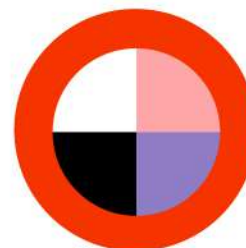
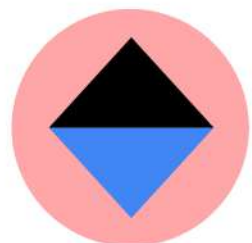


TENDENCIAS USO Y DESARROLLO DE HERRAMIENTAS DIGITALES,

ENTORNO DE LA CULTURA
Y EL SOFTWARE LIBRE
EN LIBRERÍAS INDEPENDIENTES

INFORME

TRAFICANTES.NET



Traficantes de Sueños (2025) Tendencias en el uso y desarrollo de herramientas digitales, especialmente en el entorno de la cultura y el software libre.



Este documento se ha elaborado gracias al grupo de trabajo organizado por Traficantes de Sueños con colaboración con el proyecto de librería y editorial Katakarak y con el apoyo de la librería y laboratorio digital Numax, la librería Murmuri y la librería Malaleta, en el contexto del proyecto “PROTOTIPADO EXPERIENCIA USUARIO PARA INVESTIGACIÓN PARA EL CO-DISEÑO DE HERRAMIENTAS DIGITALES VINCULADAS A LA CADENA DEL LIBRO” cofinanciado por:



Este proyecto ha recibido una ayuda del Ministerio de Cultura a través de la Dirección General del Libro, del Cómic y de la Lectura

Las opiniones y propuestas que se exponen en el documento son responsabilidad, ni tienen que ser suscritas por ninguna de las mencionadas instituciones ni proyectos.

ÍNDICE

1. Introducción

- 1.1. Justificación del informe
- 1.2. Objetivos generales y específicos
- 1.3. Metodología y enfoque participativo
- 1.4. Breve presentación del ecosistema colaborativo

2. Contexto y marco conceptual

- 2.1. Definición y evolución del libro digital
- 2.2. Cultura libre y sus principios en el ámbito editorial
- 2.3. Software libre y su impacto en la producción y distribución del libro digital
- 2.4. Librerías independientes en la era digital: desafíos y oportunidad

3. Tendencias en el uso y desarrollo de herramientas digitales

- 3.1. Digitalización en la nube y cultura colaborativa
- 3.2. Modelos híbridos: distribución gratuita y de pago
 - 3.2.1. Distribución dual: acceso libre y venta física
 - 3.2.2. Aportes voluntarios y precios abiertos
 - 3.2.3. Suscripciones, membresías y apoyo continuo
 - 3.2.4. Formatos diferenciados y acceso progresivo
 - 3.2.5. Valor político de los modelos híbridos
- 3.3. Herramientas digitales en el ecosistema libre
- 3.4. Experiencia de usuario: accesibilidad, navegación y relación con las herramientas digitales
- 3.5. Inteligencia artificial, prescripción automatizada y recomendaciones personalizadas.

4. Modelos alternativos de producción y circulación del libro

- 4.1. Autoedición y acceso abierto
- 4.2. Modelos de financiación colectiva y suscripción
- 4.3. Licencias Creative Commons y producción cooperativa
- 4.4. Editoriales independientes como agentes de innovación

5. El papel de las librerías independientes en la era digital

- 5.1. Estrategias de sostenibilidad y posicionamiento digital
- 5.2. Integración de herramientas libres y software propietario
- 5.3. Librerías como espacios híbridos: comunidad, recomendación y cultura
- 5.4. Redes, alianzas y estructuras compartidas

6. Análisis de experiencia y caso de estudio

- 6.1. Introducción al estudio de caso: Traficantes de Sueños y Katakarak
- 6.2. Desarrollo de taller SanBox sobre retos y oportunidades para las librerías
 - 6.2.1. Método canvas
 - 6.2.2. Propuestas pre-elaboradas para librerías
 - 6.2.3. Metodología propuesta
- 6.3. Desarrollo de taller sobre posibles estrategias para la implementación digital
 - 6.3.1. Recomendación
 - 6.3.2. Archivo / Memoria
 - 6.3.3. Definición del proyecto
 - 6.3.4. Comunidad
 - 6.3.5. Metodología propuesta
- 6.4. Resultados de los talleres y espacios participativos

7. Conclusiones y recomendaciones

- 7.1. Síntesis de hallazgos
- 7.2. Propuestas para fortalecer el ecosistema del libro digital libre
- 7.3. Recomendaciones para librerías independientes
- 7.4. Jornadas “Código abierto” para la presentación del informe y la iniciativa de continuidad
- 7.5. Recomendaciones para el prototipado de experiencia de usuario y el co-diseño de herramientas digitales en la cadena del libro
 - 7.5.1. Recomendación: diseñar recorridos, no algoritmos
 - 7.5.2. Archivo y memoria: construir herramientas para recordar
 - 7.5.3. Definición del proyecto: hacer visible el sentido
 - 7.5.4. Comunidad: diseñar para vincularse, no solo para vender

8. Bibliografía y recursos consultados

9. Anexos



1. INTRODUCCIÓN

1.1. JUSTIFICACIÓN DEL INFORME

La digitalización ha reconfigurado en las últimas décadas todos los eslabones de la cadena del libro: desde la edición y maquetación, hasta la venta, distribución y lectura. Si bien esta transformación ha traído consigo oportunidades técnicas y creativas, también ha generado nuevas formas de concentración, dependencia tecnológica y precarización cultural. Las grandes plataformas comerciales (como Amazon, Apple Books o Google Play) han impuesto modelos cerrados, privativos y orientados a la extracción de datos, que tensionan las posibilidades de una producción editorial autónoma, descentralizada y comprometida con valores sociales.

Frente a esta tendencia dominante, diversos colectivos culturales, editoriales independientes, librerías críticas, bibliotecas y desarrolladores de software libre han abierto caminos alternativos. Estas experiencias comparten el objetivo de construir infraestructuras digitales propias, promover el acceso abierto al conocimiento, y mantener el libro como un objeto cultural con valor más allá del mercado. A pesar de sus aportes, muchas de estas iniciativas carecen de espacios sistemáticos de reflexión, documentación y evaluación, lo que limita su visibilidad, sostenibilidad y capacidad de réplica.

El presente informe surge, por tanto, de una necesidad doble: por un lado, reconocer y sistematizar las prácticas ya existentes en torno a modelos alternativos de libro digital desde la cultura libre; por otro, fortalecer las capacidades colectivas para imaginar, co-diseñar y prototipar herramientas tecnológicas acordes con las necesidades reales del sector no hegemónico. En este sentido, el informe no es únicamente un documento diagnóstico, sino una herramienta estratégica y política, que busca aportar a la articulación de un ecosistema editorial independiente en el entorno digital.

Este trabajo presta especial atención al papel de las librerías independientes, entendidas no solo como puntos de venta, sino como agentes culturales, prescriptoras editoriales, mediadoras comunitarias y espacios de innovación en la relación entre lo analógico y lo digital. En un contexto de sobreproducción editorial y algoritmos opacos, las librerías pueden ofrecer una experiencia de lectura situada, crítica y personalizada, y al mismo tiempo constituirse en nodos para el desarrollo de herramientas digitales colaborativas y distribuidas.

La relevancia del presente informe se acentúa además en un momento de expansión de tecnologías como la inteligencia artificial generativa, el aprendizaje automático y los modelos de recomendación automatizados. Estas herramientas, aunque poderosas, deben ser evaluadas críticamente desde marcos éticos, políticos y culturales que

prioricen la autonomía tecnológica, la transparencia y la justicia epistémica. Desde esta perspectiva, el informe también explora los desafíos y oportunidades de estas tecnologías para el mundo del libro libre.

En suma, este documento se justifica por su voluntad de contribuir al debate, a la acción y a la imaginación política y tecnológica de otras formas posibles de hacer libros en el siglo XXI. A través de una mirada transversal que une la cultura digital, el software libre y el tejido independiente del libro, se pretende nutrir procesos de colaboración entre librerías, editoriales, colectivos técnicos y lectoras comprometidas.

1.2. OBJETIVOS GENERALES Y ESPECÍFICOS

Objetivo general

Fortalecer un modelo de industria cultural distribuido, competitivo e innovador en torno al libro digital, desde una perspectiva basada en la cultura libre, el software libre y la colaboración entre agentes del ecosistema del libro.

Objetivos específicos:

- Investigar las principales tendencias en el uso y desarrollo de herramientas digitales en el entorno de la edición y distribución libres.
- Analizar modelos alternativos de producción, financiación y circulación del libro digital.
- Identificar buenas prácticas y casos ejemplares entre editoriales, librerías y plataformas comunitarias.
- Sistematizar los aprendizajes de los espacios colaborativos (talleres, jornadas, laboratorios de ideas) realizados en el marco del proyecto.
- Proponer líneas estratégicas para la sostenibilidad e innovación del ecosistema del libro digital independiente.

1.3. METODOLOGÍA Y ENFOQUE PARTICIPATIVO

Este informe parte de una metodología de investigación-acción participativa, articulando espacios de reflexión colectiva y generación de conocimiento situado. A lo largo del proyecto se ha conformado un grupo motor interdisciplinar con participación de editoriales independientes, librerías, desarrolladoras de software libre, investigadoras y militantes culturales.

Las principales herramientas metodológicas empleadas han sido:

- Revisión documental sobre cultura libre, edición digital y modelos cooperativos.
- Entrevistas cualitativas con agentes clave del sector.

- Talleres colaborativos (como el SandBox de librerías) para explorar retos, herramientas y soluciones posibles.
- Jornadas abiertas para el debate público y la presentación de herramientas emergentes.
- Consejos de expertas (tecnológico y de modelo de negocio) para generar diagnósticos y estrategias desde el conocimiento situado.

Este enfoque ha permitido integrar saberes técnicos, experiencias comunitarias y análisis político-cultural, respetando la pluralidad de visiones presentes en el ecosistema del libro crítico.

1.4. BREVE PRESENTACIÓN DEL ECOSISTEMA COLABORATIVO

El proyecto ha sido impulsado por entidades como Traficantes de Sueños y Katakarak, en colaboración con iniciativas afines como las librerías Murmuri, Mala letra y Numax-Laboratorio. A estas se han sumado otras librerías independientes, editoriales, proyectos de autoedición y agentes del software libre, configurando un ecosistema vivo, plural y descentralizado.

Este informe es, en ese sentido, un documento colectivo: recoge no solo datos e ideas, sino también prácticas compartidas, desafíos comunes y horizontes posibles para quienes apuestan por otro modelo de libro digital, al margen de las lógicas extractivas y corporativas del mercado global.

2. CONTEXTO Y MARCO CONCEPTUAL

El desarrollo de modelos alternativos en torno al libro digital no puede comprenderse únicamente desde una perspectiva técnica o sectorial. Es necesario situarlos en un marco más amplio que contemple las transformaciones culturales, tecnológicas y políticas que han acompañado la expansión de la cultura digital y los movimientos por el conocimiento libre. Este capítulo presenta los principales conceptos y procesos que dan fundamento al informe: desde la evolución del libro digital como objeto cultural, hasta los principios de la cultura libre, el papel del software libre en la edición y las tensiones que enfrentan las librerías independientes en el ecosistema digital.

Más que un telón de fondo, este marco conceptual ofrece las claves para entender por qué ciertos agentes apuestan por otras formas de producir, distribuir y compartir libros, y qué desafíos estructurales enfrentan en ese intento.

2.1. DEFINICIÓN Y EVOLUCIÓN DEL LIBRO DIGITAL

El libro digital, o e-book, puede definirse de forma general como cualquier contenido textual (o textual enriquecido) en formato digital, accesible a través de dispositivos electrónicos. Sin embargo, esta definición técnica es insuficiente para comprender su complejidad actual. Más allá del soporte, el libro digital ha modificado profundamente las prácticas de edición, distribución, lectura y circulación del conocimiento, desplazando fronteras entre autoría, lectura y mediación.

Desde su aparición en los años noventa —marcada por iniciativas como el Proyecto Gutenberg o los primeros lectores electrónicos— el libro digital ha recorrido múltiples etapas. Su expansión se aceleró con la comercialización de dispositivos dedicados (Kindle, Kobo, Nook), el crecimiento del mercado de autopublicación y el desarrollo de catálogos digitales por parte de editoriales tradicionales. No obstante, a pesar de los augurios que lo posicionaban como reemplazo del libro impreso, el libro digital ha convivido, más que sustituido, con el libro en papel, generando una **ecología híbrida del texto**.

En este escenario, el libro digital no debe ser entendido como una mera transposición del papel a la pantalla, sino como un objeto cultural específico, con lógicas propias de producción, diseño, lectura y conservación. Implica cambios en los modos de lectura (por ejemplo, la lectura fragmentada o hipervinculada), en las formas de distribución (como el acceso en streaming o por suscripción) y en los derechos de uso (restricciones DRM, licencias abiertas, etc.).

Además, el libro digital ha abierto la puerta a nuevas posibilidades narrativas y comunicativas, como los **libros enriquecidos** (enhanced e-books), las **narrativas interactivas o transmedia**, y los **proyectos editoriales colaborativos**. Estas transformaciones no son neutrales: están condicionadas por las infraestructuras técnicas disponibles, los marcos legales que las regulan y los modelos económicos que las sustentan.

En este sentido, la evolución del libro digital ha estado marcada por una tensión fundamental: por un lado, la concentración de la distribución y la lectura en manos de grandes corporaciones; por otro, el surgimiento de **propuestas desde la cultura libre** que apuestan por un acceso abierto, interoperable y socialmente valioso al conocimiento digitalizado. Esta segunda línea es la que da sentido y horizonte a los modelos alternativos que aquí se estudian.

Así, el libro digital no es un destino cerrado ni una herramienta neutral, sino un **campo de disputa política y tecnológica**. En torno a él se juegan debates sobre propiedad intelectual, acceso a la cultura, sostenibilidad editorial, soberanía tecnológica y

mediación cultural. Entender su evolución exige, por tanto, un enfoque que combine la dimensión técnica, económica y política de su desarrollo.

2.2. CULTURA LIBRE Y SUS PRINCIPIOS EN EL ÁMBITO EDITORIAL

La **cultura libre** se refiere a un conjunto de prácticas, valores y marcos normativos que promueven la libre creación, circulación y reutilización de contenidos culturales. Inspirada inicialmente en el movimiento del software libre, la cultura libre extiende sus principios a los ámbitos de la educación, la ciencia, la producción artística y, por supuesto, la edición y circulación de libros. Su piedra angular es el reconocimiento de que el conocimiento y la cultura deben ser bienes comunes, accesibles y transformables por cualquier persona.

En el ámbito editorial, la cultura libre se ha expresado principalmente a través del uso de **licencias abiertas**, como las de Creative Commons, que permiten a los autores definir explícitamente los usos permitidos de sus obras. Estas licencias han hecho posible que muchos libros circulen libremente en entornos digitales, sin renunciar al reconocimiento autoral ni a determinados grados de control. En contraste con el modelo tradicional de copyright restrictivo, las licencias libres promueven una lógica de compartir, adaptar y colaborar.

Los principios de la cultura libre se oponen así a la lógica de la exclusividad, del control excesivo de los derechos, de los formatos cerrados y del acceso restringido. En su lugar, proponen:

- **Acceso libre al conocimiento:** eliminar barreras económicas, técnicas y legales al acceso a contenidos culturales.
 - **Interoperabilidad técnica:** fomentar el uso de formatos abiertos y estándares comunes que faciliten la preservación, el intercambio y la lectura en diversos entornos.
 - **Reutilización creativa:** permitir la remezcla, adaptación y transformación de contenidos como parte del proceso cultural.
 - **Colaboración y comunidad:** apoyar procesos colectivos de producción, edición y distribución, en oposición al modelo autoral-individualista.
- Sostenibilidad social:** promover circuitos económicos alternativos basados en la reciprocidad, el mecenazgo, el trabajo cooperativo o el acceso abierto financiado por fondos públicos o comunitarios.

En el caso específico del libro digital, la cultura libre ha sido clave para la emergencia de **editoriales independientes** que apuestan por la difusión libre de contenidos, por el uso de software libre en el diseño y edición, y por modelos de negocio no centrados exclusivamente en la venta, sino también en la construcción de comunidades lectoras.

Este tipo de proyectos rehúyen los sistemas cerrados de distribución y se enfrentan a la concentración editorial que reduce la diversidad bibliográfica.

Asimismo, la cultura libre ha influido en **nuevas formas de lectura y participación**, como las bibliotecas digitales abiertas, las plataformas colaborativas de edición (tipo Booktype o Wikibooks) y los proyectos de autoedición en acceso abierto. En todos estos casos, lo que se privilegia no es tanto el producto terminado como el proceso compartido, el valor educativo y político de la lectura como práctica colectiva.

No obstante, es importante señalar que estos modelos enfrentan desafíos estructurales: la falta de sostenibilidad financiera, la dependencia de voluntariado o subvenciones, la dificultad de competir en posicionamiento digital con grandes plataformas, o la ausencia de marcos jurídicos que protejan los bienes comunes frente a la privatización. Por ello, pensar la cultura libre en el ámbito editorial no puede separarse de una reflexión estratégica sobre infraestructuras, alianzas, tecnologías y políticas públicas.

Este informe parte precisamente del reconocimiento de que muchas de las librerías, editoriales y colectivos que trabajan en torno al libro digital lo hacen desde estos principios, aunque no siempre bajo la etiqueta explícita de “cultura libre”. Lo fundamental es visibilizar sus prácticas, fortalecer sus redes y construir herramientas que las hagan sostenibles y replicables en el tiempo.

2.3. SOFTWARE LIBRE Y SU IMPACTO EN LA PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN DEL LIBRO DIGITAL

El **software libre** se define como aquel que respeta la libertad de los usuarios para ejecutar, copiar, distribuir, estudiar, modificar y mejorar el programa. Estos principios, formulados por el movimiento GNU a finales de los años 80, se han consolidado como una alternativa ética y técnica frente al modelo de software privativo, basado en el control, el cierre del código y las restricciones de uso.

En el contexto editorial, el uso de software libre ha tenido un impacto significativo en la democratización de los procesos de creación, edición y difusión de libros digitales. Frente a las suites de software comercial de alto coste o uso restrictivo, las herramientas libres permiten a pequeñas editoriales, autores independientes, bibliotecas y colectivos culturales gestionar de forma autónoma todo el ciclo de vida del libro digital.

Algunas de las herramientas más utilizadas en este ámbito son:

- **LibreOffice**: procesador de texto multiplataforma que permite la producción de textos en formatos editables y abiertos.

- **Scribus:** software de maquetación profesional con funcionalidades similares a InDesign, pero completamente libre.
- **Calibre:** gestor de bibliotecas digitales y convertidor de formatos de e-books.
- **Sigil:** editor especializado en el formato EPUB, útil para la edición y corrección de libros digitales.
- **Booktype:** plataforma colaborativa de edición de libros que permite a múltiples usuarios trabajar en línea sobre una misma publicación.
- **LaTeX:** lenguaje de marcado ampliamente utilizado para libros académicos y científicos, especialmente en matemáticas e ingeniería.
- **Koha o Evergreen:** sistemas integrales de gestión bibliotecaria en entorno libre.

Además del uso de estas herramientas, el software libre ha facilitado la adopción de **formatos abiertos** como EPUB, PDF/A o HTML, que garantizan la interoperabilidad entre plataformas, la preservación a largo plazo y la independencia respecto a tecnologías propietarias. Este punto es fundamental: muchos formatos utilizados por plataformas comerciales imponen restricciones técnicas que impiden la portabilidad del contenido o su reutilización libre (por ejemplo, el formato AZW de Kindle o los libros protegidos por DRM).

La apuesta por el software libre implica también un posicionamiento político en torno a la **soberanía tecnológica**, es decir, la capacidad de los agentes culturales para definir sus propias herramientas, adaptar los sistemas a sus necesidades y evitar la dependencia de proveedores que operan con lógicas de mercado globalizadas. En este sentido, el software libre no es solo una elección técnica, sino una estrategia de autonomía y resistencia frente a la concentración de poder en el sector editorial y tecnológico.

En los últimos años, algunos colectivos editoriales y libreros han comenzado a desarrollar **herramientas propias o adaptadas** a sus necesidades a partir de software libre. Un ejemplo destacado es el proyecto **DLP Dis Pensa Libros**, desarrollado por la editorial Descontrol, en colaboración con la librería Mala letra, que busca ofrecer un sistema de gestión integral adaptado a editoriales y librerías independientes. Asimismo, existen esfuerzos para integrar software libre con herramientas comerciales mediante el desarrollo de conectores abiertos (como los módulos en PHP que conectan plataformas web con sistemas como Geslib).

A pesar de estos avances, persisten desafíos técnicos y económicos para una adopción más amplia: la falta de soporte profesionalizado, la necesidad de formación técnica específica, las dificultades de interoperabilidad con sistemas comerciales dominantes y, en algunos casos, la percepción de menor “calidad” frente a soluciones privativas. No obstante, en el marco de una visión cooperativa del sector, estas limitaciones pueden

abordarse colectivamente mediante redes de apoyo, desarrollos compartidos y estrategias de escalabilidad horizontal.

En suma, el software libre ha abierto un campo fértil para repensar las infraestructuras tecnológicas del libro digital desde parámetros de justicia, acceso, cooperación y sostenibilidad. No se trata únicamente de “usar herramientas diferentes”, sino de transformar la lógica misma de producción cultural, volviéndola más transparente, democrática y corresponsable.

2.4. LIBRERÍAS INDEPENDIENTES EN LA ERA DIGITAL: DESAFÍOS Y OPORTUNIDADES

Las librerías independientes han sido históricamente espacios de mediación cultural, socialización de saberes y construcción de comunidad. Más allá de su función comercial, muchas de ellas han actuado como agentes editoriales, espacios de formación política, promotoras de autores y editoriales no hegemónicas, y puntos de referencia en el tejido social de sus territorios. Sin embargo, la irrupción de la digitalización —y particularmente de las plataformas globales de venta y distribución de libros— ha introducido tensiones significativas en su sostenibilidad y relevancia.

Desafíos principales

1. Competencia con plataformas hegemónicas

Empresas como Amazon han redefinido las expectativas de consumo cultural: disponibilidad inmediata, entrega a domicilio, precios reducidos y algoritmos de recomendación personalizados. Esta dinámica ha desplazado el valor de la prescripción humana, la experiencia de compra situada y el contacto directo con el libro y sus mediadores. Las librerías, con catálogos limitados y márgenes estrechos, compiten en clara desventaja.

2. Limitaciones tecnológicas y logísticas

Muchas librerías independientes carecen de los recursos para mantener plataformas de venta en línea competitivas, integradas con sistemas de gestión de stock, métodos de pago ágiles o herramientas analíticas. La digitalización exige una inversión continua en desarrollo web, seguridad, posicionamiento (SEO), experiencia de usuario y procesos logísticos, difícilmente asumibles en solitario.

3. Cambios en los hábitos de lectura y consumo

La lectura digital, los audiolibros, los servicios de suscripción o la fragmentación del tiempo de atención han modificado los modos en que se accede a los contenidos. Las librerías enfrentan el reto de mantenerse relevantes en un ecosistema mediático cada vez más dominado por lo audiovisual y lo inmediato.

4. Precarización del sector cultural

La concentración editorial, la sobreproducción de títulos y las políticas de distribución desfavorables (devoluciones, descuentos, plazos) han erosionado la rentabilidad del negocio librero. A esto se suma la gentrificación urbana y el aumento del coste de los locales físicos, lo que afecta especialmente a librerías de barrio o con proyectos culturales no comerciales.

Oportunidades emergentes

A pesar de este escenario, la era digital también abre oportunidades para la reinención de las librerías como **espacios híbridos**, capaces de combinar el valor de lo analógico con las potencialidades de lo digital:

1. Curaduría editorial y prescripción personalizada

Frente al algoritmo, las librerías pueden ofrecer lo que las plataformas no pueden replicar: criterios editoriales situados, atención personalizada, conocimiento del territorio lector y vínculos de confianza. La selección cuidada de catálogos, el acompañamiento lector y las recomendaciones cruzadas siguen siendo un valor diferencial.

2. Integración digital desde herramientas propias o compartidas

Proyectos como **TodosTusLibros**, **LibrosMutantes** o desarrollos como **DLP Dispensa Libros** apuntan a la posibilidad de articular redes técnicas comunes entre librerías. Compartir infraestructuras digitales, módulos de gestión, soluciones de ecommerce o conectores abiertos puede reducir costes y aumentar la autonomía tecnológica.

3. Multicanalidad y experiencias híbridas

Las librerías pueden integrar su presencia física con plataformas digitales, redes sociales, newsletters, clubes de lectura online o podcasts. Estos canales permiten ampliar su comunidad más allá del espacio local, generar contenidos propios y diversificar su propuesta de valor.

4. Diversificación de servicios y fuentes de ingresos

Cada vez más librerías combinan la venta de libros con la organización de actividades culturales (presentaciones, talleres, clubes), la oferta de productos asociados (papelería, arte, merchandising), y la apertura de espacios como cafeterías, coworkings o bibliotecas de consulta. Estas estrategias no solo generan ingresos, sino que refuerzan la identidad de la librería como centro cultural.

5. **Vínculo con la cultura libre y la economía social**

Algunas librerías —como Traficantes de Sueños, Katakarak, Mala letra, Numax o Murmuri— están experimentando con modelos basados en licencias abiertas, software libre, plataformas comunitarias y redes cooperativas. Estas experiencias muestran que es posible integrar principios de autonomía, sostenibilidad y justicia cultural en un modelo viable de librería del siglo XXI.

6. **Construcción de comunidad como estrategia de fidelización**

La identidad colectiva, el sentido de pertenencia y la dimensión política de las librerías independientes pueden ser un factor decisivo frente a la despersonalización de las grandes plataformas. Programas de membresía, tarjetas de socias, contenido exclusivo, participación en la toma de decisiones o espacios de formación son formas de fortalecer el lazo con la comunidad lectora.

En síntesis, las librerías independientes enfrentan una encrucijada: o adaptan pasivamente sus prácticas a los moldes impuestos por el capitalismo digital, o desarrollan modelos propios que integren herramientas digitales con sus valores culturales, políticos y territoriales. Este informe apuesta por la segunda vía: reforzar la **agencia digital de las librerías críticas**, dotándolas de recursos, redes y estrategias que les permitan habitar el entorno digital sin subordinarse a él.

3. TENDENCIAS EN EL USO Y DESARROLLO DE HERRAMIENTAS DIGITALES

En los últimos años, la transformación digital ha reconfigurado profundamente las formas de producir, compartir y acceder al conocimiento. Las herramientas digitales ya no son simples medios técnicos, sino **infraestructuras que condicionan la organización del trabajo, las lógicas de sostenibilidad, las relaciones con las comunidades y las posibilidades de acceso**. Su diseño, uso y apropiación reflejan modelos culturales, económicos y políticos en disputa.

Este capítulo recoge algunas de las **tendencias más relevantes en el uso y desarrollo de tecnologías digitales** por parte de proyectos que trabajan desde la cultura libre, la cooperación tecnológica y la autonomía organizativa. A través de diferentes apartados se exploran experiencias de trabajo colaborativo en la nube, modelos de distribución híbridos, herramientas basadas en software libre, enfoques de diseño centrado en la experiencia de usuario y debates en torno a la inteligencia artificial aplicada a la recomendación de contenidos.

Más allá del plano técnico, estas experiencias reflejan **formas de construir y sostener infraestructuras digitales críticas**, capaces de ampliar el acceso, distribuir la autoría, y fortalecer el trabajo cultural desde valores de justicia, apertura y comunidad.

3.1. DIGITALIZACIÓN EN LA NUBE Y CULTURA COLABORATIVA

Uno de los ejes clave de las transformaciones digitales en el ámbito del libro ha sido la progresiva **migración de los procesos editoriales y documentales a entornos de trabajo en la nube**. Esta transición ha permitido superar muchas de las limitaciones técnicas del trabajo en local —fragmentación de versiones, dificultades de acceso remoto, falta de copias de seguridad, entre otras— y ha abierto nuevas posibilidades para el trabajo colectivo, descentralizado y asincrónico.

La nube como infraestructura de trabajo compartido

La digitalización en la nube consiste en el uso de plataformas y servicios que permiten el **almacenamiento, edición y gestión de contenidos a través de servidores remotos accesibles desde cualquier dispositivo con conexión a internet**. En el ámbito editorial, esto se ha traducido en el uso de herramientas como:

- **Sistemas de edición colaborativa**, como Etherpad, Nextcloud o Google Docs (aunque no libre), que permiten a varias personas trabajar simultáneamente sobre un mismo texto.
- **Gestores documentales**, como OwnCloud o servicios de almacenamiento en servidores compartidos, que facilitan el archivo, la catalogación y la recuperación de materiales.
- **Sistemas de control de versiones**, como Git y plataformas como GitLab o Gitea, adaptados al mundo editorial técnico o académico.
- **Entornos de publicación modular**, como Booktype o PubPub, que permiten construir libros o publicaciones en proceso de manera abierta y colaborativa.

El uso de estas herramientas ha modificado no solo los flujos de trabajo, sino también la concepción del libro como un objeto cerrado y acabado. En su lugar, se refuerza una lógica de **producción viva, distribuida y en constante revisión**.

Cultura colaborativa como lógica de producción

La digitalización en la nube se vuelve especialmente potente cuando se articula con los valores de la **cultura colaborativa**: un paradigma de creación y gestión del conocimiento basado en la participación activa, el intercambio horizontal de saberes y la descentralización del poder editorial.

