

MEMORIA DE ACTIVIDADES 2020



**LIBRERÍAS
DE MADRID**

LA ASOCIACIÓN

La Asociación de Empresarias y Empresarios del Comercio del Libro de Madrid (Asociación de Librerías de Madrid), se constituye en el año 1976 en régimen de autonomía y con carácter indefinido, teniendo como fines la representación, gestión y defensa de los intereses de sus agremiados.

La Asociación está integrada en CEGAL (Confederación de Gremios y Asociaciones de Libreros), que representa a los libreros españoles ante las Administraciones Estatales y en el ámbito Europeo e Internacional, y a través de la cual ofrece diferentes servicios y acciones a las librerías asociadas.

Asociación sin ánimo de lucro, entre sus fines se encuentra:

- Fomentar todas aquellas actividades que favorezcan la difusión y promoción del libro y la lectura.
 - Representar, gestionar, fomentar, coordinar y defender los intereses de carácter general y común de los libreros que intervienen en el comercio del libro en el territorio de la Comunidad de Madrid.
 - Fomentar la cooperación entre los asociados y estimular que el ejercicio de la competencia se desarrolle en un clima de lealtad y profesionalidad.
 - Perfeccionar la formación en sus aspectos profesional, ético y ecológico.
 - Apoyar especialmente a la pequeña y mediana librería independiente.
 - Fomentar la diversidad cultural e ideológica.
 - Velar por el precio fijo y único del libro.
 - Fomentar la modernización de las estructuras libreras.
- o La Asociación, ostenta la titularidad jurídica y organizativa de la Feria del Libro de Madrid, que se celebra con carácter anual entre los meses de mayo y junio.

ACTIVIDADES REALIZADAS

- LIBRERÍAS DE MADRID EN EL XXIV CONGRESO DE LIBRERÍAS

Cuatro miembros de nuestro colectivo debatieron sobre emergencia climática, avances tecnológicos, normativa sobre contratación y proyectos de colaboración exitosos

Jesús Trueba (librería La Buena Vida), **Ester Madroñero**, (librería Kirikú y la Bruja), **Enrique Pascual** (presidente del Gremio de Librerías de Madrid y director de Librerías Marcial Pons) y **Juan Miguel Salvador** (librería Diógenes), todos ellos pertenecientes al Gremio de Librerías de Madrid, participaron activamente en el XXIV Congreso de Librerías. El evento organizado por CEGAL (Confederación Española de Gremios y Asociaciones de Libreros) tuvo lugar en Málaga del 4 al 6 de marzo.

Re_Evolución Librera es el lema que persigue destacar las iniciativas que están llevando a cabo las librerías españolas, tanto en la búsqueda de estrategias conjuntas que promuevan el fomento de la lectura y la creación de nuevos lectores, como la necesaria adaptación tecnológica para hacer frente a la competencia que representan las grandes plataformas.

Jesús Trueba intervino en una sesión que sirvió para presentar el avance de todostuslibros.com que se transformó en plataforma de venta a finales de 2020. **Ester Madroñero** compartió su experiencia como librera en la puesta en marcha de proyectos para el fomento de la lectura en colaboración con la Biblioteca Pública Municipal Eugenio Trías calificadas como historias de éxito. Por su parte, **Enrique Pascual** moderó la mesa titulada *Buenas prácticas en la contratación pública en el libro* en la que los ponentes debatieron sobre cómo afecta la aplicación de la normativa actual a la cadena del libro. La emergencia climática también fue objeto de reflexión en el XXIV Congreso de Librerías siendo **Juan Miguel Salvador** quien moderó la sesión que puso encima de la mesa las propuestas de actuación que desde el sector librero se pueden llevar a la práctica como respuesta al cambio climático.

- DÍA DEL LIBRO 23 DE ABRIL #APOYA A TU LIBRERÍA

El **23 de abril** se celebra tradicionalmente el **Día Mundial del Libro y del Derecho de Autor**, ese día las librerías de Madrid sacan sus mesas de novedades a la calle y abren las librerías para presentar las últimas novedades, contar con la presencia de autores firmando su obra, realizar cuentacuentos, mesas redondas, degustaciones y un sinnúmero de actividades con el objeto de fomentar la lectura y la visita a las librerías. Sensibilizados con las dificultades para la supervivencia del tejido de librerías provocadas por el cierre forzado de su actividad a causa de la crisis sanitaria del Covid-19 se organizó la campaña **"APOYA A TU LIBRERÍA"**, ésta permitía a cualquier persona interesada ingresar dinero en la cuenta de su librería preferida para canjearla por compras en los 6 meses siguientes a partir de que las autoridades permitieron reabrir los locales.

Con el fin de aglutinar las campañas de apoyo a las librerías como elementos imprescindibles de la divulgación cultural y de la vertebración del comercio de cercanía y de nuestras comunidades, CEGAL anticipó algunas de las utilidades previstas a medio plazo en el portal **TODOSTUSLIBROS.COM** para permitir que cualquier ciudadano pudiera adelantar cantidades a cuenta de su futura compra de libros.

- CAMPAÑA MIS LIBROS EN TU LIBRERÍA

El 25 de mayo arrancó **una campaña en redes sociales** coordinada por la escritora y traductora **Elvira Sastre** y por la cantante y escritora **Beatriz Luengo**. El objetivo era **concienciar a la población de la importancia que tiene comprar los libros en las librerías** para contribuir a que estas sobrevivan. En este empeño han conseguido verse acompañadas por una treintena de escritores y escritoras de distintos géneros y perfiles, entre los que se encuentran Rosa Montero, Fernando Aramburu, Almudena Grandes, Isabel Allende y Bernardo Atxaga.

Con el lema "**Mis libros en tu librería**" convertido en *hashtag* (**#MisLibrosEnTuLibrería**), los usuarios de las redes sociales tuvieron la ocasión de escucharlo de boca de muchos de los participantes en esta campaña, como una especie de mantra en formato audiovisual; otros han optado por decir a cámara qué es para ellos una librería.

Tanto Elvira Sastre como Beatriz Luengo están convencidas de que existe mucho **desconocimiento acerca del papel que juegan las librerías**, sobre todo a nivel local. Son conscientes de que, como el resto del pequeño comercio, necesitan ayuda para paliar las negativas consecuencias de la grave crisis provocada por la pandemia de la Covid-19. Ellas han querido servirse de su visibilidad para devolverles todo el apoyo recibido a lo largo de su trayectoria como creadoras, sobre todo en el caso de Elvira Sastre. Les mueve el deseo de **ayudarlas a que recuperen su normalidad** y que consigan mantenerla en el tiempo. El apoyo a las librerías redunda, además, en beneficio para toda la cadena del libro, ya que, gracias a su trabajo cotidiano, **se revitaliza todo el sector**, integrado también por distribuidoras, editoriales, autores y un sinnúmero de profesionales autónomos.



