gran recomendador, gran lector, que vende lo que le gusta” (Entrevistado Bogotá I2-3, 2020); por esta razón, no atiende a usuarios y no interviene en la selección de títulos para solicitud a proveedores, que

es realizada por sus librereros especializados, aunque está pendiente de las reseñas que aparecen en los periódicos de circulación nacional.

3.4 Libros leídos

Los cinco testimonios recopilados y analizados en esta investigación (dos en Bogotá y tres en Medellín) fueron concedidos por los socios-propietarios de las librerías, quienes viven estrictamente de sus negocios (uno también de su jubilación). Estas librerías fueron fundadas entre la década de 1980 (una), finales de la década de 1990 (una) y la del 2000 (tres). Los dos propietarios entrevistados en Bogotá y uno en Medellín habían trabajado en otras librerías, antes de fundar las propias.

Estas librerías —como es común en las de libros leídos— no cuentan con programación cultural ni combinan la venta de libros con otros negocios. Por la naturaleza de la comercialización de estos libros, el porcentaje ganado en cada venta supera con creces al que se gana en el de libros nuevos. En estas librerías, son los socios-propietarios quienes cumplen con todas las funciones necesarias para desempeñar su oficio (aunque tienen colaboradores familiares o empleados temporales). Una de las librerías en Bogotá deja libros en consignación, provenientes de personas naturales; la compra en firme en relación con la consignación está en una proporción de 50-50.

Particularmente, para los librereros entrevistados en Medellín, la relación con la librería y con los libros se diferencia de la relación que se percibe en los librereros de nuevos en el vínculo cercano, amoroso podría decirse, con los libros como objeto. Los tres se perciben como guardianes de los libros, como conservadores del patrimonio, de ahí que, aunque tengan al menos un ayudante, en ellos se concentran las principales tareas asociadas a la gestión de la librería: compraventa de libros, selección de las obras y decisiones acerca del manejo del espacio y la exhibición.

4. Discusión

El análisis de este conjunto de librerías de Bogotá y Medellín permitió entender que son pocas las diferencias en el funcionamiento de las librerías en ambas ciudades, pues incluso su ubicación se despliega en un corredor

comercial-educativo-cultural que se estructura de manera similar en los dos territorios analizados aquí; esta ubicación de las librerías da cuenta del uso y apropiación del espacio urbano relativo a las librerías y podría fortalecer la creación de estos espacios en otras zonas, conservando la relación comercio-educación-cultura.

El único contraste ostensible entre las dos ciudades es el hecho de que no se haya encontrado una clara diferencia entre las independientes tipo A y B en Medellín. En Bogotá, en cambio, estas librerías presentan divergencias en el tamaño de sus catálogos e inventarios (más pequeños en las tipo A), en sus estructuras administrativas (más simples en las tipo A) y en la función que cumplen: en las tipo A, la función tiene que ver más con la importancia de conversar con el librero, mientras que en las tipo B tiene que ver más con la experiencia del lugar y todo lo que este conlleva. Así, se comprueba la necesidad de que las instituciones y agremiaciones tengan en cuenta una diferenciación entre las librerías clasificadas como independientes, de acuerdo con el número de sucursales con el que cuenten (una o más de una), con el número de volúmenes y de títulos en sus inventarios (incluida la diferencia entre libros de lenta y rápida rotación), con el número y el tipo de actividades culturales que programen, y con el tamaño de su estructura administrativa.

Aparte de esta diferenciación, la investigación ratifica a las librerías independientes como espacios en donde se privilegia la comercialización de libros de rotación lenta, que no son subsidiarias o franquicias de otra empresa y que destinan una parte importante de su gestión a la programación cultural. Asimismo, se ratifica la importancia de la existencia de las librerías de libros leídos como espacios que, por un lado, permiten resguardar el patrimonio bibliográfico y, por otro, mantener en circulación libros que, de otra manera, tendrían un ciclo de vida más corto y hacerlos asequibles y accesibles a un mayor número de personas.

Por otro lado, cabe resaltar el hallazgo acerca de que los propietarios de las librerías independientes, en su mayoría, no contaban con experiencia como libreros en el momento de fundar su negocio, y que algunos de ellos no ejercen funciones estrictas de libreros (recomendar, seleccionar). Esto permite comprender mejor el tipo de formación necesaria para ser librero o dueño de una li-

brería, según se expone en las recomendaciones al final de este apartado.