Esta cultura se expresa en prácticas como:

- **Coedición entre colectivos**, donde diferentes agentes (autores, correctoras, diseñadoras, librerías) participan en igualdad de condiciones en el proceso de producción.
- **Publicaciones abiertas a contribuciones externas**, que permiten comentarios, sugerencias o remezclas del contenido (como en plataformas tipo wiki o PubPub).
- **Documentación de procesos y apertura de metadatos**, que facilita la replicabilidad y la interoperabilidad entre proyectos.
- **Proyectos de documentación comunitaria**, como los booksprints, donde se crean libros colaborativamente en pocos días con fines pedagógicos o técnicos.

Estas prácticas rompen con la idea de autoría individual y con la cadena editorial clásica, y se acercan a modelos de producción cultural más horizontales, pedagógicos y cooperativos. La digitalización en la nube no es solo una herramienta, sino una **infraestructura que puede facilitar modos de organización más justos, democráticos y transparentes**.

3.2. MODELOS HÍBRIDOS: DISTRIBUCIÓN GRATUITA Y DE PAGO

La digitalización ha cuestionado muchas de las formas tradicionales de producir y distribuir libros. Una de las tensiones más significativas que enfrentan hoy las editoriales independientes y los proyectos culturales que trabajan con principios de cultura libre es cómo **conciliar el acceso gratuito al conocimiento con la sostenibilidad económica de quienes lo producen**. Esta tensión no es nueva, pero se agudiza en el entorno digital, donde las expectativas sociales de gratuidad conviven con la lógica de monetización de las grandes plataformas tecnológicas.

El modelo hegemónico de propiedad intelectual y circulación comercial —basado en derechos cerrados, licencias restrictivas y limitación del acceso— ha demostrado ser excluyente e ineficiente para amplias capas de la población. Frente a ello, la cultura libre ha defendido históricamente el **derecho al acceso abierto**, a la copia, a la transformación y a la circulación sin restricciones, especialmente en contextos educativos, comunitarios o no lucrativos. Sin embargo, las condiciones materiales de producción de un libro —redacción, corrección, diseño, traducción, edición, distribución— siguen existiendo, incluso si el resultado es un archivo digital que circula libremente.

Es en este punto donde emergen los **modelos híbridos** como alternativas prácticas y éticas. Lejos de representar un punto medio pasivo entre lo gratuito y lo comercial, estos modelos son **estrategias activas** que combinan la defensa del acceso libre con mecanismos de generación de ingresos, apoyo mutuo y sostenibilidad económica. Se fundamentan en la idea de que es posible abrir los contenidos y, al mismo tiempo, generar condiciones para el sostenimiento de las estructuras que los hacen posibles.

3.2.1. Distribución dual: acceso libre y venta física

Una de las formas más consolidadas de modelo híbrido es la **publicación simultánea de un libro en formato digital gratuito y en versión impresa de pago**. Esta estrategia, adoptada por editoriales como *Traficantes de Sueños*, *Punctum Books* o *Editorial El Salmón*, permite:

- Garantizar el acceso sin restricciones a través de licencias abiertas (como Creative Commons).
- Ofrecer una edición impresa con diseño y calidad profesional, disponible en librerías o por correo.
- Generar ingresos sin condicionar el acceso al contenido.

El soporte físico sigue teniendo valor económico, simbólico y afectivo para muchas lectoras. La posibilidad de tener el libro en las manos, regalarlo o usarlo como herramienta en talleres o bibliotecas mantiene su vigencia incluso en contextos de lectura digital intensiva.

3.2.2. Aportes voluntarios y precios abiertos

Otra estrategia común en los modelos híbridos es el uso de **precios abiertos, sugeridos o aportaciones voluntarias**. En este modelo:

- El contenido digital se ofrece gratuitamente sin barreras de acceso.
- Se invita al lector a realizar una aportación si lo desea y puede.
- El monto puede ser fijo, escalable o completamente libre.

Esta modalidad refuerza una **economía de la confianza**, donde el pago no es una obligación, sino un gesto de reconocimiento hacia el trabajo editorial. Si bien los ingresos pueden ser variables, muchas editoriales han comprobado que una parte significativa del público valora la transparencia y responde con aportes voluntarios o compras complementarias.

3.2.3. Suscripciones, membresías y apoyo continuo

Algunos proyectos han desarrollado sistemas de **suscripción mensual o anual**, en los que una comunidad de apoyo sostiene la producción editorial de forma regular. Quienes se suscriben pueden acceder a:

- Contenidos exclusivos o anticipados.
- Publicaciones impresas o digitales antes que el resto.
- Actividades, descuentos u otros beneficios.

Este modelo, inspirado en prácticas del mecenazgo y aplicado por proyectos como *Verso Books* o *Libros del Asteroide*, fomenta una **relación estable entre editorial y comunidad lectora**, basada en afinidad política, sostenibilidad y participación.

3.2.4. Formatos diferenciados y acceso progresivo

Los modelos híbridos también pueden organizarse según el **formato** o el **canal de acceso**. Algunas prácticas incluyen:

- Publicar el contenido completo en PDF gratuito, pero cobrar por formatos optimizados (EPUB, MOBI), audiolibros o versiones impresas.
- Liberar el libro completo después de un período inicial de venta cerrada.
- Distribuir capítulos o fragmentos gratuitamente en blogs o redes sociales, y ofrecer la versión completa a cambio de un aporte.

Esta estrategia permite adaptar el contenido a diferentes usos y contextos, combinando el principio de apertura con dinámicas editoriales más sostenibles.

3.2.5. Valor político de los modelos híbridos

Más allá de su eficacia técnica o económica, los modelos híbridos tienen un **valor político** fundamental: **rompen con la dicotomía entre cultura de mercado y gratuidad precaria**. Permiten pensar una economía de la cultura basada en la colaboración, la redistribución, la sostenibilidad y el cuidado mutuo. No se trata solo de financiar libros, sino de sostener comunidades, redes, espacios y lenguajes.

En estos modelos, la gratuidad no significa desvalorización, y el pago no implica exclusión. Se promueve una **ética de la reciprocidad**, donde las lectoras comprenden los costos del trabajo editorial y las editoriales reconocen el derecho de acceso libre como un principio democrático.

Los modelos híbridos de distribución gratuita y de pago ofrecen un horizonte viable, justo y replicable para los proyectos editoriales que trabajan desde la cultura libre. Lejos de ser una excepción marginal, representan una **vía estratégica para democratizar la cultura sin caer en la precariedad ni en la lógica del extractivismo digital**. Su implementación requiere creatividad, vínculos comunitarios, claridad política y herramientas tecnológicas adecuadas. Pero su impacto va más allá de los libros: **intervienen en la forma en que pensamos el valor, el acceso y la sostenibilidad en la cultura contemporánea**.

3.3. HERRAMIENTAS DIGITALES EN EL ECOSISTEMA LIBRE

En el contexto del libro digital, las herramientas que permiten editar, gestionar, distribuir y compartir contenidos no son neutrales: definen qué se puede hacer, cómo se puede hacer, quién lo puede hacer y en qué condiciones. Por eso, uno de los ejes estratégicos para el fortalecimiento de un ecosistema editorial libre y descentralizado es el desarrollo y la adopción de **tecnologías basadas en software libre**, adaptadas a las necesidades del sector independiente y coherentes con sus valores políticos y culturales.

El uso de herramientas libres no solo implica prescindir de licencias comerciales costosas o cerradas, sino que **habilita formas de autonomía, cooperación y sostenibilidad tecnológica**. Su lógica se basa en el acceso al código fuente, la posibilidad de modificarlo y redistribuirlo, y en una comunidad que sostiene su desarrollo desde principios éticos y colaborativos.

En el terreno de **la edición y maquetación**, algunas editoriales han optado por soluciones libres que ofrecen potencia profesional sin depender de software privativo. Es común encontrar flujos de trabajo que combinan LibreOffice para la redacción inicial de textos, Scribus para el diseño y maquetación final, y Sigil para la creación de archivos EPUB listos para la distribución digital. En entornos más técnicos o académicos, LaTeX sigue siendo una herramienta preferida por su capacidad para estructurar documentos complejos con precisión tipográfica.

El **almacenamiento y la colaboración en línea** también han encontrado soluciones eficaces en herramientas como Nextcloud, que permite gestionar documentos y archivos de forma segura y compartida, o Etherpad, una plataforma ligera de escritura colaborativa en tiempo real. Estas herramientas han sido fundamentales para los procesos de coedición entre colectivos que trabajan a distancia, como en los casos de los libros elaborados a partir de jornadas o investigaciones colectivas, donde la escritura se convierte en un proceso horizontal y distribuido.

Una necesidad emergente, sobre todo para los proyectos con proyección bibliográfica más amplia, es **la gestión de metadatos y bibliotecas digitales**. En este plano, Calibre ha resultado especialmente útil por su capacidad para convertir, organizar y catalogar archivos digitales en múltiples formatos. En el ámbito bibliotecario, algunos proyectos más institucionales o con acervos comunitarios han empezado a usar sistemas como Koha, que ofrece una solución integral para la catalogación y el préstamo, integrable con estándares abiertos.

La **gestión integral de proyectos editoriales o libreros**, sin embargo, plantea otros desafíos. La necesidad de contar con herramientas que permitan controlar catálogos, gestionar pedidos, hacer seguimiento de stock y organizar la contabilidad interna ha

llevado al desarrollo de soluciones específicas. Un ejemplo destacado en este sentido es **DLP Dis Pensa Libros**, un sistema impulsado por la editorial Descontrol. Este desarrollo busca ofrecer una alternativa libre a los programas comerciales de gestión, permitiendo a proyectos pequeños e independientes operar con autonomía sin perder funcionalidades clave.

En todos estos casos, las herramientas libres son más que una opción funcional: **forman parte de una estrategia de soberanía tecnológica**. Así lo hemos entendido desde Traficantes de Sueños y Katakarak, que, conscientes de las limitaciones de los sistemas privativos de gestión como Geslib, y a raíz del trabajo conjunto en esta investigación, estamos explorando soluciones mixtas que permitan conectar módulos desarrollados en PHP con sistemas de catálogo o gestión abiertos.

En este sentido, el reto no está únicamente en disponer de buenas herramientas —que, en muchos casos, ya existen—, sino en que estas sean **accesibles, comprensibles y compartidas**. Esto implica documentarlas, traducirlas, ofrecer formación, y, sobre todo, **apostar por desarrollos cooperativos sostenidos por redes**, y no por soluciones individuales. La sostenibilidad tecnológica no es una cuestión técnica, sino política.

3.4. EXPERIENCIA DE USUARIO: ACCESIBILIDAD, NAVEGACIÓN Y RELACIÓN CON LAS HERRAMIENTAS DIGITALES

La **experiencia de usuario** (o UX, por sus siglas en inglés) es hoy un componente central en el diseño y desarrollo de cualquier herramienta digital. Su relevancia no se limita al mundo comercial o tecnológico: **es ampliamente reconocida como una estrategia clave para asegurar la eficacia, la accesibilidad, la sostenibilidad y la permanencia de cualquier servicio digital**, especialmente cuando está orientado a comunidades amplias o a bienes públicos como la cultura o la educación.

Organismos internacionales como la **World Wide Web Consortium (W3C)**, a través de sus pautas de accesibilidad (WCAG), así como entidades como la **European Union Agency for Fundamental Rights**, han señalado de forma explícita que una mala experiencia de usuario, especialmente en términos de accesibilidad, **restringe el ejercicio de derechos fundamentales**, y puede profundizar la exclusión digital. En paralelo, grandes instituciones culturales —museos, bibliotecas nacionales, redes educativas— han incorporado equipos de UX como parte estructural de sus proyectos digitales. La mejora de la experiencia de usuario ha permitido **multiplicar el acceso, la navegación y la confianza** en entornos digitales complejos.

En términos generales, se entiende por experiencia de usuario el **conjunto de percepciones, sensaciones, acciones y reacciones que una persona tiene al interactuar con una herramienta digital**. No se trata solo de si una plataforma “funciona”, sino de

cómo se siente quien la usa: si puede comprenderla, si le resulta amigable, si encuentra lo que busca, si la navegación tiene sentido, si los tiempos de espera son razonables, si las decisiones que debe tomar están bien acompañadas, si el lenguaje es claro o confuso. Una buena UX **reduce la fricción y favorece el acceso**; una mala UX impide, frustra y excluye.

El diseño de la experiencia de usuario suele abordarse a través de **métodos iterativos** que combinan observación, prueba, escucha y mejora progresiva. Entre las estrategias más habituales se encuentran:

- **Arquitectura de la información:** organización clara y jerárquica del contenido para facilitar su comprensión.
- **Diseño centrado en el usuario:** se parte de las necesidades y habilidades de quienes usarán la herramienta, no de las preferencias del equipo técnico.
- **Prototipado rápido y testeo con usuarias reales:** para detectar bloqueos, errores o decisiones confusas antes de escalar el desarrollo.
- **Diseño responsive:** adaptación automática a distintos dispositivos (móviles, ordenadores, tabletas).
- **Accesibilidad universal:** inclusión desde el diseño de condiciones que permitan la navegación a personas con discapacidad visual, motriz o cognitiva, y la compatibilidad con tecnologías asistivas.
- **Lenguaje claro y visualidad equilibrada:** uso de palabras comprensibles, interfaz ordenada, espacios respirables y navegación intuitiva.

Para proyectos que se desarrollan desde los márgenes de la industria —como las editoriales independientes, las librerías críticas o los colectivos culturales que operan desde la economía social—, la UX es muchas veces percibida como una preocupación “secundaria” frente a urgencias más estructurales. Sin embargo, la experiencia muestra lo contrario: **cuando no se cuida la UX, las herramientas no se usan o se abandonan, por muy coherentes que sean desde el punto de vista político o técnico**. En contextos donde la sostenibilidad económica está en juego, una mala experiencia de compra o una navegación engorrosa en la web de una librería puede traducirse directamente en menos ventas, menos lectoras, menos comunidad.

En este sentido, la UX debe ser entendida como una **estrategia central de sostenibilidad**. Si el objetivo es democratizar el acceso al conocimiento, generar autonomía tecnológica y fortalecer circuitos culturales propios, entonces las herramientas digitales que se construyan deben estar pensadas para ser legibles, agradables, comprensibles y útiles para el conjunto de la comunidad. En proyectos que combinan cultura libre, software libre y producción distribuida, la experiencia de usuario puede ser la diferencia entre una tecnología emancipadora y una barrera más.

Pero además de ser una cuestión técnica y estratégica, la UX es también una **cuestión política**. La forma en que se diseña una plataforma digital define a quién incluye y a quién excluye; a quién invita y a quién desconcierta. Cuando no se contemplan aspectos como la accesibilidad, la diversidad de lenguas, la claridad en los recorridos o la posibilidad de navegación sin registros invasivos, **se construyen herramientas que replican desigualdades estructurales**, aunque estén basadas en software libre. En cambio, cuando se diseña con cuidado, se valida con las comunidades usuarias y se adapta de forma iterativa, se construyen infraestructuras de acceso, no de restricción.

Nuestro espacio ofrece múltiples ejemplos donde la experiencia de usuario comienza a ser incorporada como parte del diseño estructural de las herramientas. Estos ejemplos no deben leerse como un “plus” o un “detalle técnico”, sino como parte de una **ética del cuidado y del acceso** que atraviesa todo el diseño de nuestras infraestructuras culturales. Una librería digital es un espacio de encuentro: debe invitar, no intimidar. Un sistema de gestión editorial es una herramienta de trabajo: debe facilitar, no complicar. Un catálogo digital es una puerta a la lectura: debe abrirse fácilmente, sin jerga, sin laberintos.

En definitiva, si queremos construir un ecosistema del libro libre, distribuido y sostenible, no basta con que nuestras herramientas estén técnicamente bien construidas. Deben ser también habitables. La experiencia de usuario es, entonces, una dimensión crítica del acceso y, por tanto, una responsabilidad política del diseño.

3.5. INTELIGENCIA ARTIFICIAL, PRESCRIPCIÓN AUTOMATIZADA Y RECOMENDACIONES PERSONALIZADAS

La creciente incorporación de herramientas de inteligencia artificial (IA) en los entornos digitales está reconfigurando de forma acelerada el modo en que se producen, distribuyen y acceden los contenidos culturales. En el ámbito editorial, este fenómeno se manifiesta en múltiples niveles: desde plataformas que automatizan procesos de corrección y redacción, hasta algoritmos que organizan catálogos, clasifican libros o deciden qué lecturas se recomiendan a cada usuaria. Entre todas estas aplicaciones, la **prescripción automatizada o recomendación personalizada** se ha convertido en uno de los núcleos estratégicos del nuevo paradigma editorial digital.

En el modelo de las grandes plataformas —como Amazon, Google Books, Apple Books o Goodreads— la recomendación algorítmica no es un accesorio, sino el corazón mismo de la experiencia de usuario. Estos sistemas se alimentan de datos masivos generados por las interacciones individuales: búsquedas, compras, tiempo de lectura, puntuaciones, clics o reseñas. A partir de esta información, los algoritmos de aprendizaje automático generan perfiles de comportamiento que permiten sugerir títulos de forma personalizada. Esto no solo facilita la navegación en entornos de sobreoferta editorial,

sino que apunta a maximizar la atención, inducir nuevas adquisiciones y reforzar hábitos de consumo.

Desde el punto de vista comercial, esta tecnología ha demostrado ser eficaz: reduce la incertidumbre del usuario, incrementa las tasas de conversión y construye una experiencia fluida. Pero su lógica es profundamente problemática desde una perspectiva cultural y política. En primer lugar, **la recomendación no responde a criterios de diversidad, descubrimiento o pensamiento crítico**, sino a métricas de rentabilidad. Los algoritmos tienden a reforzar lo que ya es visible, popular o rentable, y con ello **homogeneizan los recorridos lectores**, invisibilizando autorías disidentes, editoriales independientes y propuestas que no encajan en las categorías dominantes.

Este modelo de prescripción automatizada desplaza y debilita el papel del criterio editorial y la mediación humana, históricamente centrales en el trabajo de las librerías independientes. La recomendación no es una operación neutral: es una práctica curatorial situada, que selecciona, contextualiza y propone lecturas desde un horizonte político, estético y comunitario. **Externalizar esta función en plataformas que no comparten dichos valores implica perder capacidad de interlocución, identidad cultural y autonomía editorial.**

A esto se suman otras formas de IA aplicadas a la producción editorial, como los sistemas de generación automática de sinopsis, clasificación temática, corrección gramatical o redacción de textos promocionales. Aunque estas herramientas pueden ser útiles para automatizar tareas mecánicas o de apoyo técnico, también entrañan riesgos: **precarizan el trabajo editorial especializado**, debilitan los procesos de autoría colectiva y promueven contenidos estandarizados, sin contexto ni profundidad.

Para los proyectos editoriales independientes y librerías críticas, estos desarrollos presentan al menos tres desafíos estructurales:

- **La concentración de los datos**, que deja fuera a quienes no pueden generar, almacenar o procesar grandes volúmenes de información, consolidando el poder de unas pocas plataformas.
- **La invisibilización del criterio editorial**, reemplazado por lógicas impersonales y automatizadas que no dialogan con la comunidad lectora ni promueven la diversidad.
- **El riesgo de adopción acrítica**, al incorporar herramientas sin capacidad de auditoría, adaptación ni control sobre sus objetivos y sesgos.

Sin embargo, rechazar de plano la idea de recomendación personalizada sería una pérdida. La clave está en **redefinir sus condiciones de posibilidad**, desde valores propios del ecosistema editorial libre. Muchas librerías ya realizan recomendaciones personalizadas de forma artesanal: en mostradores físicos, boletines digitales, redes sociales o atención directa. Estas prácticas pueden potenciarse con herramientas digitales bien diseñadas, que **amplifiquen la mediación humana en lugar de sustituirla**.

Desde esta perspectiva, se abren caminos para imaginar **modelos de recomendación digital crítica**, que usen datos generados localmente (consultas, clubes de lectura, afinidades lectoras), que funcionen con software libre y algoritmos auditables, y que permitan una prescripción diversa, transparente y contextualizada. Recomendaciones que expliquen por qué un libro se vincula a otro, que no encierren a las lectoras en cámaras de eco, y que sean diseñadas en colaboración con librerías, editoras, lectoras organizadas y colectivos tecnológicos.

El uso estratégico de la IA en este campo no debería aspirar a competir con las grandes plataformas, sino a **ofrecer una alternativa situada, ética y plural**. Se trata de construir otra forma de relacionarse con la lectura en el entorno digital: **más abierta, más cuidadosa, más comunitaria**. En lugar de reproducir lógicas extractivas y de homogenización, la inteligencia artificial puede servir —si se diseña desde la autonomía— para **fortalecer la sostenibilidad y relevancia de las librerías independientes**, diversificando su oferta, ampliando su alcance y consolidando su papel como espacios de mediación cultural crítica.

En definitiva, la IA aplicada al libro —y particularmente las recomendaciones personalizadas— es un campo en disputa. No se trata simplemente de aceptar o rechazar la tecnología, sino de preguntarse: **¿quién controla los algoritmos?, ¿para qué sirven?, ¿a qué formas de lectura y comunidad dan lugar?**. En un ecosistema del libro libre, distribuido y comprometido con la justicia cultural, estas preguntas no pueden dejarse en manos de terceros. Deben estar en el centro del diseño de nuestras herramientas, nuestras infraestructuras y nuestras estrategias culturales.

4. MODELOS ALTERNATIVOS DE PRODUCCIÓN Y CIRCULACIÓN DEL LIBRO

En el contexto actual, caracterizado por la concentración editorial, la mercantilización del conocimiento y la dependencia de plataformas digitales privativas, diversas iniciativas han impulsado **modelos alternativos para producir y hacer circular libros**. Estos modelos, lejos de responder únicamente a necesidades técnicas o económicas, se articulan con valores como el acceso abierto, la cooperación entre agentes, la sostenibilidad comunitaria y la autonomía respecto a las lógicas del mercado tradicional.

Este capítulo explora algunos de los enfoques más extendidos y relevantes: la autoedición como práctica de empoderamiento cultural, la financiación colectiva como estrategia de sostenibilidad, el uso de licencias abiertas como herramienta legal para el acceso libre, y el papel de las editoriales independientes como espacios de innovación político-cultural.

4.1. AUTOEDICIÓN Y ACCESO ABIERTO

La **autoedición** ha sido históricamente una herramienta para romper con las barreras impuestas por el sistema editorial comercial. En su versión digital, esta práctica ha ganado fuerza y legitimidad, permitiendo a autoras, colectivos o editoriales pequeñas **producir y publicar libros sin intermediarios** y con un alto grado de control sobre los contenidos, los formatos y los canales de distribución.

En paralelo, el principio del **acceso abierto** —promovido desde los movimientos por la cultura libre y el conocimiento común— se ha consolidado como una estrategia ética y política. La autoedición, cuando se vincula al acceso abierto, **permite liberar saberes, evitar procesos de censura o jerarquización editorial**, y construir circuitos culturales autónomos, especialmente en ámbitos como el ensayo crítico, la investigación militante o la documentación comunitaria.

El acceso abierto también **democratiza la lectura**, eliminando barreras económicas o geográficas. Plataformas como Archive.org, bibliotecas digitales comunitarias o catálogos editoriales que permiten descarga directa han ampliado las formas de circulación, aunque siguen enfrentando desafíos en cuanto a sostenibilidad, visibilidad y reconocimiento institucional.

4.2. MODELOS DE FINANCIACIÓN COLECTIVA Y SUSCRIPCIÓN

Como señalamos anteriormente, uno de los retos centrales de los proyectos que optan por el acceso abierto o la edición independiente es **cómo sostener económicamente el trabajo que implica producir un libro**. Frente a este desafío, han emergido con fuerza dos estrategias complementarias: la financiación colectiva (crowdfunding) y los modelos de suscripción.

La **financiación colectiva** ha permitido publicar libros mediante campañas puntuales en las que lectoras y comunidades afines contribuyen antes de la salida del título. Más allá de ser un mecanismo económico, estas campañas funcionan como **espacios de encuentro, validación social y difusión anticipada**. Permiten involucrar a las lectoras desde el inicio, reforzar el vínculo con el proyecto editorial y prefinanciar gastos sin necesidad de recurrir a capital externo.

Por otro lado, los modelos de **suscripción o membresía** ofrecen una relación más sostenida en el tiempo: quienes se suman con aportes mensuales o anuales acceden a libros en primicia, ediciones especiales, actividades o contenidos exclusivos. Este formato **fortalece la comunidad lectora**, estabiliza ingresos, y permite planificar con mayor autonomía el ritmo editorial.

Ambos modelos tienen una dimensión política importante: **redistribuyen el poder editorial, apelan al compromiso mutuo y desmercantilizan parcialmente el proceso de publicación**, al poner el énfasis en la relación directa entre quien produce y quien lee.

4.3. LICENCIAS CREATIVE COMMONS Y PRODUCCIÓN COOPERATIVA

El uso de **licencias abiertas**, y en particular de las **Creative Commons**, ha sido una de las herramientas clave para el desarrollo de modelos editoriales libres. Estas licencias permiten a autoras y editoras definir de forma explícita qué usos están permitidos para sus obras —como la copia, la distribución o la transformación— sin renunciar al reconocimiento ni a ciertos derechos.

Frente al copyright cerrado, las licencias Creative Commons **facilitan el acceso legal y ético a los contenidos**, promueven su circulación y permiten integrarlos en repositorios digitales, proyectos pedagógicos o archivos comunitarios. Su adopción por parte de editoriales independientes también ha permitido **acercar la práctica editorial a principios como la transparencia, la remezcla y la redistribución del conocimiento**.

Estas licencias se articulan con formas de **producción cooperativa**, donde la autoría se diluye o se reparte entre múltiples agentes: desde libros elaborados colectivamente por redes activistas, hasta publicaciones surgidas de procesos formativos, investigaciones compartidas o ediciones colaborativas. En estos casos, la obra no se entiende como un producto cerrado de una sola voz, sino como **resultado de un proceso colectivo, abierto a nuevas lecturas, usos y resignificaciones**.

4.4. EDITORIALES INDEPENDIENTES COMO AGENTES DE INNOVACIÓN

A pesar de su menor escala económica, las **editoriales independientes** han demostrado una gran capacidad para **experimentar con formatos, licencias, modelos de distribución y vínculos con las lectoras**. En muchos casos, estos proyectos han funcionado como verdaderos laboratorios de innovación editorial, anticipando transformaciones que más tarde han sido replicadas (aunque despolitizadas) por el mercado.

Estas editoriales no solo publican libros: **construyen comunidad, diseñan herramientas propias, conectan producción impresa y digital, y generan pensamiento sobre la**

edición como práctica política. Al operar fuera de las lógicas del best-seller o del catálogo “rentable”, pueden apostar por autoras desconocidas, textos experimentales o publicaciones sin interés comercial inmediato.

Además, en el marco del trabajo colectivo que dio lugar a este informe, muchas de estas editoriales han contribuido al desarrollo de infraestructuras compartidas, a la documentación de experiencias y al diseño de metodologías que **permiten replicar modelos sin depender de corporaciones ni subvenciones institucionales.**

Su papel como agentes de innovación no reside solo en lo tecnológico, sino en su capacidad para imaginar formas sostenibles y justas de hacer libros, en diálogo con los movimientos sociales, las redes lectoras y los desafíos contemporáneos.

5. EL PAPEL DE LAS LIBRERÍAS INDEPENDIENTES EN LA ERA DIGITAL

En un contexto marcado por la concentración de plataformas de venta, el uso masivo de algoritmos para la recomendación, la precarización del trabajo cultural y la expansión de lo digital como espacio de circulación dominante, las **librerías independientes siguen cumpliendo un papel central como mediadoras culturales, prescriptoras y generadoras de comunidad.** Lejos de desaparecer, muchas de ellas han sabido **reinventarse, combinar herramientas tecnológicas con atención cercana y presencial,** y desarrollar estrategias propias para sostener su autonomía frente a los grandes actores del mercado.

Este capítulo examina cómo las librerías críticas están **respondiendo activamente a los desafíos del presente digital,** combinando sostenibilidad económica, apropiación tecnológica y compromiso cultural con sus comunidades.

5.1. ESTRATEGIAS DE SOSTENIBILIDAD Y POSICIONAMIENTO DIGITAL

La presencia digital ya no es una opción para las librerías independientes: es una **condición necesaria para su sostenibilidad.** Estar fuera del entorno digital implica quedar fuera de los recorridos de búsqueda, compra y consulta de una parte significativa de las lectoras. Sin embargo, no se trata de replicar los modelos de comercio electrónico masivo, sino de **desarrollar presencias digitales coherentes con la identidad política y cultural de cada librería.**

Muchas librerías han optado por estrategias que combinan **visibilidad digital con prácticas relacionales:** sitios web claros, con catálogos actualizados, venta en línea funcional, sistemas de recomendación curada y contacto directo con las lectoras. Las redes sociales, los boletines editoriales o incluso servicios de mensajería se han

convertido en canales de circulación de contenidos, acompañamiento lector y fidelización.

Al mismo tiempo, estas estrategias no están exentas de tensiones: las exigencias de actualización constante, la competencia de precios con grandes plataformas, la dependencia de intermediarios logísticos o la falta de herramientas adaptadas pueden limitar su potencial. Por eso, **la sostenibilidad digital de las librerías requiere no solo presencia tecnológica, sino tiempo, recursos, capacitación y alianzas.**

5.2. INTEGRACIÓN DE HERRAMIENTAS LIBRES Y SOFTWARE PROPIETARIO

En el plano de las herramientas tecnológicas, las librerías independientes se encuentran ante un escenario híbrido. Por un lado, muchas utilizan **software propietario como Geslib o plataformas de comercio electrónico privativas**, por la estabilidad, el soporte o la compatibilidad con catálogos comerciales. Por otro, existe un interés creciente por incorporar **herramientas libres que permitan mayor autonomía, personalización y soberanía de los datos.**

Este proceso de transición no es inmediato ni total. En algunos casos, se están desarrollando **soluciones mixtas** que integran módulos de software libre (para la gestión interna, los catálogos abiertos o la sincronización con bibliotecas digitales) con herramientas comerciales. En otros, se apuesta directamente por sistemas de gestión cooperativos, como el proyecto *DLP Dis Pensa Libros*, que avanza en su adaptación al entorno librero.

