

## REPOSITORIO ACADÉMICO DIGITAL INSTITUCIONAL

***“POSICIONAMIENTO DE QUINTO TRASPATIO. ENCUENTRO DE EDITORES Y EDITORIALES INDEPENDIENTES, EN EL ÁMBITO DE LOS MEDIOS DIGITALES EN MORELIA, DESDE LA PROMOCIÓN REALIZADA POR RED LAB LABORATORIOS DE GESTIÓN Y VINCULACIÓN CULTURAL”***

**Autor: Fonseca Madrigal Ulises**

Tesina presentada para obtener el título de:  
**Licenciado en Ciencias de la Comunicación**

Nombre del asesor:  
**López Vázquez Luis Eduardo**

Este documento está disponible para su consulta en el Repositorio Académico Digital Institucional de la Universidad Vasco de Quiroga, cuyo objetivo es integrar, organizar, almacenar, preservar y difundir en formato digital la producción intelectual resultante de la actividad académica, científica e investigadora de los diferentes campus de la universidad, para beneficio de la comunidad universitaria.

Esta iniciativa está a cargo del Centro de Información y Documentación “Dr. Silvio Zavala” que lleva adelante las tareas de gestión y coordinación para la concreción de los objetivos planteados.

Esta Tesis se publica bajo licencia Creative Commons de tipo “Reconocimiento-NoComercial-SinObraDerivada”, se permite su consulta siempre y cuando se mantenga el reconocimiento de sus autores, no se haga uso comercial de las obras derivadas.





**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

**TESINA**

“Posicionamiento de Quinto Traspatio. Encuentro de editores y editoriales independientes, en el ámbito de los medios digitales en Morelia, desde la promoción realizada por Red Lab Laboratorio de Gestión y Vinculación Cultural”

**Que para obtener el título de:**

LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

**PRESENTA**

Ulises Fonseca Madrigal

**ASESOR**

Mtro. Luis Eduardo López Vázquez

**CLAVE: 16PSU0012S**

**ACUERDO: LIC100401**

**MORELIA, MICHOACÁN**

**MAYO, 2026**

<b>Dedicatoria.....</b>	<b>3</b>
<b>Curriculum vitae.....</b>	<b>4</b>
<b>Introducción.....</b>	<b>7</b>
<b>Capítulo I: Antecedentes.....</b>	<b>8</b>
<b>Capítulo II: Marco Referencial.....</b>	<b>10</b>
Planteamiento del problema.....	10
Objetivo general.....	11
Objetivos particulares.....	11
<b>Capítulo III: Justificación.....</b>	<b>14</b>
<b>Capítulo IV: Lo que se entiende por periodismo.....</b>	<b>17</b>
Nociones básicas.....	17
El periodismo y sus plataformas.....	19
Breve contexto histórico en México.....	22
<b>Capítulo V: El libro y sus componentes.....</b>	<b>26</b>
Brevísima historia del artefacto llamado libro.....	26
El libro, artefacto ¿y medio de comunicación?.....	28
Las librerías.....	30
Relación entre independencia y comunidad.....	31
<b>Capítulo VI: Comunicar el proyecto.....</b>	<b>34</b>
Agencias de comunicación: caso Red Lab gestión y vinculación cultural.....	34
El proyecto a difundir, la cuenta de El Traspatio.....	37
El antes.....	38
El durante.....	43
El después.....	48
<b>Capítulo VII: Ventajas del posicionamiento en medios digitales en encuentros de editores independientes.....</b>	<b>51</b>
Conclusiones.....	51
Recomendaciones.....	52
Reflexiones.....	53
<b>Referencias.....</b>	<b>54</b>
<b>Anexo.....</b>	<b>56</b>

## **Dedicatoria**

Agradecer, una de las claves de la salud mental y emocional. Por eso quiero aprovechar este espacio para dar gracias por el apoyo y la presencia de seres que han dado color a mis días:

Margarita Madrigal, mi mamá y a su pareja Manuel Quezada, por la presencia.

Heriberto Madrigal, Lorefany Madrigal, Ana Elo Mancilla, Raquel Estefanía Madrigal: compañía constante a través del tiempo.

Francisco Anguiano: el vínculo generoso que devuelve esperanzas.

Luna Monroy: la alegre resiliencia.

Gabriela Anguiano: un liderazgo que mueve al vuelo.

Zuhey Medina, Citlali Ruiz, Gabriela Serralde, Juliana Hernández, Jessica Lilian, Mane Guevara, Abdías Martínez y Dariana Efendra: un lugar seguro.

Rodrigo Aridjis: aliento con palabras.

Susie Q: humor que puede hacerse en libertad.

Eduwiges Franco, el camino y el acompañamiento.

Juan Bosco Valle, Emanuelle Brío, Gabino Alzati, refugios en momentos complejos.

Omar Hernández: la complicidad frente a la hostilidad.

Quijote, amistad perruna.

Al propio Traspatio Librería y las personas que lo hacen posible.

\*\*\*

A los habitantes del Universo y el recuerdo

Edgar Espinosa Avilés

Ulises Fonseca Hernández

Conchis García Gallegos

# **Curriculum vitae**

## **Estudios**

Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, 2005-2009

## **Experiencia profesional**

### **Grupo Posadas**

Julio de 2025 a la actualidad

Campaña de cobranza-mantenimiento temporal para Fiesta Americana Vacation Club (FAVC), uno de los productos de membresía vacacional que maneja la cadena hotelera Posadas.

### **Noventa Grados, agencia mexicana de noticias**

Enero de 2024 a mayo de 2025

Coeditor web, trabajo de revisión y corrección de textos, así como construcción de artículos, para alimentar la página electrónica del medio de comunicación. La información abarcó desde política hasta ciencia, pasando por cultura, deportes, ecología, entre otras.

### **El sol de Morelia**

Mayo 2021 a octubre de 2023

Reportero, en las fuentes de cultura, turismo, ayuntamiento de Morelia, educación y empresariales. Asistencia a ruedas de prensa, coloquios, congresos, ferias y conciertos; búsqueda de entrevistas con artistas, académicos, funcionarios y actores de los sectores señalados.

### **RedLab. Agencia de difusión cultural**

Mayo 2016 a agosto de 2025

En Red Lab: desarrollo del periodismo y promoción cultural, con difusión en la web <https://redlab.mx/>, en las cuentas de Facebook/ Red Lab Gestión cultural, el

programa radiofónico “Culturalia”, el cual era emitido los viernes en Radio Nicolaita y en la revista electrónica “Silabario”.

En Alambique: elaboración de copys para las redes sociales de la diputada Rosy de la Torre, fotografía social para el bar Rojas y corrección de estilo para la publicación impresa que publicó la edición 2019 del Festival Gastrocervecero Michoacán.

### **Festival de Música de Morelia Miguel Bernal Jiménez**

Ediciones 2017, 2018 y 2019

Oficina de prensa. Redacción y emisión de boletines e invitaciones a ruedas de prensa, realizadas antes y durante el festival. Seguimiento a gira de medios y elaboración de contenidos para medios impresos y electrónicos.

### **Fotoviva, escuela de fotografía y cine**

Agosto de 2019 a febrero de 2020

Recepcionista, control escolar, gestión de inscripciones, apoyo a las redes sociales y a los profesores en el espacio educativo.

### **Silla vacía editorial**

Diciembre 2014 y enero de 2015

Colaboración en edición y corrección de estilo del título “Escapismo en espiral”, libro de narrativa que fue publicado en formato físico y que actualmente puede ser descargado en forma digital en este enlace electrónico: <https://sillavaciaeditorial.com/tiendanueva/narrativa/114-escapismo-en-espiral.html>.

En el segundo momento: atención a clientes, tanto a los que acudían de forma física a la librería abierta por la editorial, como a quienes solicitaban títulos por Mercado Libre o redes sociales; generación de contenido para Facebook, Instagram y Twitter; generación y envío de Mail Chimp; creación de un catálogo digital; revisión y corrección de estilo de la página web; coordinación de la cuenta de Spotify de la editorial; promoción en medios de los títulos “Perspectivas teóricas y críticas. El cuerpo visto desde la filosofía y la literatura”, publicación de corte académico; “Instrucciones para comer un libro (y otros cuentos)”, inscrito en el género de narrativa y el poemario “Halitus”.

En el segundo momento: atención a clientes, tanto a los que acudían de forma física a la librería abierta por la editorial, como a quienes solicitaban títulos por Mercado Libre o redes sociales; generación de contenido para Facebook, Instagram y Twitter; generación y envío de Mailchimp; creación de un catálogo digital; revisión y corrección de estilo de la página web; coordinación de la cuenta de Spotify de la editorial; promoción en medios de los títulos “Perspectivas teóricas y críticas. El cuerpo visto desde la filosofía y la literatura”, “Instrucciones para comer un libro (y otros cuentos)” y “Halitus”.

### **La Jornada Michoacán**

Noviembre de 2010 a diciembre de 2015

Reportero dentro de la fuente cultural. Cobertura de ruedas de prensa, coloquios, congresos, ferias y conciertos; búsqueda de entrevistas con artistas, académicos, funcionarios del sector. Anteriormente, auxiliar de redacción, en labores de organización, monitoreo y supervisión de la información.

### **Fideicomisos Instituidos en Relación con la Agricultura (FIRA)**

Julio 2009 a Junio de 2010

Subdirección de Comunicación Institucional. Corrección de estilo para las historias que integraron el proyecto “200 casos de éxito en el campo mexicano”, micrositio web con el cual FIRA contribuyó a la celebración del bicentenario del inicio de la independencia y centenario de la revolución.

### **Oficina de Monitoreo e información Agencia UVAQ**

septiembre 2006- junio 2008

Redacción de notas, crónicas, reportajes y entrevistas, con las actividades y académicos internos a la institución educativa.

## Introducción

El trabajo presentado aquí hace una descripción de lo que implica promover en medios informativos un proyecto relacionado con actividades culturales, más específicamente de corte literario y editorial.

De forma previa a ello, se revisan cuestiones que van desde los lineamientos básicos del periodismo, hasta lo que implica trabajar con esos elementos desde las entidades intermediarias entre reporteros y agentes culturales, que son las agencias de comunicación.

Por supuesto, se agrega información histórica relacionada con el desarrollo de los libros, para agregar contexto sobre las librerías y aterrizar sobre lo que implica el término “librería independiente” en el contexto de Ciudad de México y en Morelia.

La contribución que se busca mediante este trabajo es ofrecer una suerte de guía para el desarrollo de trabajos similares, es decir, en donde sea necesario vincular al gremio cultural con la esfera mediática.

Lo anterior es pertinente al considerar que Morelia en particular y Michoacán en general tienen pocos medios con un perfil especializado en fuentes como cultura, movimientos sociales, turismo y menos aún, ciencia.

Asimismo, se busca exponer la relevancia de actividades culturales para el desarrollo de una sociedad más diversa y plural, en una cadena donde la promoción mediática hace una contribución significativa.

## Capítulo I: Antecedentes

Surgido en el 2014, “El Traspatio, encuentro de editoriales y editores independientes”, ha sido un espacio para la promoción de la bibliodiversidad editorial en México, es decir, para la generación de redes entre personas que, sin estar vinculadas a grandes consorcios, se dedican a producir y publicar materiales impresos en formatos y contenidos diversos, los cuales no necesariamente están atravesados sólo por criterios comerciales, dado que también hay búsquedas que responden a intereses artísticos y/o causas sociales.

Con esta base, es que el “Quinto Traspatio. Encuentro de editores y editoriales independientes”, fue realizado entre el jueves 14 y el domingo 17 de marzo de 2024 en diferentes sedes de Morelia. Estas fueron el Centro Cultural de la UNAM Morelia, la librería independiente El Traspatio, el café “Flor y Canto” y el centro de educación y deporte “Espacio los limones”. En ellas fueron desarrolladas 26 actividades dedicadas a la promoción, el fomento y la divulgación del quehacer editorial independiente y la literatura a nivel nacional.

Estas acciones incluyeron conferencias, mesas de diálogo, talleres con temas vinculados a la edición y creación, una exposición histórica sobre Tumbona, venta de libros de las editoriales invitadas y también presentación de los títulos más recientes que estas mismas han publicado. El Encuentro, no sobra decir, tuvo un respaldo importante de recurso público, procedente de la Secretaría de Cultura federal, a través del Sistema de Apoyos a la Creación y Proyectos Culturales.

Es de anotar también que el “Traspatio. Encuentro de editores y editoriales independientes” acumula cinco ediciones, llevadas a cabo entre 2014, 2015, 2016, 2018 y 2024. Existe un lapso de tiempo donde no hubo ediciones debido a las dificultades generadas por la pandemia de Covid 19, que supuso una suspensión de actividades al aire libre y dificultades en la fluidez de recursos públicos y privados.