Y es que, sin recurrir a algoritmo alguno, los escritores saben que **las librerías les miman** durante todo el año: les hacen un hueco en sus calendarios de eventos culturales para organizar sus **presentaciones**; exhiben en sus mesas de **novedades** sus últimos proyectos editoriales hechos

realidad; **recomiendan** sus libros por todos los medios que tienen a su alcance; y les hacen partícipes de la **dinamización cultural** de los barrios en los que están radicadas.

- CAMPAÑA TODO COMIENZA EN UNA LIBRERÍA

Coincidiendo con la reapertura de todos los establecimientos libreros, editores y distribuidores se unieron para poner en marcha una campaña destinada a recuperar las visitas a las librerías como espacios culturales.

Es la primera vez que las principales asociaciones del sector se unen para realizar una acción conjunta para reactivar su actividad, duramente sacudida por la crisis del covid-19.

La campaña reconoce y pone de manifiesto la importancia de las librerías como eslabón básico de la cadena del libro y punto de conexión entre autores, editoriales y lectores, por lo que su reapertura reactiva todo el sector.



La campaña, denominada **#TodoEmpiezaEnUnaLibrería** se desarrolló desde el 1 de junio a través de las redes sociales y tuvo una duración de ocho semanas. A través de esta, se invitará a que lectores y autores compartan vídeos, imágenes o comentarios en los que expliquen qué se ha empezado en su vida en una librería, qué hace, a su juicio, única la visita a una librería o que cuenten experiencias indelebles y singulares vividas en estos establecimientos.

En los primeros días, autores, editores, libreros y lectores compartieron sus mensajes en los perfiles de la campaña con el fin de animar a otros usuarios a que se sumasen a la iniciativa.

Además, se crearon perfiles con el nombre de la campaña en Instagram, Facebook y Twitter para convertirlos en repositorio de experiencias que permitieron construir una gran historia compartida.

La intención es darle continuidad durante los próximos meses con el objetivo de acompañar y reforzar la reactivación del sector. A esta iniciativa se han sumado ya el **Ministerio de Cultura, RENFE, CEDRO, y Atresmedia**, además de autores, editores, librereros y personas del mundo de la cultura, el arte, la política y medios de comunicación.

- CAMPAÑA COMPRA EN LIBRERÍAS. LEER TE HACE LIBRE

El Ayuntamiento de Madrid, a través del Área de Cultura, Turismo y Deporte puso en marcha una campaña publicitaria destinada a incentivar la adquisición de libros en las librerías de la ciudad. **'Compra en librerías. Leer te hace libre'** es el lema de esta iniciativa que tiene como objetivo apoyar a las librerías de Madrid y animar a la ciudadanía a frecuentarlas, dado que son agentes culturales de primer orden, forman parte esencial del tejido cultural de la ciudad y contribuyen a potenciar la lectura y la cultura a través del libro. Estuvo activa del día 15, hasta el 30 de junio.

La delegada del Área de Cultura, Turismo y Deporte, **Andrea Levy**, manifestó durante la presentación de la campaña que "las librerías son pilares fundamentales de la cultura de nuestra ciudad y, tal y como anunciamos al principio de esta crisis, vamos a trabajar para incentivar que los madrileños se acerquen a adquirir sus libros en estos establecimientos".



Esta campaña inicialmente iba a llevarse a cabo en abril, coincidiendo con la celebración del Día del Libro. Dada la situación sobrevenida, se pospuso para la segunda quincena de junio, una vez levantadas las restricciones, y pretende llamar la atención de la ciudadanía con un diseño colorista y positivo, recordándole que ahora, más que nunca, visite las librerías. La imagen de la misma podrá verse por toda la ciudad en banderolas, mupis convencionales y mupis digitales.

La iniciativa de apoyo al sector librero se enmarca dentro del **Plan Aplaude Madrid**, que nació con el objetivo de apoyar y reactivar el tejido cultural madrileño, gravemente castigado por la crisis sanitaria derivada de la Covid-19.

- DÍA DEL LIBRO 23 DE JULIO #TODOEMPIEZAENUNALIBRERÍA

El Día del Libro de 2020 se celebró el **23 de Julio**. Durante esa jornada, los lectores y lectoras tuvieron la oportunidad de disfrutar de múltiples actividades organizadas en las librerías. Algunos establecimientos madrileños ubicaron puntos de venta de libros en sus puertas y en calles y plazas aledañas.

Se recuperó así una fecha clave para el sector ya que, debido a la pandemia de la COVID-19, no pudo llevarse a cabo su celebración comercial el pasado 23 de abril.

Esta celebración es el *leitmotiv* de la segunda fase de la campaña puesta en marcha por la Asociación de Cámaras del Libro de España (FEDECALI) a principios de junio para reforzar la reactivación del sector y poner en valor la importancia de las librerías dentro de la cadena del libro. Al *hashtag* **#TodoEmpiezaEnUnaLibrería** se suma **#23DeJulioDíaDelLibro**.

- CURSO DE EXPERTO PROFESIONAL EN LA CREACIÓN Y GESTIÓN DE LIBRERÍAS

Fruto del convenio entre la **UNED, Comunidad de Madrid** y la **Asociación de Librerías de Madrid**, se crea un curso de la certificación como experto profesional en gestión digital de librerías. Curso de 4 asignaturas y 400 horas lectivas.

El perfil de este curso de Experto Profesional está orientado hacia personas interesadas por el mundo del libro, que tengan un carácter emprendedor y que quieran vender libros y, a través de esta actividad convertirse en un agente para la promoción de la cultura en nuestro país. Debemos ser todos conscientes de la importancia del papel que las librerías, a través del libro y la lectura, tienen como referentes culturales modernos y activos.

Asimismo, el curso está dirigido a personas que teniendo un cierto conocimiento del mundo de la edición y de las librerías, pueden estar interesadas, o bien en estudiar y llegar a establecer un negocio rentable en este campo de actividad, o bien en disponer de una visión panorámica completa de los aspectos comercial y cultural característicos y específicos del sector del libro.

Se trata de promover y hacer de las librerías un centro cultural, pero también un negocio competitivo y económicamente rentable.

- CAMPAÑA SEGUIMOS EN EL BARRIO GRACIAS A TI

La iniciativa se desarrolló en un marco de colaboración conjunto entre el Área de Economía, Innovación y Empleo del **Ayuntamiento de Madrid**, **Mastercard** y la **Confederación del Comercio Especializado de la Comunidad de Madrid (COCEM)**. Estuvo activa **del 3 al 30 de septiembre** bajo el lema “Seguimos en el barrio gracias a ti, para dar vida a la ciudad”.