La **integración de herramientas libres no es solo una decisión técnica**: implica un cambio de cultura digital. Supone aprender a trabajar en red, a documentar los procesos, a compartir infraestructuras y a priorizar decisiones estratégicas basadas en el largo plazo más que en la inmediatez funcional.

5.3. LIBRERÍAS COMO ESPACIOS HÍBRIDOS: COMUNIDAD, RECOMENDACIÓN Y CULTURA

Más allá de su función comercial, las librerías independientes son **espacios híbridos donde conviven lo económico, lo afectivo, lo político y lo cultural**. En la era digital, esta condición se ha hecho más visible y más relevante: una librería no es solo un lugar donde se compran libros, sino **un nodo de curaduría, mediación, conversación y producción de comunidad.**

Este papel se expresa en múltiples formas: clubes de lectura, actividades culturales, acompañamiento lector personalizado, recomendaciones temáticas, difusión de

editoriales críticas. Muchas de estas prácticas se han extendido al entorno digital, manteniendo una lógica artesanal, situada y relacional.

Frente a la prescripción automatizada de las grandes plataformas, **las librerías independientes reivindican una prescripción cultural basada en la escucha, el conocimiento del catálogo y el vínculo con sus lectoras.** Esta capacidad de “recomendar con criterio” no puede ser replicada por algoritmos, y se ha convertido en uno de los principales activos culturales del sector.

La hibridación entre espacio físico y digital, entre atención directa y circulación global, entre gestión comercial y proyecto político, **consolida a las librerías como lugares insustituibles en el ecosistema cultural contemporáneo.**

5.4. REDES, ALIANZAS Y ESTRUCTURAS COMPARTIDAS

La escala limitada de las librerías independientes puede ser una debilidad frente a los grandes operadores, pero también **una oportunidad para tejer redes, compartir recursos y construir alianzas cooperativas.** En un entorno tan competitivo y centralizado como el digital, **la intercooperación se vuelve una estrategia de supervivencia y autonomía.**

Desde redes locales de distribución hasta proyectos tecnológicos compartidos, pasando por campañas conjuntas de visibilización o formación entre pares, las librerías están ensayando **formas de colaboración que multiplican su alcance sin perder su singularidad.** Estas redes permiten compartir aprendizajes, reducir costes, enfrentar desafíos comunes y construir una narrativa colectiva que desborde el aislamiento.

El trabajo compartido en el desarrollo de este informe es ejemplo de esa lógica: librerías como *Murmuri*, *Mala letra* y *Numax-Laboratorio* han aportado saberes, experiencias y propuestas concretas que permiten pensar en común el futuro de este sector. La creación de estructuras cooperativas de gestión, el uso de herramientas digitales propias, o el impulso de plataformas de recomendación crítica son algunos de los caminos en curso.

Sostener la singularidad no implica trabajar en soledad. Al contrario: son las alianzas las que permiten sostener la diferencia, fortalecer la autonomía y hacer frente a los desafíos colectivos de forma compartida.

6. ANÁLISIS DE EXPERIENCIAS Y CASO DE ESTUDIO

Este capítulo presenta el estudio de caso desarrollado en el marco de este informe en colaboración con *Traficantes de Sueños* y *Katakarak*, dos proyectos editoriales-libreros que han sido referentes en la construcción de modelos de sostenibilidad cultural,

producción crítica y mediación editorial comprometida. Lejos de adoptar una mirada externa o meramente descriptiva, el enfoque elegido ha sido **participativo, situado y procesual**, implicando a ambos proyectos en el diseño, discusión y análisis de los contenidos trabajados.

6.1. INTRODUCCIÓN AL ESTUDIO DE CASO: TRAFICANTES DE SUEÑOS Y KATAKRAK

Traficantes de Sueños (Madrid) y **Katakarak** (Iruñea-Pamplona) son dos proyectos editoriales y libreros con una fuerte dimensión política y cultural. Ambas iniciativas combinan la venta de libros con actividades editoriales, programación cultural y generación de comunidad, integrando sus espacios físicos como centros de pensamiento crítico y encuentro social. En los últimos años, ambas han desarrollado —con recursos limitados pero con alto compromiso técnico y político— estrategias digitales que reflejan sus valores: acceso abierto, autonomía tecnológica, cuidado estético y coherencia comunicativa.

En el ámbito digital, *Traficantes de Sueños* ha logrado consolidar un sitio web robusto, que integra catálogo, actividades formativas y materiales de libre acceso. Su presencia en redes sociales es activa y consistente, y su base de datos editorial está organizada con criterios propios. Por su parte, *Katakarak* ha impulsado una plataforma digital con diseño propio, navegación intuitiva y enfoque curatorial fuerte, que traslada a lo digital su apuesta estética y política. Ambas iniciativas se sostienen sobre sistemas tecnológicos parcialmente personalizados y una intensa dedicación interna.

Sin embargo, los retos para profundizar en una **estrategia digital adecuada** siguen siendo significativos. Entre ellos destacan: la dificultad para integrar sus sistemas de gestión comercial con herramientas libres o abiertas; la necesidad de contar con herramientas propias de recomendación y visibilidad frente al peso de los algoritmos de grandes plataformas; y la falta de tiempo, recursos y redes para desarrollar soluciones digitales comunes. En este contexto, **la colaboración entre ambos proyectos abre un espacio fértil para el codiseño de herramientas compartidas, el desarrollo de metodologías replicables y la construcción de una infraestructura tecnológica autónoma**, coherente con sus principios políticos y orientada al fortalecimiento del ecosistema librero independiente.

Dentro de este proceso de colaboración para la implementación de una estrategia conjunta de digitalización se realizaron dos talleres conjuntos: un sandbox sobre nuestras librerías, siguiendo la dinámica elaborada por la Fundación Germán Sánchez Ruiperez, “Sanbox librerías. Un prototipo para las librerías independientes de los próximos años” y un segundo taller de co-diseño de estrategias de implementación de la

UEX a partir de las singularidades y aspectos específicos desarrollados en el estudio previo y resumido en este informe.

6.2. PRIMER TALLER: SAND-BOX LIBRERÍAS

El taller **Sand-Box para librerías**, concebido como un espacio de exploración y conversación entre los equipos del grupo motor. Fue diseñado a partir de la experiencia y el trabajo desarrollado por la Fundación Germán Sánchez Ruiperez a través de su informe “Sanbox librerías. Un prototipo para las librerías independientes de los próximos años”. Esto nos permitió comenzar el taller desde un momento más avanzado, ya que trabajamos sobre los resultados de las dinámicas que previamente se habían desarrollado, lo que facilitó la comunicación sobre aspectos más específicos así como valorar el grado de afinidad y coherencia con nuestros proyectos de las iniciativas propuestas en el marco de la investigación de la Fundación Germán Sánchez Ruiperez.

En el taller se abordaron los **retos y oportunidades para las librerías independientes en el contexto digital**, en torno a tres ejes:

- el **diagnóstico de herramientas y flujos de trabajo** actuales, con énfasis en la dependencia de software propietario y las dificultades de interoperabilidad;
- los **problemas de visibilidad, posicionamiento y prescripción**, especialmente en entornos online dominados por algoritmos cerrados;
- y la **dificultad para traducir al entorno digital las prácticas de mediación, selección y curaduría** que son centrales en la experiencia librera presencial.

El taller permitió **identificar tensiones y límites concretos**, pero también posibilitó el reconocimiento de una serie de saberes prácticos compartidos, estrategias informales, y oportunidades de colaboración en el diseño de herramientas más ajustadas a los valores y necesidades del sector.



6.2.1. Método canvas

El método Canvas, aplicado en el contexto del proyecto Sand-Box de librerías impulsado por la Fundación Germán Sánchez Ruipérez, se basa en una herramienta visual y colaborativa desarrollada por Alexander Osterwalder, conocida como Business Model Canvas. Esta herramienta propone una estructura dividida en nueve bloques interconectados que permiten visualizar, reflexionar y rediseñar modelos de negocio de forma simple y comprensible. Su aplicación al ámbito librero sirvió como punto de partida para pensar en un prototipo de librería del futuro, articulando ideas sobre valor diferencial, sostenibilidad, relación con el entorno y uso estratégico de recursos

La dinámica tipo sandbox, podríamos decir que se caracteriza por ser un espacio de juego libre, donde se propone la generación de ideas sin restricciones prácticas inmediatas. Esta versión del Canvas no se centró únicamente en el análisis de la situación actual, sino que favoreció la imaginación de escenarios deseables para las librerías independientes. Así, las participantes pudieron identificar segmentos de clientela específicos, evaluar propuestas de valor diferenciadas, mapear recursos y actividades clave, e imaginar nuevas formas de ingreso o colaboración entre agentes del ecosistema editorial.

Lo más relevante del uso del método Canvas en este contexto fue su capacidad para estimular la inteligencia colectiva y construir una visión estratégica compartida desde la diversidad de perfiles participantes. Al estructurar el debate en torno a preguntas clave —¿qué valor ofrecemos?, ¿a quién nos dirigimos?, ¿cómo nos relacionamos?, ¿con qué herramientas contamos?, ¿qué alianzas necesitamos?—, el ejercicio permitió no solo ordenar ideas, sino también formular estrategias viables y políticas para la sostenibilidad del sector. En definitiva, el Canvas se transformó aquí en una herramienta de diseño colectivo con orientación práctica y transformadora para las librerías del presente y del futuro.

El modelo se compone de **nueve bloques fundamentales** que, interrelacionados, ofrecen una visión global del funcionamiento y la sostenibilidad de un proyecto:

1. **Segmento de clientes:** identifica a quién va dirigido el proyecto. Se trata de definir los grupos de personas o comunidades a quienes se quiere ofrecer valor: ¿quiénes son nuestros públicos principales?, ¿qué necesidades tienen?
2. **Propuesta de valor:** recoge el conjunto de productos o servicios que solucionan problemas o satisfacen necesidades de los segmentos de clientes. Es la razón por la que alguien se interesaría por lo que ofrecemos.

3. **Canales:** se refiere a los medios a través de los cuales se comunica y entrega la propuesta de valor. Pueden ser físicos o digitales, propios o de terceros (librerías, redes sociales, tiendas online, etc.).
4. **Relación con los clientes:** describe el tipo de vínculo que se quiere establecer con los diferentes segmentos: ¿es personalizado?, ¿automatizado?, ¿implica acompañamiento, comunidad, servicio posventa?
5. **Flujo de ingresos:** analiza cómo se genera el dinero: ¿las personas pagan por producto?, ¿por suscripción?, ¿hay donaciones, subvenciones, modelos híbridos?
6. **Recursos clave:** identifica los activos más importantes para que el modelo funcione: pueden ser humanos (equipo), materiales (local, libros), tecnológicos (web, software) o simbólicos (reputación, comunidad).
7. **Actividades clave:** enumera las tareas esenciales que debe realizar el proyecto para ofrecer su propuesta de valor: curaduría, atención al cliente, gestión de pedidos, diseño, programación cultural, etc.
8. **Socios clave:** considera a los aliados externos que hacen posible o mejoran el funcionamiento del modelo: proveedores, distribuidoras, cooperativas, redes de librerías o instituciones afines.
9. **Estructura de costes:** recoge todos los gastos necesarios para operar: alquiler, salarios, tecnología, logística. Permite visualizar qué tan sostenible o ajustado es el modelo en términos financieros.



Esquema modelo Canvan. Fuente: Academia Cradin

Consideramos que los aspectos a analizar eran coherentes con el propósito de nuestra investigación y nos permitía de una forma sencilla alinear recursos, fines y estrategias de forma participativa y comprensible.

6.2.2. Propuestas pre-elaboradas para librerías

Para agilizar y profundizar en los contenidos específicos de nuestras librerías, partimos, como señalamos anteriormente, de las respuestas elaboradas por la Fundación Germán Sánchez Ruipérez. Las respuestas desarrolladas fueron:

1. Propuesta de valor
 - a. La venganza de lo analógico
 1. Foco en la atención personalizada (cara a cara)
 2. Punto de encuentro entre personas (agradable, confortable, atractivo)
 3. Servir de conector entre lectores: club de lectura, vinos, bodas
 4. Refugio cultural analógico libre de ansiedad digital
 5. Contacto con los creadores
 - b. Ofrecer servicios imbatible
 1. Selección: filtrado frente a la sobre publicación
 2. Prescripción y aprendizaje
 3. Integración con otros productos asociados
 - c. Recurrir a la omnicanalidad
 1. Facilidad para encontrar los títulos en la web
 2. Sin fricciones en el proceso de compra digital o en la tienda
 3. Múltiples opciones de entrega (tanto en lo que afecta al plazo como al lugar —tienda o domicilio—)
 - d. Facilitar una identidad aspiracional al comprador
 1. Codiseño de los atributos de la marca con los clientes
 2. Vivir una experiencia única
 3. Ser parte de una comunidad: club, tarjeta de cliente con ventaja
2. Actividades clave
 - a. Oferta de productos
 1. Libros
 2. Libros personalizados para cada lector
 3. Libros en diversos formatos
 4. Libro como regalo
 5. Artículos complementarios exclusivos
 - b. Oferta de servicios
 1. Experiencias VIP
 2. Espacio de coworking
 3. Talleres y cursos
 4. Fiestas para editoriales independientes
 5. Librería extramuros con sesiones tupperbook

- c. Back office
 - 1. Planificación
 - 2. Diseño de experiencias
 - 3. Generación de datos y su explotación
 - 4. Pricing
 - 5. Gestión de compras
- d. Comunicación
 - 1. Interacción en redes sociales
 - 2. Marketing digital
- 3. Segmentos de clientes
 - a. Según su etapa vital
 - 3. Jubilados
 - 4. Generación Z
 - 5. Generación alfa
 - 6. Progenitores de niños
 - b. Según sus condiciones personales
 - 1. Personas solitarias
 - 2. Diversidad funcional
 - 3. Nómadas digitales
 - 4. Profesionales
 - 5. Estudiantes
 - c. Según su comportamiento
 - 1. Nostálgicos de lo analógico
 - 2. Curiosos digitales
 - 3. No lectores
 - 4. Personas necesitan saber algo sobre un asunto
 - 5. Fans de un género
 - 6. Miembros de una comunidad de interés
 - 7. Clientes del barrio
 - 8. Exploradores
 - 9. Ansiosos
 - 10. Personas que compran por una afición en particular
 - 11. Lectores apasionados y frecuentes
 - 12. Lectores esporádicos
 - 13. Residentes por estudios
 - d. Organizaciones
 - 1. Empresas
 - 2. Bibliotecas públicas
 - 3. Escuelas
- 4. Relaciones con clientes
 - a. Venta
 - 1. Ver y tocar los libros
 - 2. Fomentar el tránsito de un tipo de contenido a otro

- b. Interacción analógica
 - 1. Conversación
 - 2. Reuniones periódicas para el codiseño
 - 3. Visitas personalizadas
 - c. Interacción digital
 - 1. Cuentas en redes sociales
 - 2. Inteligencia artificial para recomendaciones en web
 - 3. Atención por mensajería digital
- 5. Canales
 - a. Interacción personal
 - 1. Un canal para la co-creación
 - 2. Eventos y festivales
 - 3. Reuniones del barrio
 - 4. Ferias
 - 5. Club de lectura
 - b. El espacio y la librería en sí misma como canal
 - 1. Espacio de la librería
 - 2. Escaparate
 - 3. Anuncios
 - 4. Presentaciones
 - 5. Boca a boca
 - 6. Empaquetado como vía de comunicación
 - 7. Tupperware de librerías: venta en domicilio
 - 8. Sistema de entrega
 - c. Digital
 - 1. Redes sociales: Instagram, Facetime, Twitter
 - 2. Newsletters
 - 3. Comercio electrónico
 - 4. CEGAL en red
 - 5. TV en Internet o streaming
 - 6. Web con reseñas
 - 7. Servicios automatizados (drones y ¿robots?)
- 6. Socios clave
 - a. En la cadena de valor
 - 1. Circuito de librerías independientes
 - 2. Creadores
 - 3. Editoriales
 - 4. Editoriales independientes y micro-editoriales
 - 5. Librerías Independientes Unidas (LIU)
 - 6. Socios internacionales
 - b. Entorno cercano
 - 1. Asociaciones locales
 - 2. Colegios y bibliotecas de cada barrio

- 3. Comercios vecinos
 - 4. Vecinos
 - c. Proveedores
 - 1. Distribuidores
 - 2. Logística
 - 3. Proveedores de POD (Print on Demand)
 - 4. Proveedores tecnológicos
 - 5. Inversores
 - d. Instituciones y otros
 - 1. Administraciones públicas
 - 2. Universidades
 - 3. Escuelas de negocios
 - 4. Empresas con público común al de librería
- 7. Recursos clave
 - a. Recursos materiales del negocio
 - 1. Espacio físico
 - 2. Fichas bibliográficas completas y actualizadas (para descarga)
 - 3. Financiación
 - 4. Herramientas tecnológicas
 - 5. Tarjetas de cliente o socio (seguimiento y personalización)
 - b. Recursos personales
 - 1. Personal profesional
 - 2. Programa de formación (re-skilling y up-skilling)
 - 3. Expertos en comunicación
 - c. Recursos de comunicación
 - 1. Marca
 - 2. Plataforma de comunicación
 - 3. Sistema de streaming
 - 4. Community manager
- 8. Reducción de costes
 - a. Espacio
 - 1. Más tiendas: menos costes de escala
 - 2. Localización más barata
 - b. Logística
 - 1. Logística común y sostenible
 - 2. Red distribución común
 - c. Información y procesos
 - 1. Sistema compartido de envíos a clientes
 - 2. Uso de IA para reducir tiempo y costes
 - 3. Control de procesos
 - 4. Simplificación de sistema
 - 5. Menos libros de fondo y recurso al POD (Print On Demand)
 - d. Acuerdos en la cadena de valor

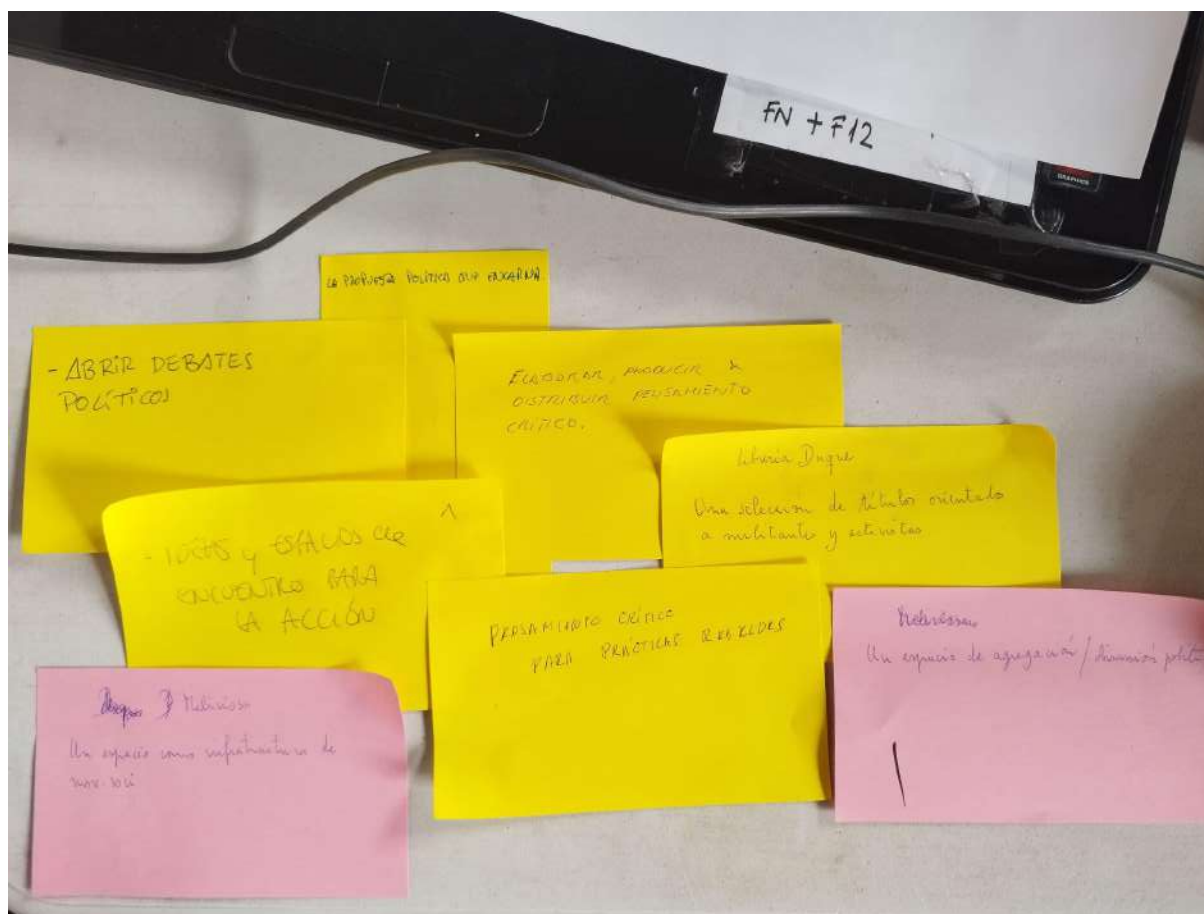
1. Gestoría común especializada en librerías
 2. Mayor descuento de las editoriales
 3. Devoluciones más eficientes y simples
 4. Menos devoluciones
9. Aumento de ingresos
- a. Expansión de los contenidos
 1. Ebooks
 2. Audiolibros
 3. Edición de libros propios
 - b. Ampliación de la oferta
 1. Alianzas para proyectos culturales con administraciones públicas
 2. Pack personalizado
 3. Formato de suscripción o tarjeta de socio de club
 4. Venta de productos asociados (por ejemplo, objetos literarios)
 5. Venta de servicios complementarios
 - c. Explotación del espacio
 1. Facilidades para vender: café, cerveza, bodas y “lo que venga”
 2. Nuevas ventanas de negocio
 3. Alquiler de la sala por horas o sala de lectura de pago
 4. Tiendas más grandes
 - d. Gestión económica y comercial
 1. Márgenes mayores
 2. Incremento de ventas
 3. Internacionalización
 4. Ventas online
 5. Ventas en redes sociales
 - e. Procesos
 1. Impresión bajo demanda (POD)
 2. Operaciones de B2B
 3. Campañas de marketing

Se puede acceder al modelo de fichas con los items ya ubicados en su correspondiente cuadro en el capítulo anexo.

6.2.3. Metodología propuesta

Finalmente, el taller propuesto consistió en:

1. **Dinámica inicial de activación del grupo** con la pregunta: ¿Qué es lo que consideras que tiene más valor del proyecto? Se dedicaron entre 5 y 10 minutos de reflexión individual, donde las respuestas se fueron plasmando en post-it. Se proponían respuestas rápidas y libres y se podían rellenar tantos items como se quisiera.



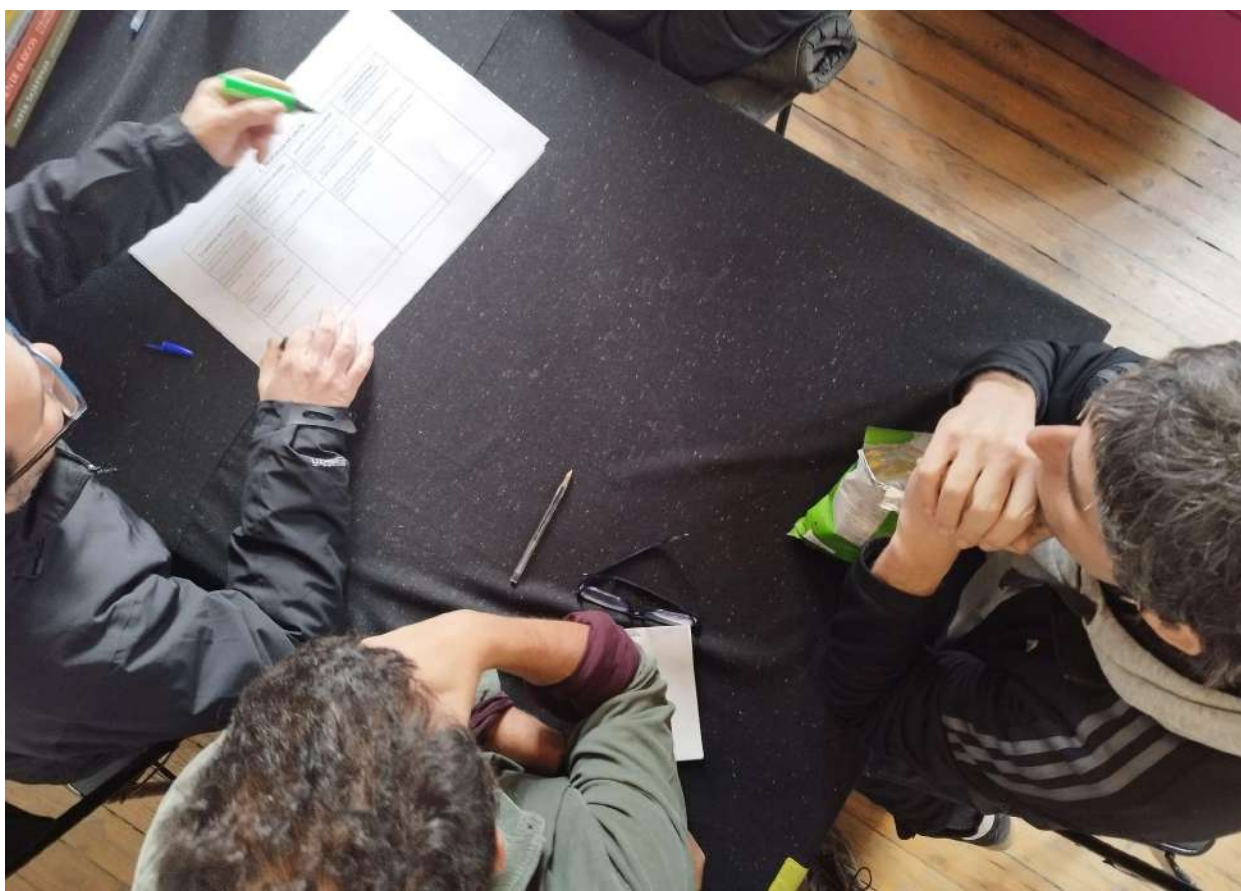
2. Dinámica SandBox Librerías, que consistió en:

- a. Explicación breve de la estructura del modelo canvas
 - b. Dinámica por grupos a partir de una ficha que recoge el cuadro de canvas con los contenidos pre-propuestos. Cada grupo tenía que indicar relevancia o pertinencia de las ideas que ya están propuestas en los cuadros: como muy mediante un círculo alrededor, relevante si subrayaba la propuesta y tocándola si no era pertinente para los interés del grupo. Además había que completar los cuadros con nuevos temas o ejemplos y priorizarlos explicando por qué Relevante con subrayado. Los grupos repetían algunos aspectos como las propuestas de valor (1) , la reducción de costes (8) y aumento de ingresos (9), y se les asignaron también temas propios, de modo que el conjunto del cuadro estuviera completado
3. **Dinámica de cierre.** Finalmente se hizo una dinámica de cierre donde se habló de cómo se podrían implementar en la web algunas de las cuestiones prioritarias planteadas.

6.3. DESARROLLO DE TALLER SOBRE POSIBLES ESTRATEGIAS PARA LA IMPLEMENTACIÓN DIGITAL

Este taller se diseñó como la segunda fase del proceso de colaboración entre *Traficantes de Sueños* y *Katakrak*, y tuvo como objetivo **explorar posibles estrategias concretas para el desarrollo digital de las librerías independientes**, en coherencia con los principios y necesidades detectadas previamente. El punto de partida fue el diagnóstico compartido durante el primer taller (SandBox), así como los contenidos sistematizados en los capítulos anteriores del informe, especialmente aquellos dedicados a **las tendencias tecnológicas** y a los **modelos alternativos de producción y circulación del libro**.

El equipo motor del informe identificó que las estrategias de digitalización no pueden entenderse como simples respuestas técnicas a carencias funcionales, sino como **estructuras culturales, políticas y organizativas** que requieren definición de objetivos, herramientas adecuadas, recursos sostenibles y vínculos comunitarios. A partir de ese análisis, se definieron cuatro ideas o líneas estratégicas de trabajo que estructuraron el segundo taller: **recomendación, archivo/memoria, definición del proyecto y comunidad**.