Se debe recordar que la Covid 19 es un padecimiento generado por el coronavirus SARS-CoV-2, el cual se propaga entre personas que están en contacto directo. El 11 de marzo de 2020, fue declarada la pandemia por Tedros Adhanom Ghebreyesus, entonces director general de la Organización Mundial de la Salud (OMS).

En el caso de México, fue el 23 de marzo de 2020 cuando la Secretaría de Salud hizo la declaratoria de la Jornada Nacional de Sana Distancia, con lo que entraron en vigor las medidas sanitarias y de distanciamiento social para disminuir los contagios. (INAI 2021)

La Jornada Nacional de Sana Distancia se extendió, de manera oficial, entre el 23 de marzo y el 31 de mayo de 2020, una medida que implicó “la suspensión de diversas actividades económicas, sociales y recreativas, consideradas no esenciales, con el objetivo de frenar la propagación del virus”.

Sin embargo, la OMS mantuvo la declaración de emergencia de salud pública de importancia internacional hasta el 5 de mayo de 2023. Por tanto, las gestoras culturales que realizan el encuentro pudieron retomarlo hasta 2024.

Buscaron retomarlo con el fin de dar seguimiento a la visión y misión planteadas por el emprendimiento desde sus inicios en el 2014. Sobre este aspecto, la coordinadora general del encuentro, Mara Rahab Bautista López (2014), escribió en la memoria del primer Encuentro del Traspatio sobre las motivaciones por las cuales surgió:

para generar un espacio de diálogo entre comunes que compartieron en un mismo lugar ideas, expectativas, labores, intereses y visiones, con el fin de aportar para el fortalecimiento de la industria editorial, generar nuevos lectores, descentralizar las actividades culturales de la capital del país, mostrar la diversidad de proyectos editoriales, de autores y propuestas, abrir ramas de competencia, distribución y venta de proyectos editoriales independientes (p. 5).

La coordinadora general del Traspatio añadió, en su resumen, que en el encuentro conocido entonces como “El Traspatio. Lo que sucede detrás del libro” se buscó establecer diálogos sobre la industria editorial, sus involucrados y procesos.

Procuró la difusión de las labores del campo y fortalecer los lazos entre los profesionales de esta actividad con el propósito de darle continuidad al libro independiente, observar la industria editorial como parte fundamental en la vida cultural y abrir la pluralidad a los lectores (p. 5).

## Capítulo II: Marco Referencial

En el “Quinto Traspatio. Encuentro de editores y editoriales independientes” fueron programadas actividades que pretenden vincular al público en general con el gremio libresco, puesto que una parte fundamental del ciclo editorial es que la publicación de impresos como son los libros, fanzines, revistas o libros de arte, lleguen efectivamente a ojos de personas lectoras.

Entonces, una de las formas de hacer llegar la invitación al evento, es mediante el periodismo. Lo anterior supone un predicamento porque, si bien Morelia es una ciudad creativa, es poca la cobertura mediática que favorece o se especialice en la escena cultural, es especial aquella generada desde la esfera alternativa.

Se entiende que este último concepto se refiere a las actividades que no se relacionan directa o indirectamente con las instancias de gobierno, como son secretarías, institutos o universidades públicas. La cuestión es que, en el estado de Michoacán, los más grandes proveedores de recursos financieros para las empresas periodísticas son los distintos órdenes de gobierno y, en ocasiones, de instituciones de educación superior públicas.

Lo anterior implica que los medios de comunicación están obligados a reproducir contenidos emitidos por las diferentes dependencias públicas, entre ellas las que atienden el ámbito cultural.

Entonces, las acciones de formación, activación, divulgación o promoción de actividades culturales pueden encontrar pocas dificultades de resonancia en los medios de comunicación, siempre y cuando sean emitidas desde dependencias de gobierno.

Lo anterior no es un secreto y de hecho es un tema del que habló Juan Villoro (2018) en un encuentro de comunicadores dedicados a la fuente de cultura, una conferencia que sería integrada en una antología y que tiene fragmentos como este: “salvo casos excepcionales, el periodismo mexicano tuvo durante décadas una actitud subordinada ante los designios oficiales. Aunque la verdadera información depende de sus contenidos, la censura y las presiones indirectas convirtieron este principio en un atrevimiento demasiado audaz” (p. 255).

En cambio, las iniciativas culturales alternativas suelen tener mayores dificultades de vinculación con los medios de comunicación para difundir sus propuestas. Entonces, ahí es donde se encuentra el nudo para las agencias de prensa, en encontrar *los cómo*s para atraer la mirada mediática hacia emprendimientos como “El Traspatio, encuentro de editoriales y editores independientes”.

La hipótesis es, entonces, que dar promoción a actividades culturales responde al interés de públicos específicos, también llamados de nicho, aún y cuando haya medios de comunicación que no tengan una sección dedicada específicamente al tema de cultura.

### Objetivo general

Exponer y describir la pertinencia de que en Morelia existan agencias de prensa y redes sociales especializadas en distintos ámbitos, como en este caso es el cultural con Red Lab; debido a que realizan la función de vincular a los medios de comunicación con iniciativas artísticas, proyectos de cultura comunitaria y/o eventos de promoción, justamente como El Traspatio.

### Objetivos particulares

- Describir cómo se puede hacer el desarrollo de estrategias para realizar la comunicación de eventos culturales, tomando los fundamentos del periodismo y combinándolos con el uso de las nuevas tecnologías y redes sociales.
- Mostrar que, antes que antagonistas, la comunicación digital, las redes sociales y los libros pueden funcionar como aliados en términos de promoción y divulgación.
- Poner de relieve la función del periodismo cultural en Morelia, mediante el evento específico de El Traspatio como ejemplo de esto.
- Escribir sobre el sutil arte de las relaciones públicas en el manejo de los representantes de los medios de comunicación.
- Señalar la importancia de los monitoreos y las numeralias como respaldo del trabajo realizado.

El enfoque metodológico más cercano para el desarrollo de este trabajo fue el de Investigación-acción. Y, como es usual, se requiere de hacer una breve definición, a modo de recordatorio, de lo que implica dicha metodología.

Entonces, Antonio Latorre (2005) se puede entender a la investigación-acción como una forma de indagar en la vida social a partir de una diversidad de

estrategias, con el objetivo de mejorar el sistema donde se esté llevando a cabo el trabajo investigativo en cuestión.

El académico agrega que la metodología Investigación-acción es de naturaleza colaborativa, por lo cual necesita que haya dinámicas de comunicación horizontal, entre pares, porque lo requerido es que se permita “a todos los que participan ser socios de la comunicación en términos de igualdad” (Antonio Latorre, 2005).

Para ampliar un poco más el contexto sobre esta metodología, Antonio Latorre expone los rasgos más destacados de la investigación-acción. Esto es, en términos generales y, según lo expuesto por el académico, entre sus características se cuentan las siguientes:

- Es participativa. Las personas trabajan con la intención de mejorar sus propias prácticas. La investigación sigue una espiral introspectiva: una espiral de ciclos de planificación, acción, observación y reflexión.
- Es colaborativa, se realiza en grupo por las personas implicadas.
- Crea comunidades autocríticas de personas que participan y colaboran en todas las fases del proceso de investigación.
- Es un proceso sistemático de aprendizaje, orientado a la praxis (acción críticamente informada y comprometida).
- Induce a teorizar sobre la práctica.
- Somete a prueba las prácticas, las ideas y las suposiciones.
- Implica registrar, recopilar, analizar nuestros propios juicios, reacciones e impresiones en torno a lo que ocurre; exige llevar un diario personal en el que se registran nuestras reflexiones.
- Es un proceso político porque implica cambios que afectan a las personas.
- Realiza análisis críticos de las situaciones.
- Procede progresivamente a cambios más amplios.
- Empieza con pequeños ciclos de planificación, acción, observación y reflexión, avanzando hacia problemas de más envergadura; la inician pequeños grupos de colaboradores, expandiéndose gradualmente a un número mayor de personas. (p. 25)

El mismo Latorre comenta de manera posterior que el propósito central de la metodología de investigación-acción no está centrado en la generación de conocimiento -aunque sí lo hace-, sino más en entender/comprender las prácticas sociales y los elementos con que funcionan para explicitarlos. “La investigación-acción es un poderoso instrumento para reconstruir las prácticas y los discursos” (p. 27).

De hecho, Latorre agrega también que entre los objetivos de la investigación-acción se encuentran el de mejorar y/o transformar la práctica

social, al mismo tiempo en que se ofrece una mejor comprensión de dicha práctica, además del acercamiento con la realidad, para vincular el cambio y el conocimiento.

Asimismo, Creswell (p. 577) refiere que esta metodología puede ser mixta “dado que utiliza una colección de datos de tipo cuantitativo, cualitativo o de ambos, sólo que difiere de éstos al centrarse en la solución de un problema específico y práctico”.

En el presente caso, el análisis se centra en una actividad de tipo cultural. Para este trabajo, lo que se realizó fue la descripción y comprensión de cómo se vincula un encuentro editorial, emanado desde un emprendimiento cultural, con los medios de comunicación, para lograr difusión del mismo y generar la atracción de públicos.

Entonces, para posicionar al “Quinto Espacio. Encuentro de editores y editoriales independientes”, se puede señalar que fue realizada un trabajo asimilable a una metodología investigación-acción de tipo participativa, debido a las razones que se exponen a continuación.

El énfasis en la observación de prácticas de grupos (emprendimiento y medios de comunicación), el involucramiento del grupo en la indagación (para informar, planear y coordinar las actividades), tuvo foco en el desarrollo de los participantes (lograr vinculación con medios para el emprendimiento y consecuente atracción de públicos), se implementó un plan de acción (coordinación de entrevistas, envío de invitaciones y boletines, realización de fotografías / vídeo y monitoreo posterior), mientras que el trabajo fue realizado de manera horizontal .

## Capítulo III: Justificación

El “Quinto Traspatio. Encuentro de editores y editoriales independientes” fue un emprendimiento organizado por gestoras culturales interesadas en promover la bibliodiversidad en el ecosistema del libro, entendiendo que estos conceptos se refieren a la posibilidad de que haya creación, publicación y consumo de materiales impresos alternativos a los lanzados por los grandes consorcios editoriales.

Vaya, es una forma de contrarrestar la monopolización, así como contribuir a que también existan espacios para propuestas alternativas tanto en términos narrativos como de diseño, distribución, discursos político-sociales, entre otros, frente a las narrativas y contenidos hegemónicos en el mundo editorial. Pero, más que una oposición, es una coexistencia.

La visión que fundamenta lo anterior, es que la diversidad de opciones editoriales abona a la generación de diálogos y a la circulación de ideas, visiones, conocimientos y perspectivas, además, claro, de la promoción de uno de los productos más longevos de la cultura, que es el libro.

Es entonces que la promoción de estas propuestas, necesita de estrategias de difusión y es ahí donde toman relevancia campos como el periodismo y las redes sociales.

A propósito de esto último, no sobra hacer mención de cuántas personas tienen acceso a internet y redes sociales, o al menos lo que se estima de acuerdo a cifras recabadas por instrumentos como la Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en los Hogares (ENDUTIH), la cual se publica a mediados de cada año.

De hecho, medios estatales como Cambio de Michoacán citan los datos de la ENDUTIH más reciente. De acuerdo a una nota publicada en dicho medio por el periodista Julio Alberti López Blanco (2025), hasta un 82.5% de la población michoacana utiliza internet.

López Blanco agrega que en Michoacán hay 3 millones 776 mil 256 usuarios de internet, frente a 801 mil 039 personas que no cuentan con el servicio de conexión.

En cuanto al uso que se da a la web, el periodista expuso que la ENDUTIH arrojó que hasta un 93% de usuarios la emplean para comunicarse, 90% se vale de ella

para zambullirse en redes sociales, mientras que el acceso a la información es un uso que llega al 88.2%.

Por lo anterior, se constata la relevancia del papel social que todavía mantiene la labor periodística. Además, que es un elemento que es posible entrelazar con el desarrollo cultural y social, algo que se entiende como deseable al considerar lo señalado por las investigadoras Ana Lucía Recaman Mejía y Margarita Maass Moreno (2014)

En este complejo mundo y considerando que México es un país que puede ser bien descrito como un mosaico de culturas, esta perspectiva de dimensionar socialmente la cultura nos permite entender la relevancia que esta posee dentro de la complejidad de un entorno local, nacional y mundial multicultural. Al mismo tiempo, nos permite explicar las prácticas y los comportamientos de ciertos grupos sociales que normalmente podrían ser incomprendidos, poco valorados y, por tanto, despreciados (p. 28).