Los libreros entrevistados nacieron en la segunda mitad del siglo XX, entre 1950 y la década de 1990 (muy pocos en las décadas de 1970 y de 1980); a diferencia de lo que se podría pensar en un comienzo, estos libreros provienen de profesiones disímiles y más que de las humanidades y las ciencias sociales. No obstante, la relación con los libros se forjó en la niñez o en la adolescencia, gracias, en gran parte, al proceso que Chartier (2017) ha denominado “por conquista”, que se da cuando el lector no proviene de familias herederas de enormes bibliotecas o de padres y ancestros con una amplia cultura letrada o lectora; así, estos lectores “conquistán” su condición de lectores a través de padres que recientemente adquirieron el hábito, a través de la escuela o de las bibliotecas cercanas, de amigos o de familiares. Este dato contrasta con los hallazgos de la investigación de Berdugo y Mayor (2012) acerca de las grandes diferencias de capital cultural que había entre los vendedores de libros leídos y de nuevos.

A partir de esta investigación exploratoria, también es posible inferir que las librerías independientes tipo A constituyen el campo de incubación de los proyectos libreros a largo plazo, pues su período de fundación coincide con el más reciente (2000-2020); en antigüedad, les siguen las independientes tipo B (fundadas entre 1990 y 2010) y luego las de libros leídos (décadas de 1980 a la del 2000). En estos dos últimos tipos de librerías, sus propietarios viven estrictamente de su negocio (excepto en un caso de las de libros leídos) y presentan poca o ninguna agenda de programación cultural. Se puede decir, entonces, que las librerías independientes tipo B y las de libros leídos son las que resultan más sólidas económicamente, pero esto puede explicarse, en buena parte, por su antigüedad, en relación con las independientes tipo A. En este último tipo de librerías, es usual la presencia de un café y variada programación cultural. Estas dos características, aunadas a la importancia del papel del librero como recomendador de títulos, explicarían la preferencia de estos espacios entre los usuarios de las librerías encuestados para esta investigación.

Uno de los motivos más comunes tras la fundación de la mayoría de las librerías estudiadas es el vínculo

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

Los usuarios encuestados coinciden en esperar de los libreros gran competencia para recomendar títulos y novedades, y de las librerías, que sean espacios agradables con un catálogo diverso (Marín et al., 2020). Tales expectativas coinciden con las consideraciones de los libreros entrevistados, a propósito de las características que debe tener un buen librero y de las funciones de la librería. En síntesis, entre las cualidades de un buen librero deben contarse ser lector disciplinado, tener memoria relacional, estar en capacidad de recomendar títulos, conocer sobre editoriales y distribuidoras, y sobre la materialidad de los impresos. Las funciones de la librería se pueden sintetizar, siguiendo a Pascual, Puche y Rivero (2012), así: de información, recomendación, encuentro, cultura, civilización y resistencia. No obstante, para que estas funciones sean posibles y la librería logre mantenerse en el tiempo, se hace necesario que el librero cuente con competencias administrativas efectivas, las cuales pueden concentrarse en personal especializado en este frente o mejorarse mediante la adquisición y dominio de software específico.

En todo caso, se hace necesario replantear el trabajo del librero como una labor de “mediación activa”, cuya intervención aumenta la visibilidad, la reputación y el prestigio del objeto mediado, en este caso el del libro (Ramírez, 2009, p. 150). A pesar de que es común escuchar que los intermediarios en el circuito creativo están desapareciendo para darle paso a una relación cada vez más directa entre el creador y su público, autores como Michael Bhaskar (2017) han demostrado cómo la curaduría de los contenidos culturales es una tarea necesaria y valorada. La mediación activa de los libreros debe darse en dos frentes: en cuanto “intermediarios mercantiles” y como “intermediarios de consumo”. Los

primeros tienen la capacidad de agregar valor a contenidos culturales y artísticos, y vincularlos efectivamente en cadenas de intercambio. Como “intermediarios de consumo”, conectan el producto cultural con los compradores, facilitan una forma apropiada de consumo (MinCultura-Lado B, 2016, p. 8).

La pandemia ha demostrado que se necesita la presencia activa del librero; fueron numerosas las anécdotas que se recogieron en la encuesta y en las entrevistas sobre la necesidad de esta presencia “real” y regular de un “médico para el alma” y, sobre todo, en momentos de crisis como los que se vivieron durante el año 2020. No es suficiente contar con medios virtuales de difusión de la información (redes sociales o páginas web); sin la curaduría y experticia del librero como recomendador y referente, no es posible la mediación activa a la que antes se hizo referencia. La pandemia, asimismo, ha puesto en evidencia la importancia de las agremiaciones. El apoyo mediante circuitos formales (administrados por entidades como la Cámara Colombiana del Libro o como la ACLI) o circuitos informales permitió a los libreros y a las librerías salvar algunos de los obstáculos derivados de las restricciones impuestas por medidas como la cuarentena. En todo caso, estos circuitos y acciones deben descentralizarse, pues la percepción de muchos de los libreros es la de que Bogotá concentra los beneficios de los gremios oficiales.¹³

Por otro lado, los reportes de los libreros y los comentarios de los usuarios encuestados muestran la importancia de la librería como espacio de encuentro y de gestión cultural dentro de las ciudades. De allí la pertinencia de programar agendas que potencien tales características, las cuales resultan ser un factor diferenciador a favor de las librerías físicas.