6.3.1. Recomendación

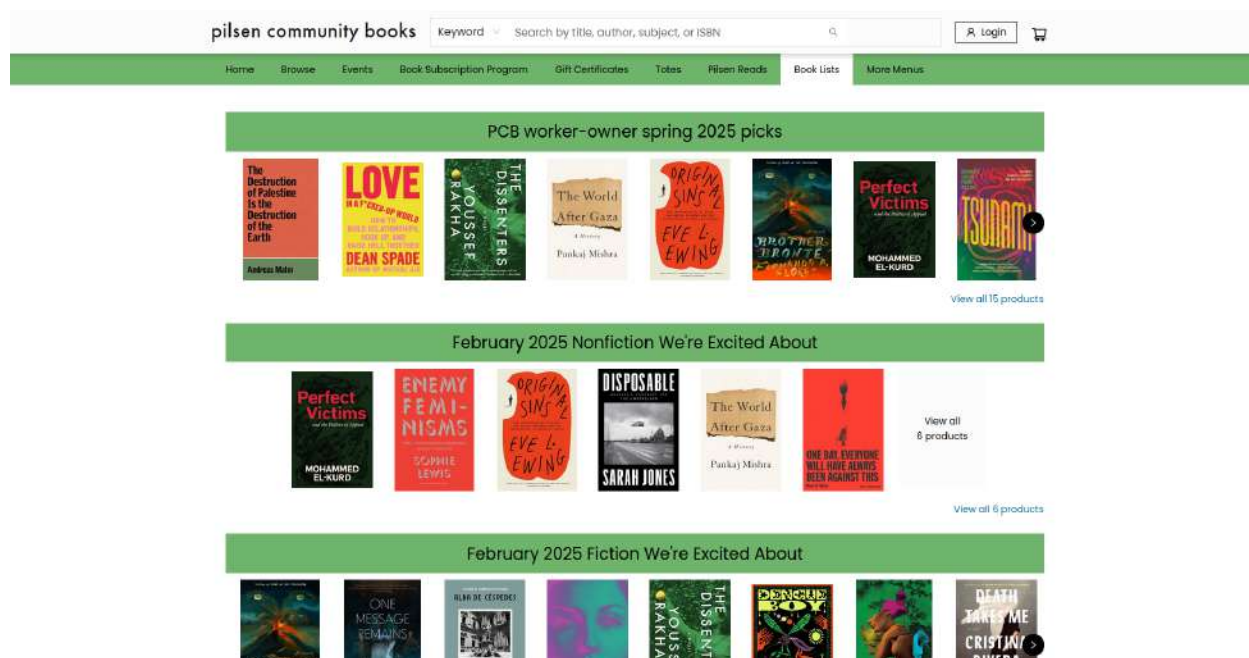
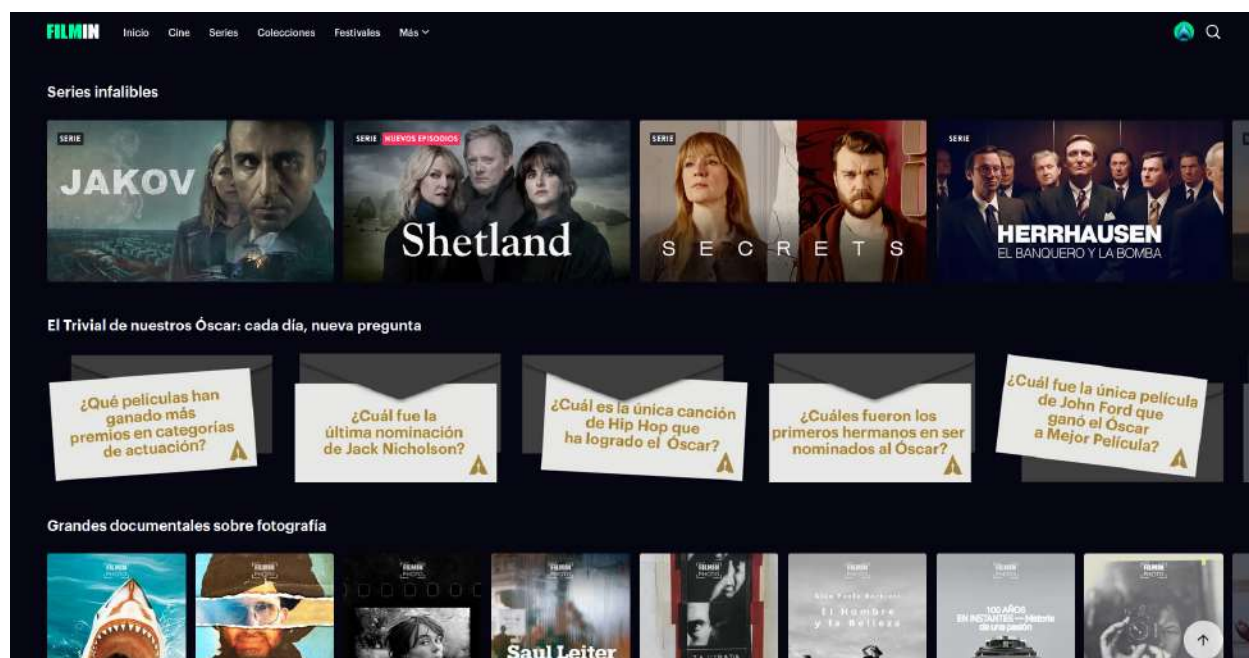
El primer eje abordó la necesidad de **desarrollar mecanismos propios de prescripción digital**, como alternativa crítica a los sistemas algorítmicos opacos que dominan las plataformas comerciales. Se discutió cómo trasladar al entorno digital la lógica de prescripción situada que caracteriza a las librerías independientes: selección editorial, conocimiento de la comunidad lectora, sensibilidad política y compromiso curatorial.

Se identificó el reto de generar herramientas de recomendación que no repliquen el modelo extractivo de los algoritmos comerciales, sino que **reflejen criterios culturales, afectivos y temáticos construidos colectivamente**. Esto podría materializarse en sistemas abiertos de sugerencias, etiquetas narrativas, listas compartidas, o boletines personalizados que se alimenten del conocimiento librero.



En este grupo de trabajo se profundizó sobre seis cuestiones:

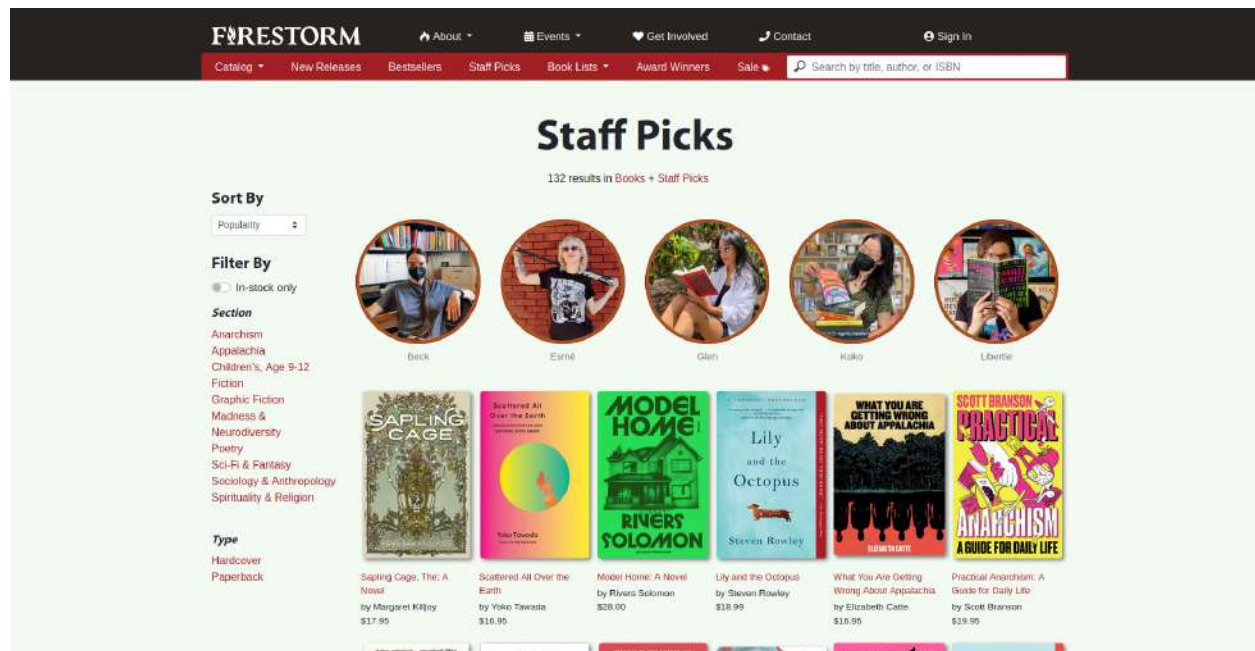
- **Itinerarios de lectura.** Listados de recomendaciones sobre una temática de actualidad ¿tendría sentido que este tipo de recomendaciones fueran la portada de la librería? ¿Cuáles serían estos otros bloques de recomendaciones? ¿novedades?

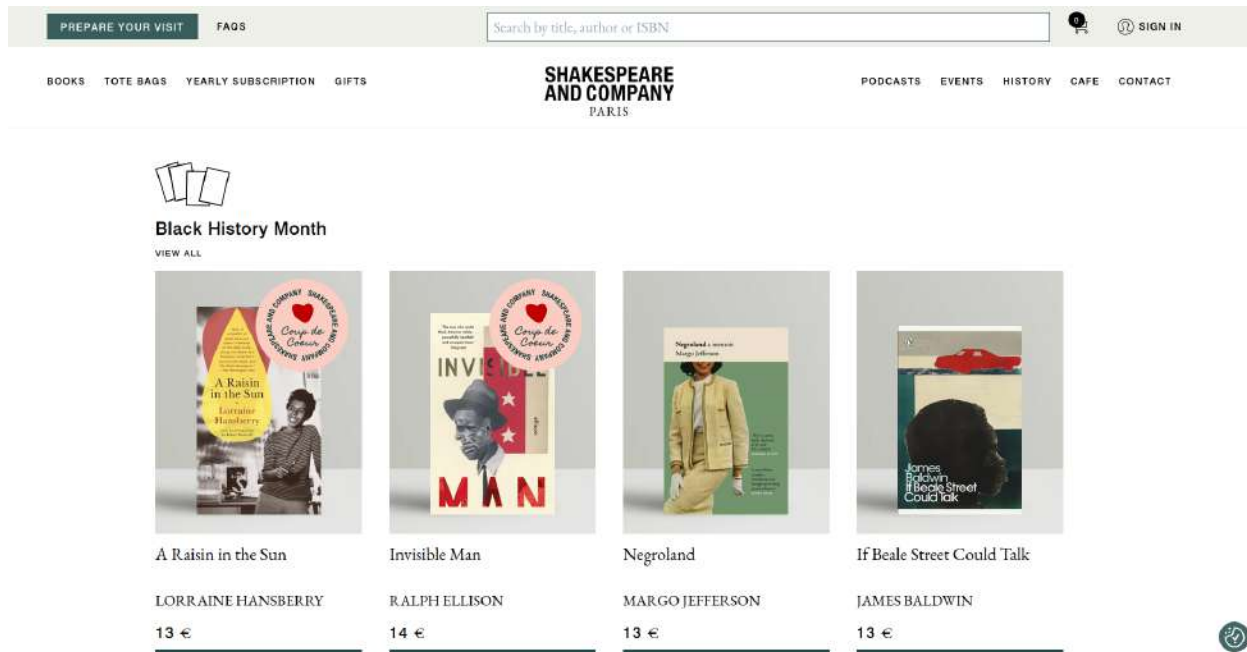


- **Misceláneas.** Recomendaciones más detalladas tipo blog. Se pueden hacer una entrada mensual sobre un tema con foto propia. Es más flexible la estructura

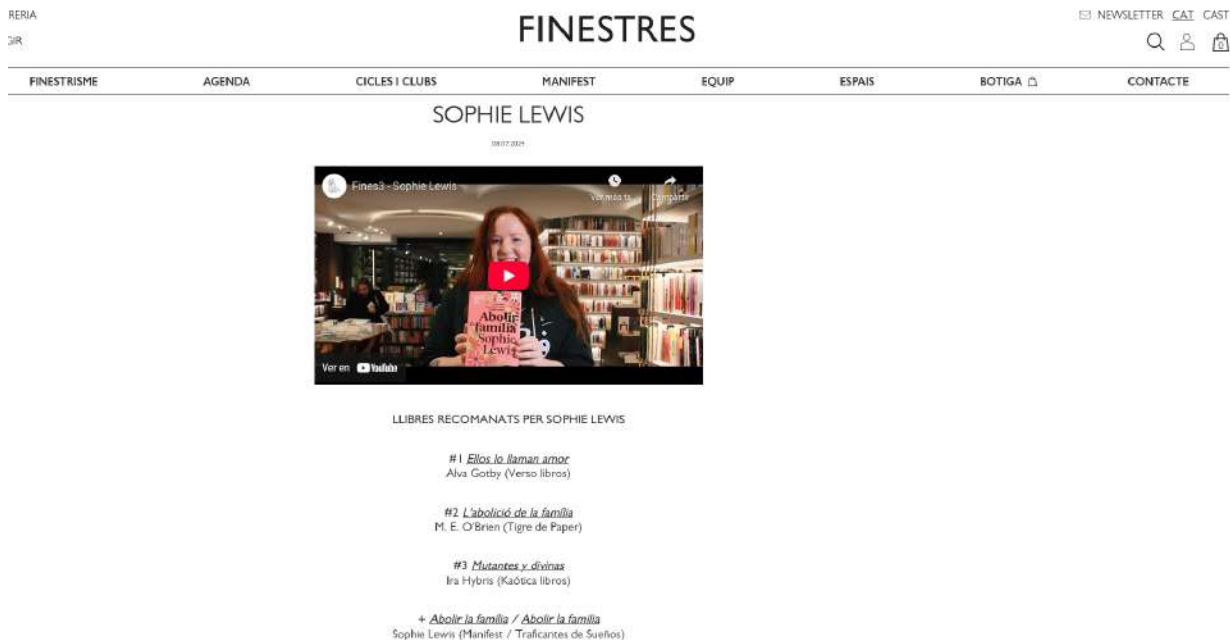


- **Staff Picks.** Iconos/Banderas de recomendación. A veces se hacen por el personal otras son “imprescindibles”. Reflejan las líneas principales de la librería. Tiene sentido si hay mucho material y sólo alguno muy recomendable





- **Imprescindibles.** Apoyándose en “personajes” que visitan a la librería o con los que se tiene afinidad, elaborar listas de recomendaciones de libros imprescindibles



- **Programas.** Programas de recomendaciones en distintos formatos, vídeos, audios, etc donde se explican los contenidos de los libros y su relación

TERTULIA

Search author or title

Sign up Log in

New Arrivals Fiction Non-Fiction Belletrist Lists What To Read Membership Gift Cards Games

The co-op bookstore for avid readers

What To Read



Podcast Gold: 8 Episodes About Books You Won't Be Able to Resist Reading



Reading Your Way Through Octavia Butler

- **Chats.** Programas de recomendaciones en distintos formatos, vídeos, audios, etc donde se explican los contenidos de los libros y su relación

re to design, illustration to graphic design, food to culture & society, lifestyle to fashion. do you read me?! is an inspiring magazine.

do you read me?! · Magazines, Books & Goods · Gift Cards

New & Cool



Limitarianism: The Case Against Extreme Wealth - Ingrid Robeyns (PB)
€14,50



Brand #76 2024
€28,00



Art Review Feb. 2025
€11,00



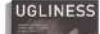
Artforum Feb. 2025
€18,00



(This is) Air



Wise



UGLINESS



MOUSSE

Support
Shopify online store chat

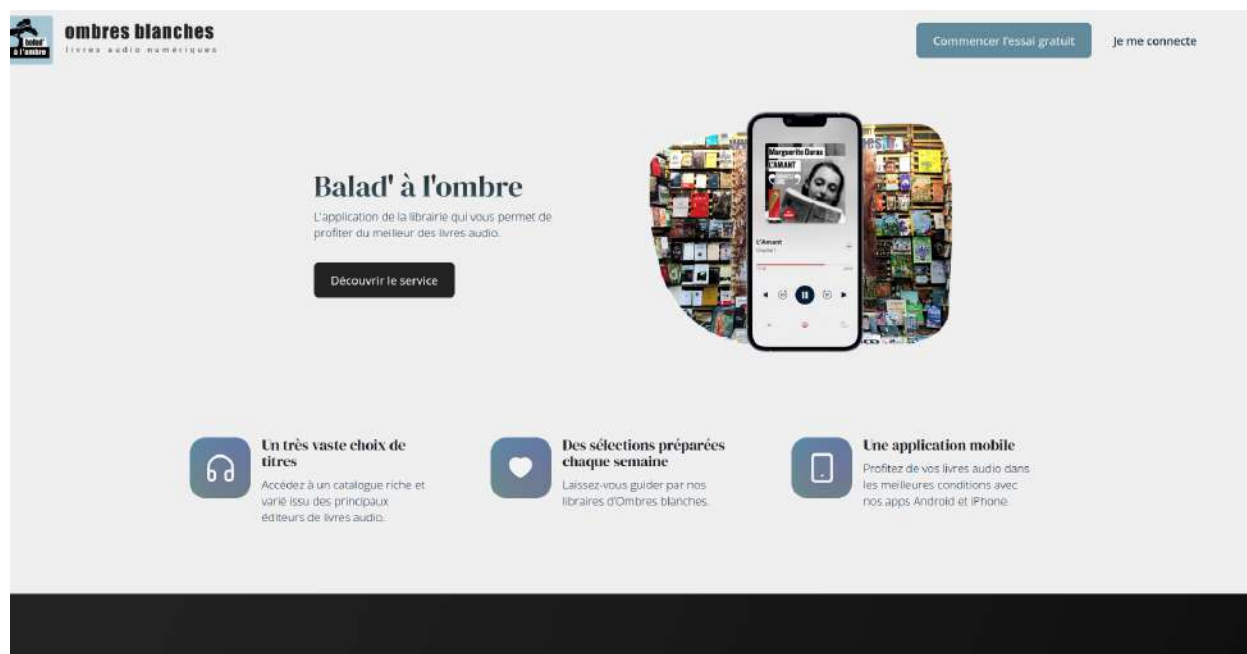
6.3.2. Archivo / Memoria

Este eje partió del reconocimiento de que las librerías no solo venden libros, sino que **generan una memoria cultural rica**: catálogos, presentaciones, ciclos, talleres, editoras invitadas, procesos de selección. Toda esa actividad, sin embargo, suele dispersarse o perderse, al no contar con sistemas de archivo integrados, accesibles y navegables.

Durante el taller se exploraron posibles estructuras para **organizar y visibilizar esa memoria**: desde repositorios de eventos hasta mapas de relaciones entre libros, autoras, ciclos y colectivos. También se discutió la necesidad de herramientas que permitan conservar ese acervo sin depender de plataformas privativas, como bases de datos colaborativas o cronologías vivas de la actividad cultural desarrollada por cada librería.

En este grupo de trabajo se profundizó sobre tres cuestiones:

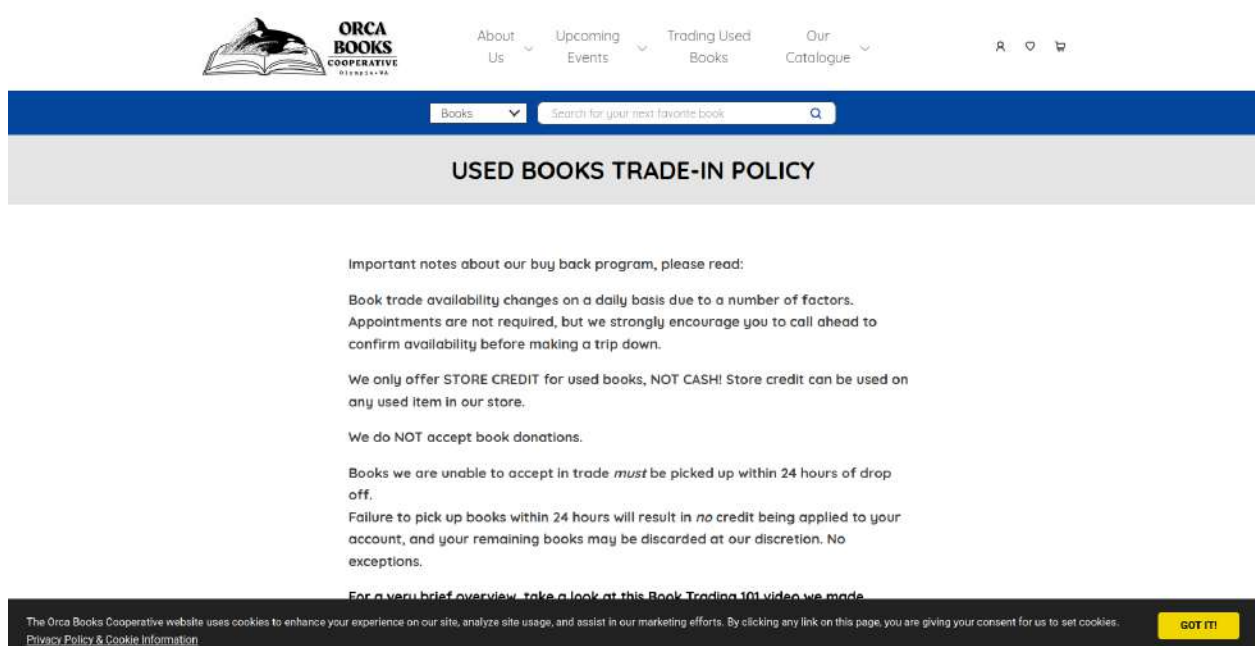
- **Audios y cursos.** Archivo de las actividades que hacemos.



- **Entradas blog.** Artículos sobre temas de interés, discusión, novedades, etc. que componen las diferentes temáticas de interés del colectivo



- **Libro usado.** Tener la bibliografía que consideramos imprescindible en la librería, obteniendo los títulos a partir de libros usado o incluso una biblioteca



Nuestra biblioteca



La Biblioteca de Práximo Bartleby nació con el ánimo de abastecer de lecturas a todos aquellos envidados españoles y latinoamericanos que están de paso por la ciudad y que no pueden permitirse acumular libros antes de proseguir su viaje. También concebimos la biblioteca para todas aquellas personas que viven en Berlín y que, como nosotros, aman la cultura del préstamo y el intercambio. Con el tiempo, nuestra biblioteca ya cuenta con más de 3000 socios históricos, lectores con perfiles de todo tipo que mantienen viva la tradición de este pequeño club bibliográfico. El precio del carnet es de 30 euros, y te permite sacar 3 libros cada 15 días durante todo un año. El carnet de biblioteca también puede ser un regalo estupendo, siempre y cuando la persona que lo recibe viva también en Berlín.

Actualizamos el fondo de la biblioteca a menudo y nos aseguramos de que no falten los clásicos de hoy y siempre ni las novedades más interesantes. Eche un vistazo a los más 3000 títulos en carpeta que conforman nuestra colección.

CONSULTA NUESTRO FONDO

Para hacerte socio/a de la biblioteca y poder tener acceso a los títulos del catálogo no necesitas foto, Anmeldung ni nada complicado. Pasa por la librería o compra online tu carnet anual por 30 euros. >

HAZ TU CARNET

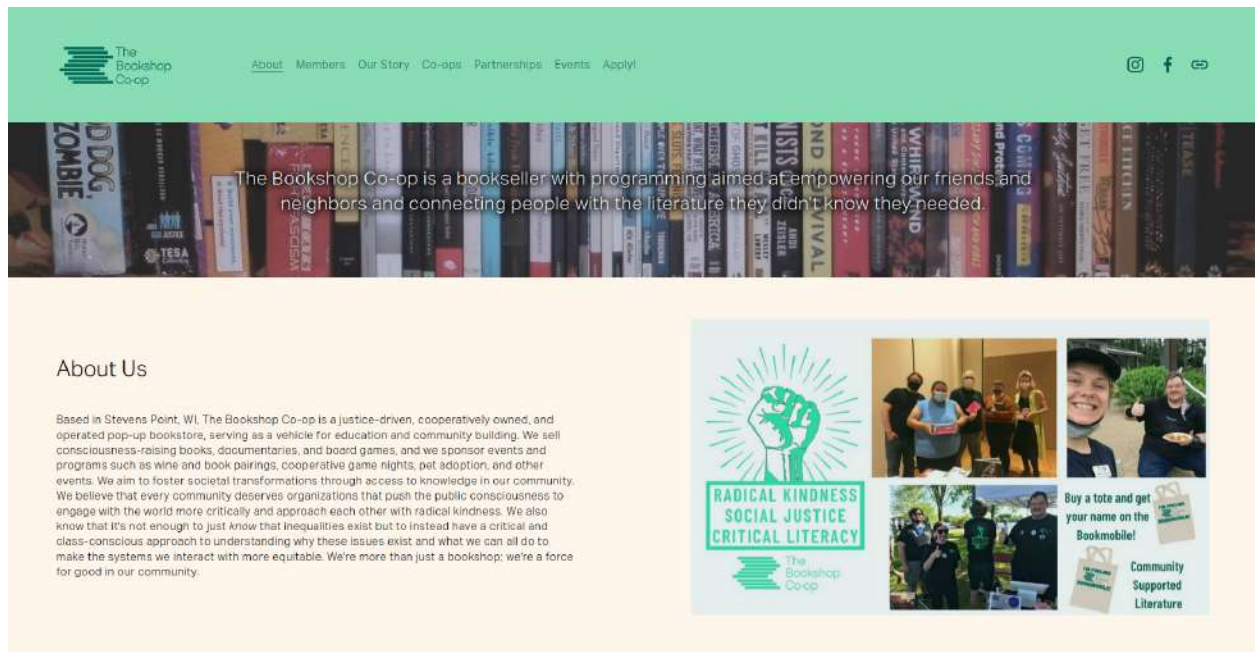
6.3.3. Definición del proyecto

Toda estrategia digital implica decisiones sobre el qué, el cómo y el para quién. Por ello, el tercer eje del taller se centró en la **importancia de partir de una definición compartida del proyecto cultural y político de cada librería**, como base para cualquier desarrollo tecnológico. Se trabajó sobre la idea de que **las herramientas deben adaptarse al proyecto, y no al revés**.

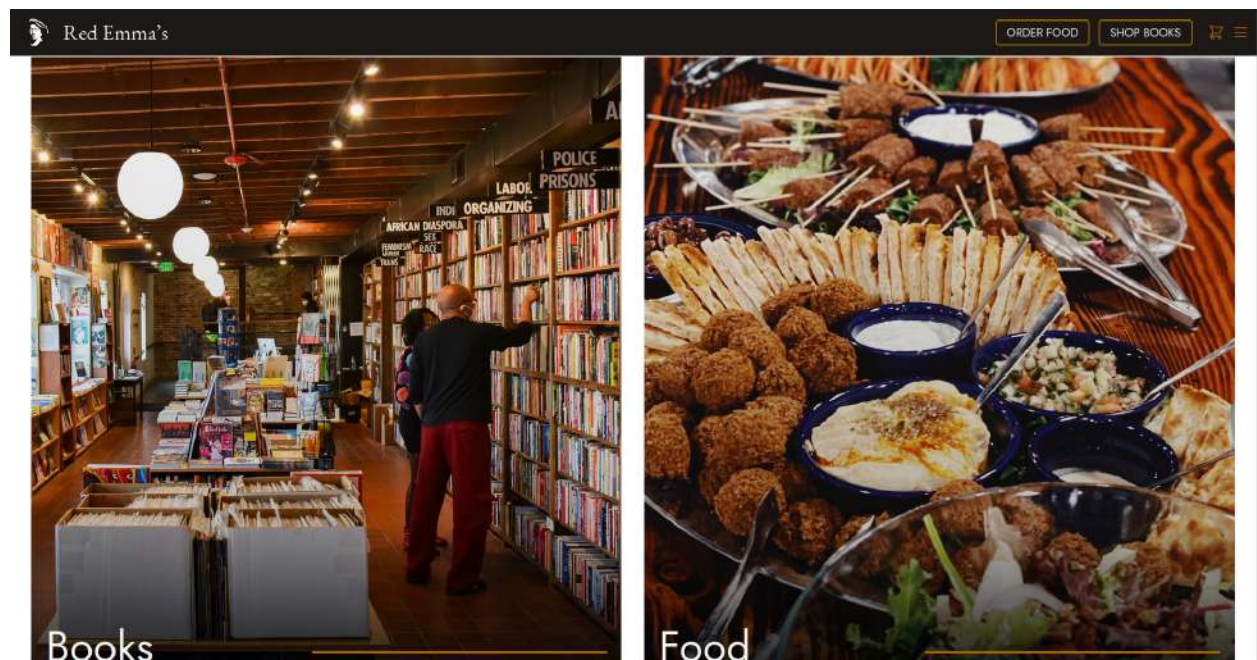
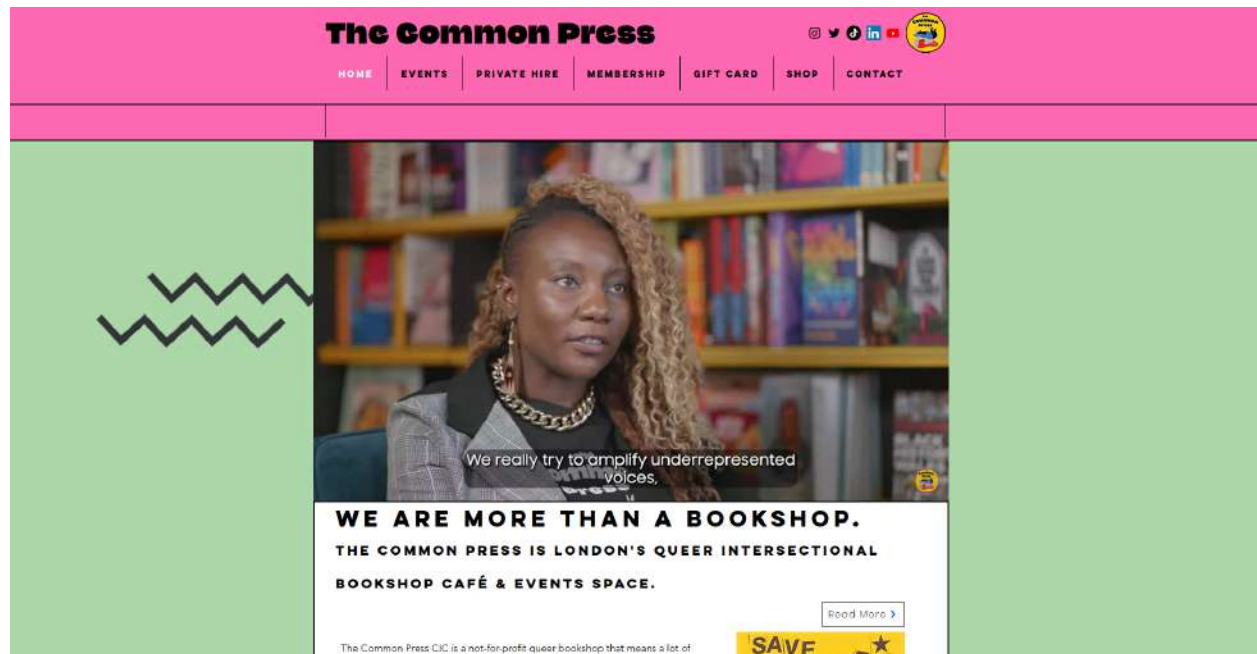
Esto supuso preguntarse: ¿qué funciones son prioritarias?, ¿qué queremos hacer posible con lo digital?, ¿cómo se refleja nuestra identidad en la navegación, el lenguaje, el diseño? La definición clara de estos elementos permite evitar dependencias tecnológicas innecesarias y orientar los esfuerzos hacia soluciones sostenibles, útiles y coherentes con los principios de cada proyecto.