Pero es que, además, se trata de perspectivas que en absoluto son nuevas ni en el ámbito académico ni en el sector público, pues como Recaman Mejía y Maass Moreno apuntan, en el sexenio de Enrique Peña Nieto hubo cinco puntos prioritarios para impulsar la dimensión social de la cultura desde el entonces CONACULTA, que era el Consejo Nacional para la Cultura y las Artes antes de ser convertido en la Secretaría de Cultura federal:

1. Situar a la cultura entre los servicios básicos brindados a la población como forma de favorecer la cohesión social.
2. Asegurar las condiciones para que la infraestructura cultural permita disponer de espacios adecuados para la difusión de la cultura en todo el país.
3. Proteger y preservar el patrimonio cultural nacional.
4. Fomentar el desarrollo cultural del país a través del apoyo a industrias culturales y vinculando la inversión en cultura con otras actividades productivas.
5. Posibilitar el acceso universal a la cultura mediante el uso de las tecnologías de la información y la comunicación, y del establecimiento de una Agenda Digital de Cultura en el marco de la Estrategia Digital Nacional.

Estos cinco macro-objetivos posicionan a la cultural, la creación cultural y las prácticas culturales en un lugar donde debería estar desde siempre. Es decir, la cultura como EL pilar del desarrollo social (p. 29).

Recamán Mejía y Maass Moreno (2014) también exponen distintos argumentos que colocan a la cultura como un pilar para el desarrollo sostenible, para lo cual se basan en la perspectiva propuesta por el economista bengalí Amartya Sen.

“El fruto de estas actividades culturales, desde un plano económico, se ve reflejado en la creación de empresas culturales y de apoyo a estas lo cual puede extender un beneficio social en términos de la derrama económica”.

A manera de ejemplo, las autoras señalan los festivales de música, cine o artes escénicas, los cuales además de proponer una cartelera de actividades para la comunidad donde se insertan, también ofrecen una fuente de empleos y beneficios derivados para espacios como hoteles, restaurantes y prestadores de servicios, como los de equipos de audio y/o iluminación.

Lo anterior en cuanto al desarrollo económico, mismo que también puede venir acompañado por contribuciones de tipo social, pues como agrega Recamán Mejía y Maass Moreno (2014) “a través de la cultura se generan puentes para hacer que los ciudadanos sean más conscientes de que la participación ciudadana es vital para generar sociedades más fuertes y democráticas”.

## Capítulo IV: Lo que se entiende por periodismo

### 4.1 Nociones básicas

Antes de entrar en la materia especializada, es necesario mostrar un repaso de lo que se entiende por periodismo en términos generales. En relación con ello, una fuente es la propuesta de Deborah Potter (2006) en su “Manual de periodismo independiente”.

El periodismo es a la vez una profesión y un arte, pues los periodistas aplican habilidades especializadas y se someten a normas en común. Así pues, ¿qué hace del periodismo algo distinto de otras ocupaciones, como la medicina o el derecho, que pueden ser descritas en los mismos términos? La mayor diferencia es quizá el papel especial que los medios informativos desempeñan en una sociedad libre (p. 2)

Para empezar, hay que definir lo que es una noticia, cuestión que de acuerdo a la autora, se puede entender desde el concepto de “noticioso” como algo determinado por varios factores, pero comienza de tajo con la anotación de que se puede considerar como tal a la información cuyo contenido resulta de interés para un público objetivo o específico.

Además de lo anterior, Deborah Potter enumera las siguientes características para que algo sea considerado noticia: oportunidad, impacto, proximidad, controversia, prominencia y actualidad y extrañeza, entendiendo a esta última como lo extraordinario o inesperado, cosas que podrían resultar atractivas por diversas razones o bien, porque apuestan a la curiosidad natural de las personas.

De acuerdo a la autora, el que un acontecimiento sea noticia depende de quienes conforman la audiencia, es decir, sus integrantes, para lo cual se debe considerar no solamente la región, país, estado o municipio donde vivan, sino también de quiénes son, en otras palabras, pensar en lo que se va a decir, cómo y para quienes.

Y es que, como bien lo señala esta autora, los grupos humanos están caracterizados por distintos estilos de vida, valores, metas, preocupaciones y, por supuesto, miedos, siendo todos estos factores que los hacen interesarse por uno u otro tipo de noticias.

Además, entra en juego algo que, según esta autora, ocurre con las empresas periodísticas, en el sentido de que miran al trabajo que realizan como una forma de servicio público y, por tanto, difunden información que puede ser útil para las personas en uno u otro sentido, según sea el caso.

Pero Deborah Potter tampoco es ingenua, dado que admite que la mayor parte de los difusores de noticias también son empresas y justamente por ello se orientan a la obtención de ganancias económicas para mantenerse o subsistir, según sea el caso.

Entonces es cuando agregan en su oferta informativa noticias con las que buscan atraer una audiencia numerosa, contenidos que tengan capacidad para atraer la atención de las personas.

No obstante, también es necesario considerar lo que Deborah Potter apunta a continuación.

No hay razón para que estas dos características estén en conflicto. De hecho, en un día determinado varias de las mejores historias son importantes e interesantes a la vez. Sin embargo, es muy común que las organizaciones de noticias dividan estas en dos categorías básicas: las duras y las blandas, también llamadas artículos de interés (...) muchos periódicos y sitios de noticias en línea tienen secciones por separado para historias blandas sobre estilos de vida, el hogar y la familia, las artes y el entretenimiento (p. 6).

Esta misma autora habla sobre las fuentes de información y cita entre ellas a los comunicados de prensa, productos que son elaborados y enviados en gran parte por funcionarios e instancias de gobierno, aunque también son generados a partir de iniciativas privadas, organizaciones sin fines de lucro y/o activistas.

Aquí viene otro elemento clave, que es justamente uno de los factores que posibilitan la existencia y movimiento del periodismo, que es simple y sencillamente la figura del reportero/ periodista.

La definición de esta última figura es en realidad -si se quiere, sencilla, pues como anotaron Vicente Leñero y Carlos Marín (1986), por periodista se puede entender a quién recopila la información y luego la redacta con forma de notas informativas.

Aunque estos autores hacen una diferenciación sutil, pero relevante, en el sentido de que aquellos encargados de hacer entrevistas y reportajes son *reporteros* y por tanto se entiende que “al que elabora artículos, *articulista*; al que hace editoriales, *editorialista*; al que hace columnas, *columnista* y al que ejercita la crónica, *cronista*. Pero todos quienes hacen del periodismo su principal actividad, cualquiera que sea su especialidad, son periodistas” (p. 23).

Así habremos de entender, periodistas, a las personas necesarias para la cobertura del “Quinto Traspatio. Encuentro de editores y editoriales independientes”.

## 4.2 El periodismo y sus plataformas

Sobre el periodismo, sus funciones y quienes las realizan, hay manuales clásicos que explican esto a detalle, como el escrito por Vicente Leñero y Carlos Marín (1986), quienes señalaron que el oficio puede ejercerse en tres espacios, a saber: la prensa escrita, la radio y la televisión.

Ellos no consideraron al internet ni mucho menos a las redes sociales, por la época en que escribieron su manual, pero sí describieron las características de las tres plataformas clásicas, por así decirlo, que son la prensa escrita, la radio y la televisión. De acuerdo con estos autores, hay diferencias sustanciales entre las tres y es conviene resaltar, sobre todo, en el contexto mexicano.

Entonces, señalan que la prensa escrita es una plataforma manejada por empresas que pueden utilizar el concepto de propiedad privada, mientras que en la radio y en el ámbito de la televisión necesariamente dependen de que se les otorguen concesiones por parte del estado, debido a que la regulación en México considera que el espacio aéreo en que difunden sus contenidos, es propiedad de la nación.

El gobierno determina el juego económico y político de los medios electrónicos. La amplitud y formas que la libertad de expresión alcanza en *prensa, radio y televisión* depende significativamente de esta primera condición esencial.

Una segunda diferencia: radio y televisión pueden o no incluir información periodística en su programación (musical, deportiva, teatral, etcétera) mientras que la prensa tiene como única oferta y razón de ser la información periodística.

Bueno o malo, cierto o falso, comercializado o no, el periodismo es el principal artículo de la prensa escrita (p. 21).

Además, Vicente Leñero y Carlos Marín hablan de una característica en la prensa escrita de fines del siglo XX que parece haber sido trasplantada al mundo digital, tan hegemónico en las primeras décadas del siglo XXI, la cual consiste en que el público tiene posibilidad de elegir qué contenidos revisar y cuáles no.

“El lector de periódicos y revistas es un receptor activo: elige y compra la publicación que quiere, selecciona los textos que juzga de interés (incluidos los

anuncios publicitarios) y determina el momento de la lectura” (Vicente Leñero y Carlos Marín, 1986).

En el caso de radio y televisión, Vicente Leñero y Carlos Marín señalan que para estas dos plataformas, el público “es un destinatario relativamente pasivo del mensaje y siempre está sujeto a escuchar información que no escoge y que frecuentemente se le dosifica con intercalamiento de anuncios comerciales que no busca” (Leñero Vicente y Marín Carlos, 1986).

Ambos autores pasan revisión a las características físicas de cada plataforma, por lo cual señalan que la prensa escrita tiene, a nivel general, dos formas de presentación: que son el diario y la revista.

En el caso de la radio, que es periodística al momento de transmitir noticias o entrevistas, tiene como características singulares la rapidez, pero a decir de ambos autores, tiene una ventaja adicional

Al penetrar por los oídos, obliga al auditorio a realizar un esfuerzo de retención prácticamente imposible. Su mensaje informativo no puede conservarse con fijeza; el radioescucha está imposibilitado para buscar una ampliación del mensaje, abarcar los datos de manera global, repetir la *lectura*, escoger lo que le parece más importante (...) su penetración en el público, sin embargo, es mayor que la de cualquier otro medio de comunicación masiva (p. 22).

En cuanto a la televisión se refiere, ambos autores exponen que este medio comparte con la radio las ventajas de rapidez y oportunidad, pero añade la cuestión de lo visual, con imágenes que permiten al auditorio “situarse en el lugar del acontecimiento, comprobar la veracidad de la narración y hasta cierto punto *vivir el hecho*” (Leñero Vicente y Marín Carlos, 1986).

Ahora, como fue señalado anteriormente, estos autores no tocaron el tema del mundo digital, pero es necesario considerarlo en este momento, porque se trata de un elemento que ha venido a propiciar cambios contundentes en muchos ámbitos profesionales y desde luego el periodismo no está exento. Se trata de las nuevas tecnologías, la web y lo que implica generar contenido para lo digital.

Mark Briggs (2007) ya lo apuntó desde hace varios años “de todas las habilidades que los periodistas necesitan en la era digital, reportear para la Web debería ser la más fácil de aprender”.

No obstante, el mismo autor relata que la irrupción de lo digital, con todos y sus características propias, nuevos esquemas, posibilidades y requerimientos, ha avanzado, aunque no sin resistencias al cambio.

Ahora bien, aunque se podría señalar que la cuestión de *resistencia al cambio* es un fenómeno más bien universal, Mark Briggs lo centra en el caso del gremio periodístico, donde los integrantes sospechan generalmente de métodos de reportería distintos a los usualmente conocidos.

Incluso refiere que el periodismo es, irónicamente, una de las profesiones que con mayor lentitud abrazan, incorporan y naturalizan los cambios, un postulado que ejemplifica con el hecho de que hace algunas décadas, las personas reporteras sentían inseguridad por utilizar en historias noticiosas citas obtenidas por teléfono, un aparato *exótico*, según ironizó el autor.

Más todavía, Mark Briggs comentó que en la década de los años 90, salieron a flote reservas de parte de los reporteros y reporteras cuando hizo su aparición el correo electrónico, herramienta por demás presente en el 2024, año en que sucedió el “Quinto Traspatio. Encuentro de editores y editoriales independientes”.

Sin embargo, la tendencia del gremio a mirar con desdén a otras plataformas continúa, pues Mark Briggs recuerda que si bien en la actualidad hay avances en los sitios web periodísticos, las y los periodistas *tradicionales* consideran que tienen un menor valor, algo que, en efecto, ocurre en rincones del mundo como Michoacán.

Pero no sólo eso, porque Mark Briggs se anima a sacar a flote una cuestión que permanece soterrada entre los reporteros *boomers*, la cual consiste en que hay una nostalgia por el tiempo pasado en que era menos complicado captar la atención de la audiencia, o mejor dicho, las audiencias.