El objetivo de la campaña es apoyar al comercio de proximidad de Madrid, un sector afectado de forma dramática en los últimos años a consecuencia de la evolución del *ecommerce* y la competencia de las grandes superficies. A ello se suma el impacto de la crisis sanitaria provocada por la Covid-19.

Se trata de concienciar al ciudadano para que compre en los establecimientos de su barrio como son las librerías.

Promociones. Mastercard puso en marcha dos tipos de **promociones** para que tanto los compradores como los vendedores opten a un beneficio adicional cuando se consuma en los establecimientos adheridos a la campaña.

Para apoyar acciones de comunicación se contó con la participación de *influencers*. En el caso de Librerías de Madrid, fue **Erea Louro** quien visito algunos de los establecimientos librerías de la capital.

**SEGUIMOS EN EL BARRIO
GRACIAS A TI**

Paga rápido y seguro
con tu tarjeta **Mastercard**
y podrás ganar **100€***

mastercard.es/graciasati

cocem
CONFEDERACIÓN DEL COMERCIO ESPECIALIZADO DE MADRID

MADRID

(*) Promoción válida hasta 30 de septiembre. Busca el distintivo en los comercios adheridos de Madrid. Consulta las bases en mastercard.es/graciasati

- FERIA DEL LIBRO DE MADRID

Feria del Libro de Madrid cuenta en su trayectoria con:

- Premio de Nacional de Fomento de la Lectura 2003
- Premio de Proyección Internacional de la Ciudad de Madrid “Benito Pérez Galdós” 2009
- Premio Círculo Literario de Madrid 2003
- “Premio de Fomento de la Lectura” de la II Semana Internacional de las letras de la Región de Murcia 2019
- En el año 2020 la Feria del Libro de Madrid es declarada evento de especial relevancia para la ciudad por el Ayuntamiento de Madrid

Feria del Libro de Madrid *En Directo* nació para rendir honores a la 79ª edición, cancelada en el marco del Parque de El Retiro, dentro de los límites impuestos por la actual coyuntura sociosanitaria de pandemia global. Fue un proyecto concebido y desarrollado con el objetivo de fortalecer, en estos tiempos adversos de grandes dificultades para la cultura, **la marca de Feria del Libro de Madrid**, dentro de sus principales ejes de **internacionalización** (con acento especial en la **hermandad iberoamericana**), **feminismo** y, en el marco de sensibilidad ante las **preocupaciones sociales** de su tiempo, la **evolución del ecosistema del libro y su futuro poscovid-19**.

Madrid se encumbró como foro de reunión y dinamización para abordar los primeros pasos de reconstrucción del sector, sin olvidar el **enfoque lúdico genuino** de la Feria así como rendirse los debidos honores y la merecida pleitesía a los **autores españoles y latinoamericanos** que son uno de los motores esenciales y principales reclamos tradicionalmente de la Feria. Se atendió la **diversidad** con una búsqueda de máxima representatividad de nuestro ecosistema cultural y toda la cadena de valor del libro, e incentivar especialmente la **visibilidad de las librerías**.

La celebración comprendió una serie de actividades de **amplia difusión en el entorno digital**, manteniendo **simbólica y estratégicamente** las fechas contempladas para la anterior convocatoria, del 2 al 18 de octubre. Siempre con la vista en el futuro de la 80ª edición en 2021, cuando se espera poder recuperar su entorno natural, sin renunciar, no obstante, a las principales herramientas y avances tecnológicos que aquí quedan exploradas vía **online**.

En este sentido, y en última instancia, **el proyecto constituyó una inversión en sí mismo de cara a la digitalización del formato**, un hito en el horizonte de todas las ferias contemporáneas. Las exigencias en esta línea pasaron de ser necesarias a urgentes a causa de la actual situación de pandemia global, y su satisfacción dejó la experiencia e infraestructura básica en el camino para la siguiente edición.

En general, manteniendo la filosofía de **“una feria para todos”**, se buscó integrar una **rica variedad de perfiles** profesionales, satisfacer gustos **lectores de todas las edades** y atender **diversos**

géneros. Además, se contó con el apoyo de **algunos de los rostros más queridos y tradicionalmente asociados a la Feria.**

No se renunció al **cupón de la ONCE**, que se sumó a la **Feria del Libro de Madrid *En Directo*** en el sorteo del día de cierre, el 18 de octubre. Además, durante el tiempo de Feria, las librerías dispusieron de bolsas reciclables para las compras realizadas con la participación de **Bankia** bajo el lema ***Tú tienes la llave para reabrir las librerías.*** Desde hace dos años, el material impreso que se genera desde la Feria (incluidas las bolsas como estas que, en circunstancias normales, se entregan a los expositores para las casetas) lleva un sello de certificación: se asegura que las materias primas utilizadas vienen de bosques gestionados de forma sostenible. En esta edición, una vez más, los materiales vinieron acreditados por los sellos PEFC y ECF.

Las actividades se desarrollaron de lunes a viernes, con excepción del cuentacuentos del sábado. Los fines de semana se reservaron especialmente tanto para dar promoción de actividades venideras como para seguir estimulando el **debate** sobre las realizadas.

Respecto a las mesas de autores/as, periodistas y la de políticas culturales, la selección de los nombres respondió a varios criterios. Se trató de **rostros muy asociados a la Feria del Libro de Madrid, de perfil internacional, representativos de diferentes editoriales, géneros y ámbitos.** Las grabaciones a autores y periodistas se realizaron presencialmente a puerta cerrada en la sede madrileña del **Instituto Cervantes**, y después se promovieron y transmitieron como el resto de actividades por los diferentes perfiles sociales.

Una Feria intergeneracional. Tras su primera emisión a través del canal de **Facebook** de la Feria (Facebook Live), todas las actividades quedaron alojadas en el repositorio de **YouTube** de la Feria. Asimismo, **Twitter** e **Instagram** se emplearon como canales para difusión de la **Feria *En Directo*.**

Una de las charlas originalmente ideadas para la edición presencial prevista para el pasado mes de junio. Reunió en una sesión *online* a “tres divulgadores de literatura que compartieron sus experiencias ante los desafíos que les supone acercar el contenido literario a través de las diferentes redes sociales”: el YouTuber literario (Booktuber) **Sebas G. Mouret** (canal *El coleccionista de mundos*); el administrador de la cuenta de Instagram *top_bookstagram*, **Víctor Arribas**; y el copresentador del podcast para escritores *30 teclas por hora*, **Miguel de Lys**. El moderador **Alexandre López Calvo (Lit Con Madrid)** estimuló el **debate** sobre la promoción literaria en Internet a través de los diferentes formatos: vídeos, fotografía y el estilo de la radio clásica: “¿De dónde surgen esos creadores de contenido en Internet y por qué están en plataformas tan diversas? ¿Qué público consume ese contenido? ¿Cómo encajan tanto el público como los creadores en el ecosistema general del libro?”.

