

Librerías independientes
en contextos urbanos

LE TIENDE -dispositivo cultural híbrido y sin género-



Luis Enrique Izquierdo Reyes
*Magíster en Estudios Culturales de
la Pontificia Universidad Javeriana;
especialista en Gestión Cultural de
la Universidad del Rosario. Director
de proyectos editoriales de Calixta
Editores Librero, Le Tiende Centro
Cultural.*



Las librerías independientes en contextos urbanos enfrentan un amplio número de retos, que dependen de su ubicación geográfica, del impacto de las nuevas tecnologías, del comercio en red, así como de las delicadas relaciones sociales y culturales que se derivan de su aparición. Este artículo pretende abordar los retos estructurales que enfrentan dichas librerías en una ciudad como Bogotá.

En este sentido, partiré de una experiencia propia, analizando la librería Le Tiende en el Parkway (Bogotá, Colombia); analizaré su modelo híbrido de gestión, las tensiones derivadas del mercado editorial, el impacto de las plataformas de comercio electrónico y la relevancia de estos espacios como dispositivos culturales de encuentro y mediación. Propongo una lectura situada de la librería como infraestructura de afecto, pensamiento y resistencia en un ecosistema cultural en transformación.

En América Latina, las librerías independientes han adquirido un papel fundamental en la producción y circulación de saberes, en la dinamización del espacio urbano y en la formación de públicos lectores. Sin embargo, su análisis suele estar mediado por narrativas, percepciones y afirmaciones celebratorias que, aunque necesarias, invisibilizan las múltiples precariedades y amenazas que enfrentan estos espacios. En Bogotá, ciudad que ha sido testigo en la última década de un crecimiento notable en el número

de proyectos de esta índole, se hace urgente una mirada crítica que contemple tanto sus potencialidades como sus límites.

Teniendo en cuenta que la reflexión no puede soslayar el debate académico, es importante contextualizar este texto a través de los estudios sobre economía del libro (Castaño, 2010), mediación cultural (Martín-Barbero, 2009) y ecologías culturales urbanas (Bourdieu, 1993; García Canclini, 2015), en los cuales se propone que las librerías no son solo un punto de venta, sino que se tratan de sofisticados dispositivos culturales que articulan prácticas de lectura, construcción de comunidad y resistencia simbólica frente a la lógica extractivista del mercado de los grandes grupos editoriales, los cuales homogenizan la oferta cultural y deterioran la dinámica comercial con grandes inversiones de capital que manipulan las preferencias lectoras a través de sofisticadas campañas publicitarias.

Atendiendo los procesos culturales, definimos Le Tiende como un proyecto cultural sin género. Su modelo de gestión integra una librería especializada en literatura y estudios de género, una tienda de vinilos, un café de especialidad y un espacio para eventos culturales. Este enfoque responde a una lógica de diversificación que va más allá de lo comercial, proponiendo una experiencia de lectura ampliada y multisensorial,



en la que lo impreso, lo sonoro y lo oral se articulan en una misma ecología cultural, que propende por lo analógico.

La experiencia nos ha permitido identificar que una de las principales dificultades radica en la fijación del precio del libro. Contrario a lo que suele creerse, este no lo define la librería, sino la editorial. Estos espacios trabajan con un margen derivado del descuento otorgado por la casa editora, el cual, en la mayoría de los casos, apenas permite cubrir los costos operativos. Si bien la práctica de consignación —habitual en el sector— implica que el pago solo se realiza una vez vendido el ejemplar, el escaso margen disponible, que, en ocasiones —por las dinámicas de competencia—, se traslada parcialmente al consumidor final, genera una presión financiera constante en las decisiones administrativas.

Por otro lado, el auge de plataformas de comercio electrónico, especialmente aquellas cuya casa matriz no se encuentra en Colombia, han provocado una distorsión en la percepción pública del precio del libro. Promociones con descuentos entre el 25% y el 80% refuerzan la falsa idea de que los libreros imponemos sobreprecios o no aplicamos rebajas justas. Esta situación no solo erosiona la sostenibilidad económica de las librerías físicas, sino que también debilita su legitimidad cultural ante el público lector, y, lo peor, con el beneplácito de las editoriales.

Frente a estas amenazas, Le Tiende —al igual que muchas otras librerías independientes— ha optado por potenciar su rol como espacio de mediación y encuentro. Las presentaciones de libros, conversatorios, talleres, ciclos de lectura y eventos artísticos permiten una experiencia situada en el libro, en la que la voz de autorxs, editorxs y lectorxs se encuentra y se reconoce.

Esta dimensión afectiva y performativa del espacio librero se convierte en un elemento clave para la sosteni-

bilidad del proyecto, no solo en términos económicos, sino culturales y simbólicos. Para ello, es indispensable que la curaduría tanto de la exhibición de los libros como de las actividades esté a cargo de librerxs profesionales, que logren este tipo de resultados a través de su conocimiento del mercado y de sus vicisitudes, dando prioridad a la muestra independiente antes de caer en las lógicas mercantilistas de la oferta y la demanda.

A manera de conclusión, es importante recalcar que las librerías independientes, en su carácter híbrido y situado, representan mucho más que puntos de venta: son infraestructuras culturales que sostienen formas de vida, pensamiento crítico y tejido social. Le Tiende, como proyecto sin género y multidisciplinar, permite pensar la librería como un lugar de resistencia frente al neoliberalismo cultural y las lógicas deslocalizadas del panorama editorial; hacer frente implica decisiones que pasan por encima de los intereses del mercado, pero que abogan por mantener la bibliodiversidad, fortalecer el ecosistema del libro y apoyar el trabajo de escritorxs, diagramadorxs e ilustradorxs locales. Por esto, precisamente, es que es indispensable trabajar cooperativamente y en red con las editoriales independientes para lograr verdaderos resultados.

Referencias

- Bourdieu, P. (1993). *Las reglas del arte*. Anagrama.
- Castañó, M. (2010). *La edición en Colombia: panorama y desafíos*. Cámara Colombiana del Libro.
- García Canclini, N. (2015). *Lectores, espectadores e internautas*. Gedisa.
- Martín-Barbero, J. (2009). *De los medios a las mediaciones*. Convenio Andrés Bello.