Se hace énfasis en esto último, pues como bien dice el autor, hay un panorama de medios fragmentados, porque si bien hay gente con interés por una actividad de corte cultural o más específicamente, centrada en libros y diseño, hay otras personas que no compartirán esa misma afición.

Posiblemente, los medios masivos de comunicación han dado -o podrían dar- paso a los medios informativos de nicho, aunque eso ya es tema para otra investigación.

Hoy, todo, desde los blogs hasta los comentarios de los lectores en un sitio web noticioso, está encendiendo el debate y provocando que los tradicionalistas hagan sonar muchas alarmas. Pero si usted trasciende la retórica encontrará oportunidades sin precedentes para hacer mejor periodismo abrazando la tecnología y la transparencia –dos cualidades esenciales para amplificar el importante trabajo del periodismo en la era digital (p. 51).

### 4.3 Breve contexto histórico en México

De acuerdo con los registros históricos citados por la enciclopedia Autodidáctica, interactiva, universal y de México, la prensa nació en México a partir del año 1722 con la *Gazeta de México y noticias de Nueva España*, se considera de esta forma porque las publicaciones anteriores no tenían una periodicidad regular.

La prensa escrita continuó su evolución y no se detuvo con la llegada del proceso de independencia que el país experimentó entre 1810 y 1821, de hecho tuvo un fenómeno contrario: hubo un crecimiento debido a que los diferentes bandos crearon publicaciones para defender sus posturas ideológicas.

Esto significa, según dicha enciclopedia, que la actividad de la prensa evolucionó, al pasar de tener un mero carácter oficialista e informativo hasta convertirse en foro de opinión.

Pero no sería sino un siglo después, hasta 1916, en que la prensa habría de adquirir su carácter eminentemente comercial, como se refiere la enciclopedia referida. No obstante, para 1917 se promulgó una nueva constitución mexicana y trajo consigo un punto de inflexión.

Lo anterior se debe a que el documento incluyó en dos de sus artículos, en concreto el sexto y el séptimo, la ratificación de ese concepto tan peliagudo, que es el de *libertad de expresión*. Más todavía, la enciclopedia consultada señala que la *libertad de expresión* fue reglamentada en la ley de Imprenta, la cual también fue promulgada en 1917.

Aunque no todo lo relevante fue ese año, porque otro punto de inflexión ocurrió en 1916, dado que fue cuando ocurrió la fundación de El Universal, hecho que, de acuerdo a esa enciclopedia, marcó que México entrase de lleno en la etapa industrial/comercial de la prensa.

A partir de ahí, señala el texto, hubo otros medios que surgieron desde entonces y siguieron una línea comercial, con la cual circularon por décadas. De acuerdo a la enciclopedia referida, los medios que fueron surgiendo de modo paulatino fueron los siguientes:

En la capital de la República aparecieron *El Universal*, *Excélsior*, *La Prensa*, *El Nacional* (el cual primero fue órgano del partido oficial y luego vocero del gobierno mexicano), *Novedades*, *Esto*, *Ovaciones*, *Cine Mundial*, *El Día*, *El Sol de México* (con más de sesenta ediciones locales en el interior del país), *El Herald de México*, *Unomásuno*, *El Financiero*, *La Jornada*, *El Economista*, *Reforma*, *Crónica* y *La Afición* (primer cotidiano dedicado a los deportes en México).

Ahora bien, supuestamente eso implicó que la prensa en el país pusiera en segundo plano el carácter eminentemente ideológico y partidista de los contenidos periodísticos y adquirió con ello una índole comercial.

Por supuesto, se trata de una interpretación de la historia que podría resultar controversial si se considera lo que ocurre con los convenios de gobierno y lo que estos implican para los medios, pero ese ya es tema de otra tesis.

Por lo pronto, el supuesto es que la línea comercial fue la que prácticamente siguieron todos los diarios nacidos desde entonces y con la cual circularon sus contenidos impresos por décadas.

En cuanto al régimen legal de la prensa, lo más relevante de este largo periodo fue la reforma, en 1977, al artículo sexto constitucional que a la garantía de la libertad de prensa añadió el derecho a la información (p. 854).

En el caso de la radio, la misma enciclopedia Autodidáctica, interactiva, universal y de México expone que si bien llegó al país en 1908, fue hasta 1921 cuando empezaron a surgir por todo nuestro país estaciones radiofónicas, ya fuera mediante el respaldo de instituciones como la Secretaría de Marina o desde el ámbito privado, como sucedió en Chihuahua con Radio Telephone Company.

Luego, según esta enciclopedia, la consolidación de la radio pudo lograrse a partir de 1930 cuando México se afilió a la Conferencia Internacional de Telecomunicaciones y entonces fue que se agregaron los indicativos de XE y XH.

Y después vino el consorcio estadounidense de Radio Corporation of America a contribuir a la solidificación del esquema de radio comercial que de manera preponderante se adoptó en México. Pero la presencia por parte de las instancias de gobierno, ocurrió hasta la década de 1970, cuando el Estado comenzó a participar de manera activa en la radio.

En el caso de la televisión, la obra enciclopédica cita a un nombre relevante en los inicios de esa plataforma audiovisual –hegemónica por décadas antes de la diversificación que supuso la aparición del internet-, el cual es Guillermo González Camarena.

La cuestión es que González Camarena, entre 1933 y 1943, realizó, con un equipo que en su mayor parte fue construido por él mismo, experimentos de transmisión de imágenes. Le dieron permiso de hacerlo en las instalaciones de la XEFO, una emisora perteneciente al Partido Nacional Revolucionario.

Eso sí, la historia cuenta que los resultados no fueron inmediatos, porque debió esperar al menos tres años más para poder efectuar demostraciones de la primera cámara televisual a color, una obra que también fue de su ingenio, y para el año de 1940, González Camarena patentó un sistema mecánico de televisión en color, al cual llamó *tricromático*.

La historia prosiguió de forma que en 1947, el gobierno de la república que presidía en ese entonces Miguel Alemán, decidió que se designaría al inventor González Camarena y al escritor Salvador Novo como comisionados de estudio, para que hicieran análisis de dos modelos de trabajo con la televisión, el de Estados Unidos y el de Reino Unido.

El primero estaba caracterizado por ser de tipo comercial privado, mientras que el británico mantenía un esquema de trabajo estatal. El objetivo del análisis fue encontrar información de respaldo suficiente para que el estado decidiera cuál modelo era conveniente implantar en México. Entonces pasó que la influencia yanqui -como en muchas otras ocasiones- triunfó.

González Camarena recomendó el modelo estadounidense por razones técnicas y económicas y fue nombrado asesor de una comisión para elaborar las reglas del funcionamiento de dicho medio en el país. Durante todo este período, los regímenes de Lázaro Cárdenas, Manuel Ávila Camacho y Miguel Alemán Valdés recibieron numerosas solicitudes y presiones para el otorgamiento de concesiones y la operación comercial de canales de televisión (p. 869).

Sin embargo, sí hubo espacio para la participación de iniciativas diferentes a lo meramente comercial: en 1951, la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), incursionó en la televisión para hacer difusión de contenidos didácticos y divulgativos; mientras que en 1959 el Instituto Politécnico Nacional (IPN) hizo lo propio con la creación del Canal 11, mismo que según la enciclopedia, vendría a ser la primer emisora de corte cultural y educativo tanto de México como de toda América Latina.

A propósito del tema cultural, la enciclopedia Autodidáctica, interactiva, universal y de México muestra lo siguiente con lo ocurrido a otro canal de referencia en el tema:

Rescatada del paquete de medios que el estado había decidido desincorporar desde 1990 y luego de que su lanzamiento se pospusiera una y otra vez, salió al aire el Canal 22 como una emisora cultural que en pocos años obtuvo gran aceptación, gracias a la calidad de su programación y al crecimiento de su cobertura. Lo mismo sucedió con el Canal 11, que si bien no podía comercializar sus espacios por ser

permisionado, había conseguido hacerse de un nutrido número de patrocinadores (p. 872).

Al hacer un salto espacio temporal hacia el Michoacán presente, se debe anotar que la apuesta de posicionar al “Quinto Traspatio. Encuentro de editores y editoriales independientes” fue tanto para medios públicos como comerciales.

## Capítulo V: El libro

### 5.1 Brevísimas historia del artefacto llamado libro

El presente trabajo gira en torno a un emprendimiento cultural que ha hecho de los libros su núcleo, es por ello que se considera pertinente ampliar el contexto con un capítulo dedicado a la historia de estos artefactos, las librerías y el panorama en México.

Pero ¿cómo hacer para reconstruir la historia del libro?, lo que se antoja difícil y más propio de un trabajo de tipo arqueológico, ya lo realizó una potencia de la investigación, la escritura creativa, la recopilación de datos y la imaginación llamada Irene Vallejo (2022).

La escritora menciona que los registros arqueológicos son difíciles de rastrear debido a que el material con que se realizaban los libros antiguos, que era el papiro, es tan frágil que no sobrevive más allá de unos doscientos años, menos aún a los milenios.

Entonces viene la pregunta obligada respecto a cómo se pueden conocer los orígenes, una cuestión que la escritora española responde apoyándose en una herramienta que también es utilizada en trabajos como las tesis o tesinas, es decir, citar datos e información de investigaciones previas.

De acuerdo al conocimiento obtenido a partir de excavaciones a la intemperie, de observaciones, análisis y muchas horas de ensamblaje de datos, en la actualidad solamente es posible rastrear en los textos griegos las primeras menciones a libros de ese momento, que las personas de entonces vieron, tocaron y quizá leyeron (o escucharon a alguien más hacerlo) en sitios cuyos nombres llegaron a la actualidad.

Como lo cuenta Irene Vallejo “esa búsqueda me lleva al tránsito del siglo VI al V a.C. Se cuenta que en aquella época el filósofo Heráclito depositó un ejemplar de su obra *Sobre la naturaleza* en el templo de Artemisa en Éfeso” (p. 137).

La escritora apunta que Éfeso era una ciudad-estado situada en Anatolia, es decir, esa porción de tierra donde hoy se encuentra Turquía y fue entonces un lugar de relevancia porque, a decir de la filóloga española, lo que ahora se entiende por filosofía “brotó a comienzos del siglo VI a.C., de repente, sin ninguna causa visible, en aquella estrecha franja costera que ocupaban los griegos, al borde del

mundo asiático. Los primeros filósofos fueron hijos de la frontera, de la mezcla de sangres, del umbral” (p. 137).

Mediante ese argumento, que también tiene entre líneas una defensa hacia el multiculturalismo, Vallejo refiere que mientras la Grecia continental estaba enquistada en los días del pasado, los habitantes del territorio mestizo se animaron a innovar. Más todavía, comenta que ese florecimiento intelectual y creativo vino de la mano con “la juventud de los libros” y que esa coincidencia no ocurrió por azar.

Frente a la comunicación oral –basada en relatos tradicionales, conocidos y fáciles de recordar-, la escritura permitió crear un lenguaje complejo que los lectores podían asimilar y meditar con tranquilidad. Además, desarrollar un espíritu crítico es más sencillo para quien tiene un libro entre las manos –y puede interrumpir la lectura, releer y pararse a pensar- que para el oyente cautivado por un rapsoda (p. 136 y 137).

Pero la aparición paulatina de los libros sólo fue posible mediante el uso de una herramienta previa, algo que hoy día es tan utilizado que se da por sentado y pasa prácticamente inadvertido: el alfabeto.

En ese sentido, Irene Vallejo añade que el sistema de escritura apareció seis mil años atrás en Mesopotamia “pero los orígenes de esta invención están envueltos en el silencio y el misterio. Tiempo después y de forma independiente, la escritura nació también en Egipto, la India y China”.

La escritora agrega que, para cuando llegó el año 1000 antes de Cristo, fue esculpido un poema en la tumba de Ahiiram, monarca de Biblos, la cual era una “ciudad famosa por su comercio de exportación de papiros, y de dónde procede la palabra griega con la que se designa el libro: *biblíon*”.

Otros autores coinciden con ella y agregan cuestiones referentes a las lenguas, en este caso, Alberto Manguel (2010) escribió sobre la capacidad de crear palabras unidas a significados: “el lenguaje humano articulado se desarrolló recientemente, hace apenas cincuenta mil años. La lengua escrita apareció mucho más tarde: los ejemplos de escritura más antiguos de que disponemos corresponden al tercer milenio antes de Cristo”.

De esta forma, la filóloga española se remonta al inicio no sólo de los libros, sino de la escritura misma, mientras que el ensayista argentino va más atrás, hacia las lejanas brumas del pasado, al señalar la cuestión del lenguaje en sí mismo.