Del lado de los veteranos y más tradicionales participó el **Instituto Geográfico Nacional (IGN)**, que lleva cuatro décadas asistiendo a la **Feria del Libro de Madrid**, desde 1980; y se unió al proyecto con una charla conmemorativa de su magna efemérides: 150 años desde su fundación.

Feria feminista y solidaria. Entre los perfiles profesionales homenajeados en esta Feria, no se pasó por alto la figura del traductor/a. Por todo homenaje universal, con el añadido de identificarse plenamente con el afán de visibilización que viene trabajando la Feria en relación a las **creadoras**, se desarrolló una actividad *online* con motivo del centenario del nacimiento de **Aurora Bernárdez** (Buenos Aires, 1920), en justicia mucho más allá de su vinculación con Julio Cortázar, con expertos de la **Universidad San Jorge de Zaragoza**, perteneciente a la **UNE**.

También **Paula Arcila**, profesional con veinticinco años de carrera en radio y televisión, dejó su aportación desde el plano de trabajo femenino y feminista de la Feria. Lo hizo festejando el **humor**, recurso que maneja y propone como “instrumento para protegerse y superar abusos” que ella sufrió “desde la infancia”, en sus propias palabras. Autora de la autobiografía *Una reina sin medidas*, explicó en **Me río de mí** el germen y el proceso de transformación de la mujer en la que se ha convertido “**a través de la experiencia del monólogo y la escritura**”.

Repitieron un año más **Clásicas y Modernas**, asociación por la igualdad de género en la cultura, con la campaña *Bibliotecas en igualdad* a la que la **Feria del Libro de Madrid** ya se sumó en su edición de 2019. Esta vez brindaron el acto titulado **El estante teatral: infancia y juventud**, en el que se leyeron fragmentos de: *Irse de casa. Mapa-poema para niñas que se portan mal* de Lola Fernández de Sevilla; *La vida de los salmones* de Itziar Pascual; *La primera noche de los niños-pájaro* de Gracias Morales y *Teatro sobre plano* de Ruth Vilar.

Tampoco faltó la presencia continua, como telón de fondo, del **cartel de la Feria del Libro de Madrid 2020**, la imagen de su 79ª edición, que este año corrió a cargo de **Nuria Rianza**, joven ilustradora almanesña que apeló “**a la lectura y la escritura como símbolos de futuro y empoderamiento**” con una reivindicación en favor de “tantas mujeres, de antes y ahora, sin una habitación propia”.

En el ecuador de la Feria, llegó la invitación a conocer a una serie de mujeres deportistas que han hecho Historia desde las páginas de la publicación **De niñas a leyendas**, libro de pequeños relatos sobre grandes mujeres del deporte español que está editado por la **Fundación Taller de Solidaridad**. Se trató de “una propuesta literaria única y diferente que pretende convertirse en una herramienta de sensibilización para trabajar la igualdad de género entre la juventud”. La reunión convocó a personalidades como **Amaya Valdemoro**.

El programa **Leer Iberoamérica Lee**, repitió por segundo año en la Feria como con el lema de **Leer el mundo. Leer Iberoamérica Lee 2020** promovió tres encuentros: **leer la crisis** a través de los ojos de los analistas iberoamericanos; analizar los problemas aún no superados a nivel mundial, como la **desigualdad**, la **democracia inclusiva**, el **racismo estructural** y la **ecología del desarrollo sostenible**.

Los días 13, 14 y 15 de octubre (a las 16 h de España) se retransmitió este debate con cuatro invitados de primer nivel internacional: **Daniel Innerarity** (director del Instituto de Gobernanza Democrática), **Alberto Acosta** (expresidente de la Asamblea Constituyente y exministro de Energía y Minas de Ecuador), **Rosane Borges** (periodista y profesora universitaria) y **Alejandro Zambra** (poeta, novelista

y crítico literario). Desde España, Ecuador, Brasil y Chile, protagonizaron este debate abierto a la participación de ciudadanos de toda **Iberoamérica**. **Leer Iberoamérica Lee**, desde su creación, se propone discutir sobre los desafíos de la formación de lectores hoy: “Este año tan especial queremos poner en relación la discusión de los retos en la formación de lectores con los temas centrales que conforman el debate contemporáneo. En qué modo, desde los distintos entornos de mediación (una biblioteca, una librería, un colegio, una universidad, un espacio cultural, un laboratorio ciudadano, un proyecto social, un colectivo de padres y madres...), podemos situar la lectura como parte esencial en la construcción de nuestras sociedades”.

La iniciativa **Leer Iberoamérica Lee** volvió a convocar a los ciudadanos interesados y, muy especialmente, a profesores, bibliotecarios, formadores, editores, librerías, periodistas, consultores de libro y edición, curadores culturales, comunicadores y agentes de la sociedad civil implicados en proyectos de promoción de la lectura (asociaciones profesionales, asociaciones vecinales, asociaciones de padres y madres...). Está organizada por el Laboratorio Emilia, JCastilho Consultores y la Feria del Libro de Madrid. Cuenta con el apoyo del Ministerio de Cultura y Deporte, la Fundación Montemadrid y la Fundación Chile-España, así como con la colaboración de la Casa de América y la Organización de Estados Iberoamericanos.



Un ciclo pospandemia. Otra de las ideas punteras con que se concibió la **Feria del Libro *En Directo*** es abrir **un marco de reflexión sobre diversos temas que afectan de manera directa a toda la industria del libro y sus cadenas de valor**, en un momento especialmente complejo por la irrupción de la COVID-19 cuando la industria estaba inmersa en un proceso de transformación digital. La industria del libro ha cambiado más en la última década que en el siglo anterior, y ese proceso solamente es un preanuncio de los muchos cambios que están por venir. A partir de esta premisa, el reto fue plantear **un panel de análisis y previsiones sobre cómo puede evolucionar la industria del libro en la próxima década**. Para ello se ofrecieron las ponencias y reflexiones *online* de los analistas internacionales de mayor proyección: **Porter Anderson, Michael Bhaskar y Edward Nawotka**. Las tres clases magistrales se desarrollarán dentro del ciclo ***El mundo del libro después de la pandemia***, y toda la industria editorial española tuvo una oportunidad única de aprender con ellos de los desafíos a los que se enfrenta el mercado del libro en un entorno y en un ecosistema en el que la lectura parece ser el patrón básico de estudio, la extensión social de la lectura y la búsqueda de nuevos lectores parece el reto fundamental no sólo de la industria sino también de las sociedades modernas, en un entorno caracterizado por la irrupción de tecnologías disruptivas, que afecta tanto a lectores como a editores.