En este grupo de trabajo se profundizó sobre tres cuestiones:

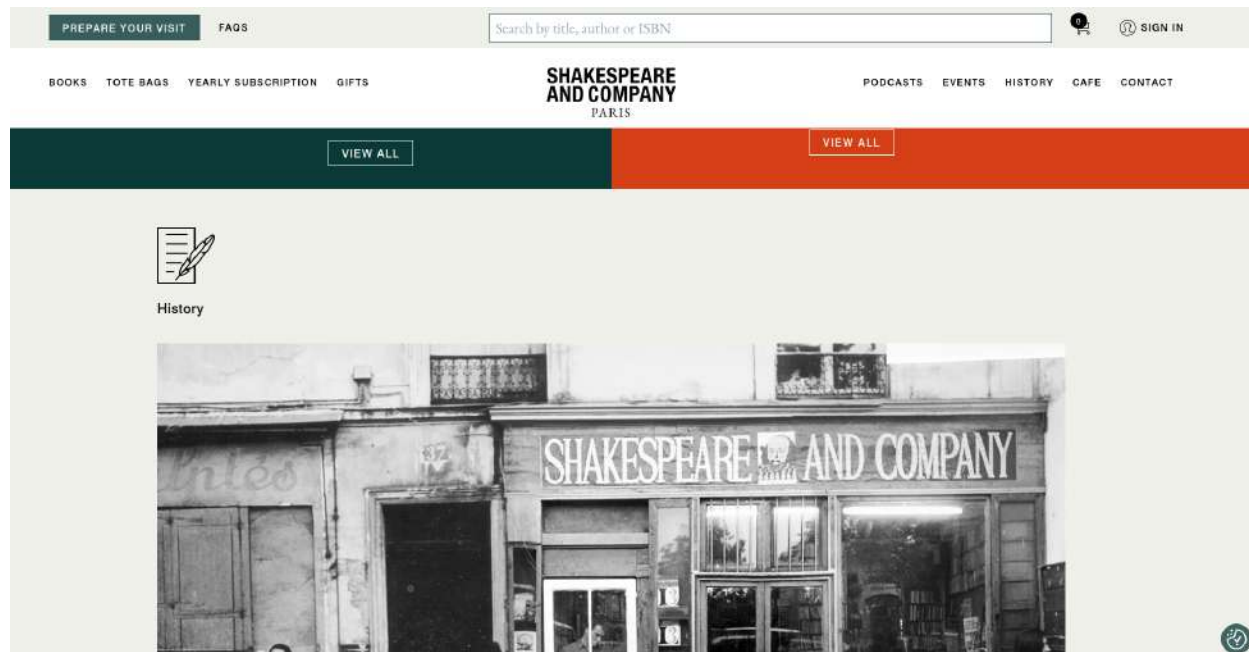
- **Manifiesto.** Un lugar destacado donde redactar con cierto detalle los principios del proyecto



- **Iniciativas.** Iniciativas que constituyen el proyecto.



- **Historia.** Historia del colectivo. Archivo



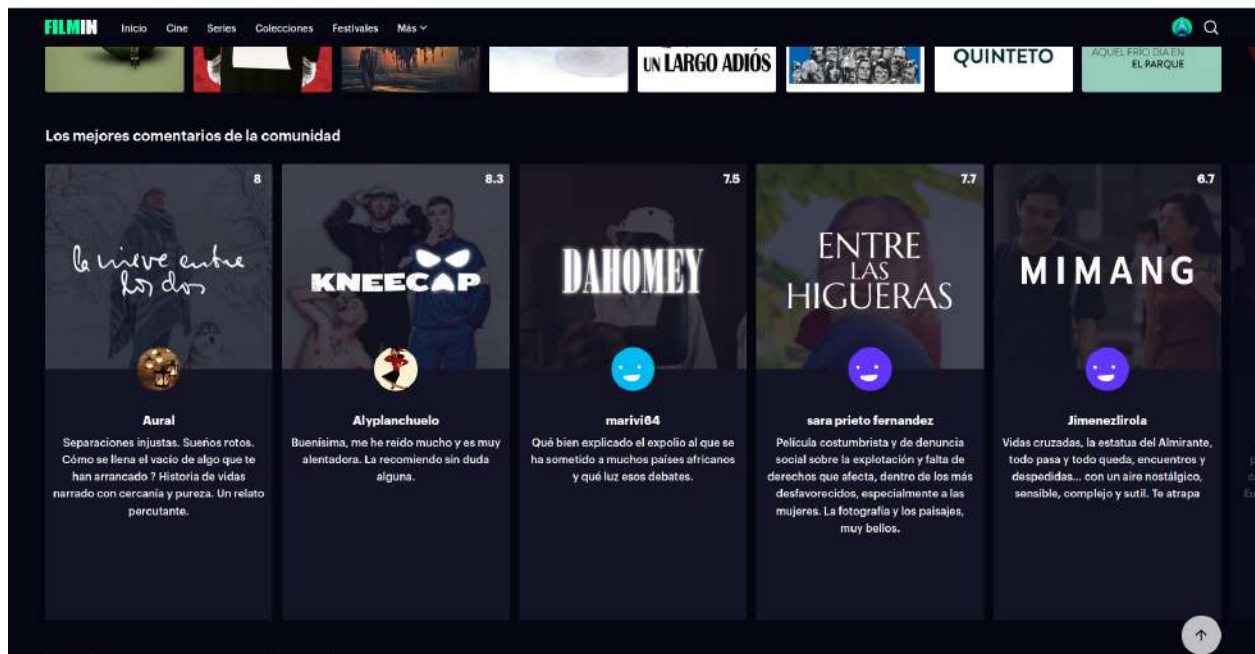
6.3.4. Comunidad

El último eje, pero no el menos importante, se centró en la comunidad. Se abordó cómo las herramientas digitales pueden servir para **fortalecer la relación con las lectoras**: no como usuarias pasivas, sino como parte activa del ecosistema librero. La digitalización, en este sentido, no puede ser entendida solo como mejora funcional, sino como **una forma de extender y profundizar la práctica de construcción de comunidad**.

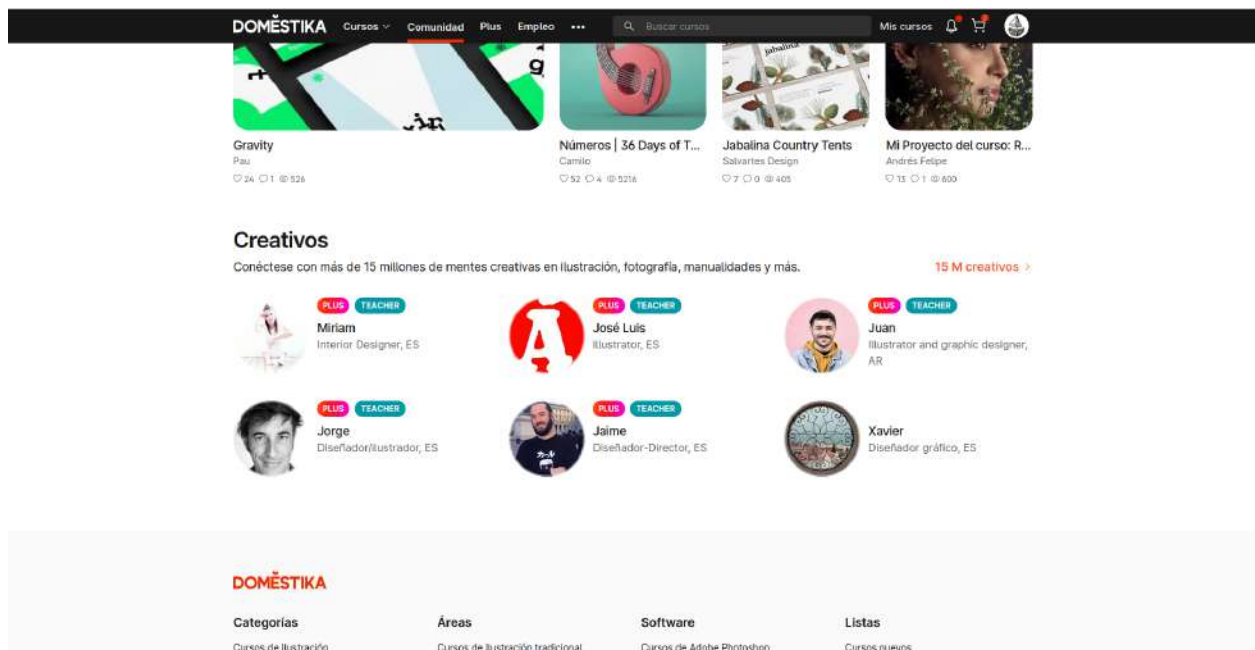
Se plantearon estrategias para facilitar la participación, la escucha y la visibilidad de lectoras, colaboradoras y agentes afines: espacios de interacción en línea, herramientas para compartir lecturas, mecanismos de apoyo mutuo o proyectos de coedición digital. Todo ello orientado a que la comunidad no solo consuma libros, sino **forme parte del sentido cultural y político que la librería encarna**.

En este eje grupo se trataron cuatro cuestiones:

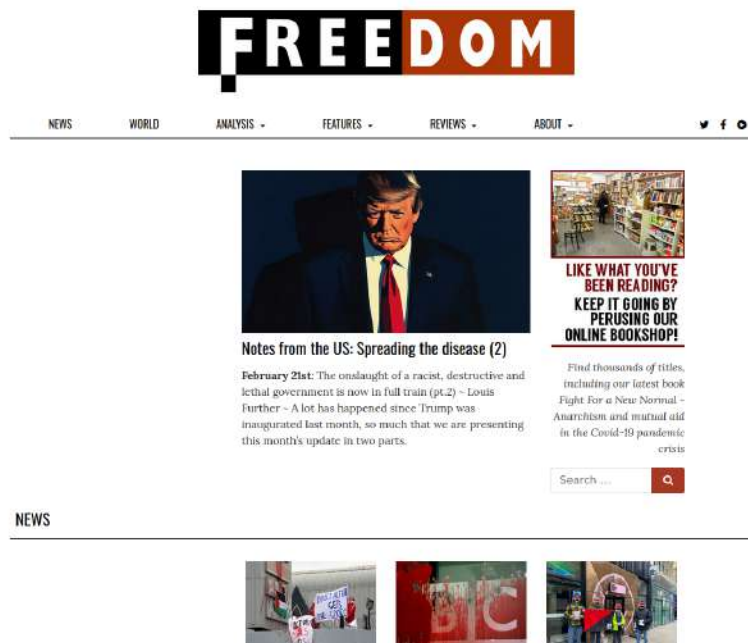
- **Comentarios.** Habilitar un espacio para comentarios



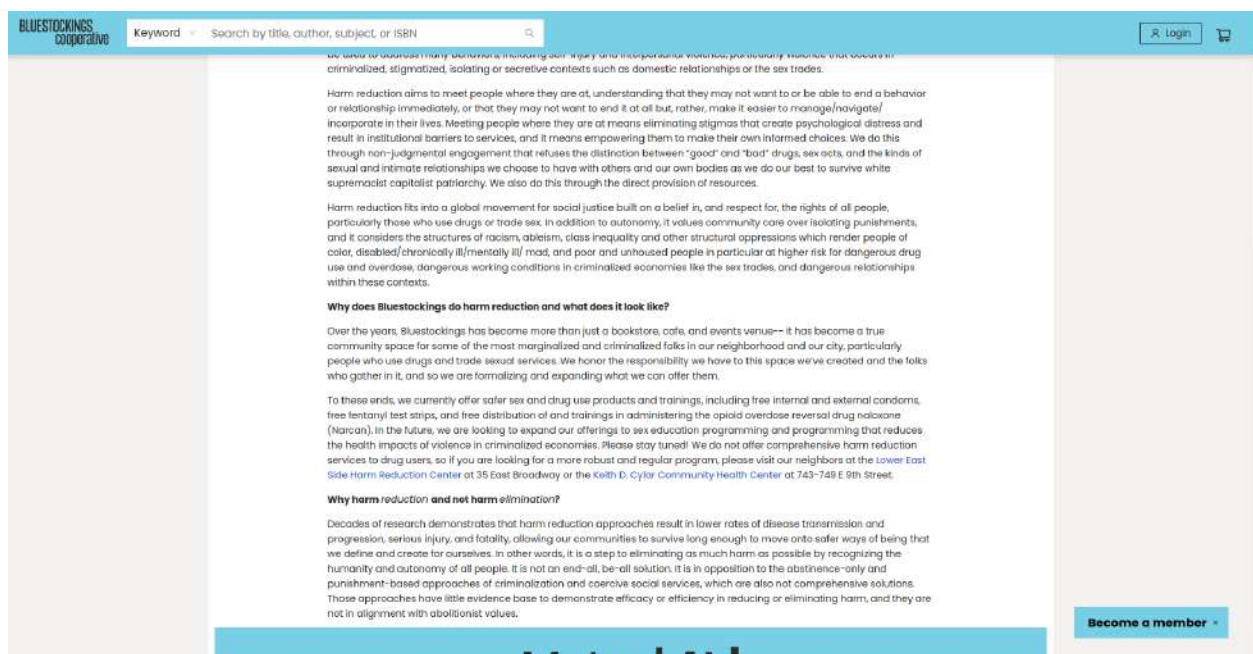
- **Valoraciones.** Habilitar la posibilidad de valorar los libros por parte de cualquier usuario o nuestras personas socias



- **Blog.** Habilitar un espacio donde la comunidad pueda expresar sus opiniones.



- **Visibilizar la cooperación con la comunidad.** Exponer las diferentes formas en las que se coopera con el territorio, así como con otras redes. Muchas de ellas pocas veces explicitadas



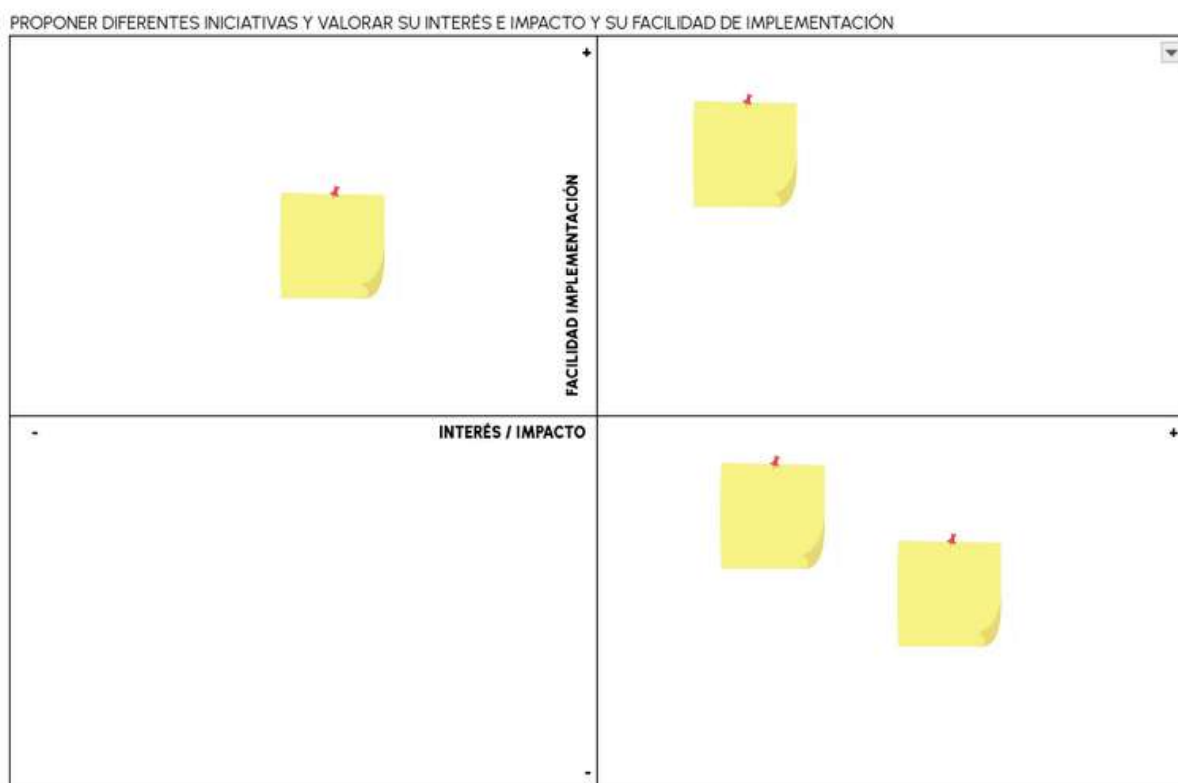
- **Diferencias grados de compromiso.** Facilitar diferentes formas de participación e implicación en la comunidad que tengan que ver con cuestiones económicas, pero también otras formas de apoyo no material.

- **FAQs.** Facilitar el participación de la comunidad mediante preguntas frecuentes que puedan explicar esta relación

6.3.5. Metodología propuesta

El taller consistió en:

1. **Contextualización de la sesión.** Repaso a los principales aspectos trabajados en la sesión anterior.
2. **Explicación de las estrategias** o ideas que habían resultado más valoradas o sugerente en la sesión anterior de cara a la implementación web
3. **Dinámica de grupos**, donde cada grupo trabajó una de las estrategias o ideas seleccionadas. Cada grupo debía escribir en un positi iniciativas concretas para desarrollar esa estrategia y valorar su interés e impacto y su facilidad de implementación.





6.4. RESULTADOS DE LOS TALLERES Y ESPACIOS PARTICIPATIVOS

El proceso de colaboración entre *Traficantes de Sueños* y *Katakrak* se estructuró en torno a dos talleres principales que, junto con entrevistas, sesiones de análisis interno y una presentación pública, conformaron el núcleo participativo del estudio de caso. Cada taller tuvo un objetivo diferenciado: el primero, de carácter exploratorio y estratégico, sirvió para identificar los principales retos y oportunidades del presente digital desde una mirada estructural; el segundo, más operativo, permitió profundizar en líneas concretas de trabajo para el desarrollo de herramientas y funciones digitales adaptadas a las necesidades reales de ambas librerías.

6.4.1. Primer taller: SanBox de librerías

El primer taller partió de la experiencia desarrollada por la Fundación Germán Sánchez Ruipérez en el proyecto *SandBox Librerías*, y adaptó la metodología del *Business Model Canvas* al contexto específico de las librerías independientes con perspectiva crítica. A través de una dinámica colaborativa y con el apoyo de fichas preelaboradas, se abordaron cuestiones clave como la propuesta de valor, los canales de relación, los segmentos de clientes, los recursos disponibles y la estructura de ingresos y costes.

El taller permitió reconocer:

- El valor diferencial de las librerías como espacios de mediación, recomendación y comunidad.
- La dificultad de trasladar esas prácticas al entorno digital sin que pierdan su densidad política y cultural.
- Las limitaciones técnicas que enfrentan los proyectos para implementar herramientas propias (dependencia de software propietario, falta de interoperabilidad).
La dispersión de la memoria cultural generada por las librerías y la necesidad de herramientas de archivo.
- La importancia de una definición clara del proyecto para guiar cualquier desarrollo tecnológico.

Pueden verse las fichas comentadas en los anexos adjuntos a este informe.

Como resultado de este primer espacio, se identificaron **cuatro ejes estratégicos prioritarios** para ser desarrollados en profundidad:

1. **Recomendación**, entendida como una práctica situada de prescripción crítica.
2. **Archivo / Memoria**, como dimensión estructural de la actividad cultural de las librerías.

3. **Definición del proyecto**, para alinear herramientas y objetivos.
4. **Comunidad**, no como audiencia, sino como parte activa del proyecto cultural.

Estos ejes sirvieron de base para estructurar el segundo taller.

6.4.2. Segundo taller: Estrategias para la implementación digital

El segundo taller estuvo orientado a traducir en propuestas concretas los cuatro ejes definidos previamente. A través de una metodología de trabajo en grupos, cada eje fue abordado en profundidad, identificando funcionalidades deseadas, posibles formatos y criterios de implementación digital coherentes con los valores de ambos proyectos.

En torno a la recomendación, se propusieron mecanismos como listas temáticas, boletines curados, etiquetas narrativas, selecciones tipo blog y banderas visuales en el catálogo (como "imprescindibles" o "staff picks"). También se discutió el desarrollo de programas de recomendación en vídeo o audio y la posibilidad de integrar recomendaciones comunitarias.

Sobre archivo y memoria, se planteó la necesidad de herramientas que permitan conservar y visibilizar la producción cultural generada: ciclos de actividades, contenidos formativos, artículos, bibliografías recomendadas o incluso un catálogo de libros usados relevantes. Se apuntó hacia un archivo accesible, navegable y autónomo.

Respecto a la definición del proyecto, se destacó la importancia de contar con espacios en la web para explicitar el sentido del proyecto: manifiestos, historia del colectivo, líneas editoriales, iniciativas activas. Se subrayó que estas definiciones deben orientar la arquitectura de la herramienta digital, su lenguaje y su organización.

En relación a la comunidad, se propusieron funcionalidades que permitan la interacción, la expresión y el reconocimiento mutuo: comentarios, valoraciones, entradas de blog generadas por lectoras, visibilidad de las formas de cooperación local, preguntas frecuentes que faciliten la implicación o sistemas de participación con distintos niveles de compromiso (económico y no material).

Cada grupo elaboró además un conjunto de iniciativas con criterios de impacto e implementabilidad, lo que permitirá en futuras fases priorizar acciones y recursos. El taller confirmó que **la digitalización no puede entenderse como una operación técnica aislada**, sino como una construcción colectiva que requiere cuidado, definición política y mediación cultural constante.

7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Este informe ha tenido como objetivo identificar, documentar y analizar las principales tendencias, herramientas y estrategias que están dando forma a un ecosistema alternativo del libro digital, basado en los principios de la cultura libre, la cooperación tecnológica y la mediación editorial crítica. A través de una revisión conceptual, el estudio de herramientas concretas, el análisis de modelos de sostenibilidad y un estudio de caso participativo, se ha logrado una visión situada y articulada de los desafíos y posibilidades que enfrentan las librerías independientes en la era digital.

7.1. SÍNTESIS DE HALLAZGOS

Los principales hallazgos de esta investigación pueden resumirse en los siguientes puntos:

- La transformación digital del mundo del libro no es solo una cuestión técnica, sino estructural y política. Afecta a los modos de producción, circulación, lectura y sostenimiento de las prácticas culturales.
- Existen herramientas digitales libres, prácticas de autoedición, modelos híbridos de distribución y formas comunitarias de financiación que demuestran la viabilidad de otro modo de hacer libros en lo digital.
- Las librerías independientes tienen un papel fundamental como espacios de prescripción crítica, comunidad lectora y sostenimiento cultural, pero enfrentan dificultades para traducir sus prácticas al entorno digital sin depender de plataformas comerciales.
- La experiencia de usuario, el diseño accesible, la gestión de la memoria editorial, la creación de herramientas propias y la articulación comunitaria son dimensiones clave para una digitalización con sentido.
- La colaboración entre proyectos (como la realizada por Traficantes de Sueños y KatakraK) demuestra que es posible construir metodologías comunes, identificar estrategias replicables y abrir líneas de desarrollo tecnológico colectivo.

7.2. PROPUESTAS PARA FORTALECER EL ECOSISTEMA DEL LIBRO DIGITAL LIBRE

A partir de lo analizado, se proponen algunas líneas de acción orientadas a fortalecer un ecosistema del libro digital libre, plural y sostenible:

- **Desarrollar infraestructuras digitales compartidas**, basadas en software libre, que permitan a editoriales, librerías y proyectos culturales gestionar catálogos, visibilidad, ventas y memoria sin depender de servicios privativos.

- **Fomentar redes de colaboración técnica y política** entre agentes del libro independiente, para compartir recursos, aprendizajes, tecnologías y estrategias de sostenibilidad.
- **Promover prácticas de publicación abiertas**, con licencias libres, acceso gratuito a formatos digitales y modelos híbridos que permitan sostener económicamente los proyectos sin restringir el acceso a los contenidos.
- **Apostar por modelos de prescripción crítica en lo digital**, que reemplacen la lógica algorítmica por la mediación cultural, la curaduría situada y la construcción de comunidad.
- **Acompañar con formación, documentación y procesos de testeo** el uso e implementación de herramientas digitales, asegurando su apropiación y adaptación real por parte de los colectivos usuarios.

7.3. RECOMENDACIONES PARA LIBRERÍAS INDEPENDIENTES

De forma más específica, las siguientes recomendaciones están dirigidas a las librerías independientes que deseen avanzar en la implementación digital desde una perspectiva coherente con sus valores:

- **Definir una estrategia digital propia**, basada en una reflexión interna sobre el proyecto cultural, sus objetivos y su comunidad.
- **Cuidar la experiencia de usuario**, asegurando que los entornos digitales sean accesibles, legibles, navegables y alineados con la experiencia librera física.
- **Desarrollar herramientas de recomendación propias**, basadas en la prescripción curatorial, las listas temáticas, los clubes de lectura y el conocimiento situado.
- **Construir y mantener archivos vivos** de las actividades, selecciones y procesos culturales desarrollados por la librería, como parte de su memoria y su identidad.
- **Buscar alianzas con otras librerías, editoriales o colectivos tecnológicos**, para compartir desarrollos, adaptar soluciones existentes o impulsar nuevas herramientas de forma cooperativa.
- **Explorar formas sostenibles de financiación digital**, como precios abiertos, donaciones, suscripciones o ventas combinadas, que no comprometan el acceso libre pero sí sostengan el trabajo realizado.

En conjunto, estas recomendaciones no pretenden ofrecer un modelo cerrado, sino **invitar a una reapropiación creativa, situada y comunitaria de lo digital**. La transformación tecnológica no está escrita: está en disputa. Y las librerías independientes, por su saber acumulado y su papel cultural, están en condiciones de intervenir en esa disputa con inteligencia, autonomía y vocación transformadora.

7.4. JORNADAS “CÓDIGO ABIERTO” PARA LA PRESENTACIÓN DEL INFORME Y LA INICIATIVA DE CONTINUIDAD

El informe fue presentado públicamente en el marco de las jornadas “Código Abierto. Tecnologías libres para el sector del libro”, organizadas el 28 de marzo de 2025 en Madrid. Estas jornadas marcaron un hito en la visibilización de las discusiones que atraviesan al ecosistema del libro crítico frente a los desafíos de la transformación digital. El evento reunió a librerías, editoriales independientes, desarrolladores, colectivos culturales y agentes del ámbito bibliotecario, con el objetivo de **compartir experiencias, identificar obstáculos comunes y abrir nuevas líneas de colaboración**.

CÓDIGO ABIERTO

VIERNES **28/03**

CULTURA LIBRE, HERRAMIENTAS Y HACKTIVISMOS EN LA ERA DE LA IA

18:00 HERRAMIENTAS LIBRES PARA NUESTROS PROYECTOS

MAD.CONVOCA.LA
Agenda activista y cultural autogestionada

DPL X LIBRERÍA MALALETRA
Programa de gestión integral para librerías y editoriales desarrollado por Descartel

KATAKRK + TRAFICANTES DE SUEÑOS
Colaboración para el desarrollo de Geslib (GOS) sobre el programa de librerías Geslib

19:00 DEL CIBERACTIVISMO A LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL

MARGA PADILLA
Historia hacktivista y autor del libro de próxima publicación *Inteligencia artificial. Jugar a romper la botarga*, Traficantes de Sueños

KARLOS G LIBERAL
Historia hacktivista y co-autor *El algoritmo paternalista*, Cuando manda la inteligencia artificial, Katakra

TRAFICANTES DE SUEÑOS
CT DUQUE DE ALBA 12

Organizan: Katakra y Traficantes de Sueños ➤

Logos: Ayuntamiento de Madrid, Financiación por la Unión Europea, Plan de Transparencia, Gobierno de España, Ayuntamiento de Madrid, and a QR code.

Durante la jornada se presentaron los principales resultados del informe, con énfasis en los aprendizajes del estudio de caso colaborativo entre *Traficantes de Sueños* y *Katakra*, así como en las propuestas estratégicas para avanzar hacia un ecosistema del libro digital más justo, libre y sostenible. La presentación permitió activar un diálogo con otras librerías y proyectos afines, y confirmar que **muchos de los desafíos detectados son compartidos por otros agentes del sector**.