Es una historia extensa que otros enfoques comienzan a partir de un punto más cercano a la actualidad, que es cuando Gutenberg inventó la imprenta.

Puede verse entonces que se trata de una historia con fronteras difusas, una evolución continua y de siglos sintetizado por Alberto Manguel en apenas una cuantas palabras: la transformación se debe “a nuestra creciente habilidad para narrar y preservar historias por medio de nuevas y mejores tecnologías: la tablilla de barro, el rollo de papiro, el códice de pergamino y de papel, la pantalla electrónica”.

Huelga decir que una parte de las actividades del “Quinto Traspatio. Encuentro de editores y editoriales independientes” fue la de generar diálogo en torno a algunas de estas tecnologías, como la impresión en máquina riso o el ejercicio del periodismo, para repensar sus posibilidades de uso en cuanto a la preservación y difusión de historias, ideas o propuestas gráficas.

## **5.2 El libro, artefacto ¿y medio de comunicación?**

Denominar al libro como un medio de comunicación no es una definición muy usual, o al menos no se suele ver de esta forma, pero tampoco es una idea insólita ni nueva.

De hecho, así lo entiende un académico llamado Robert Darnton (2008), autor que lo define y lo describe de este modo en su artículo *¿Qué es la historia del libro?*. De acuerdo a dicho autor, no se puede dudar de que las condiciones y los contextos históricos han variado mucho desde la invención de los tipos móviles, con especificidades en cada lugar y en cada época, por lo cual resultaría banal, por así decirlo, pretender que la biografía de cada uno de los libros se ajustara a un mismo patrón.

Pero el mismo autor hace un giro en su discurso al señalar algo que, en un primer vistazo, podría parecer una contradicción con su enunciado anterior, porque afirma que los libros impresos transcurren más o menos por un ciclo de vida similar.

Y, sin embargo, sus argumentos dan cuenta de que, más allá de las apariencias, en realidad no hay una contradicción como tal, por la razón de que ese patrón permite variabilidades internas.

Entonces, ¿cómo es ese patrón propuesto por Robert Darnton?, pues el académico señala que a este se lo puede describir como un circuito de comunicaciones, que va desde el autor hasta el editor, o el librero en los casos

–no tan excepcionales– en que estos también cumplen el papel de editores, para luego ir hacia el impresor, el expedidor, el librero y llegar al final hacia el lector.

Este último completa el circuito porque influye sobre el autor tanto antes como después del acto de composición. Los propios autores son lectores. Al leer y asociarse a otros lectores y escritores, forjan nociones de género y estilo y una idea general de la empresa literaria que afecta sus textos, ya escriban sonetos shakesperianos o instrucciones para armar equipos de radio (p. 137).

Más aún, Robert Darnton hace un análisis de esa cadena a partir de un eslabón que, señala, es poco tomado en cuenta, pero que es relevante para hacer la difusión, que es la del librero. Como ejemplo de ello, analiza la historia de Isaac-Pierre Rigaud, hombre que vivió en Montpellier e impulsó la Enciclopedia de Voltaire.

El historiador estadounidense analizó datos a partir del análisis del patrón de pedidos que hizo Rigaud a los impresores, que en este caso era la Société typographique de Neuchâtel (STN) y según la información recopilada, dicho librero ofrecía a la audiencia de su ciudad un catálogo nutrido o, por así decirlo, de todo un poco.

Esa clientela podía encontrar con Isaac-Pierre Rigaud libros de crónicas de viajes, historia, novelas, obras de carácter religioso y, en ciertas ocasiones, incluso tratados filosóficos o de divulgación científica.

El historiador hace entender que este librero también tenía sus propias filias, pero no se dejaba guiar sólo por estas para rellenar las estanterías, sino que se guiaba por las preferencias del mercado de entonces y se atenía a la opinión generalizada del comercio librero, es decir, tenía un estilo comercial más bien cauteloso. Sin embargo, llegó un momento de excepción a sus prácticas y esta vino justamente con la obra de Voltaire.

La decisión de Rigaud de hacer un pedido anticipado de treinta ejemplares de los nueve volúmenes de las Questions sur l'Encyclopédie parece especialmente significativa.

Rigaud no habría destinado tanto dinero a una única obra si no hubiera tenido certeza acerca de la demanda, y sus pedidos posteriores demuestran que había hecho un cálculo acertado. El 19 de junio de 1772, poco después de recibir la última remesa del último volumen, pidió otras doce obras completas, y encargó otras dos en 1774, aunque para entonces la STN había agotado sus existencias (p. 140).

Cabe anotar que la STN mencionada por Robert Darnton se la puede entender como una suerte de editorial “alternativa” o independiente en la época de Voltaire.

Pero a propósito de la difusión, Robert Darnton prosigue su relato con el dato de que Voltaire recurrió a triquiñuelas como enviar su trabajo tanto a impresores establecidos como los “alternativos” de la STN para divulgar las ideas de la Ilustración y, si bien el dinero no era un motivo central para el escritor, el flujo de capital que resultaba de las ventas posibilitó el movimiento continuo del sistema descrito.

No obstante, Robert Darnton agrega que en este caso resulta complejo conocer el recibimiento de los libros de Voltaire entre la audiencia, porque “la lectura sigue siendo la fase más difícil de estudiar en el circuito seguido por los libros”.

Ahora bien, el análisis de esta cadena de nexos entre Voltaire, la STN, el librero Isaac-Pierre Rigaud, la ciudad donde éste último residía y comerciaba, Montpellier y por ende, las personas lectoras, son un ejemplo utilizado por Robert Darnton para mostrar y argumentar cómo la relación de elementos actúan en conjunto en el circuito de transmisión de textos.

Dicho de forma breve, estos elementos identificados por Robert Darnton son: autores, editores, impresores, expedidores, libreros y lectores. El historiador menciona que los libros “pertenecen a circuitos de comunicación que, por complejos que sean, funcionan según patrones consistentes. Al sacar a la luz esos circuitos, los historiadores pueden mostrar que los libros no se limitan a contar la historia: la hacen” y en parte, justamente lo que se pretendía con el Quinto Traspatio era generar un encuentro entre los componentes de dicho circuito: lectores, editores, ilustradores, autores, etc.

### **5.3 Las librerías**

La razón para revisar el tema de las librerías y su historia resulta clara: el Quinto Traspatio viene precisamente de una librería. Entonces se comienza desde lo general: ¿se puede rastrear la historia de las librerías?, es una pregunta con cierto sabor retórico porque muy posiblemente más de una persona dedicada a la historia diría que sí.

Sin embargo, parece que el material disponible está un tanto desarticulado, por así decirlo. Al menos así lo deja entrever Jorge Carrión (2013), el cual identificó lo siguiente:

La historia de las librerías es muy diferente de la historia de las bibliotecas. Aquellas carecen de continuidad y de apoyo institucional. Son libres gracias a ser las respuestas mediante iniciativas privadas a problemas

públicos, pero por la misma razón no son estudiadas, a menudo ni siquiera aparecen en las guías de turismo ni se les dedican tesis doctorales hasta que el tiempo ha acabado con ellas y se han convertido en mitos. (p. 40)

El escritor añade poco después que la historiografía de las bibliotecas se apoya en herramientas que se pueden considerar *formales*, como actas, contratos, recortes de prensa, listas de adquisiciones, entre otros elementos; pero en el caso de las librerías, afirma, sus historias resultan más difíciles de rastrear.

Pero, de nueva cuenta, viene la cuestión de que sí es posible rastrearla y que en ocasiones parece estar a simple vista. Para ejemplificar esto, el mismo Jorge Carrión menciona que dentro de la Librería Bertrand de Lisboa, “la B sobre fondo rojo del logo muestra orgullosa una cifra: 1732”, algo que se sustenta en varios elementos como, relata el escritor español “el diploma de Guinness World Records que certifica que es la librería en activo más antigua del mundo” (p. 60).

A decir de Jorge Carrión, a la Librería Bertrand le seguiría Hatchards, abierta en 1797 en el Reino Unido, donde ha continuado su operación porque ahora ya es parte de la cadena Waterstone`s, algo que también le ocurrió a la portuguesa.

Carrión hace esta anotación porque luego señala que posiblemente sea Ávila, en Buenos Aires, la “librería independiente más antigua del mundo, siempre y cuando aceptemos 1785 como su fecha de fundación, pues fue entonces cuando se instaló en la misma esquina un colmado que, además de ofrecer comestibles y licores, vendía libros” (Jorge Carrión, 2013). Pero entonces viene la pregunta ¿a qué se refiere el concepto de *librería independiente*?

#### **5.4 Relación entre independencia y comunidad**

Para responder a la cuestión anterior, se hace referencia ahora a las fuentes mediáticas, como por ejemplo el suplemento digital *Librotea* de Grupo Milenio. En ese espacio, la periodista Rebeca Márquez publicó en noviembre de 2024 que las librerías independientes surgieron en México a fines del siglo XX “casi como pequeñas islas en medio de un vasto océano de monopolios y grandes cadenas comerciales”.

Entonces, se entiende que el concepto de *librería independiente* hace referencia a un emprendimiento que bien pueden entrar en la categoría de Pequeñas y Medianas Empresas (PyMES), montado por un particular, varias personas o una familia.

Sin embargo, Rebeca Márquez hace énfasis en las características diferenciadoras de estos espacios, en el siguiente sentido: “las librerías independientes son centros de cultura, de resistencia, de comunidad”, a donde va un público en

busca de un catálogo, añade, “curado con dedicación, títulos que las grandes cadenas difícilmente albergarían y un sentido de pertenencia a una comunidad lectora que comparta sus intereses y su amor por la literatura”.

Para sustentar lo anterior, la autora añade que estos emprendimientos se enfrentan a la necesidad de asegurar su supervivencia financiera en medio de un mercado saturado, tanto por las empresas grandes -que ya cuentan con múltiples sucursales- como por el comercio en línea, “y, sin embargo, logran distinguirse al ofrecer una experiencia de cercanía y calidez que ni Amazon ni las grandes cadenas pueden replicar. En el presente, no sólo venden libros: ofrecen encuentros con autores, talleres y clubes de lectura”.

Un fundamento similar al anterior tiene el reportaje publicado por la revista Gatoparto, en mayo de 2024, donde el reportero Jair Ortega de la Sancha recolecta las historias de tres librerías independientes que operan en la Ciudad de México.

En el primer caso, Ortega de la Sancha escribe de Polilla Librería, un espacio abierto por Cecilia Castro y Daniel F. Álvarez, quienes se asociaron por intereses comunes como la escritura literaria y las obras de autores latinoamericanos, siendo justamente por esto último que se dieron cuenta de la poca visibilidad que las grandes cadenas dan a los libros publicados por editoriales independientes o por autores hispanohablantes. Fue esa carencia la que les motivó a abrir su espacio.

La segunda historia narrada por Ortega de la Sancha corresponde a Glaciar Libros Helados, un lugar abierto en septiembre de 2023 por el diseñador Daniel Bolívar y el editor Alfonso Santiago. La particularidad del lugar reside, escribe el reportero, en que ahí mismo “conviven las publicaciones independientes y los helados de yogurt”.

Esa innovación les ha granjeado audiencia, pues de acuerdo con Daniel Bolívar, en Glaciar Libros Helados es posible implementar estrategias para acercar a más personas a la literatura, “hemos encontrado con mucho interés este tipo de publicaciones. Siempre está como esa cosa de que en México no leemos o no compramos libros o no consumimos proyectos culturales y la realidad es muy distinta”.

Además, el entrevistado vuelve a coincidir en el tema de las comunidades, o al menos así define a las personas que acuden a Glaciar Libros Helados en vez de categorizarlos como clientes o audiencia: “nos ha respaldado una gran comunidad lectora y otra que no lo es tanto, pero que se acercan por lo helados y nos apoyan (...) ha sido muy bonito encontrarnos también con apoyo de gente de la colonia y de otras como la comunidad LGBT y la comunidad de ilustradoras”.

El tercer caso referido por las letras de Ortega de la Sancha es el de U-tópicas, espacio abierto por Luis Castro Hernández, su madre Martha Hernández y su abuela Martha Aguilar, quienes buscaron subsanar una ausencia, es decir “querían actuar ante la falta de literatura escrita por mujeres en las librerías de cadena”.

El proyecto nació entonces con un claro perfil feminista, por su misión de difundir obra escrita por mujeres y luego creció hacia materiales sobre derechos humanos, movimientos sociales, pensamiento decolonial, identidades LGBT y otros movimientos sociales. El crecimiento del catálogo fue influenciado, señala Ortega de la Sancha, por peticiones y sugerencias de las personas lectoras, “también se asociaron con distintas colectivas artísticas, productoras y artesanas, quienes tienen un espacio donde se venden sus productos”.