Del ámbito nacional, se contó con **Elena Neira**, que se centró en “evaluar los nuevos consumos culturales, en gran medida acelerados por la pandemia, qué puede el sector editorial aprender del modelo Netflix y perspectivas de futuro”; **Javier Celaya**, que atendió las tendencias de consumo de *e-books* y audiolibros; y **Enrique Parrilla**, que, además de impartir su clase magistral sectorial, presentó la edición en español de la revista ***Publishers Weekly***.

Se sumaron al ciclo tres mesas redondas convocadas con el apoyo del **Instituto Cervantes de Madrid**, las dos primeras con el título de ***Autores en la era poscovid-19*** con **Almudena Grandes, Marcelo Luján, José Manuel Lucía, David Felipe Arranz, Rosa Montero, Raquel Lanseros, Pepe Larraz y Ana Segura**. La última mesa redonda atendió ***El periodismo cultural del libro tras la pandemia***, en un foro con profesionales relevantes que cubren con regularidad las informaciones de la **Feria del Libro de Madrid**, integrado por **Peio H. Riaño, Paula Corroto y Ana Romero**, con la moderación de **Lorenzo Silva**. El ciclo se cerró con una mesa *online* sobre ***Políticas Culturales***, con la intervención de **Emilio del Río** (Director Gral. Bibliotecas, Archivos y Museos, Ayuntamiento de Madrid), **Elena Hernando Gonzalo** (Directora Gral. de Patrimonio Cultural, Comunidad de Madrid) y **María José Gálvez Salvador** (Directora Gral. del Libro y Fomento de la Lectura, Ministerio de Cultura y Deporte).

La **Feria del Libro de Madrid *En Directo*** cumplió con sus objetivos de **poner en valor el libro y las librerías**, y de **visibilizar su problemática actual de pandemia en la agenda de actualidad**. Las actividades virtuales, desarrolladas en las fechas en que se tenía prevista la celebración de la Feria de presencia física en el Parque de El Retiro, han obtenido **un alcance total cercano a las quinientas mil personas**, reforzando la marca de **Feria del Libro de Madrid** en la medida de lo posible, dadas las circunstancias, sobre sus principales ejes de **feminismo, sostenibilidad y preocupaciones sociales de su tiempo**, así como en su **proyección y reconocimiento internacional**.

Por perfiles sociales, el alcance de Facebook se acercó a las doscientas mil personas, Twitter a las cincuenta mil e Instagram superó las doscientas mil, con un volumen superior al centenar de informaciones publicadas en medios de comunicación de un valor económico estimado de 1,74 millones de euros. El análisis de los datos corrobora **que la Feria del Libro de Madrid es una feria joven, con vocación internacional, y marcadamente femenina y feminista.**

A lo largo de doce días, se generaron **más de 600 horas de visionado con España, Colombia y Estados Unidos como principales países de emisión**, quedando un material valioso y testimonial en el canal oficial de YouTube así como **una infraestructura llena de posibilidades** para seguir explorando formas de acercarse a lectores y lectoras, eliminando barreras.

La dinámica experiencia multiformato, montada en tiempo récord, deja un enorme aprendizaje y a la **Feria del Libro de Madrid** en la vanguardia de **un modelo mixto de integración del digital con el formato físico** en la esperanza de que su perfeccionamiento permita el más óptimo crecimiento de las futuras ediciones.

- PRETÉRITO IMPERFECTO. PODCAST DE LIBRERÍAS DE MADRID

Al igual que se percibe desde otros sectores culturales, en la Asociación de Librerías de Madrid estamos convencidas de que podemos llegar a una audiencia más amplia ofreciendo contenidos sonoros a la carta. Nos hemos propuesto **hacer más visible nuestro trabajo** innovando. Por ello, hemos decidido sacar partido al potencial que ofrece el formato podcast. Esta revolución sonora a la que ahora nos sumamos, nos brinda una fantástica oportunidad de comunicarnos y de relacionarnos con los lectores y las lectoras.

A través de la oralidad queremos también **tomar el pulso a otros ámbitos del mundo del libro**, pero con un enfoque que cale en el gran público. Sabemos que abundan los podcasts sobre libros. Por ello buscamos **una nueva perspectiva para analizar la oferta del sector** sin perder de vista nuestro compromiso con las distintas comunidades lectoras que se materializa en la labor de dinamización cultural, de difusión del libro y del fomento de la lectura que realizamos durante todo el año. En nuestra opinión, en esto reside el verdadero valor de este proyecto.

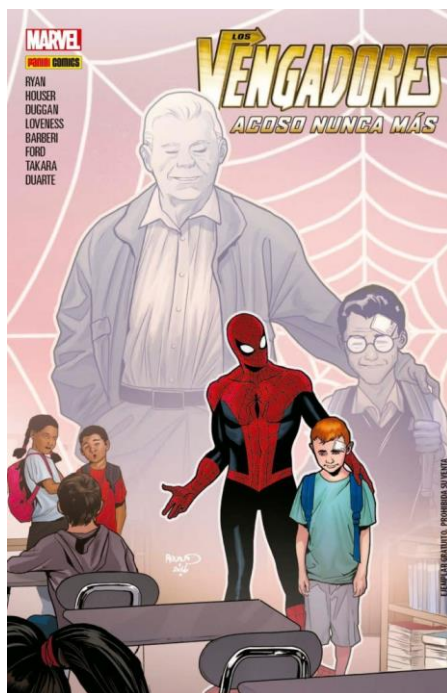
El lector ávido de nuevas prescripciones podrá encontrar en este podcast otras referencias más allá de las que le facilite su librería de confianza. Pero también nos proponemos **renovar el entusiasmo por la lectura de aquellos que dejaron de leer**, y, por supuesto, **ganar nuevos lectores y lectoras**. Entre los contenidos que ofrecemos se pueden escuchar entrevistas a escritores y escritoras y a personalidades del mundo del libro, debates, lecturas, y, cómo no, recomendaciones de libros.

La voz inunda los casi 60 minutos de duración que tiene cada uno de los episodios, pero no falta la música, algún que otro oportuno efecto especial y, por supuesto, el humor, tan necesario cuando se

trata de temas serios, al igual que el silencio. Y todo ello está abordado con el tono cercano y vivaz que caracteriza a un experto en la difusión del libro y la lectura como es **Samuel Alonso Omeñaca**, su director. A él, precisamente, se le ha ocurrido denominar a este espacio sonoro *Pretérito Imperfecto* que se puede escuchar en las plataformas favoritas de los aficionados a este formato: Ivoox, Apple, Breaker, Anchor, Google, Spotify y Podimo.