En esta última parte del artículo, se pretende ofrecer una síntesis, a partir de la información recopilada para esta investigación, de aquellas acciones y políticas públicas que podrían fortalecer las librerías independientes en Colombia; se trata de mejoras en las que deberían trabajar las librerías como empresas privadas de la mano de instituciones y agremiaciones estatales y privadas:

13 Los libreros de leídos no cuentan con una agremiación formal, sin embargo, gracias a las ferias, han establecido lazos.

1. Mejorar las páginas web de cada librería, especialmente, en relación con el catálogo disponible para consulta: que esté actualizado y que sea, además de una base de datos de fácil consulta, una referencia en recomendación de libros. [...] Por otro lado, se recomienda mejorar la experiencia de compra en línea. (Marín et al., 2020)¹⁴

La mejora de la página web y de la compra debería complementarse, especialmente, con el “diseño y el desarrollo de bases de datos bibliográficas conjuntas de la producción editorial total y de los libros comercializados a escala [colombiana]; el desarrollo de plataformas conjuntas que den visibilidad a la oferta editorial existente” (Rodríguez, 2019, p. 35).¹⁵

2. Mejorar los servicios de mensajería en el país (Cerlalc, 2012).
3. Estimular la creación de librerías en aquellos barrios y ciudades en donde estas no existen; para esto, se pueden conceder “créditos blandos para su apertura” (Rodríguez, 2019, p. 34), crear alianzas con colegios, bibliotecas públicas o casas de la cultura (para integrar a las librerías en el diseño de programas de fomento de la lectura), así como crear programas de capacitación de libreros (Asociación de Editoriales Universitarias de América Latina y El Caribe [EULAC], 2019) y promover “alquileres de locales de bajo costo en lugares preferentes para generar un tejido urbano en el que la promoción de ciertos valores culturales sea sólida” (Rodríguez, 2019, p. 34).

¹⁴ Para estas recomendaciones de títulos, podrían apoyarse en comentarios realizados por los mismos usuarios de la librería (Marín et al., 2020).

¹⁵ Esto último ha empezado a concretarse a través de la plataforma Leo Independiente, que reúne gran parte de la producción de las editoriales colombianas independientes e incluye información de las librerías donde pueden adquirirse los libros: <https://leoindependiente.co/>. También de la plataforma ColombiaLee, el catálogo de la oferta editorial colombiana, que incluye, aunque mínimamente, información sobre las librerías en donde pueden conseguirse los títulos: <https://www.colombiale.com/>. Un último gran avance, en este mismo sentido, ha sido la plataforma La Ciudad de los Libros, impulsada por la Alcaldía de Medellín, y que tiene información detallada de las librerías en donde está disponible cada título, además de ser también una plataforma comercial: <https://laciudaddeloslibros.com/>

4. En relación con los programas de formación para libreros, se trata de hacer énfasis en la atención al cliente y en las labores administrativas. Para ser librero, no es suficiente con ser un buen lector; se debe tener, además, habilidad para conectar con los clientes y para asumir tareas administrativas.
5. Realizar las compras públicas para dotación de bibliotecas, a través de las librerías (EULAC, 2019), y —se insiste— plantear una ley sobre el precio fijo del libro, a manera de protección contra la competencia desigual de plataformas de venta electrónica, editoriales y distribuidoras, en relación con los descuentos que no son posibles para las librerías.

5. Referencias

1. Asociación Colombiana de Libreros Independientes (2020). Nosotros. *LaAcli*. <https://aclilibrerosindependientes.com/nosotros>
2. Asociación de Editoriales Universitarias de América Latina y El Caribe (2019). *De librerías y libreros. Encuentros y pasiones*. Guadalajara: Librería Carlos Fuentes-Editorial, Universidad de Guadalajara. <https://editorial.udg.mx/gpd-de-librerias-y-libreros.htm>
3. Berdugo, Elber; Mayor, Alberto (2012). *Vida social e influencia cultural de los libreros de Bogotá 1960-2007*. Bogotá: Universidad Autónoma de Colombia.
4. Bhaskar, Michael (2017). *Curaduría. El poder de la selección en un mundo de excesos*. México: Fondo de Cultura Económica.
5. Botrel, Jean-François (2001). Los libreros y las librerías. Tipologías y estrategias comerciales. En Martínez, Jesús (Dir.), *Historia de la edición en España (1836-1936)* (pp. 134-164). Madrid: Marcial Pons.
6. Cámara Colombiana del Libro (2020). Estadísticas del libro en Colombia 2019. Bogotá. <https://camlibro.com.co/wp-content/uploads/2020/11/Estad%C3%ADsticas-del-Libro-en-Colombia-2019.pdf>
7. Cerlalc (2012). Análisis de la situación actual de las librerías. Bogotá: Cerlalc. https://cerlalc.org/wp-content/uploads/publicaciones/olb/PUBLICACIONES_OLB_Analisis-de-la-situacion-actual-de-las-librerias_v1_141112.pdf
8. Chartier, Roger (2017). Leer sin libros. *Álabe* (15), 1-3. <http://revistaalabe.com/index/alabe/article/view/398/264>

9. Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas (2018). *Resultados de la Encuesta Nacional de Lectura. Conferencia. Encuentro entre el sector editorial independiente y el Ministerio de Cultura de Colombia*. Bogotá. CERLALC, 26 de octubre.
10. Epstein, Jason (2009). El impacto de los libros por demanda. En Cerlalc (Ed.), *Memorias. Segundo Congreso Iberoamericano de Libreros. Pensar la librería como espacio cultural* (pp. 122-127). Bogotá: Cerlalc. <https://cerlalc.org/publicaciones/segundo-congreso-iberoamericano-de-libreros-pensar-la-libreria-como-espacio-cultural/>
11. Goyanes, Francisco (2007). La librería y sus espacios: experiencias. En Foro Nacional de Editores, *La librería y sus espacios. Memoria del V Foro Internacional de Editores. FIL Guadalajara 2006* (pp. 62-65). México: Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana-Universidad de Guadalajara-Feria Internacional del Libro de Guadalajara-Editorial Universitaria.
12. Lado B (2018a). *La red editorial en Colombia. Compilación de investigaciones sobre el sector*. Investigación presentada a Grupo de Emprendimiento Cultural-Ministerio de Cultura. Bogotá. <https://culturayeconomia.org/wp-content/uploads/Estudio-sector-Editorial-Lado-B.pdf>
13. LadoB (2018b). *Cartografía de librerías en Colombia 2014-2016-2018*. https://public.tableau.com/profile/lado.b.sas#!/vizhome/Prueba_IVANA_04condptosdefiltro/PROPUESTA
14. Marín, Paula; Valencia, Margarita; Ruiz, Juan Camil; Agudelo, Ana María; Cardona, María Camila; López, Andrés; Guzmán, Diana Paola (2020). Resumen estadístico de resultados de la encuesta realizada a usuarios de librerías en el proyecto: Libreros, librerías y lectores en Bogotá, Medellín y Cali. Espacios agentes y experiencias en el presente. *Zenodo*. <https://zenodo.org/record/4134524#.X7xT3VVKjIV>
15. Ministerio de Cultura-Lado B (2016). *Intermediarios culturales en las cadenas de producción de las industrias culturales*. <https://www.mincultura.gov.co/prensa/noticias/SiteAssets/Paginas/ABC-DE-LA-ECONOM%C3%8DA-NARANJA/Intermediarios%20culturales%20en%20las%20cadenas%20de%20producci%C3%B3n%20de%20las%20industrias%20culturales.pdf>
16. Ministerio de Cultura de Colombia (2019). Convocatoria de Estímulos 2019. Segunda Fase. Bogotá. <https://www.mincultura.gov.co/planes-y-programas/programas/programa-nacionalestimulos/Documents/Convocatoria%202019/Convocatoria%20de%20Est%C3%ADmulos%20-%20II%20Fase.pdf>
17. Pascual, Carlos; Puche, Paco; Rivero, Antonio; Valverde, Fernando (2012). *Memoria de la librería*. Madrid: Trama Editorial.
18. Ramírez, Antonio (2009). Un lugar para la librería que viene. En Cerlalc (Ed.), *Memorias. Segundo Congreso Iberoamericano de Libreros. Pensar la librería como espacio cultural* (pp. 144-154). Bogotá: Cerlalc.
19. Rodríguez, Joaquín (2019). *En defensa de las librerías. Recomendaciones en materia de políticas públicas, gremiales e individuales para el fortalecimiento de las librerías en Iberoamérica*. Bogotá: Cerlalc. <https://cerlalc.org/wp-content/uploads/2019/04/En-defensa-de-las-libreri%C3%81as.pdf>
20. Silva, Renán (2005). *República Liberal, intelectuales y cultura popular*. Medellín: La Carreta Editores E. U.
21. Ussa, Camila (14 de junio, 2016). Una ruta por las librerías de segunda de Bogotá. *Bakánica*. <https://www.bacanika.com/seccion-cultura/una-ruta-por-las-librerias-de-segunda-de-bogota.html>