Se trata de historias existentes en la Ciudad de México, mientras que en Morelia sí existen iniciativas que caben dentro de la clasificación de *librería independiente*, siendo justamente El Traspatio una de ellas. En dicho sitio se realizan actividades culturales de diversa índole y, además, también tiene necesidades de vinculación con los medios de comunicación para la difusión de esa oferta.

De hecho, en una entrevista concedida al extinto semanario de El sol de Morelia –la desaparición de impresos es harina para otro costal de investigación- la iniciadora y directora de El Traspatio, Mara Rahab Bautista López contó que la librería ha cambiado desde su nacimiento, posibilitado a partir de encuentros de editores y editoriales independientes sucedidos en 2014, 2015, 2016 y 2018.

En todas esas ediciones del evento, mencionó Bautista López, la apuesta se enfocó hacia la bibliodiversidad, en el entendido de que a mayor número de opciones de ediciones “más nutrido el pensamiento” (Fonseca, 2023).

Aunque, es necesario aclarar, son dos cosas interrelacionadas: una son los eventos y otra es la librería como tal, misma que abrió sus puertas en octubre del 2016 con un fondo inicial de 70 títulos, número que se ha extendido y nutrido de manera paulatina desde entonces.

Como la propia Bautista López refirió, mediante el stock bibliográfico de la librería “invitamos a la exploración y no sólo por un intercambio económico sino por la idea de acercarse a un objeto cultural tan rico como el libro” (Fonseca, 2023).

## Capítulo VI: Comunicar el proyecto

### 6.1 Agencias de comunicación: caso Red Lab gestión y vinculación cultural

Como se plasmó en el primer capítulo, las y los periodistas salen -en teoría- de sus hogares hacia el campo -como también se le conoce al espacio público- para buscar información, procesarla como notas informativas y publicarlas en diferentes plataformas.

Se debe anotar que la palabra *campo* es polisémica, dado que se trata de un concepto que en el presente caso puede traducirse de las siguientes formas: en plazas con toldos donde se realizan actos políticos, la calle por donde transcurre una manifestación, un salón donde se celebra una rueda de prensa, un estadio de fútbol o bien, un teatro con un concierto en su interior.

Pero es que, además, el flujo de búsqueda de información no es unidireccional en el sentido de periodista-campo, porque también ocurre que hay personas y gremios con interés de contactar a los individuos que ejercen la comunicación periodística.

Las razones que tienen dichas personas para lograr ese objetivo son, principalmente, las siguientes: para promover algún producto/emprendimiento, como un concierto y obtener público para el mismo; la generación de registros en torno a algún proceso; en menor medida, otra razón es para denunciar algún acto de corrupción de las instituciones, ya sea por favoritismos, desvío de recursos, discriminación, tráfico de influencias; entre otras cuestiones.

Aunque el tema de la denuncia es cada vez más inusual, por las relaciones de poder verticales que se han establecido entre las instituciones con recurso y los gremios artísticos/ creativos que necesitan esos recursos.

Sin embargo, algo más común es la generación de registros periodísticos, el cual resulta de utilidad para artistas tanto para alimentar portafolios profesionales como para gestionar becas. La cuestión es que entre los requisitos que suelen imponer las instancias de gobierno que ofrecen esos apoyos, están precisamente que haya registros que prueben la trayectoria de las personas solicitantes; es ahí

donde las notas periodísticas funcionan como una forma de validación no sólo para artistas y creativos de diversa índole, sino también deportistas o activistas.

Es entonces donde entran en juego las agencias de comunicación y relaciones públicas, para vincular ambas partes, es decir, poner en contacto a periodistas que pudieran tener interés en el trabajo que desarrollan los gremios de artistas, deportistas y/o activistas. El objetivo es generar contenidos para medios en beneficio de ambas partes, pero sobre todo los segundos.

Ahora bien, como ya es de sobra conocido, en nuestro país el referente de estas formas de trabajo se encuentra en la Ciudad de México, urbe en la que abundan las agencias y además, se especializan en ciertos temas, como por ejemplo “IQ Iacunacury Acosta Co Rp”, “Calouma Films” en el cine, “PinPoint” en música y audiovisuales o “Casa de las palabras” en el mundo de los libros.

En el territorio de Morelia, puedo mencionar el caso de una organización que tiene su faceta como agencia, que es “Red Lab Laboratorio de Vinculación y Gestión Cultural”, un proyecto con diferentes áreas que, en su lado de emprendimiento de la comunicación, se especializó en el nicho de la cultura.

Resaltar además que no se trata de una iniciativa de reciente creación, porque apareció en el panorama michoacano en el 2011, como lo menciona la propia agencia en su página web. Ahora, aunque ya trasladó su sede a la Ciudad de México, ha permanecido con presencia en Michoacán.

Lo anterior significa que la agencia desarrolla la comunicación y vinculación de emprendimientos, proyectos institucionales e independientes -las que se puede entender como cuentas de trabajo- principalmente en ambas entidades de la república mexicana.

El hecho de que la agencia siga su operación en Michoacán –especialmente en Morelia-, con la vinculación entre los gremios creativos con medios de comunicación, es porque busca contribuir a la generación de públicos, a la descentralización de actividades culturales fuera de la capital del país y al fortalecimiento de los proyectos de distintas disciplinas.

Uno de estos casos viene a ser, justamente, el “Quinto Traspatio. Encuentro de editores y editoriales independientes”, realizado en cuatro sedes diferentes de la capital michoacana, en marzo de 2024. En concreto, los lugares que recibieron las actividades del proyecto fueron el Centro Cultural de la UNAM Morelia, El Traspatio librería, el café “Flor y Canto” y Espacio los limones.

# Imagen 1

Captura de pantalla de publicación en redes con el programa general del evento.

**Publicación de RedLab Gestión Cultural**

RedLab Gestión Cultural  
11 de marzo de 2024 · 18

#Michoacán ¡Cada vez falta menos para el quinto Encuentro de Editoriales Independientes: El Traspaso, lo que sucede detrás del libro! 📖📄

📅 Del 14 al 17 de marzo

Consulta la programación y no te pierdas las más de 20 actividades gratuitas 🎉  
<https://links.ee/traspasolibreria...>

Actividad realizada con el estímulo del Sistema de Apoyos a la Creación y Proyectos Culturales.  
@PONCAMX @sistemadecreacion

#RedLabRecomienda #RedComienda #Cultura #Arte #Liberaruta #EditorialesIndependientes

**QUINTO TRASPASO**  
14 AL 17 MARZO 2024  
ENCUENTRO DE EDITORIALES INDEPENDIENTES  
MICHÓIQUIL, MICHOACÁN DE OCHOA  
FESTIVALES 10 AÑOS DE TRASPASO  
Más de 20 actividades gratuitas

**JUEVES 14 DE MARZO**

- 14:00 hrs. **Apertura del Traspaso y Traspaso: ¿qué sucede detrás del libro y la impresión, edición y distribución? Traspaso a Traspaso (Librerías)** con Daniel Sandoval y Ana María Hernández. Más de 100 personas en el evento. Más de 100 personas en el evento. Más de 100 personas en el evento.
- 16:00 hrs. **Exposición y Panelista y la apertura cultural** con Daniel Sandoval y Ana María Hernández.
- 18:00 hrs. **Charla: ¿Por qué leer libros, por qué y cómo leerlos en el día?** con Daniel Sandoval y Ana María Hernández.
- 19:00 hrs. **Charla: Historia de la casa del libro que comenzó el primer día de marzo** con Daniel Sandoval y Ana María Hernández.

**VIERNES 15 DE MARZO**

- 10:00 hrs. **Charla: ¿Por qué leer libros, por qué y cómo leerlos en el día?** con Daniel Sandoval y Ana María Hernández.
- 12:00 hrs. **Charla: Historia de la casa del libro que comenzó el primer día de marzo** con Daniel Sandoval y Ana María Hernández.
- 14:00 hrs. **Charla: ¿Por qué leer libros, por qué y cómo leerlos en el día?** con Daniel Sandoval y Ana María Hernández.
- 16:00 hrs. **Charla: Historia de la casa del libro que comenzó el primer día de marzo** con Daniel Sandoval y Ana María Hernández.

**SÁBADO 16 DE MARZO**

- 10:00 hrs. **Charla: ¿Por qué leer libros, por qué y cómo leerlos en el día?** con Daniel Sandoval y Ana María Hernández.
- 12:00 hrs. **Charla: Historia de la casa del libro que comenzó el primer día de marzo** con Daniel Sandoval y Ana María Hernández.
- 14:00 hrs. **Charla: ¿Por qué leer libros, por qué y cómo leerlos en el día?** con Daniel Sandoval y Ana María Hernández.
- 16:00 hrs. **Charla: Historia de la casa del libro que comenzó el primer día de marzo** con Daniel Sandoval y Ana María Hernández.

10 reacciones · 1 comentario · 1 vez compartido

Me gusta · Comentar

Más relevantes ▾

**El traspaso**  
👍👍👍👍👍👍👍👍👍👍👍👍👍👍👍👍👍👍👍👍👍👍  
1 año

## 6.2 El proyecto a difundir, la cuenta de El Traspatio

Una vez que ha sido expuesto lo que es el Traspatio como proyecto multiplataforma –tanto por su ámbito de librería como de realización de encuentros-, el trasfondo ideológico que le respalda y sus búsquedas, entre ellas, la de que exista un público interesado que acuda a las actividades de sus eventos para escuchar a las personas invitadas, viene entonces la parte (peliaguda) de hacer que esa posible audiencia se percate acerca de la programación, fechas, cartelera y ponentes.

Entonces viene la inevitable pregunta ¿qué estrategias tomar para hacer esa difusión y promoción?, en especial si se trata de un proyecto independiente ante el cual los medios no están *obligados* a respaldar con difusión.

En esta parte es necesario hacer una revisión breve respecto a un elemento clave en el contexto mediático de Morelia, referente al de los convenios de gobierno -estatal o municipales- con los medios de comunicación.

Los convenios son un contrato de difusión -aunque algunas personas lo habrían de definir como publicidad positiva encubierta, pero es un tema controversial digno de otro trabajo de investigación y/o análisis-, por tanto, mediante ellos, los medios obtienen recurso económico a cambio de acatar el compromiso de emitir en sus plataformas información sobre las actividades, programas oficiales y metas “cumplidas” de cada dependencia o instituto gubernamental.

El sector cultural entra en esos esquemas dependiendo de qué tan presente se encuentre en la estructura de cada esfera de gobierno. Es decir, algunos ayuntamientos michoacanos tienen secretarías, institutos o direcciones dedicados a cultura y turismo, pero muchos otros no o no realizan actividades relacionadas a ese ámbito.

En el caso del gobierno estatal, el sector del que se habla en este trabajo sí tiene presencia en esos esquemas de convenios, porque existe la Secretaría de Cultura de Michoacán (Secum), lo cual implica que los medios tienen el compromiso de emitir la información, o en su caso cubrir las actividades de dicha dependencia, porque es parte de una entidad –el gobierno estatal- desde la cual proviene el recurso económico.

Esto significa que las actividades culturales organizadas y desarrolladas desde el gobierno estatal tienen una puerta más directa a canales de difusión, cosa que no

necesariamente ocurre con los emprendimientos de corte independiente, como el caso de librería El Traspatio.

Lo anterior no quiere decir que sean espacios vetados por los medios de comunicación, sino que gran parte de las actividades que se generan desde esos lugares, instancias y/o emprendimientos alternativos no tienen mucha presencia mediática debido a que las empresas *no están obligadas*, por así decirlo, a cubrirlos.

### **6.2.1 El antes**

Antes de entrar de lleno en materia, se debe recordar lo que señala Jorge Carrión respecto a la falta de vinculación entre las instancias de gobierno y sus herramientas, como las guías de turistas, con los espacios culturales alternativos, en concreto las librerías independientes.

El mismo Jorge Carrión afirma en un ensayo publicado por Anagrama que las librerías ni siquiera aparecen en las guías de turistas y no hace falta mucha investigación para constatar que el ayuntamiento de Morelia le da razón al escritor español.

Para muestra de lo anterior, un botón: la Secretaría de Turismo del municipio moreliano tiene módulos donde el personal -muy amable, eso sí- entrega materiales impresos con el mapa del centro histórico.

El mapa señala monumentos arquitectónicos y presenta cinco rutas de recorrido, pero en ninguna parte se muestra a espacios culturales independientes, ya no se diga librerías. Por lo tanto, en esas guías no aparece ni El Traspatio ni ninguna de las sedes donde se desarrolló su quinto encuentro.