- LIBRERÍAS DE MADRID CONTRA EL ACOSO ESCOLAR

Con esta iniciativa de fomento de la lectura, el Ejecutivo de **Díaz Ayuso** pretende sensibilizar y prevenir conductas contrarias a la convivencia y pone el énfasis en la ayuda entre iguales, en la empatía y en la comunicación, además de potenciar la autoestima.



Al acto de presentación, en el IES Mariana Pineda, acudió **Enrique Pascual**, presidente del Gremio de Librerías de Madrid, acompañando al consejero de Educación y Juventud de la Comunidad de Madrid, **Enrique Ossorio**, así como **Pablo Bonet**, secretario del Gremio y **Jesús Marugán**, librero de la librería Akira Cómics, y uno de los artífices de que esta obra haya podido llegar a 1.679 centros educativos de la región (públicos, privados y concertados) y 425.519 alumnos, de los que 145.206 son de 4º y 5º Primaria y 280.313, de Secundaria.

La edición y distribución del cómic corrió a cargo de la Comunidad de Madrid con el objetivo de concienciar a los alumnos madrileños, de entre 10 y 16 años, acerca de la prevención del acoso escolar.

Los Vengadores. Acoso nunca más, editado por Marvel, está protagonizada por Spiderman y los Vengadores e incluye cuatro historias: 1. Los vengadores. 'Acoso nunca más'; 2. Los vengadores. 'Tirador certero'; 3. Los Guardianes de la Galaxia. 'Coeficiente'; y 4. El asombroso Spiderman. 'Amigos en Red'.

Esta acción se enmarca dentro de la Estrategia Integral de Convivencia de la Comunidad de Madrid y como desarrollo del Programa de Mejora de la Convivencia y lucha contra el acoso escolar en colaboración con Panini Cómics, el Gremio de Librerías de Madrid y el Grupo Pascual.

- CURSOS DE FORMACIÓN

El Convenio de Colaboración para Asistencia Técnica en Materia Comercial que impulsa la Dirección General de Comercio y Consumo de la Comunidad de Madrid, es una buena oportunidad para la realización de sesiones monográficas que permitan a la Asociación ofrecer formación en temas relacionados con el Marketing Comercial, el acceso y uso de Redes Sociales; Aprovechamiento del espacio en el punto de Venta; Gestión del tiempo, Desarrollo de las habilidades comerciales, etc.

En definitiva preparar formación adaptada a las nuevas formas de relación con nuestros clientes y adaptar las estrategias comerciales a los nuevos tiempos.

Del 13 al 29 de octubre se impartió la Asistencia Técnica "Marketing Digital y E-Commerce para Librerías" con una duración de 33 horas.

- DÍA DE LAS LIBRERÍAS

El Día de las Librerías se celebró el **13 de noviembre** con distintas iniciativas a través de las presentaciones y firmas de autores, recitales poéticos, selecciones temáticas, directos de Instagram, o el descuento opcional del 5%, quieren agradecer a sus comunidades más cercanas el apoyo recibido en los últimos meses.

El Ministerio de Cultura y Deporte mostró su apoyo al sector con una ruta librera por Madrid, en la que el ministro **José Manuel Rodríguez Uribes**, acompañado por **María José Gálvez**, directora general del Libro y Fomento de la Lectura, y por **Begoña Cerro**, subdirectora general del Libro, la Lectura y las Letras Españolas, visitó las librerías Marcial Pons, Lex Nova y Lé, La Buena Vida y Mujeres y Cía.

Además, se distribuyeron mascarillas con el lema "*Leer protege la mente*"

El ilustrador alicantino **Ximo Abadía** fue el encargado de plasmar el ideario de la décima edición del Día de las Librerías 2020. Se trata de una imagen cargada de color y de simbolismo, con una librería concebida como un hogar en torno a la que giran multitud de vidas lectoras y en la que podemos jugar a descubrir numerosos personajes y autores de la narrativa clásica (Julio Cortázar, Julio Verne o Herman Melville), de la literatura infantil (Gianni Rodari, Roald Dahl, Quino o Manuel Marsol) y del cómic (Hergé o Robert Crumb).

Con esta imagen arranco una campaña que estuvo marcada indudablemente por las circunstancias sanitarias y con la que las pequeñas y medianas librerías queríamos dar las gracias por el apoyo recibido durante los últimos meses, además de resaltar el importante papel que desempeñamos, tanto en el sector del libro como en la sociedad, con nuestro arraigo en los barrios y la creación de comunidades lectoras.

El **Día de las Librerías** comenzó a celebrarse en 2011 con la intención de convocar una jornada festiva y de puertas abiertas que sirviese para fomentar la imagen de las librerías como espacios cercanos y modernos, y que contribuyese a dinamizar la venta de libros en una fecha cercana al inicio de la campaña de Navidad.

- LA NOCHE DE LOS LIBROS

La Noche de los Libros 2020 coincidió en fecha con el Día de las Librerías celebrándose el **13 de noviembre**. Librerías, bibliotecas e instituciones sumaron sus fuerzas para que este año, a pesar de las circunstancias que se afrontan en Madrid fuera faro de costa de una celebración que es, a la vez, una oportunidad de compartir el amor por los libros. Diálogos, conferencias, mesas redondas, música o teatro dieron forma a un día extraordinario donde también tuvo su espacio **Benito Pérez Galdós**, protagonista literario de la ciudad y uno de los creadores que mejor ha dibujado en su inagotable obra el tiempo fundacional de nuestra modernidad.

- CAMPAÑA SALVA TU ZONA. COMPRA EN EL COMERCIO LOCAL. COMPRA EN EL BARRIO

El **Gremio de Librerías de Madrid** se ha unido a la campaña 'SALVA TU ZONA. COMPRA EN EL COMERCIO LOCAL. COMPRA EN EL BARRIO' que está promoviendo la **Asociación Europea para la Transición Digital**, dicha campaña es lanzada con el objetivo de defender el comercio local y han querido empezar a lanzarla en las librerías de Madrid y Barcelona de cara al Black Friday. Se han enviado a cientos de alcaldes europeos una carta animándoles a pronunciarse públicamente y pedir a sus ciudadanos que en los meses próximos no compren en los gigantes del comercio electrónico y lo hagan en las tiendas de sus barrios.

Esta navidad

salva (tu) zona

Compra en el comercio local. Compra en el barrio.

Todos los días

salva (tu) zona

Compra en el comercio local. Compra en el barrio.