Como resultado del encuentro, se impulsó una **iniciativa de continuidad** orientada a consolidar una red de trabajo estable. Tras la presentación varias librerías y proyectos se pusieron en contacto para desarrollar herramientas conjuntas y valorar la implementación que actualmente se está desarrollando entre Katakra, Traficantes de

Sueños y Numax para la creación conjunta de un sistema modular, sobre tecnología Laravel, para el desarrollo de plataformas digitales especializadas en en librería independientes y que recoge las aportaciones específicas desarrolladas en esta investigación. Así como herramientas que favorecen la productividad al relacionar la plataforma con el programa de gestión de la librería, en nuestro caso Geslib, para el que se está implementando un módulo de importación de datos y stock del programa de Geslib y otro de exportación de pedidos de la web al geslib.

En este sentido, las jornadas no solo sirvieron como cierre de un proceso de investigación, sino como **punto de partida para una nueva etapa de colaboración**, donde la inteligencia colectiva, el diseño situado y la cultura libre constituyen la base para imaginar y construir infraestructuras digitales propias, al servicio de la bibliodiversidad y el acceso emancipador al conocimiento.

7.5. RECOMENDACIONES PARA EL PROTOTIPADO DE EXPERIENCIA DE USUARIO Y EL CO-DISEÑO DE HERRAMIENTAS DIGITALES EN LA CADENA DEL LIBRO

Una de las principales conclusiones del informe es la necesidad de avanzar hacia una fase de desarrollo digital que esté guiada no por la urgencia técnica ni por la adaptación a modelos existentes, sino por **una estrategia de prototipado situada**, centrada en la experiencia de usuario, y basada en el **co-diseño con los agentes reales del ecosistema del libro**. El trabajo desarrollado en los talleres colaborativos entre *Traficantes de Sueños* y *Katakrak* ha demostrado que los procesos de transformación digital solo son sostenibles cuando parten de una comprensión profunda de las prácticas cotidianas, los valores culturales y las formas concretas de relación entre libros, personas y comunidades.

El enfoque de **experiencia de usuario (UX)** entendido como una dimensión no solo funcional sino **política, afectiva y relacional** permite abordar con mayor precisión las necesidades tecnológicas del sector independiente. Desde esta perspectiva, los cuatro ejes estratégicos trabajados —**recomendación, archivo y memoria, definición del proyecto y comunidad**— deben ser la base para cualquier proceso de diseño y desarrollo de herramientas digitales vinculadas a la cadena del libro.

7.5.1. Recomendación: diseñar recorridos, no algoritmos

La prescripción crítica es una de las funciones centrales de las librerías independientes. A diferencia de los modelos algorítmicos dominantes, se basa en el conocimiento curatorial, la conversación con las lectoras y el criterio situado. Desde UX, esto implica:

- Diseñar sistemas de recomendación **transparentes, explicativos y diversos**, que comuniquen el porqué de cada sugerencia.
- Prototipar formatos accesibles: listas temáticas, caminos de lectura, selecciones visuales, tags personalizados o recomendaciones narradas.
- Validar estas funciones con usuarias reales para asegurar que **los recorridos de lectura sean legibles, abiertos y placenteros**.

La experiencia de usuario puede transformar la recomendación en **una práctica de cuidado digital**, que invite a descubrir sin imponer, que conecte sin encerrar.

7.5.2. Archivo y memoria: construir herramientas para recordar

Las librerías generan una gran cantidad de contenidos culturales: presentaciones, catálogos, selecciones, ciclos temáticos, materiales de formación. Sin embargo, esta producción suele dispersarse, quedar sin documentación o perder valor con el tiempo. UX puede aportar:

- Mapas navegables de actividades, archivos multimedia, cronologías temáticas o repositorios vivos de selección editorial.
- Interfaz y arquitectura pensadas para facilitar la búsqueda, el reencuentro y la relectura.
- Herramientas que transformen el archivo en **un recurso activo de visibilidad, aprendizaje y reconocimiento**, tanto hacia dentro como hacia afuera de los proyectos.

Diseñar con y para la memoria implica **afirmar una identidad cultural que se expresa en el tiempo**.

7.5.3. Definición del proyecto: hacer visible el sentido

Toda herramienta digital es una traducción de un proyecto cultural. Por eso, antes de diseñar, es necesario formular con claridad: ¿qué tipo de librería somos?, ¿a quién nos dirigimos?, ¿qué rol queremos ocupar en el ecosistema cultural? Desde UX esto se traduce en:

- Diseñar plataformas que comuniquen el tono, el lenguaje, los principios y la singularidad de cada proyecto.
- Traducir valores en decisiones visuales y funcionales: tipografía, recorridos, menú, presencia o ausencia de ciertos elementos.
- Hacer del sitio web o la herramienta digital **una extensión coherente del espacio librero**, no un simple catálogo online.

La experiencia de usuario no es neutral: **debe estar al servicio del relato del proyecto y de su práctica política**.

7.5.4. Comunidad: diseñar para vincularse, no solo para vender

Una herramienta digital no debería limitarse a facilitar una compra o mostrar una ficha técnica. Debería ser una **infraestructura de relación**, capaz de reflejar e intensificar los vínculos que ya existen entre la librería y su comunidad. Desde UX, esto implica:

- Prototipar espacios que permitan la interacción (comentarios, valoraciones, recomendaciones cruzadas).
- Incluir contenidos generados por la propia comunidad (reseñas, clubes de lectura, textos invitados).
- Cuidar que la navegación sea hospitalaria, comprensible, accesible, **invitando a quedarse, a volver, a participar.**

Diseñar con la comunidad es también reconocerla como **agente activo del proyecto cultural**, no como usuaria pasiva.

7.5.5. Una hoja de ruta para el co-diseño digital

A partir de estos ejes, proponemos una ruta concreta para avanzar hacia una estrategia digital compartida:

- **Fase 1: Investigación participativa**
Entrevistas, observaciones, talleres y mapas de experiencia para entender las prácticas reales.
- **Fase 2: Prototipado funcional**
Maquetas navegables que se testean con usuarias reales y se adaptan iterativamente.
- **Fase 3: Implementación modular**
Construcción de herramientas por bloques (recomendación, archivo, catálogo, comunidad) basadas en software libre.
- **Fase 4: Formación y documentación**
Manuales, sesiones de formación entre pares, y repositorios abiertos para facilitar la apropiación colectiva.
- **Fase 5: Sostenibilidad en red**
Alianzas técnicas y políticas para mantener, escalar y compartir las herramientas desarrolladas.

La experiencia de usuario no es una capa decorativa ni un lujo técnico. Es una forma de cuidar, de incluir, de hacer política con las herramientas. Prototipar desde esta mirada es crear tecnologías que no solo funcionen, sino que amplifiquen la potencia cultural de las librerías independientes, su capacidad de convocar lecturas, de tejer vínculos, de imaginar futuros comunes.

Puedes consultar la aplicación de esta iniciativa para la estructura de nuestra plataforma digital desarrollada por Numax consultado los anexos de este informe.

8. BIBLIOGRAFÍA Y RECURSOS CONSULTADOS

Libros, artículos y documentos académicos

- Arianna. (2023). *Uso de la IA para personalización y su impacto en la reputación. Personalización mediante inteligencia*. Remove / Limpieza Reputación Online.
- Burbano-Pérez, Á. B., Velástegui-Carrasco, E. B., Villamarin-Padilla, J. M., & Novillo-Yaguarshungo, C. E. (2018). *El marketing relacional y la fidelización del cliente*. Polo del conocimiento, 3(8), 579-590
- Agulló Lara, C. (2024) *La Personalización de clientes como estrategia fundamental de Netflix*. Madrid, 2024. Trabajo de fin de grado - Universidad Pontificia Comillas.
- Anderson, C. (2009). *Gratis: el futuro de un precio radical*. Taurus.
- Bauwens, M. (2005). *The Political Economy of Peer Production*. CTheory.
- Boté-Vericad, J.-J. (2025). Innovación y transformación digital en información y documentación. Páginas a&b: S.3, nº especial VII WPGCI, 03-23
- Benkler, Y. (2006). *The Wealth of Networks: How Social Production Transforms Markets and Freedom*. Yale University Press.
- Carr, N. (2011). *Superficiales: lo que internet está haciendo con nuestras mentes*. Taurus.
- Fernández-Suárez, Gonzalo F., Fernández-Tilve, M. Dolores (2022). *La gestión cultural en la era digital*. McGraw Hill
- Hari, J. (2023). *El valor de la atención*. Ediciones Península.
- Kranich, N. (2004). *The Information Commons: A Public Policy Report*. Free Expression Policy Project.
- Lessig, L. (2005). *Cultura libre: Cómo los grandes medios usan la tecnología y las leyes para encerrar la cultura y controlar la creatividad*. Traducción de Antonio Córdoba / Elástico. Madrid: Traficantes de Sueños.
- Loján Carrión, M. C. [et al.] (2024) **El Impacto del metaverso en educación superior: evaluación de los entornos inmersivos para mejorar el aprendizaje y la interacción estudiantil**. Revista Veritas de Difusão Científica.5:2
- Morozov, E. (2018). *El desengaño de internet: los mitos de la libertad en la red*. Clave Intelectual.
- Puerto Cuadros, E. G. (2024) “Un modelo híbrido para la recomendación de libros utilizando reconocimiento facial, filtrado colaborativo y por contenido”. *Revista general de información y documentación*, Vol. 34, Nº 1, 2024, págs. 45-54
- Rendueles C. y Sádaba I. (2019). “Digitalización y cambio social. De las expectativas apocalípticas a la tecnopolítica del presente”. *Cuadernos de Relaciones Laborales*, 37(2), 331-349

Proyectos y documentación sectorial

- Fundación Germán Sánchez Ruipérez (2022). *SandBox Librerías. Laboratorio de ideas y prospectiva para el sector librero.*
- Instituto Cervantes (2023). *Plan de acción cultural, bibliotecas y cultura digital [2023-2026].* Instituto Cervantes. Dirección de Cultura
- Hernández Pérez, O (2022) *LAB Bibliotecas IC: Lectura, prescripción y diálogo: por una nueva mediación lectora. Marco metodológico del laboratorio bibliotecario 2022 del Instituto Cervantes*
- Hernández, J., Redondo A.C. y Ospina, O. [Eds.] (2018) *Industrias culturales y economía creativa en Latinoamérica. Desarrollo económico y social en la región.*
- van Gerven Oei, V. W. J. (2023). *Open Standards, Open Infrastructures, and Author Inclusion: Transitioning to Open eBook Usage Data.* Punctum Books.
- *Manifiesto de Liubliana sobre la lectura: Por qué es importante la lectura de alto nivel* (s.f.). <https://readingmanifesto.org/>

Sitios web, herramientas y recursos técnicos

- <https://etherpad.org> — Edición colaborativa libre.
- <https://nextcloud.com> — Almacenamiento y gestión documental descentralizada.
- <https://booktype.pro> — Herramienta de publicación modular.
- <https://gitea.io> — Plataforma para control de versiones con enfoque comunitario.
- <https://calibre-ebook.com> — Software libre para gestión de bibliotecas digitales.
- <https://koha-community.org> — Sistema de gestión bibliotecaria libre.
- <https://creativecommons.org> — Licencias abiertas para contenidos culturales.
- <https://dlp.descontrol.cat> — Herramienta de gestión editorial y librería desarrollada por la editorial Descontrol.
- <https://traficantes.net> — Plataforma digital de Traficantes de Sueños.
- <https://katakarak.net> — Librería y espacio cultural de Iruñea-Pamplona.

9. ANEXOS

Sumamos a este informe aquellos materiales que consideramos que pueden ser de vuestro interés, tanto para una mejor comprensión del texto como para su implementación de otros futuros talles o páginas webs. Si tienes cualquier cuestión o propuesta no dudes en consultarnos info@traficantes.net

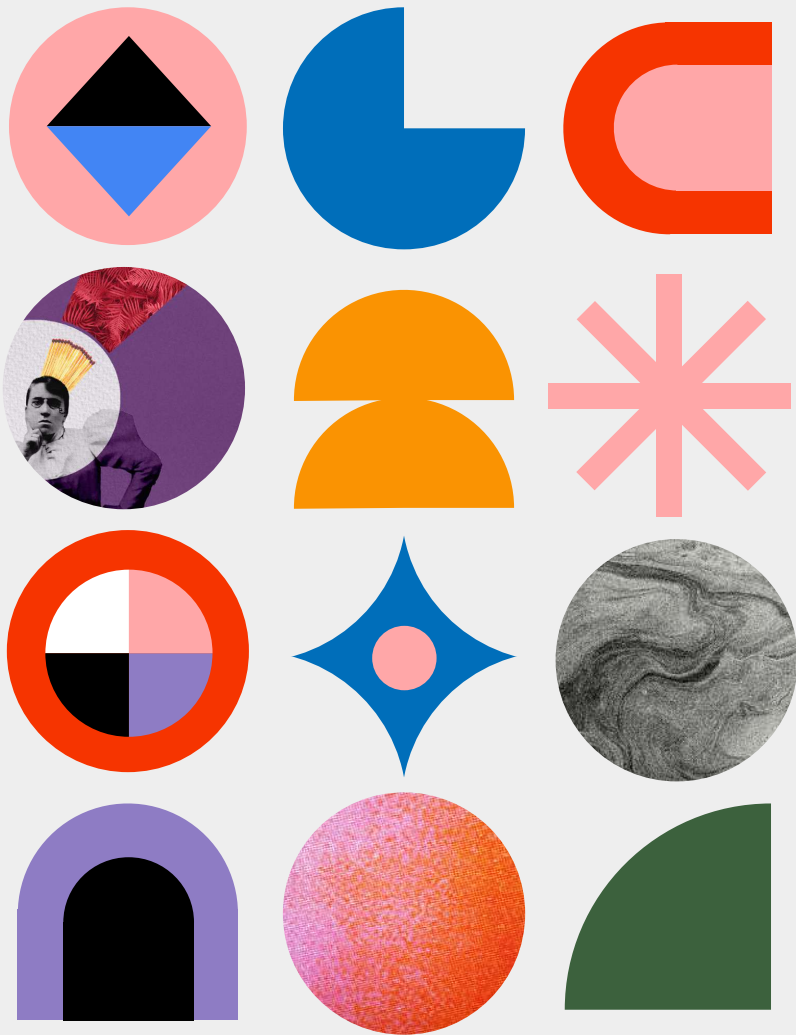
Larga vida a la cooperación y la cultura libre.

SandBox

LIBRERÍAS

TALLER

TRAFICANTES.NET

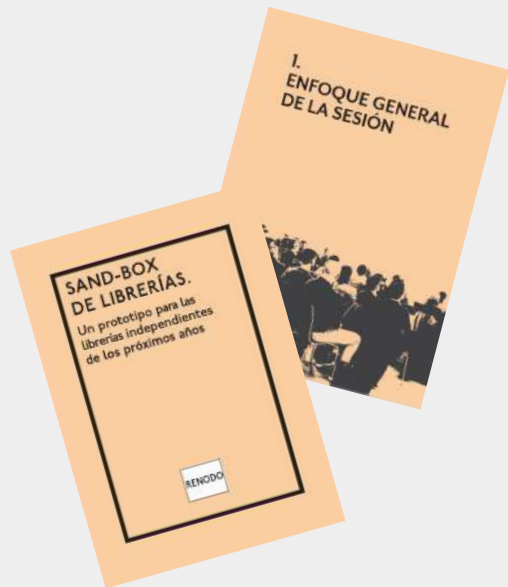




PREGUNTA

¿Qué es lo que consideras que tiene más valor del proyecto?

Dinámica de 5 min. Individual. Respuesta rápida y libre. Se pueden rellenar tantos items como se quieran.



SandBox Librerías

A partir de un ejercicio previo, completar ítems desarrollados en grupos de 3-5 personas

1. Explicación breve de la estructura del **modelo canvas**
2. Indicar relevancia o pertinencia de las ideas que ya están propuestas en los cuadros.

Relevante con subrayado

Muy relevante círculo

No es pertinente tachado

3. Completar con nuevos temas o ejemplos
4. Priorizar y explicar por qué



MODELO CANVAS



GRUPOS CANVAS



TODOS LOS GRUPOS

- 1. PROPUESTAS DE VALOR
- 8. ESTRUCTURA / REDUCCIÓN DE COSTES
- 9. FLUJO / AUMENTO DE INGRESOS

GRUPOS 1

- 3. SEGMENTO DE CLIENTES
- 4. RELACIÓN CON LOS CLIENTES

GRUPO 2

- 5. CANALES
- 6. SOCIOS CLAVE

GRUPO 3

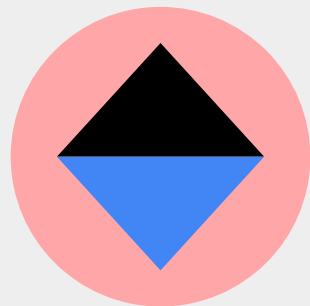
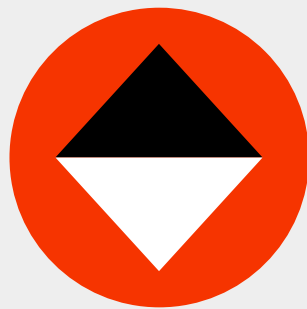
- 2. ACTIVIDADES CLAVE
- 7. RECURSOS CLAVE



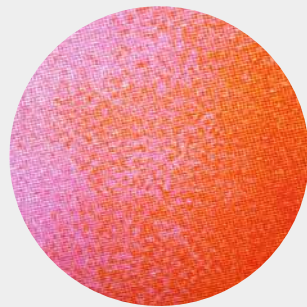
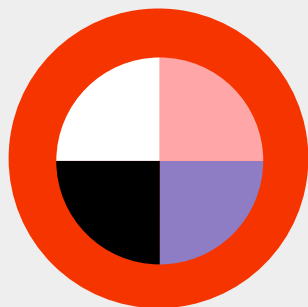
CIERRE

Ideas para trasladar esas propuestas
valor a la librería y/o web

Tiempo libre. Recoger propuestas n post-it con ideas sueltas para preparar la próxima sesión



ESKERRIK ASKO



1. PROPUESTA DE VALOR			
La venganza de lo analógico	Ofrecer servicios imbatibles	Recurrir a la omnicanalidad	Facilitar una identidad aspiracional al comprador
1. Foco en la atención personalizada (cara a cara) 2. Punto de encuentro entre personas (agradable, comfortable, atractivo) 3. Servir de conector entre lectores: club de lectura, vinos, bodas 4. Refugio cultural analógico libre de ansiedad digital 5. Contacto con los creadores	1. Selección: filtrado frente a la sobrepublicación 2. Prescripción y aprendizaje 3. Integración con otros productos asociados	1. Facilidad para encontrar los títulos en la web 2. Sin fricciones en el proceso de compra digital o en la tienda 3. Múltiples opciones de entrega (tanto en lo que afecta al plazo como al lugar —tienda o domicilio—)	1. Codiseño de los atributos de la marca con los clientes 2. Vivir una experiencia única 3. Ser parte de una comunidad: club, tarjeta de cliente con ventaja

2. ACTIVIDADES CLAVE			
Oferta de productos	Oferta de servicios	Back office	Comunicación
1. Libros 2. Libros personalizados para cada lector 3. Libros en diversos formatos 4. Libro como regalo 5. Artículos complementarios exclusivos	1. Experiencias VIP 2. Espacio de coworking 3. Talleres y cursos 4. Fiestas para editoriales independientes 5. Librería extramuros con sesiones tupperbook	1. Planificación 2. Diseño de experiencias 3. Generación de datos y su explotación 4. Pricing 5. Gestión de compras	1. Interacción en redes sociales 2. Marketing digital

3. SEGMENTOS DE CLIENTES

Según su etapa vita	Según sus condiciones personales	Según su comportamiento	Organizaciones
3. Jubilados 4. Generación Z 5. Generación alfa 6. Progenitores de niños	1. Personas solitarias 2. Diversidad funcional 3. Nómadas digitales 4. Profesionales 5. Estudiantes	1. Nostálgicos de lo analógico 2. Curiosos digitales 3. No lectores 4. Personas que necesitan saber algo sobre un asunto 5. Fans de un género 6. Miembros de una comunidad de interés 7. Clientes del barrio 8. Exploradores 9. Ansiosos 10. Personas que compran por una afición en particular 11. Lectores apasionados y frecuentes 12. Lectores esporádicos 13. Residentes por estudios	1. Empresas 2. Bibliotecas públicas 3. Escuelas

4. RELACIONES CON CLIENTES		
Venta	Interacción analógica	Interacción digital
1. Ver y tocar los libros 2. Fomentar el tránsito de un tipo de contenido a otro	1. Conversación 2. Reuniones periódicas para el codiseño 3. Visitas personalizadas	1. Cuentas en redes sociales 2. Inteligencia artificial para recomendaciones en web 3. Atención por mensajería digital

5. CANALES		
Interacción personal	B. El espacio y la librería en sí misma como canal	Digital
1. Un canal para la co-creación 2. Eventos y festivales 3. Reuniones del barrio 4. Ferias 5. Club de lectura	1. Espacio de la librería 2. Escaparate 3. Anuncios 4. Presentaciones 5. Boca a boca 6. Empaquetado como vía de comunicación 7. Tupperware de librerías: venta en domicilio 8. Sistema de entrega	1. Redes sociales: Instagram, Facetime, Twitter 2. Newsletters 3. Comercio electrónico 4. CEGAL en red 5. TV en Internet o streaming 6. Web con reseñas 7. Servicios automatizados (drones y ¿robots?

6. SOCIOS CLAVE

En la cadena de valor	Entorno cercano	Proveedores	Instituciones y otros
A. 1. Circuito de librerías independientes 2. Creadores 3. Editoriales 4. Editoriales independientes y micro-editoriales 5. Librerías Independientes Unidas (LIU) 6. Socios internacionales	1. Asociaciones locales 2. Colegios y bibliotecas de cada barrio 3. Comercios vecinos 4. Vecinos	1. Distribuidores 2. Logística 3. Proveedores de POD (Print on Demand) 4. Proveedores tecnológicos 5. Inversores	1. Administraciones públicas 2. Universidades 3. Escuelas de negocios 4. Empresas con público común al de librería

7. RECURSOS CLAVE

Recursos materiales del negocio	Recursos personales	Recursos de comunicación
1. Espacio físico 2. Fichas bibliográficas completas y actualizadas (para descarga) 3. Financiación 4. Herramientas tecnológicas 5. Tarjetas de cliente o socio (seguimiento y personalización)	1. Personal profesional 2. Programa de formación (re-skilling y up-skilling) 3. Expertos en comunicación	1. Marca 2. Plataforma de comunicación 3. Sistema de streaming 4. Community manager

8. REDUCCIÓN DE COSTES			
Espacio	Logística	Información y procesos	Acuerdos en la cadena de valor
1. Más tiendas: menos costes de escala 2. Localización más barata	1. Logística común y sostenible 2. Red distribución común	1. Sistema compartido de envíos a clientes 2. Uso de IA para reducir tiempo y costes 3. Control de procesos 4. Simplificación de sistema 5. Menos libros de fondo y recurso al POD (Print On Demand)	1. Gestoría común especializada en librerías 2. Mayor descuento de las editoriales 3. Devoluciones más eficientes y simples 4. Menos devoluciones

9. AUMENTO DE INGRESOS

Expansión de los contenidos	Ampliación de la oferta	Explotación del espacio	Gestión económica y comercial	Procesos
1. Ebooks 2. Audiolibros 3. Edición de libros propios	1. Alianzas para proyectos culturales con administraciones públicas 2. Pack personalizado 3. Formato de suscripción o tarjeta de socio de club 4. Venta de productos asociados (por ejemplo, objetos literarios) 5. Venta de servicios complementarios	1. Facilidades para vender: café, cerveza, bodas y "lo que venga" 2. Nuevas ventanas de negocio 3. Alquiler de la sala por horas o sala de lectura de pago 4. Tiendas más grandes	1. Márgenes mayores 2. Incremento de ventas 3. Internacionalización 4. Ventas online 5. Ventas en redes sociales	1. Impresión bajo demanda (POD) 2. Operaciones de B2B 3. Campañas de marketing

1. PROPUESTA DE VALOR

La venganza de lo analógico	Ofrecer servicios imbatibles	Recurrir a la omnicanalidad	Facilitar una identidad aspiracional al comprador
1. Foco en la atención personalizada (cara a cara) 2. Punto de encuentro entre personas (agradable, confortable, atractivo) 3. Servir de conector entre lectores: club de lectura, vinos, bodas 4. Refugio cultural analógico libre de ansiedad digital 5. Contacto con los creadores	1. Selección: filtrado frente a la sobrepública 2. Prescripción y aprendizaje 3. Integración con otros productos asociados	1. Facilidad para encontrar los títulos en la web 2. Sin fricciones en el proceso de compra digital o en la tienda 3. Múltiples opciones de entrega (tanto en lo que afecta al plazo como al lugar —tienda o domicilio—) 4. Coherencia + integración	1. Codiseño de los atributos de la marca con los clientes 2. Vivir una experiencia única 3. Ser parte de una comunidad: club, tarjeta de cliente con ventaja

1. PROPUESTA DE VALOR

La venganza de lo analógico	Ofrecer servicios imbatibles	Recurrir a la omnicanalidad	Facilitar una identidad aspiracional al comprador
1. Foco en la atención personalizada (cara a cara) 2. Punto de encuentro entre personas (agradable, confortable, atractivo) 3. Servir de conector entre lectores: club de lectura, vinos, bodas 4. Refugio cultural analógico libre de ansiedad digital 5. Contacto con los creadores 6. Producción de debates, contenidos etc. / pensamiento crítico	1. Selección: filtrado frente a la sobrepública 2. Prescripción y aprendizaje 3. Integración con otros productos asociados	1. Facilidad para encontrar los títulos en la web 2. Sin fricciones en el proceso de compra digital o en la tienda 3. Múltiples opciones de entrega (tanto en lo que afecta al plazo como al lugar —tienda o domicilio—)	1. Codiseño de los atributos de la marca con los clientes 2. Vivir una experiencia única 3. Ser parte de una comunidad: club, tarjeta de cliente con ventaja 4. Promoción de nuestra referencialidad en la comunidad Ej. más autobombo 5. Mobile labor / cooperativas / apoyo mutuo
			Mejorar la interacción "clientes"

1. PROPUESTA DE VALOR

La venganza de lo analógico	Ofrecer servicios imbatibles	Recurrir a la omnicanalidad	Facilitar una identidad aspiracional al comprador
1. Foco en la atención personalizada (cara a cara) 2. Punto de encuentro entre personas (agradable, confortable, atractivo) <i>y colectivos</i> 3. Servir de conector entre lectores: club de lectura, vinos, bodas 4. Refugio cultural analógico libre de ansiedad digital 5. Contacto con los creadores	1. Selección: filtrado frente a la sobrepública 2. Prescripción y aprendizaje 3. Integración con otros productos asociados	1. Facilidad para encontrar los títulos en la web <i>DEBERÍA SER</i> 2. Sin fricciones en el proceso de compra digital o en la tienda <i>De S</i> 3. Múltiples opciones de entrega (tanto en lo que afecta al plazo como al lugar —tienda o domicilio—)	1. Codiseño de los atributos de la marca con los clientes 2. Vivir una experiencia única 3. Ser parte de una comunidad: club, tarjeta de cliente con ventaja

termino con el que no nos identificamos?

2. ACTIVIDADES CLAVE

Oferta de productos	Oferta de servicios	Back office	Comunicación
1. Libros	1. Experiencias VIP	1. Planificación	1. Interacción en redes sociales
2. Libros personalizados para cada lector	2. Espacio de coworking	2. Diseño de experiencias	2. Marketing digital
3. Libros en diversos formatos	3. Talleres y cursos	3. Generación de datos y su explotación	
4. Libro como regalo	4. Fiestas para editoriales independientes	4. Pricing	
5. Artículos complementarios exclusivos	5. Librería extramuros con sesiones tupperbook	5. Gestión de compras	

3. SEGMENTOS DE CLIENTES

Según su etapa vita	Según sus condiciones personales	Según su comportamiento	Organizaciones
3. Jubilados DS 4. Generación Z DS 5. Generación alfa 6. Progenitores de niños Boomers Millennials	1. Personas solitarias 2. Diversidad funcional 3. Nómadas digitales 4. Profesionales 5. Estudiantes	1. Nostálgicos de lo analógico 2. Curiosos digitales 3. No lectores 4. Personas que necesitan saber algo sobre un asunto 5. Fans de un género 6. Miembros de una comunidad de interés 7. Clientes del barrio 8. Exploradores 9. Ansiosos 10. Personas que compran por una afición en particular 11. Lectores apasionados y frecuentes 12. Lectores esporádicos 13. Residentes por estudios	1. Empresas 2. Bibliotecas públicas 3. Escuelas Organizaciones pol-soc Colectivos ...