Vaya, ni siquiera es mencionado el Centro Cultural de la UNAM campus Morelia, a pesar de que es un lugar que tiene poco más de una década en operación y que pertenece a una institución educativa considerablemente grande.

Pese a lo anterior, el horizonte no es tan catastrófico. Y es que, si bien es cierto que las instancias de gobierno tienen mayor peso en promoverse a sí mismas e incentivan poco la vinculación entre los emprendimientos culturales alternativos con los medios de comunicación, esto no significa que no haya cobertura o que las empresas mediáticas lo tengan prohibido, al menos no en el caso de México en general ni de Michoacán en particular.

Por tanto, hay que buscar maneras de llegar a las plataformas mediáticas para difundir las iniciativas. En el caso del “Quinto Traspatio”, la promoción comenzó

en las semanas previas al evento como tal, en el entendido de que es necesario hacer que los posibles espectadores conozcan de antemano la proximidad del evento.

Entonces, ¿cómo o de qué forma se desarrollan estrategias de comunicación de eventos culturales entre las y los periodistas?, hay herramientas que se pueden combinar, que son desde la clásica producción de una rueda de prensa, hasta el armado de una gira de medios en la cual se incluya distintas entrevistas. En ambos casos, la información tiene salida en diferentes plataformas y formatos.

Existen otras posibilidades, como la redacción de una serie de boletines y su envío a través de correo electrónico y/o servicios de mensajería digital como grupos de “WhatsApp, o bien apostar enteramente a las redes sociales. En las semanas previas al evento, es bueno recurrir a una combinación de todas estas herramientas mencionadas.

## Imagen 2

*Captura de pantalla con publicación que anuncia al evento.*



En ambos casos, el objetivo que se busca es que la información llegue a distintas audiencias, para que las personas interesadas conozcan sobre el evento. Se parte entonces de la noción de que cada medio ha cultivado seguidores propios.

Ahora bien, aunque tanto la rueda de prensa como la gira de medios funcionan para convocar la participación de distintos representantes de empresas periodísticas, hay diferencias que vale la pena considerar.

En el caso de una rueda de prensa, se trata de un evento que ocurre en un mismo día, lugar y horario, para la cual se lanza una invitación abierta y se espera lleguen las y los periodistas, dependiendo de sus agendas. Hay incertidumbre por la expectativa de que los reporteros puedan adaptarse al horario, lugar y contenido propuesto en la rueda, cosa que no siempre puede ocurrir, en especial en una ciudad como Morelia, donde la fuente de cultura se encuentra muy reducida.

Por su parte, una gira de medios se conforma mediante la gestión / coordinación de entrevistas, diferidas en horarios, espacios e incluso días. Aquí ocurre que los interesados en promover la cuenta, se adaptan a los esquemas de trabajo de los periodistas y/o las empresas donde estos laboran. De muchas maneras, resulta más amigable para los trabajadores de los medios y también es más posible que abran las puertas a la información propuesta. Esto resultó útil para el “Quinto Traspatio” pero también podría serlo para cualquier otra cuenta a difundir, ya sea un festival de música o de cerveza artesanal por ejemplo.

Es necesario describir exactamente qué implica gestionar entrevistas. Se comenzará por señalar que hay dos vías posibles: contactar al reportero o reportera que se dedica a los temas de cultura y/o turismo (la gente de espectáculos pocas veces mostrará interés por cultura alternativa) o bien, acudir con jefes de información para que decidan si dan espacio -en el mejor de los casos- y, en caso de que sea de esta forma, acomodar los horarios de entrevistas y fecha de publicación o emisión.

Pero en esta parte, también hay algunas diferencias que es necesario anotar. En el caso de noticieros de televisión o programas radiofónicos, es recomendable contactar a jefes de información o gente encargada de la producción; pero en el ámbito de las páginas web y/o impresos, es mejor ir directamente con las y los reporteros. Esto último se relaciona con un detalle tácito, que es el de hacerles sentir que tienen importancia en la cadena informativa.

Lo anterior lleva a otra cuestión que es necesario tomar en cuenta: las relaciones públicas. Esto último funciona para seguir promoviendo la cuenta en cuestión -en este caso el Quinto Traspatio- por la sencilla razón de que resulta más probable lograr dicha promoción si existe buena relación con los espacios mediáticos.

¿Cómo se logra esto?, mediante acciones sutiles que hagan sentir a las personas periodistas que su labor es importante, por ejemplo, desde el obsequio de *merchandise* relacionada con el evento, hasta la entrega de cortesías para accesos.

En lo que respecta a “Quinto Traspatio”, el trabajo de promoción comenzó desde el menos un mes antes del evento, porque fue necesario dar aviso a las diferentes audiencias sobre las actividades que vendrían en el encuentro (ver imágenes 3, 4 y 5).

### Imágenes 3, 4 y 5

*La creadora del evento, Mara Rahab Bautista López, en entrevistas en días previos al evento.*





Por tanto, desde la agencia “RedLab gestión cultural”, la directora Gabriela Anguiano Zamudio coordinó la gestión de 11 entrevistas con medios de comunicación locales y nacionales como MVS Radio, Radio Nicolaita 104.3 FM, Canal 22, Sistema Michoacano de Radio y Televisión, Grupo Marmor, Revista Proceso, Diario ABC de Michoacán, Mi Morelia y los podcasts Culturalia y Ruido Blanco, mientras que el equipo de la agencia dio seguimiento.

Como se puede observar, son entrevistas que fueron realizadas en espacios televisivos, radiofónicos y digitales -en este punto es de resaltar que el Diario ABC de Michoacán publicó en su versión web-.

Ahora bien, es importante anotar algo: si la iniciativa que se busca difundir tendrá eventos donde se cobrará la entrada, es mejor evitar mencionarlo, porque puede ser un arma de doble filo: es decir, le abre la posibilidad a los medios de entender que si habrá recurso entonces podrán cobrar por las entrevistas a modo de publiota, algo que, por lo general no pueden sufragar la mayoría de proyectos emanados desde la cultura independiente.

Es decir, cuando se trata de eventos masivos, que son parte de la cultura de masas y que tienen a figuras de la farándula, son cuentas de trabajo donde sí habrá recursos –de sobra– destinados específicamente para buscar esos espacios pagados en los medios informativos; pero en el caso de iniciativas que no se inscriben en el *mainstream*, que suelen ser de nichos y que en muchas ocasiones operan con recursos más limitados, no suelen tener presupuestos tan generosos como para publiotas.

Una vez realizada la anotación anterior, se puede señalar ahora que se buscó reforzar la información previa en el Quinto Traspatio con dos boletines de prensa. El primero de ellos fue elaborado y enviado a medios el 20 de febrero de 2024. El texto tuvo el encabezado siguiente: *Se acerca la quinta edición del Encuentro de editores y editoriales independientes “El Traspatio: lo que sucede detrás del libro”* en Morelia.

El segundo fue *Todo listo para la inauguración del V Encuentro de editores y editoriales independientes “El Traspatio: lo que sucede detrás del libro”*, en Morelia, mismo que fue redactado y enviado a medios justo un día antes, el 13 de marzo.

Ambos textos incluyeron en su contenido menciones al programa de actividades, que se desarrolló entre los días 14 y 17 de marzo del 2024. Esto lleva al siguiente apartado.

### **6.2.2 El durante**

Cuando comienza el juego se requiere de todo el equipo de participantes. En efecto, una agencia está integrada por varias personas, necesarias para realizar diferentes tareas, algo que es deseable independientemente de que se trate de una cuenta grande, mediana o pequeña.

Las formas de organización varían, pero de acuerdo a la experiencia tomada en campo, es considerablemente mejor si hay roles asignados de manera previa al comienzo del evento: al menos dos personas para realizar la gestión de las redes sociales (por ejemplo, una para realizar transmisiones en vivo de las actividades mientras que otra hace la fotografía que después será publicada); también será

necesario delegar en otro integrante la redacción y envío de los boletines de prensa.

### Imagen 6

*Nota sobre el comienzo del Quinto Traspatio en el Centro Cultural de la UNAM campus Morelia*

**Publicación de RedLab Gestión Cultural**

**RedLab Gestión Cultural**  
14 de marzo de 2024 · 🌐

📖💜 ¡Arrancaron las actividades del quinto "Encuentro de Editoriales Independientes. El traspatio: Lo que sucede detrás del libro"!

Mara Rahab, directora general del Traspatio, inauguró este increíble evento en **UNAM Centro Cultural Morelia**.

¡No te pierdas las siguientes actividades totalmente gratuitas de este maravilloso encuentro literario! ✨

Encuentra la programación aquí 📄 <https://linktr.ee/traspatiolibreria...>



👍👤 26

1 vez compartido

👍 Me gusta      💬 Comentar

En este punto, es menester señalar que el tema de los boletines también requiere una organización previa, no sólo a nivel interno en la agencia, sino con las personas de los emprendimientos para definir junto a ellas si durante el evento habrá un boletín general que contenga las actividades de todo el día, o la realización de textos específicos para diferentes actividades o bien, ambas modalidades.

Para poner un ejemplo de lo anterior se puede señalar que, cuando se trata de un evento muy grande, como el Festival de Música de Morelia Miguel Bernal Jiménez, sí es deseable que sean manejados boletines específicos de cada concierto y/o actividad.

Sin embargo, en el caso de una cuenta de mayor especificidad (debido a que se dirige a públicos más reducidos) como el “Quinto Traspatio”, resulta una mejor estrategia generar un boletín por cada día, debido a que en estos casos resulta más probable que los medios repliquen información conjunta que fraccionada. En suma, es deseable evitar la saturación, porque esta puede conducir a la pérdida de interés.

Eso sí, en ambos casos algo que es deseable realizar, son “esqueletos” previos de los textos. A lo que se refiere ese término es a textos semi estructurados, con un orden predefinido, con la idea de nutrirlos conforma va ocurriendo el evento.

¿Cómo se nutre un texto?, hay diferentes maneras: con las declaraciones de tal persona invitada, con la intervención de otro personaje relevante, con alguna descripción general de cómo fue recibido por el público y/o una combinación entre declaraciones y descripciones.

Una vez expuesto lo anterior, ahora es posible tocar otro elemento relevante, relativo al de las relaciones públicas con las personas periodistas. Lo anterior significa que la persona asignada para tal tarea conoce – idealmente- a quienes representan a los medios, para darles un saludo de bienvenida, pedirles que llenen un registro de asistencia con sus datos e indicarles que se les puede proporcionar datos adicionales en caso de que lo requieran.

El tema del registro tiene una doble función: mantener actualizada la base de datos tanto para la presente como para futuras cuentas de trabajo y para hacer el monitoreo con que se enriquecerá el reporte final.

Asimismo, es ideal entregar a las y los reporteros acreditaciones y kits de prensa, los cuales pueden incluir un primer boletín impreso y elementos de *branding*

sobre la cuenta a promover, por ejemplo una bolsa, una libreta alusiva, lapicero con la imagen del evento.

Otra observación: esta función de relaciones públicas incluye detalles como: compartirles dónde pueden tomar agua o café, un presente que varios compañeros y compañeras de prensa agradecen luego de estar en jornadas amplias en la calle en otros eventos y/o sucesos ocurridos en el campo. Respecto al tópico de las redes sociales, en líneas anteriores se habló sobre la necesidad de que en el equipo de la agencia haya al menos dos personas dedicadas para la gestión de esas plataformas digitales; esto se debe a que, muy contrario a lo que el *vox populi* podría pensar, el trabajo digital es absorbente.

De hecho, en el caso de el “Quinto Traspatio” eso implicó la generación de contenido para las páginas de Facebook e Instagram de Traspatio librería, es decir, redacción de copys, armado de historias, edición de reels, publicación de galerías fotográficas y transmisiones en vivo de las distintas actividades del evento (ver imágenes 7, 8 y 9).

### Imágenes 7, 8 y 9

Fotografías tomadas en cobertura y publicadas en redes de Traspatio librería.



Para este ámbito, lo ideal es generar, de manera previa y junto a las personas propietarias de las cuentas que se promueven, un programa de los contenidos digitales a publicar, es decir, de cuáles cosas hacer galerías fotográficas, de cuales *reels* y de cuales transmisiones en vivo.

Entonces, en el caso de “Quinto Traspatio” hubo transmisiones en vivo publicadas en la cuenta de Instagram del Traspatio de las siguientes actividades:

La inauguración del V Encuentro de Editores y Editoriales Independientes. “El Traspatio: Lo que sucede detrás del libro”

Cuando fue inaugurada la exposición “Edición y Maremoto” Homenaje a Tumbona Ediciones

La charla “Y yo de Tumbona, ¿Qué sé y cómo llegué a ella?”