En una segunda fase la campaña se denominó **EN ESTA NAVIDAD SALVA TU ZONA. COMPRA EN EL COMERCIO LOCAL. COMPRA EN EL BARRIO**

Para las dos campañas se han impreso pegatinas con cada uno del slogan

- RUTA IBEROAMERICANA DEL LIBRO

En el marco de la Ruta Iberoamericana del Libro, cerca de 470 libros de 39 editoriales independientes colombianas, estarán disponibles en siete librerías de Madrid durante los próximos meses. Los establecimientos madrileños que exhiben ya estos fondos son: Machado Libros, Sin Tarima Libros, Turuletras, Kirikú y la bruja, Marcial Pons, El Buscón e Iberoamericana Vervuert.

Los sellos colombianos han seleccionado previamente sus cinco títulos más representativos y han confeccionado un catálogo a partir del cual las librerías mencionadas han podido hacer su selección.

Tras haberse fortalecido durante tres años las relaciones entre Colombia y países como Perú, México, Argentina, Brasil, Chile y Ecuador, llega el momento de que este intercambio se produzca entre Bogotá y Madrid, a propósito de la participación de Colombia como País Invitado de Honor en la 79ª Feria del Libro de Madrid.



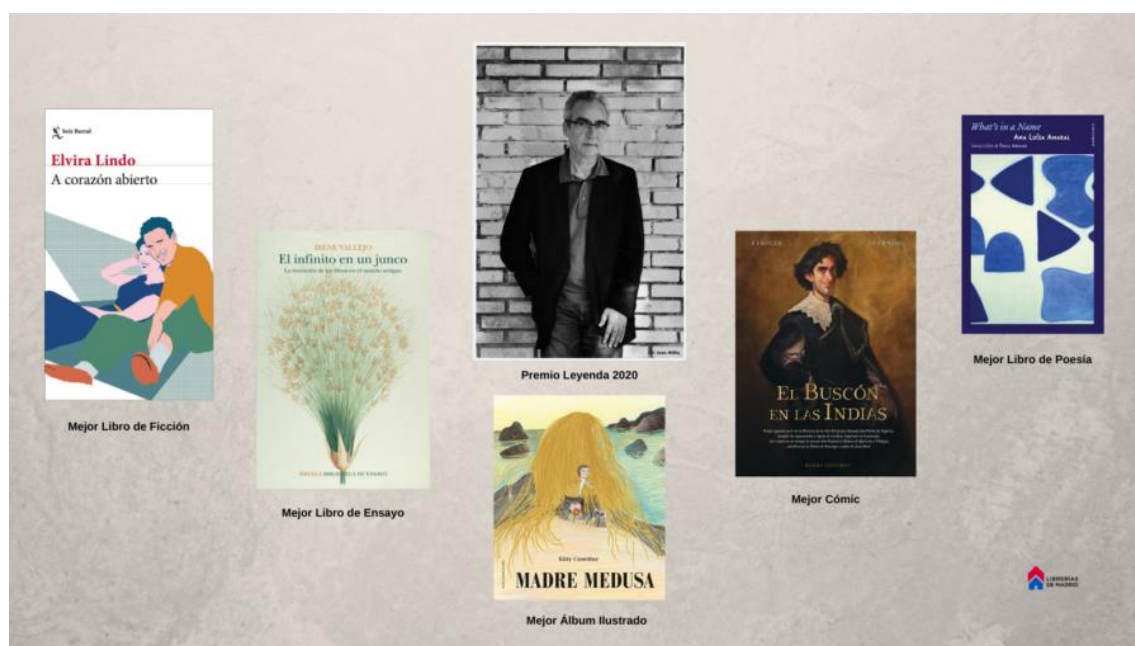
La Ruta Iberoamericana del Libro, es un proyecto organizado por la Cámara Colombiana del Libro y el Instituto Distrital de las Artes, Idartes, en alianza con la Asociación Colombiana de Libreros Independientes -ACLI y que tiene como principal objetivo facilitar el intercambio y circulación de libros, autores y editores independientes en librerías de otros países.

- PREMIO GREMIO DE LIBRERÍAS DE MADRID

En el año 2000 las librerías de Madrid deciden crear el **Premio Libro de Año**, abierto a la participación de las librerías agremiados, sin otro interés que nuestra sensibilidad cultural y nuestra condición de testigos de lo que dicen y hacen los clientes de nuestras librerías.

En el año 2008 nace el **Premio Leyenda**, que premia la labor de una persona física o entidad, vinculadas al ámbito de la cultura y que se hayan destacado por la defensa de las librerías como agentes dinamizadores de la lectura y de la librería como lugar imprescindible para la extensión cultural y el acercamiento de los libros de calidad a los lectores.

El **Premio al “Álbum Ilustrado”** se concede desde el año 2009 con idénticas características que impulsaron el Premio Libro del Año. En 2015 el Gremio abre dos nuevas categorías de premios al Libro del Año: **El Premio al mejor “Libro de Ensayo / No Ficción”** y el **premio al mejor “Cómico”**. En 2017 se incorpora el Premio del libro del año al mejor libro de **Poesía**



La Biblioteca Regional Joaquín Leguina acogió el 15 de diciembre la ceremonia de entrega del Premio 'Libro del Año' que en sus diferentes categorías concede el Gremio de Librerías de Madrid. El acto contó con la presencia de **Marta Rivera de la Cruz**, consejera de Cultura y Turismo de la Comunidad de Madrid y miembros de la Subdirección General del Libro. Las medidas anticovid no restaron brillo al evento.

Las **obras ganadoras** de la presente edición han sido: *A corazón abierto*, de **Elvira Lindo**, publicado por Seix Barral, Mejor Libro de Ficción; *Madre Medusa*, de **Kitty Crowther**, publicado por Ekaré, Mejor Álbum Ilustrado; *El infinito en un junco*, de **Irene Vallejo**, publicado por Siruela, Mejor Libro de Ensayo; *El Buscón en las Indias*, de **Juanjo Guarnido** y **Alain Ayroles**, publicado por Norma Editorial, Mejor Cómic; y el poemario publicado por Sexto Piso, *What's in a name*, de **Ana Luísa Amaral**, consiguió el galardón en esta categoría.

El '**Premio Leyenda**', galardón que reconoce la labor de una persona o institución que se haya destacado por su apoyo a los libros y a las librerías, ha recaído este año en el escritor y periodista **Juan José Millás** (Valencia, 1946).

Estos galardones no están dotados económicamente, pero premian a los ganadores con una estatuilla diseñada por **Pep Carrió**.