4. RELACIONES CON CLIENTES

Venta	Interacción analógica	Interacción digital
1. Ver y tocar los libros 2. Fomentar el tránsito de un tipo de contenido a otro	1. Conversación 2. Reuniones periódicas para el codiseño 3. Visitas personalizadas	1. Cuentas en redes sociales 2. Inteligencia artificial para recomendaciones en web 3. Atención por mensajería digital → Acompañamiento al proceso de compra. Errores frecuentes ↳ Resuellos

5. CANALES

Interacción personal	B. El espacio y la librería en sí misma como canal	Digital
1. Un canal para la co-creación <i>PROPUESTAS EXTERNAS</i>	1. Espacio de la librería	1. Redes sociales: Instagram, Facetime, Twitter
2. Eventos y festivales	2. Escaparate	2. Newsletters
3. Reuniones del barrio	3. Anuncios	3. Comercio electrónico
4. Ferias	4. Presentaciones	4. CEGAL en red
5. Club de lectura	5. Boca a boca	5. TV en Internet o streaming
	6. Empaquetado como vía de comunicación	6. Web con reseñas
	7. Tupperware de librerías: venta en domicilio	7. Servicios automatizados (drones y robots?)
	8. Sistema de entrega	

6. SOCIOS CLAVE

En la cadena de valor	Entorno cercano	Proveedores	Instituciones y otros
A. 1. Circuito de librerías independientes 2. Creadores 3. Editoriales 4. Editoriales independientes y micro-editoriales 5. Librerías Independientes Unidas (LIU) 6. Socios internacionales	1. Asociaciones locales 2. Colegios y bibliotecas de cada barrio 3. Comercios vecinos 4. Vecinos	1. Distribuidores 2. Logística 3. Proveedores de POD (Print on Demand) 4. Proveedores tecnológicos 5. Inversores	1. Administraciones públicas * 2. Universidades 3. Escuelas de negocios 4. Empresas con público común al de librería 5. Dinero gratis 6. Asociaciones, ONGs

7. RECURSOS CLAVE

Recursos materiales del negocio	Recursos personales	Recursos de comunicación
1. Espacio físico 2. Fichas bibliográficas completas y actualizadas (para descarga) 3. Financiación 4. Herramientas tecnológicas 5. Tarjetas de cliente o socio (seguimiento y personalización)	1. Personal profesional 2. Programa de formación (re-skilling y up-skilling) 3. Expertos en comunicación	1. Marca 2. Plataforma de comunicación 3. Sistema de streaming 4. Community manager

8. REDUCCIÓN DE COSTES

Espacio	Logística	Información y procesos	Acuerdos en la cadena de valor
1. Más tiendas: menos costes de escala 2. Localización más barata	1. Logística común y sostenible 2. Red distribución común	1. Sistema compartido de envíos a clientes 2. Uso de IA para reducir tiempo y costes 3. Control de procesos 4. Simplificación de sistema 5. Menos libros de fondo y recurso al POD (Print On Demand) 6. Disponibilidad (platos y comunicación)	1. Gestoría común especializada en librerías 2. Mayor descuento de las editoriales 3. Devoluciones más eficientes y simples 4. Menos devoluciones

8. REDUCCIÓN DE COSTES

Espacio	Logística	Información y procesos	Acuerdos en la cadena de valor
1. Más tiendas: menos costes de escala -? 2. Localización más barata	1. Logística común y sostenible 2. Red distribución común	1. Sistema compartido de envíos a clientes 2. Uso de IA para reducir tiempo y costes - <i>bdumas</i> 3. Control de procesos 4. Simplificación de sistema 5. Menos libros de fondo y recurso al POD (Print On Demand) <i>Eficiencia</i> ↓ <i>cultura interna</i> <i>Mirar tiempos</i> <i>Sistematizar curros</i> <i>Fichas</i>	1. Gestoría común especializada en librerías <i>David Zaragoza Romero</i> 2. Mayor descuento de las editoriales 3. Devoluciones más eficientes y simples 4. Menos devoluciones

8. REDUCCIÓN DE COSTES

Espacio	Logística	Información y procesos	Acuerdos en la cadena de valor
1. Más tiendas: menos costes de escala 2. Localización más barata	1. Logística común y sostenible 2. Red distribución común	1. Sistema compartido de envíos a clientes 2. Uso de IA para reducir tiempo y costes 3. Control de procesos 4. Simplificación de sistema 5. Menos libros de fondo y recurso al POD (Print On Demand) <i>Debería ser DS?</i> <i>DS?</i> <i>ES CONCEPTO</i> <i>↳ R EPENSAR PAQUETERÍA DISTRI / EDITORIAL</i>	1. Gestoría común especializada en librerías 2. Mayor descuento de las editoriales 3. Devoluciones más eficientes y simples 4. Menos devoluciones

9. AUMENTO DE INGRESOS

Expansión de los contenidos	Ampliación de la oferta	Explotación del espacio	Gestión económica y comercial	Procesos
1. Ebooks 2. Audiolibros 3. Edición de libros propios	1. Alianzas para proyectos culturales con administraciones públicas 2. Pack personalizado 3. Formato de suscripción o tarjeta de socio de club 4. Venta de productos asociados (por ejemplo, objetos literarios) 5. Venta de servicios complementarios	1. Facilidades para vender: café, cerveza, bodas y "lo que venga" 2. Nuevas ventanas de negocio 3. Alquiler de la sala por horas o sala de lectura de pago 4. Tiendas más grandes	1. Márgenes mayores 2. Incremento de ventas 3. Internacionalización 4. Ventas online 5. Ventas en redes sociales	1. Impresión bajo demanda (POD) 2. Operaciones de B2B 3. Campañas de marketing

9. AUMENTO DE INGRESOS

Expansión de los contenidos	Ampliación de la oferta	Explotación del espacio	Gestión económica y comercial	Procesos
1. Ebooks 2. Audiolibros 3. Edición de libros propios <i>Libro propios</i>	1. Alianzas para proyectos culturales con administraciones públicas 2. Pack personalizado 3. Formato de suscripción o tarjeta de socio de club <i>propios</i> 4. Venta de productos asociados (por ejemplo, objetos literarios) 5. Venta de servicios complementarios	1. Facilidades para vender: café, cerveza, bodas y "lo que venga" 2. Nuevas ventanas de negocio 3. Alquiler de la sala por horas o sala de lectura de pago 4. Tiendas más grandes <i>Apuesta ↑</i> <i>Control mejor</i> <i>↳ campaña</i>	1. Márgenes mayores 2. Incremento de ventas 3. Internacionalización 4. Ventas online 5. Ventas en redes sociales	1. Impresión bajo demanda (POD) 2. Operaciones de B2B 3. Campañas de marketing

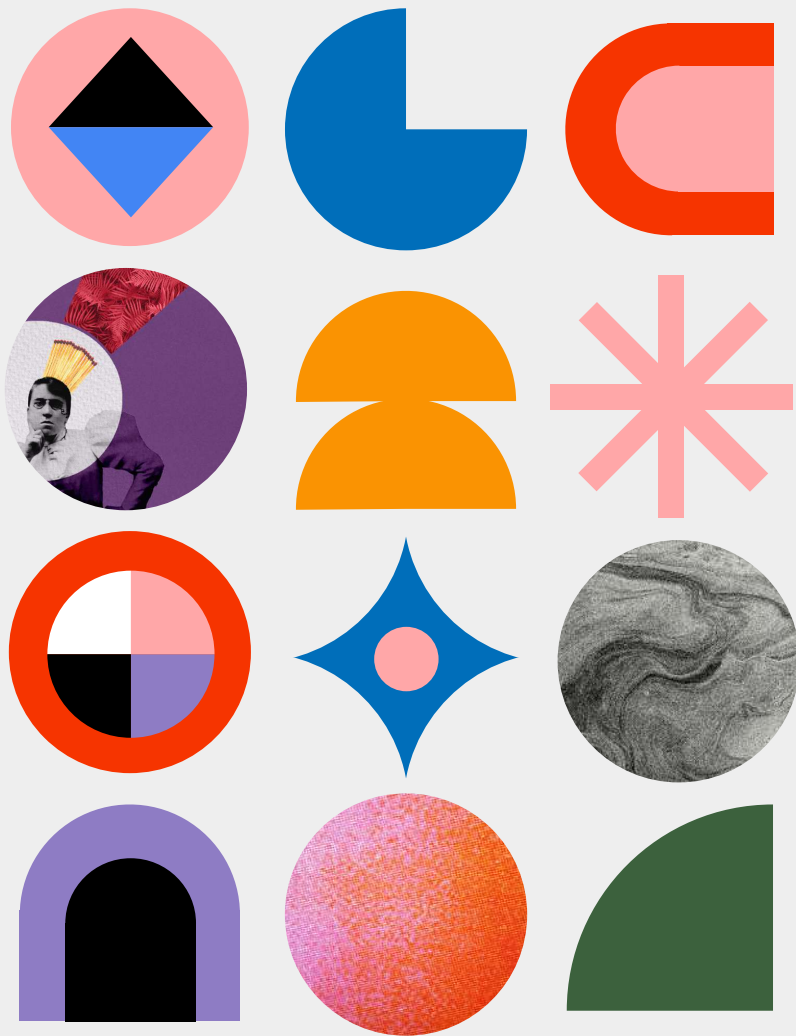
9. AUMENTO DE INGRESOS

Expansión de los contenidos	Ampliación de la oferta	Explotación del espacio	Gestión económica y comercial	Procesos
1. Ebooks 2. Audiolibros 3. Edición de libros propios	1. Alianzas para proyectos culturales con administraciones públicas 2. Pack personalizado 3. Formato de suscripción o tarjeta de socio de club 4. Venta de productos asociados (por ejemplo, objetos literarios) <i>merchano</i> 5. Venta de servicios complementarios	1. Facilidades para vender: café, cerveza, bodas y "lo que venga" 2. Nuevas ventanas de negocio 3. Alquiler de la sala por horas o sala de lectura de pago 4. Tiendas más grandes	1. Márgenes mayores 2. Incremento de ventas 3. Internacionalización 4. Ventas online 5. Ventas en redes sociales	1. Impresión bajo demanda (POD) 2. Operaciones de B2B 3. Campañas de marketing

ESTRA- TEGIAS

TALLER

TRAFICANTES.NET





IDEA 1



RECOMENDACIONES

ITINERARIOS

Listados de recomendaciones sobre una temática de actualidad
¿tendría sentido que este tipo de recomendaciones fueran la portada de la librería? ¿cuáles serían esos otros bloques de recomendaciones? ¿novedades? ¿?

MISCELÁNEA

Recomendaciones más detalladas tipo blog. Se pueden hacer una entrada mensual sobre un tema con foto propia. Es más flexible la estructura

STAFF PICKS

Iconos/Banderas de recomendación. A veces se hacen por el personal otras son "imprescindibles". Reflejan las líneas principales de la librería. Tiene sentido si hay mucho material y sólo alguno muy recomendable



IDEA 1



RECOMENDACIONES

IMPRESINDIBLES

Apoyándose en “personajes” que visitan a la librería o con los que se tiene afinidad, elaborar listas de recomendaciones de libros imprescindibles

PROGRAMAS

Programas de recomendaciones en distintos formatos, videos, audios, etc donde se explican los contenidos de los libros y su relación

CHATS

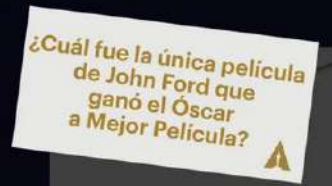
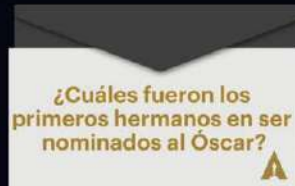
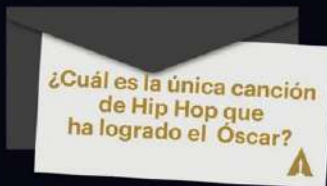
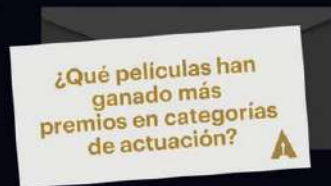
Aplicaciones para mensajería instantánea con recomendaciones, preguntas o incidencias.

**FILMIN**[Inicio](#) [Cine](#) [Series](#) [Colecciones](#) [Festivales](#) [Más ▾](#)

Series infalibles



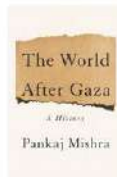
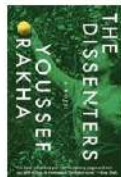
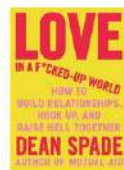
El Trivial de nuestros Óscar: cada día, nueva pregunta



Grandes documentales sobre fotografía

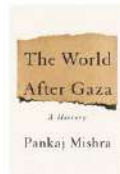
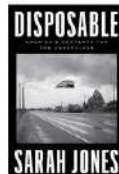
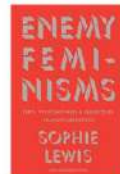


PCB worker-owner spring 2025 picks



[View all 15 products](#)

February 2025 Nonfiction We're Excited About



[View all 6 products](#)

February 2025 Fiction We're Excited About





LIBRERÍA
PARA
LEER.

FINESTRES

✉ NEWSLETTER CAT [CAST](#)



[FINESTRISMO](#)

[AGENDA](#)

[CICLOS Y CLUBS](#)

[MANIFIESTO](#)

[EQUIPO](#)

[ESPACIOS](#)

[TIENDA](#)

[CONTACTO](#)

[Inicio](#) > [Finestrismo](#) > [Recomendaciones](#)

por Finestres / [CICLO](#)

20.02.2025



ENTREVISTA A NÚRIA PERPINYÀ

«Un libro largo es como un viaje a un lugar lejano, puede dar pereza el trayecto, pero una vez estás allí, no quieres que se acabe.»

[Leer más](#)

por Finestres / [CICLO](#)

31.01.2025



Esperando a una librería finestres.com

por Mariola Mojà / [RECOMENDACIONES](#)

17.02.2025



UNA LLIBRERIA NOVA

Una crónica de la fiesta de inauguración de la nueva Llibreria Finestres de Palamós.

[Leer más](#)

por Finestres / [RECOMENDACIONES](#)

23.01.2025



por Finestres / [RECOMENDACIONES](#)

06.02.2025



CONOCE LA NUEVA LLIBRERIA FINESTRES DE PALAMÓS

[Leer más](#)

por Finestres / [PREMIO FINESTRES DE NARRATIVA](#)

20.01.2025



por Finestres / [CICLO](#)

05.02.2025



ENTREVISTA A JUAN ÁLVAREZ

«Más que un tema, preguntarnos por la violencia y la vida en la literatura latinoamericana contemporánea es abrirnos a un campo de sentidos y tramas, y no saldremos ilesos.»

[Leer más](#)

por Mariola Mojà / [QUÉ ESTAMOS LEYENDO](#)

17.01.2025



Staff Picks

132 results in Books + Staff Picks

Sort By

Popularity

Filter By

☐ In-stock only

Section

[Anarchism](#)
[Appalachia](#)
[Children's, Age 9-12](#)
[Fiction](#)
[Graphic Fiction](#)
[Madness &](#)
[Neurodiversity](#)
[Poetry](#)
[Sci-Fi & Fantasy](#)
[Sociology & Anthropology](#)
[Spirituality & Religion](#)

Type

[Hardcover](#)
[Paperback](#)



Beck



Esmé



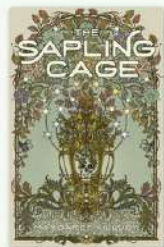
Glen



Koko



Liberté



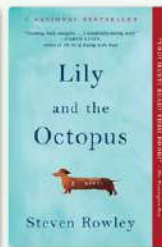
Sapling Cage, The: A Novel
by Margaret Killjoy
\$17.95



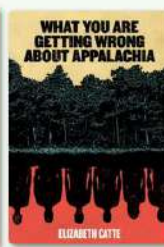
Scattered All Over the Earth
by Yoko Tawada
\$16.95



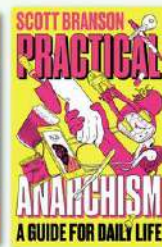
Model Home: A Novel
by Rivers Solomon
\$28.00



Lily and the Octopus
by Steven Rowley
\$18.99



What You Are Getting Wrong About Appalachia
by Elizabeth Cate
\$16.95



Practical Anarchism: A Guide for Daily Life
by Scott Branson
\$19.95



PREPARE YOUR VISIT

FAQS

Search by title, author or ISBN



SIGN IN

BOOKS

TOTE BAGS

YEARLY SUBSCRIPTION

GIFTS

SHAKESPEARE
AND COMPANY
PARIS

PODCASTS

EVENTS

HISTORY

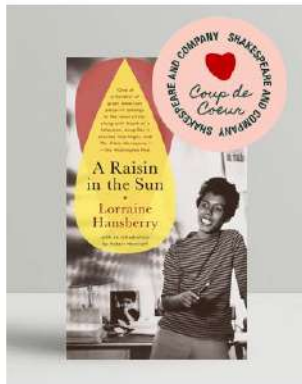
CAFE

CONTACT



Black History Month

VIEW ALL



A Raisin in the Sun

LORRAINE HANSBERRY

13 €



Invisible Man

RALPH ELLISON

14 €



Negroland

MARGO JEFFERSON

13 €



If Beale Street Could Talk

JAMES BALDWIN

13 €





RINIA
GIR

FINESTRES

✉ NEWSLETTER [CAT](#) [CAST](#)



FINESTRISME

AGENDA

CICLES I CLUBS

MANIFEST

EQUIP

ESPAIS

BOTIGA

CONTACTE

SOPHIE LEWIS

08.07.2024



LLIBRES RECOMANATS PER SOPHIE LEWIS

#1 *Ellos lo llaman amor*

Alva Gotby (Verso libros)

#2 *L'abolició de la família*

M. E. O'Brien (Tigre de Paper)

#3 *Mutantes y divinas*

Ira Hybris (Kaótica libros)

+ *Abolir la familia* / *Abolir la familia*

Sophie Lewis (Manifest / Traficantes de Sueños)



ERTULIA

Search author or title



Sign up

Log in



0

New Arrivals

Fiction ▾

Non-Fiction ▾

Belletrist

Lists

What To Read

Membership

Gift Cards

Games

The co-op bookstore for avid readers

What To Read



Podcast Gold: 8 Episodes About Books You Won't Be Able to Resist Reading



Reading Your Way Through Octavia Butler





Illustration to graphic design, food to culture & society, lifestyle to fashion. do you read me?! is an inspiring magazine-graphy, architecture to design, illustration to gr



do you read me?! · Magazines, Books & Goods · Gift Cards

Cards

New & Cool



Capitalism: The Case
for Extreme Wealth -
Robert M. Solovay (PB)
€4,50



Brand #76 2024
€28,00



Art Review Feb. 2025
€11,00



Artforum Feb. 2025
€18,00



Artforum Feb. 2025
€18,00



Chat with us

Hi, wie können wir Dir helfen? Sollte niemand antworten, sind wir wohl im Laden beschäftigt, sorry! Bitte sende Deine Frage dann einfach per Mail an info@doyoureadme.de
Vielen Dank und schöne Grüße!

Write message



Instant answers

Track my order

Support

Shopify online store chat





IDEA 2



ARCHIVO / MEMORIA

AUDIOS / CURSOS

Archivo de las actividades que hacemos.

ENTRADAS BLOG

Artículos sobre temas de interés, discusión, novedades, etc. que componen las diferentes temáticas de interés del colectivo

LIBRO USADO

Tener la bibliografía que consideramos imprescindible en la librería, obteniendo los títulos a partir de libros usado o incluso una biblioteca

Commencer l'essai gratuit

Je me connecte

Balad' à l'ombre

L'application de la librairie qui vous permet de profiter du meilleur des livres audio.

Découvrir le service



Un très vaste choix de titres

Accédez à un catalogue riche et varié issu des principaux éditeurs de livres audio.



Des sélections préparées chaque semaine

Laissez-vous guider par nos libraires d'Ombres blanches.



Une application mobile

Profitez de vos livres audio dans les meilleures conditions avec nos apps Android et iPhone.

[INICI](#)[BOTIGA](#)[AGENDA](#)[RAVALA'T](#)[CAMPANYES](#)[QUÈ FEM](#)[QUI SOM](#)

RAVALA'T

Som 100% Barri Xino i aquí et mostrem allò que és mou al Raval Rebel. Rebel·lat i Ravalat!



Acció a l'IMHAB

Al gener del 2024 es van pujar els lloguers dels pisos socials de Santa Elena, 2 entre un 60% i un 100% sense previ avis. [...]



Manifestació 27/02/2025 No a l'Ampliació del MACBA a la Plaça dels Àngels

MANIFESTACIÓ DIJOURS 27
DE FEBRER 19:00h NO A
L'AMPLIACIÓ DEL MACBA Tot



Roda de premsa i Manifestació NO a l'ampliació del MACBA

EL PRÒXIM DIJOURS DIA 27
DE FEBRER A LES 19h A LA
PLAÇA DELS ÀNGELS
POLÍTIQS, ATUREU AQUESTA
AMPLIACIÓ! L'ESPAI PÚBLIC
ÉS NOSTRE, ÉS DE [...]





About
Us

Upcoming
Events

Trading Used
Books

Our
Catalogue



Books

Search for your next favorite book



USED BOOKS TRADE-IN POLICY

Important notes about our buy back program, please read:

Book trade availability changes on a daily basis due to a number of factors. Appointments are not required, but we strongly encourage you to call ahead to confirm availability before making a trip down.

We only offer STORE CREDIT for used books, NOT CASH! Store credit can be used on any used item in our store.

We do NOT accept book donations.

Books we are unable to accept in trade *must* be picked up within 24 hours of drop off.

Failure to pick up books within 24 hours will result in *no* credit being applied to your account, and your remaining books may be discarded at our discretion. No exceptions.

For a very brief overview, take a look at this Book Trading 101 video we made

Nuestra biblioteca



La Biblioteca de Préstamo Bartleby nació con el ánimo de abastecer de lecturas a todos aquellos emigrados españoles y latinoamericanos que están de paso por la ciudad y que no pueden permitirse acumular libros antes de proseguir su viaje. También concebimos la biblioteca para todas aquellas personas que viven en Berlín y que, como nosotros, aman la cultura del préstamo y el intercambio. Con el tiempo, nuestra biblioteca ya cuenta con más de 1000 socios históricos, lectores con perfiles de todo tipo que mantienen viva la tradición de este pequeño club bibliográfico. El precio del carnet es de 30 euros, y te permitirá sacar 3 libros cada 15 días durante todo un año. El carnet de biblioteca también puede ser un regalo estupendo, siempre y cuando la persona que lo reciba viva también en Berlín.

Actualizamos el fondo de la biblioteca a menudo y nos aseguramos de que no falten los clásicos de hoy y siempre ni las novedades más interesantes. Echo un vistazo a los más 3000 títulos en castellano que conforman nuestra biblioteca.

[CONSULTA NUESTRO FONDO](#)

Para hacerte socio/a de la biblioteca y poder tener acceso a los títulos del catálogo no necesitas foto, Anmeldung ni nada complicado. Pasa por la librería o compra online tu carnet anual por 30 euros, ¡.

[HAZ TU CARNET](#)



IDEA 3



DEFINICIÓN / PROYECTO

MANIFIESTO

Un lugar destacado donde redactar con cierto detalle los principios del proyecto

INICIATIVAS

Iniciativas que constituyen el proyecto.

HISTORIA

Historia del colectivo. Archivo



[About](#) [Members](#) [Our Story](#) [Co-ops](#) [Partnerships](#) [Events](#) [Apply!](#)



The Bookshop Co-op is a bookseller with programming aimed at empowering our friends and neighbors and connecting people with the literature they didn't know they needed.

About Us

Based in Stevens Point, WI, The Bookshop Co-op is a justice-driven, cooperatively owned, and operated pop-up bookstore, serving as a vehicle for education and community building. We sell consciousness-raising books, documentaries, and board games, and we sponsor events and programs such as wine and book pairings, cooperative game nights, pet adoption, and other events. We aim to foster societal transformations through access to knowledge in our community. We believe that every community deserves organizations that push the public consciousness to engage with the world more critically and approach each other with radical kindness. We also know that it's not enough to just know that inequalities exist but to instead have a critical and class-conscious approach to understanding why these issues exist and what we can all do to make the systems we interact with more equitable. We're more than just a bookshop; we're a force for good in our community.





LIBRERÍA
PARA
LEER

FINESTRES

NEWSLETTER CAT CAST



FINESTRISMO

AGENDA

CICLOS Y CLUBS

MANIFIESTO

EQUIPO

ESPACIOS

TIENDA

CONTACTO

[Inicio](#) > [El Equipo](#) > [Manifiesto](#)

UN MANIFIESTO

HEMOS VENIDO A
HEMOS VENIDO A
HEMOS VENIDO A
HEMOS VENIDO A
HEMOS VENIDO A
HEMOS VENIDO A

leer
escuchar
pensar
conversar
compartir
bailar

SABEMOS

que hay muchas librerías en la ciudad. Nos consta, sin embargo,
que todavía hay más lectores que librerías

VIVIMOS

una época de incertidumbre, confusión, mentiras, violencia, redes sociales,
cursilería, fachas, fachas cursis, trolls, carriles bici, gluten, emergencia climática,
emoticonos, gastroententis, literatura rural, virus

QUEREMOS
QUEREMOS
QUEREMOS
QUEREMOS
QUEREMOS

una vacuna, más amor, más preguntas, más cosas que brillen, más narrativa feroz,
más cosas dichas a la cara, más mundo analógico, más objetos perdurables,
más hormigas, más vino natural,
más queso, más narrativa victoriana,
más motocros y más rugby.

QUEREMOS

más violines y más trompetas, más viajes y más flores,
más visionarios, más extrarradio, más basset hounds, más Sherlock Holmes,
más Antoni de Montpalau,

QUEREMOS
QUEREMOS

más novelistas del sur, más deep reading y menos lectura en diagonal,
más thrillers y menos adverbios acabados en -mente

DENUNCIAMOS
DENUNCIAMOS
DENUNCIAMOS
DENUNCIAMOS

las presentaciones aburridas



WE ARE MORE THAN A BOOKSHOP.

**THE COMMON PRESS IS LONDON'S QUEER INTERSECTIONAL
BOOKSHOP CAFÉ & EVENTS SPACE.**

[Read More >](#)

The Common Press CIC is a not-for-profit queer bookshop that means a lot of

SAVE

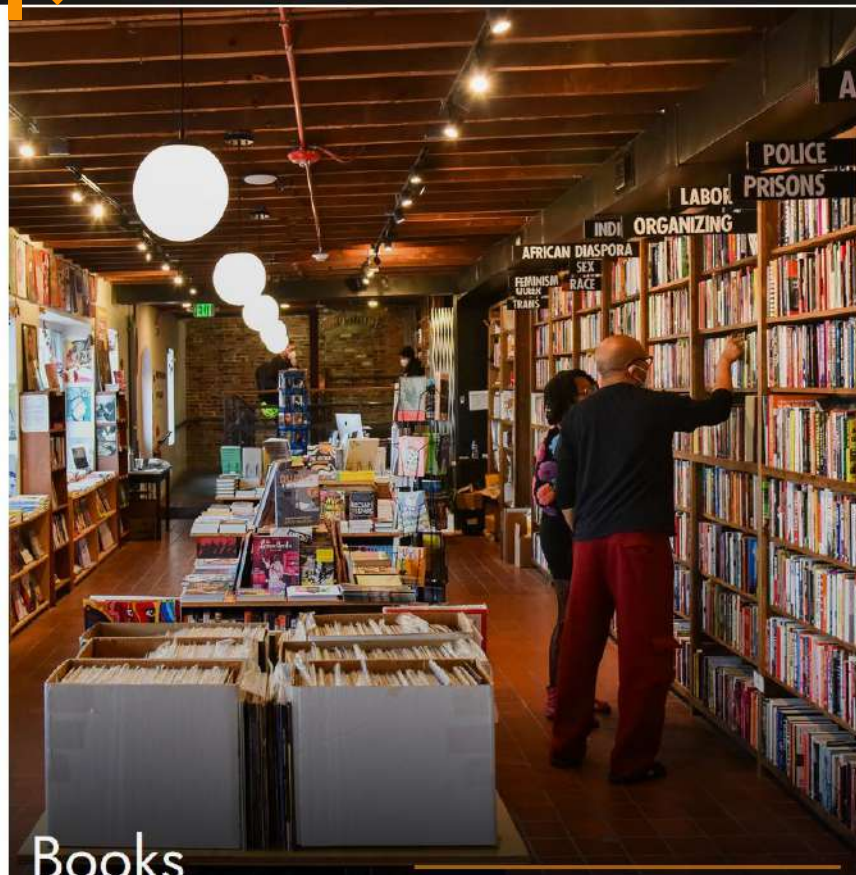




Red Emma's

[ORDER FOOD](#)

[SHOP BOOKS](#)



Books



Food



PREPARE YOUR VISIT

FAQS

Search by title, author or ISBN



SIGN IN

BOOKS TOTE BAGS YEARLY SUBSCRIPTION GIFTS

SHAKESPEARE
AND COMPANY
PARIS

PODCASTS EVENTS HISTORY CAFE CONTACT

VIEW ALL

VIEW ALL



History





IDEA 4



COMUNIDAD POLÍTICA

COMENTARIOS

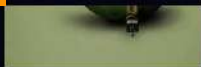
Lorem ipsum dolor sit amet,
consectetuer adipiscing elit, sed
diam nonummy nibh euismod
tincidunt ut laoreet dolore magna
aliquam erat volutpat.

VALORACIONES

Lorem ipsum dolor sit amet,
consectetuer adipiscing elit, sed
diam nonummy nibh euismod
tincidunt ut laoreet dolore magna
aliquam erat volutpat.

BLOG

Lorem ipsum dolor sit amet,
consectetuer adipiscing elit, sed
diam nonummy nibh euismod
tincidunt ut laoreet dolore magna
aliquam erat volutpat.



Los mejores comentarios de la comunidad



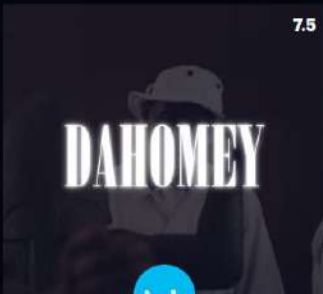
Aural

Separaciones injustas. Sueños rotos. Cómo se llena el vacío de algo que te han arrancado? Historia de vidas narrado con cercanía y pureza. Un relato percutante.



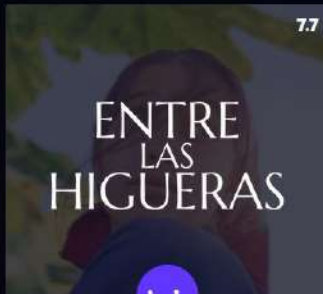
Alyplanchuelo

Buenísima, me he reído mucho y es muy alentadora. La recomiendo sin duda alguna.



marivi64

Qué bien explicado el expolio al que se ha sometido a muchos países africanos y qué luz esos debates.



sara prieto fernandez

Película costumbrista y de denuncia social sobre la explotación y falta de derechos que afecta, dentro de los más desfavorecidos, especialmente a las mujeres. La fotografía y los paisajes, muy bellos.