- CAMPAÑA LA HISTORIA QUE HAY DETRÁS

Desde el 9 de diciembre y hasta el 5 de enero de 2021, el Gremio de Librerías de Madrid puso en marcha su campaña navideña. Se diseñó con el propósito de hacer reflexionar a los lectores y a las lectoras sobre las consecuencias derivadas de la forma de comprar un libro. Por esa razón el lema elegido es '**El libro es el mismo, la historia que hay detrás, no**'.

Con esta campaña navideña no se pretende demonizar a las grandes plataformas, sino, precisamente, mantener lo conseguido durante estos meses de pandemia: que las librerías sigan recibiendo el apoyo de los barrios en los que están radicadas, que las comunidades de lectores ya creadas no dejen de mostrar su cara más amable y solidaria, y que, en la medida de lo posible, con sus acciones de fomento de la lectura, consigan hacerlas crecer.

La campaña arranca con la participación de escritores y escritoras, como **Elvira Sastre, José Ovejero, Alejandro Palomas, Marta Sanz, Fernando Aramburu, Edurne Portela** y **David Felipe Arranz**, entre otros, que escenificarán el mensaje —*la historia que hay detrás*—, compartiendo una foto en sus canales sociales en la que aparecen sosteniendo uno de sus libros mostrando la contracubierta y utilizando el *hashtag* **#LaHistoriaQueHayDetrás**. El apoyo de todos ellos se ha considerado imprescindible para difundir el mensaje clave de la campaña: la importancia de conocer la historia que hay detrás de cada ejemplar adquirido.

'Hack de sistema. Cuida el ecosistema'. Para el Gremio de Librerías de Madrid los barrios que diariamente ven desarrollar su actividad, funcionan como verdaderos ecosistemas y la pandemia ha evidenciado que son una parte fundamental de los mismos. Por eso desean comunicar que no es lo mismo comprar un libro en un establecimiento del barrio que hacerlo en cualquier otro lugar; la historia cambia y repercute en todo el ecosistema, de ahí la importancia de no comprar de modo acrítico, por sistema, sino después de una mínima reflexión. Ese es el motivo que movió a las organizadoras a incluir en todo el material gráfico de apoyo a la campaña las sentencias 'Hack de sistema. Cuida el ecosistema'.



Pero cuidar el ecosistema no requiere hablar exclusivamente en clave de presencialidad referida a establecimientos físicos. Cada vez son más las librerías madrileñas que apuestan por el canal online para vender su fondo. Han constatado la enorme ventaja que ofrece el comercio electrónico para estar cerca de sus clientes/lectores. Prueba de ello es la tendencia creciente de invertir en su propio *ecommerce*.



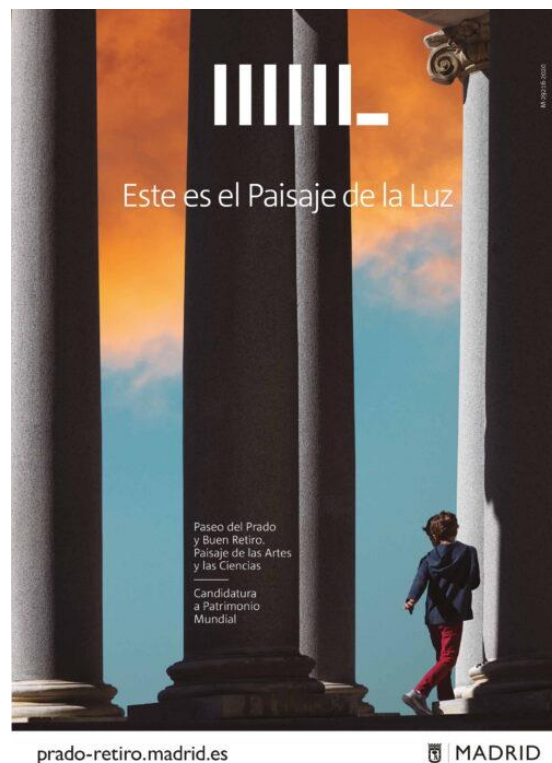
- LIBRERÍAS DE MADRID PROMOCIONAN LA CANDIDATURA DE LA UNESCO

'Paisaje de la luz' es el nombre elegido por el Ayuntamiento de Madrid para promocionar la candidatura a la Lista de Patrimonio Mundial de la Unesco del eje del paseo del Prado y el jardín del Retiro con una campaña de publicidad que se prolongará hasta el 9 de diciembre.

Manuel Estrada, Premio Nacional de Diseño 2017, ha diseñado el logotipo en el que seis barras evocan los seis elementos de este paisaje: naturaleza, arte, ciencia, espacio cívico -al ser un eje por el que discurren manifestaciones, maratones o se celebran logros deportivos, como los madridistas en la fuente de Cibeles-, valor universal y la luz del conocimiento.

Seis elementos que también "recuerdan" a las seis columnas de los edificios neoclásicos que pueblan este paisaje urbano, desde el Observatorio Astronómico hasta el edificio del Buen Retiro, el alzado del Museo del Prado, la Bolsa de Madrid o el más moderno Congreso de los Diputados.

Para dar a conocer esta nueva imagen, el Ayuntamiento de Madrid puso en marcha una campaña de publicidad, también se promociona en el mobiliario urbano, y se imprimieron carteles y un folleto desplegable con los pilares fundamentales de la candidatura y un plano en el que se señalan algunas de las instituciones localizadas dentro del ámbito de la candidatura en la categoría de Paisaje de las Artes y las Ciencias y que se distribuyó entre las Librerías



- CAMPAÑA EL SACO DE LIBROS

Este año hemos querido que nuestra campaña de Navidad tuviera una componente solidaria. Por eso hemos atendido la llamada de **Time Out Madrid** que nos propuso contactar con alguna entidad hospitalaria como beneficiaria de 'El saco de libros'.

La campaña que duró hasta el 4 de enero y gracias a ella niños y niñas recibieron como regalo de Reyes un libro. Estos libros proceden de la compra en librerías de personas anónimas que desean participar añadiendo algún libro extra a su pedido para destinarlo a la campaña. Al final de la misma serán donados a **Nupa** y al **Hospital Infantil Universitario Niño Jesús**. De esa manera, pese a encontrarse hospitalizados, lectores y lectoras de entre 0 y 18 años podrán disfrutar de la lectura y verse acompañados de buenas historias.



- INICIATIVAS CEGAL

Participación en las iniciativas de fomento de la lectura promovidas por CEGAL:

- Club Kiriko
- Los librereros recomiendan
- Zona Cómic
- Todos tus libros

- MEJORA DE PROCESO LIBREROS

Desarrollo y participación en actividades de mejora de proceso librereros:

- **Observatorio de la Librería**
- **Sistema de normalización e intercambio de documentos comerciales SINLI**
- **Programa de mejora de la Cadena de Suministros del Libro CSL**
- **Cegal en red y Librired**