JimenezIlrola

Vidas cruzadas, la estatua del Almirante, todo pasa y todo queda, encuentros y despedidas... con un aire nostálgico, sensible, complejo y sutil. Te atrapa



Gravity

Pau

24 1 526



Números | 36 Days of T...

Camilo

52 4 5216



Jabalina Country Tents

Salvartes Design

7 0 405



Mi Proyecto del curso: R...

Andrés Felipe

13 1 600

Creativos

Conéctese con más de 15 millones de mentes creativas en ilustración, fotografía, manualidades y más.

15 M creativos >



PLUS

TEACHER

Miriam

Interior Designer, ES



PLUS

TEACHER

José Luis

Illustrator, ES



PLUS

TEACHER

Juan

Illustrator and graphic designer,
AR

PLUS

TEACHER

Jorge

Diseñador/ilustrador, ES



PLUS

TEACHER

Jaime

Diseñador-Director, ES



Xavier

Diseñador gráfico, ES



FREEDOM

[NEWS](#)[WORLD](#)[ANALYSIS ▾](#)[FEATURES ▾](#)[REVIEWS ▾](#)[ABOUT ▾](#)

Notes from the US: Spreading the disease (2)

February 21st: The onslaught of a racist, destructive and lethal government is now in full train (pt.2) ~ Louis
Further ~ A lot has happened since Trump was inaugurated last month, so much that we are presenting this month's update in two parts.



**LIKE WHAT YOU'VE
BEEN READING?
KEEP IT GOING BY
PERUSING OUR
ONLINE BOOKSHOP!**

*Find thousands of titles,
including our latest book
Fight For a New Normal -
Anarchism and mutual aid
in the Covid-19 pandemic
crisis*



NEWS



be used to address many situations, including self-harm and interpersonal violence, particularly violence that occurs in criminalized, stigmatized, isolating or secretive contexts such as domestic relationships or the sex trades.

Harm reduction aims to meet people where they are at, understanding that they may not want to or be able to end a behavior or relationship immediately, or that they may not want to end it at all but, rather, make it easier to manage/navigate/ incorporate in their lives. Meeting people where they are at means eliminating stigmas that create psychological distress and result in institutional barriers to services, and it means empowering them to make their own informed choices. We do this through non-judgmental engagement that refuses the distinction between "good" and "bad" drugs, sex acts, and the kinds of sexual and intimate relationships we choose to have with others and our own bodies as we do our best to survive white supremacist capitalist patriarchy. We also do this through the direct provision of resources.

Harm reduction fits into a global movement for social justice built on a belief in, and respect for, the rights of all people, particularly those who use drugs or trade sex. In addition to autonomy, it values community care over isolating punishments, and it considers the structures of racism, ableism, class inequality and other structural oppressions which render people of color, disabled/chronically ill/mentally ill/ mad, and poor and unhoused people in particular at higher risk for dangerous drug use and overdose, dangerous working conditions in criminalized economies like the sex trades, and dangerous relationships within these contexts.

Why does Bluestockings do harm reduction and what does it look like?

Over the years, Bluestockings has become more than just a bookstore, cafe, and events venue-- it has become a true community space for some of the most marginalized and criminalized folks in our neighborhood and our city, particularly people who use drugs and trade sexual services. We honor the responsibility we have to this space we've created and the folks who gather in it, and so we are formalizing and expanding what we can offer them.

To these ends, we currently offer safer sex and drug use products and trainings, including free internal and external condoms, free fentanyl test strips, and free distribution of and trainings in administering the opioid overdose reversal drug naloxone (Narcan). In the future, we are looking to expand our offerings to sex education programming and programming that reduces the health impacts of violence in criminalized economies. Please stay tuned! We do not offer comprehensive harm reduction services to drug users, so if you are looking for a more robust and regular program, please visit our neighbors at the [Lower East Side Harm Reduction Center](#) at 35 East Broadway or the [Keith D. Cylar Community Health Center](#) at 743-749 E 9th Street.

Why harm reduction and not harm elimination?

Decades of research demonstrates that harm reduction approaches result in lower rates of disease transmission and progression, serious injury, and fatality, allowing our communities to survive long enough to move onto safer ways of being that we define and create for ourselves. In other words, it is a step to eliminating as much harm as possible by recognizing the humanity and autonomy of all people. It is not an end-all, be-all solution. It is in opposition to the abstinence-only and punishment-based approaches of criminalization and coercive social services, which are also not comprehensive solutions. Those approaches have little evidence base to demonstrate efficacy or efficiency in reducing or eliminating harm, and they are not in alignment with abolitionist values.

Become a member x

Get Involved

As a community-powered grassroots project, Firestorm couldn't exist without folks like you! We're always interested in new collaborations, but we've identified a few patterns for how community members can take the leap from customer to co-conspirator.

Time	Money	Creativity
Become a Volunteer We are currently piloting a new Volunteer Program to support our co-op's work as a community resource. As a volunteer you'll have a flexible schedule and will gain access to discounts and other perks.	Become a Sustainer Since 2016, our co-operative's work has been underwritten by members of our Community Sustainers Program . As a financial sustainer, you'll gain access to discounts, recorded events (perfect for LDR supporters!), and other perks.	Become an Organizer Do you have a passion or skill you want to share with the whole community? We provide free space and promotional support for workshops, discussions, fundraisers, and more. For additional information see our Event Scheduling Guidelines .

In addition to the roles above, we organize or support various opportunities to contribute to our community.

Book Drop-Off Location	Hosted Reading Groups	We Back Books! Campaign
Have used books that you want to give to a good cause? Learn more	Want to make friends who love reading and discussing new ideas? Learn more	Have financial resources that you want to use to increase access to books for individuals, particularly youth? Learn more

[Email](#)[Like](#)[Tweet](#)

Get Our Newsletter

Our newsletter is delivered monthly and includes upcoming events, new releases, highlights from our social media accounts and updates on our co-operative.

Email Address

First Name

Last Name Optional

Who is your favorite author? Optional

What Are You Hoping to Hear About?

Optional

☐ Books, Books, Books!

☐ Community Events

☐ About Our Co-op

What's Your Relationship to Firestorm?

Optional

Subscribe



FAQs

[EN](#) • [FR](#)

Orders

Shipping

Returns & Exchanges

Payments

My online account

Contact Us

Yearly Subscription

Orders

How do I place an order?

To purchase a book, you must sign up for an account or sign in to your existing account. When you see the book you want, click on Add To Cart. You will be prompted to enter the desired quantity, as well as to select from the customization options. When you have finished shopping, click the Cart button at the top-right corner of the web page. After reviewing the contents of your Cart, click the Checkout button.

When is my order confirmed?

Your order is confirmed as soon as it appears in your account under "Your orders". You will also receive a confirmation email containing your order number, and a summary of your products and payment.

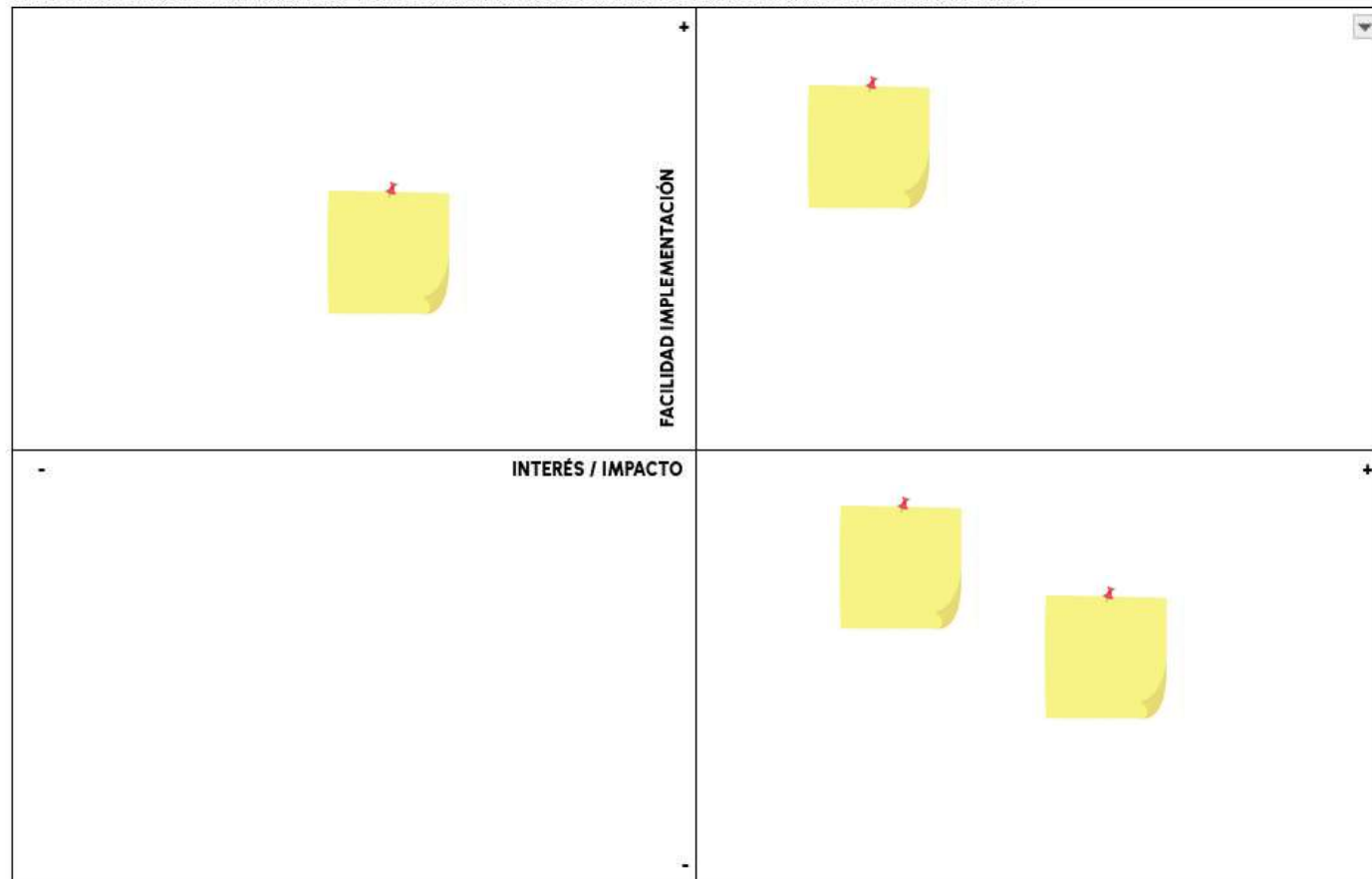
How do I change what's in my cart?

You can adjust your order at any time before finalizing the payment. To delete an unwanted item, reduce the quantity to zero in the shopping cart or click on the cross

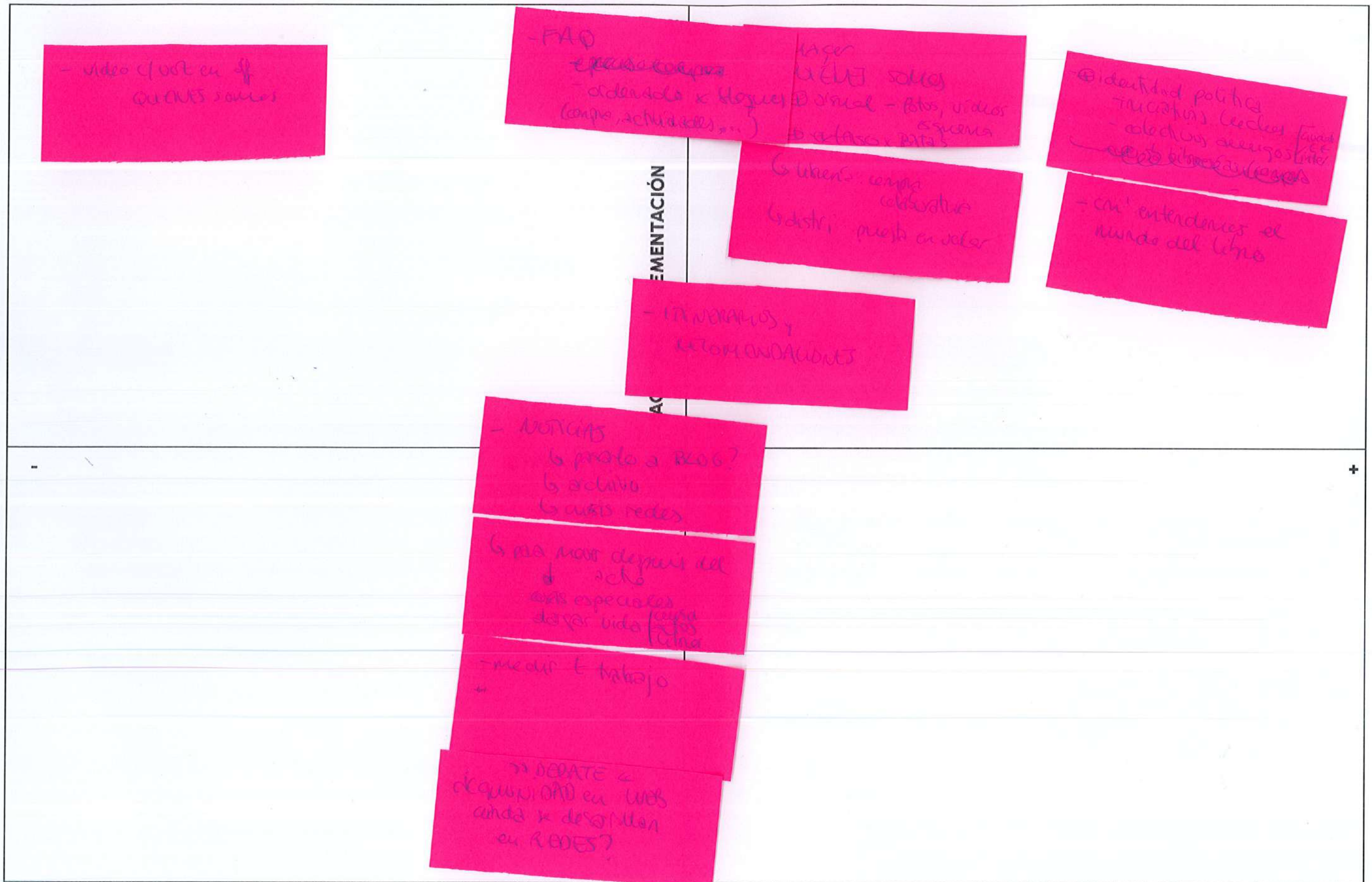




PROPONER DIFERENTES INICIATIVAS Y VALORAR SU INTERÉS E IMPACTO Y SU FACILIDAD DE IMPLEMENTACIÓN



PROPONER DIFERENTES INICIATIVAS Y VALORAR SU INTERÉS E IMPACTO Y SU FACILIDAD DE IMPLEMENTACIÓN



PROPONER DIFERENTES INICIATIVAS Y VALORAR SU INTERÉS E IMPACTO Y SU FACILIDAD DE IMPLEMENTACIÓN

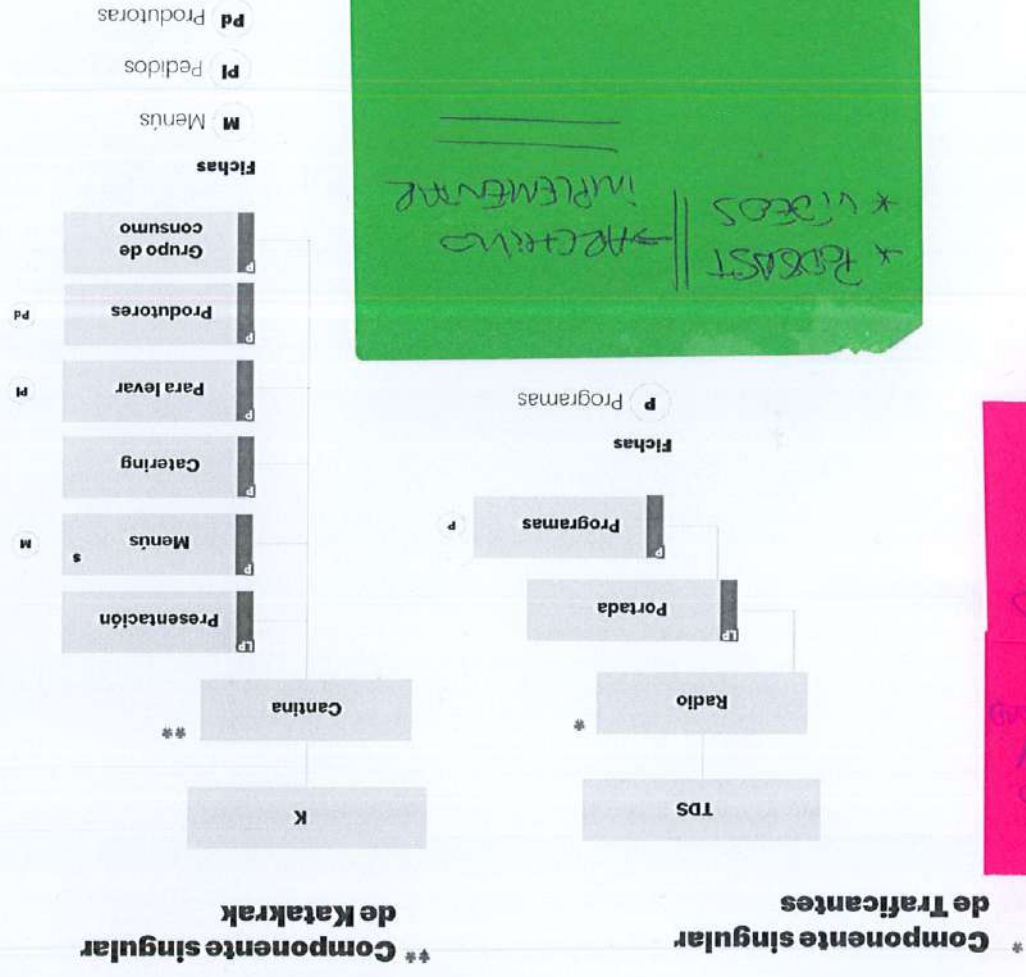
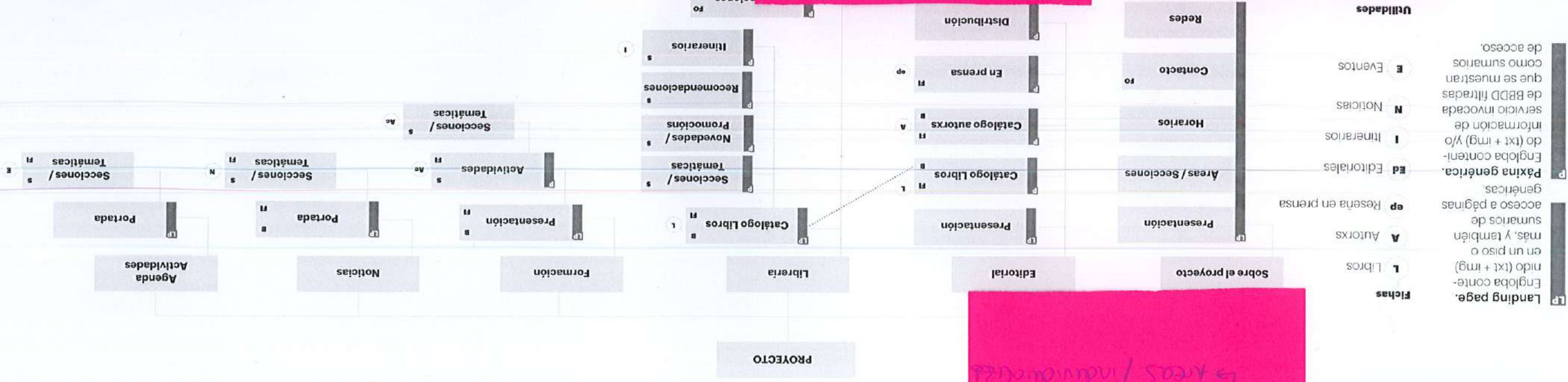
Recomendación



PROPONER DIFERENTES INICIATIVAS Y VALORAR SU INTERÉS E IMPACTO Y SU FACILIDAD DE IMPLEMENTACIÓN

[illegible]

[Cuadro 03] Arbol de contenidos



Handwritten notes on a green sticky note:
 * Redactar *
 * Redactar *
 * Redactar *

Handwritten notes on pink sticky notes:
 * Redactar *
 * Redactar *
 * Redactar *

PRINCIPALES PROBLEMAS



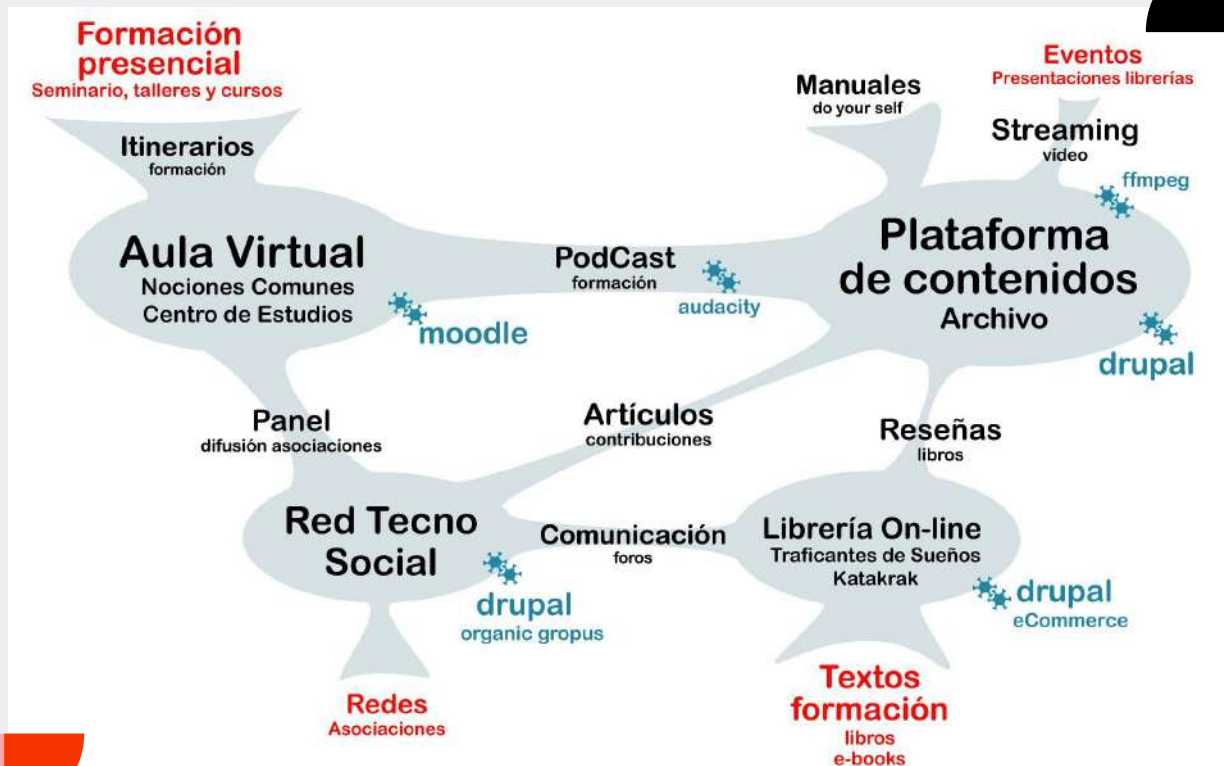
- # **Obsolescencia DRUPAL 7.** El mínimo sería actualizar la web y conseguir un equipo/entidad que mantenga la web de forma más permanente.
- # Algunas cosas **sin terminar** del proceso anterior: tarda mucho en cargar la web, mensajes sin traducir en el proceso de compra, buscador, etc.
- # **Flujo de trabajo.** Importación de pedidos a Geslib. Demanda librería.
- # Web no operativa para las necesidades actuales de la **distribuidora.**
- # Necesidad de **mejoras en la visibilización del archivo** y otros problemas de diseño.
- # Incorporación de funcionalidades de los cursos. Posibilidad de ver cursos realizados y materiales propios. Incorporar "**Aula virtual**" a la web de Traficantes.



PRINCIPALES APORTES

- # La plataforma web está **desarrollada por nosotros** y tenemos "control" sobre la misma
- # Permite un **desarrollo personalizado y propio**. En concreto sobre un modelo de negocio de **tienda online y archivo**, con posibilidad de desarrollar la parte de formación: **archivo y relación con la comunidad**
- # Desarrollo de **código disponible** para otros proyectos, contribuyendo y cooperando desde una perspectiva de **software libre y cultura libre**
- # **Valor añadido**. Singularidad. Archivo audios, cursos y relación con otros libros

PLATAFORMA WEB

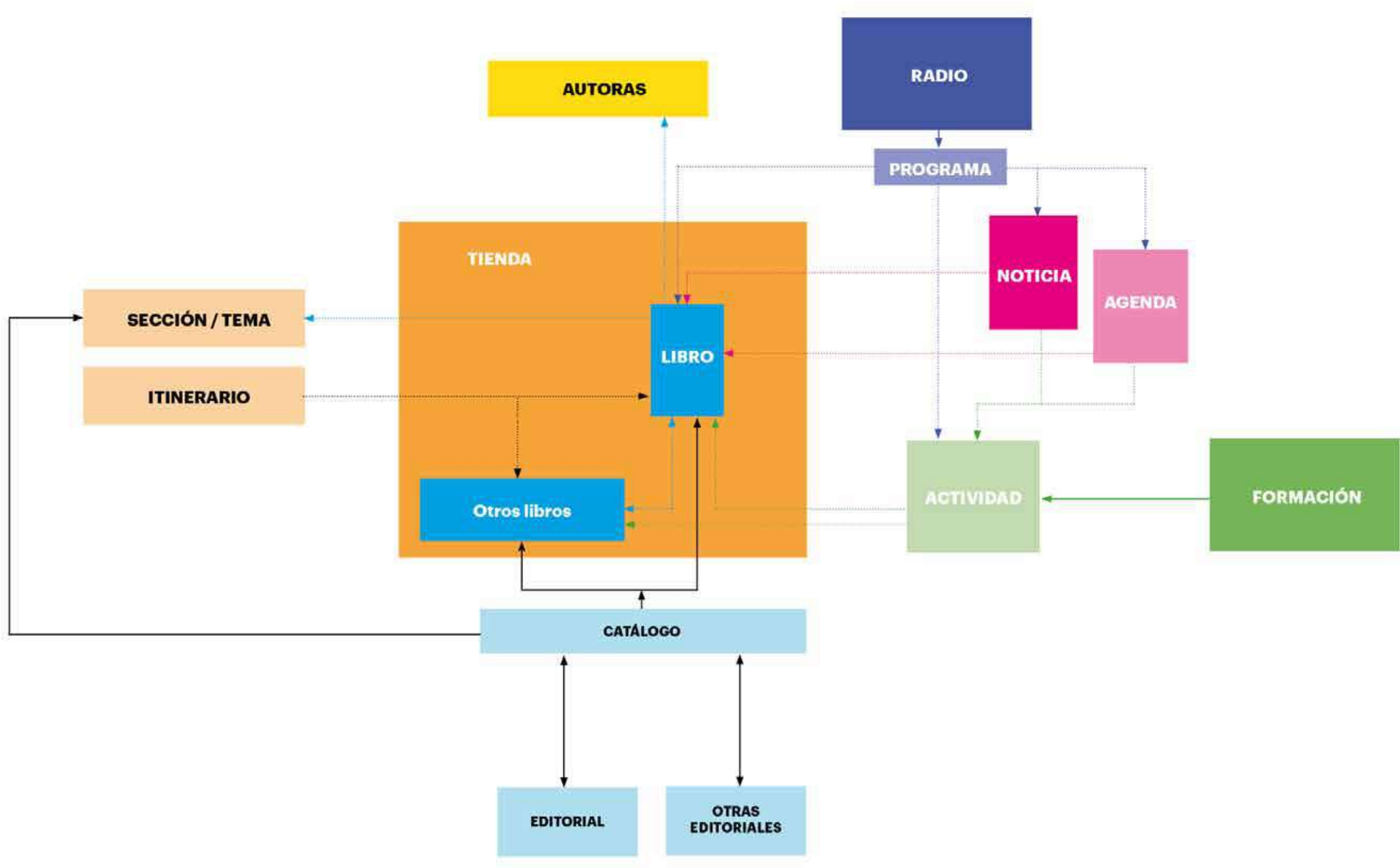


PRINCIPALES PROPUESTAS



Obsolescencia DRUPAL 7	# Actualizar web (mínimo). Oportunidad mejora # Problema compartido con Katakarak
Cosas sin terminar	# Empresa con compromiso de mantenimiento. # El colectivo tiene que entender que hay que actualizar la web e invertir en ella más frecuentemente
Flujo trabajo Geslib. Entrada pedidos	# Estrategia 1. Nuevo módulo para importación de archivos de pedido. Colaboración NUMAX. Duda tecnología Laravel-Drupal (Symfony) # Estrategia 2. Separa tienda online y hacerla en Weblib y valorar opciones de visibilización y sincronización de webs.
Distribuidora	# WebDis. Separar la parte de la distribuida. Espacio propio
Archivo	# Pendiente diseño UEX
Aula virtual Nociones Comunes	# Pendiente diseño general

[Cuadro 02] Relaciones de los diferentes componentes con la unidad «libro»



[Cuadro 03] Árbol de contenidos