La charla “Hablemos de hacer los libros que deseamos. El Gozo y el deseo”

La conferencia “Sobre la edición de revistas. Experiencia en la revista UNAM”

La charla “Las librerías, espacios de libertad y encuentro”

La mesa de diálogo “De librería a editorial. El amor de leer y hacer libros”

La mesa de diálogo “La libertad y la relación entre escritura y la edición”

La conferencia “Escribir con imágenes: libros ilustrados e invención del mundo”

La charla “La riso y sus posibilidades” (es necesario anotar aquí lo siguiente: el término riso es en realidad una abreviatura de risograph, una técnica de impresión japonés semejante a la serigrafía).

La charla “Periodismo, escritura y edición”

La presentación del libro “El fruto” y una charla sobre trabajo de cuidados

En el caso de los talleres, debido a su naturaleza como actividades que suelen transcurrir en varias sesiones y que se dirigen a grupos de personas reunidas específicamente para los contenidos que se desarrollarán ahí dentro, no son propias para transmisiones en vivo, sino que es mejor documentarlos mediante galerías fotográficas, publicables tanto en Instagram como en Facebook u otra red, según sea el caso (ver imagen 10).

## Imagen 10

*Fotografía de uno de los talleres desarrollados en el Quinto Traspatio.*



Aquí viene otra observación, en la red social Facebook, todavía es plausible “repostear” notas publicadas en medios de comunicación que aludan a la cuenta que se promueve. Esto último resulta útil en varios sentidos, porque, por una parte, es una forma de agradecimiento a quienes hicieron la difusión del contenido y, al mismo tiempo, se mantiene de forma tácita la relación pública.

Asimismo, el reposteo de notas publicadas tiene el fin de impulsar la promoción del contenido a través de la nota informativa, con la validación implícita que conlleva dicho registro periodístico. Por así decirlo, es una simbiosis entre medios de comunicación y redes sociales para beneficio de la cuenta, que en este caso fue el Quinto Traspatio.

### **6.2.3 El después**

Luego de la vorágine de un programa de actividades armado con ponencias, exposiciones, diálogos e inauguraciones, llega el momento en que el evento acaba. Esto significa que las personas invitadas vuelven a sus lugares de origen, que en el caso de “Quinto Traspatio” la mayoría residen en la Ciudad de México; mientras que, las sedes físicas en donde fueron desarrolladas las actividades del evento retornarán a sus horarios y cotidianidad usual.

Sin embargo, lo anterior no significa que el trabajo de la agencia responsable de la promoción y prensa, en este caso “Red Lab laboratorio de gestión y vinculación cultural”, haya terminado. La razón es que ahora sigue el armado y entrega de un monitoreo, documento que estará integrado dentro de un reporte general de actividades.

Las razones de por qué es positivo entregar un reporte son varias y a continuación serán señaladas: primero, -y la más obvia, pero no por ello hay que dejarla por sentado- es para respaldar el trabajo realizado, con lo cual se puede otorgar al propietario de la cuenta promovida un saldo de los resultados obtenidos; buscar con ese respaldo la consolidación de una cartera de clientes, es decir, que para futuras emisiones de los eventos acudan de nuevo a solicitar los servicios de la agencia; tener una guía de la labor realizada para un escenario donde se vuelva a trabajar con la cuenta.

Por su parte, para la persona que es propietaria de la cuenta, en este caso Mara Rahab Bautista López, el reporte y monitoreo tiene al mismo tiempo la función de guía en donde se muestre en qué espacios periodísticos fue publicado su contenido y con ello, un muestreo del alcance que se puede lograr y aspirar para el futuro.

Y es que, como fue señalado de forma previa, las publicaciones periodísticas también benefician a personas como Bautista López, porque funcionan como soportes para futuros trámites de apoyos desde el gobierno y/o de la iniciativa privada. En pocas palabras, para presentar una validación de que el trabajo que realizan como gestoras y/o promotores culturales sí es real.

En el caso de “Quinto Traspatio”, se pueden mostrar los resultados condensados en dicho reporte, mismos que anotan lo siguiente: fueron publicadas un total de 45 notas en medios electrónicos y digitales; además se realizaron un total de 43 menciones en redes sociales por parte de medios de comunicación. Entre dichos medios se destacan la Revista Proceso, el Canal 22 y MVS Radio.

## Imagen 11

Captura de pantalla de nota publicada en Proceso

### Publicación de Revista Proceso



---

 **Revista Proceso**   
17 de marzo de 2024 · 

<https://www.proceso.com.mx/.../se-encuentran-las...>

Este es el quinto encuentro organizado por la Librería El Traspatio", y su directora, Mara Rahab, explica la singularidad de este mundo fascinante. Intervienen 21 invitados en 26 actividades, y participan, de este jueves a este domingo, 12 editoriales independientes en la capital michoacana.



PROCESO.COM.MX

**Se encuentran las editoriales independientes en Morelia**

Este es el quinto encuentro organizado por la Librería El Traspatio", y su directora, Mara Rahab, ex...

 50 9 comentarios 5 veces compartido

---

 Me gusta  Comentar

---

## Capítulo VII: Ventajas del posicionamiento en medios digitales en encuentros de editores independientes

### 7.1 Conclusiones

Para ilustrar mejor esta sección, narraré una anécdota ocurrida justamente en otra librería, también localizada en el centro histórico de Morelia, la cual fue abierta por un emprendimiento llamado Silla vacía Editorial.

La cuestión es que ese espacio fue abierto por una editorial homónima para vender tanto su propia producción como los materiales de otras casas editoras e instituciones educativas, en especial aquellas asentadas en la ciudad pero también en otras urbes del país.

Quien escribe esto se encontraba entonces en la atención de clientes en ese espacio. Vaya, que también ejercí, al menos por doce meses, el oficio librero y la cuestión es que en ese lapso de tiempo llegó a estanterías una obra ilustrada sobre la historia y características de la Catedral de Morelia.

Se trataba de un libro muy grande tanto en tamaño como en precio, debido a que el contenido fue diseñado para combinar el texto con diseño, fotografías a color e ilustraciones, además de una impresión que dejaba entrever la calidad del papel a simple vista.

Al momento de catalogar y colocar el precio, pensé ¿en serio habrá alguien con interés por comprar este *tocho*?” (se entiende aquí las palabras “Tocho” o “Tochal” como referencia a un libro de muchas páginas), fue una interrogante con cierto sabor retórico, porque simplemente alcé los hombros y coloqué el ejemplar en su sitio.

Y el Universo mandó la respuesta, tan sólo dos días después: una guía de turistas pasó por la librería y entró para explorar la oferta que había. Lo que tomó con sus manos y abrió fue justamente el libro sobre la Catedral de Morelia. El precio no opacó su entusiasmo por el contenido, sino que fue más fuerte su pasión por la historia local y también porque, como ella misma lo expresó en ese momento, “me serviría mucho para mi trabajo”.

Aunque luego me expresó que en ese momento se encontraba en un paro laboral, debido a que nos encontrábamos en la ignominiosa época de la pandemia por Covid 19, por la cual no había turismo ni flujo de recursos para las personas de ese sector, justamente como ella. Dejó el ejemplar con decepción debido a que, literalmente, debía escoger entre comer o comprar libros.

El punto de relatar lo anterior es que, pese a los prejuicios o estereotipos que se adjudican a ciertas actividades (en especial las de tipo cultural) o productos, sí existen públicos para estos, aunque sean minoritarios, pero existen.

Por tanto, hay pertinencia y oportunidad en hacer promoción, en diferentes espacios tanto físicos como mediáticos, de iniciativas relacionadas con la cultura alternativa o independiente. En el caso de “Quinto Traspatio”, el hecho de que los talleres tuvieran cupo lleno y que hubiese gente en las presentaciones da muestra de ello.

## **7.2 Recomendaciones**

Es de reiterar en esta parte la necesidad de la planeación y organización del trabajo promocional en las tres fases descritas anteriormente: el antes, durante y después. Podría verse incluso como una analogía de lo que implica la realización de cualquier producto audiovisual, con sus etapas de preproducción, producción y postproducción.

Lo anterior también implica tener especial cuidado en cuestiones como las siguientes: presupuestos, fechas de pagos; cuáles y cuántos productos serán realizados; formatos de entregas; identificar posibles alianzas con representantes de medios de comunicación y de ser posible concretarlas, para futuras cuentas.

Semejante a lo anterior, algo que también resulta de interés, es la detección de posibles focos rojos, es decir, redactores de notas *golpeadoras*. Quienes realizan esto pueden tener motivaciones de tipo económica (buscar algún soborno) o simplemente purista (mantener algún espíritu crítico relacionado al medio en donde saldrá el contenido); en menor medida podría haber una motivación política, algo que, si bien podría parecer inusual en el ámbito cultural, no debe descartarse.

Por supuesto, también es necesario hacer monitoreos de publicaciones en medios de comunicación tanto en los momentos previos al evento, como durante la misma y de forma posterior. Un consejo deseable para esto es generar respaldos de audio, videos y textos.

Ahora bien, un factor de suma importancia para el trabajo de promoción de una cuenta es, sin duda, el de conformar un equipo en el cual se pueda tener confianza y comunicación interna, tanto para hacer que los procesos fluyan como para atender imprevistos, problemáticas y situaciones externas que afecten el desarrollo del evento.

Por último, pero igual de importante, disfrutar la experiencia, porque el hecho de estar tras bambalinas no implica que deban cerrarse los oídos o bajar la vista. Después de todo, si algo no se disfruta, ¿por qué habría de hacerse?

### **7.3 Reflexiones**

Pese a la reducción paulatina de espacios en medios de comunicación o de comunicadores con especialidad para la fuente de cultura, el periodismo de esta rama todavía es necesario para contribuir a la vinculación entre los públicos y el gremio artístico-cultural.

De hecho, se supone que esto último es precisamente una de las funciones del trabajo periodístico: realizar el servicio de informar, lo cual mantiene una función social. Sobre esta cuestión han reflexionado escritores como Juan Villoro (2014), el cual ya desde hace poco más de una década lanzó la pregunta ¿qué sitio ocupa en las cambiantes nieblas de este entorno el periodismo cultural?

Por una parte, Villoro afirma que el periodismo cultural “rinde cuenta de los más variados aspectos de un mundo que se ha vuelto cada vez más ‘cultural’, en la medida en que depende progresivamente de símbolos y representaciones” (p. 248).

Pero, poco después, el mismo Villoro cita a Manuel Vázquez Montalbán, en su afirmación de que, para la gente dedicada al periodismo, resulta necesario conocer a qué persona o grupo de personas pertenece el medio de comunicación porque gracias a eso “si conoces los intereses del dueño, conoces los límites de tu libertad” (p. 255).

Lo anterior también puede ser aplicable para que las agencias conozcan a esos medios con los cuales entrarán en contacto, porque eso puede ayudar a encontrar espacios, resquicios o fisuras en las cuales acomodar los contenidos que se buscan promover.

Pero es que, además de los fines meramente comerciales –trabajar para la cuenta de un cliente- también entra en juego el papel social de diversificar la información, algo que se puede sintetizar en la siguiente frase, también de Villoro.

El periodismo cultural no puede ser ajeno a la idea de público: difunde para crear lectores. Al mismo tiempo, preserva los plurales derechos del público ante las ofertas que aspiran a la masificación, lo homogéneo, el individuo entendido como parte de una serie (p. 260).

## Referencias bibliográficas y hemerográficas

---

📖 Associated Press. (2023, 5 de mayo) OMS declara que pandemia de Covid-19 ya no es emergencia sanitaria. Recuperado el 4 de septiembre de 2024 <http://www.latercera.com/mundo/noticia/oms-declara-que-pandemia-de-covid-19-ya-no-es-emergencia-sanitaria/AEYAGK3X2BBZXC3P3AYT3TDSBU/>

📖 Bautista López Mara Rahab (2014) ¿Qué pasó en El Traspatio? Memoria. Morelia: La otra librería.

📖 Briggs Mark (2007). Periodismo 2.0. Una guía de alfabetización digital para sobrevivir y prosperar en la era de la información. Austin: Centro Knight para el periodismo en las Américas, de la Universidad de Texas.

📖 Capital 21. (2021, 23 de marzo). A un año de la jornada de Sana Distancia. Recuperado el 5 de septiembre de 2024 ¿Qué ha pasado en México? <http://www.capital21.cdmx.gob.mx/noticias/?p=15930>

📖 Carrión Jorge, (2013) Librerías. Ciudad de México: Anagrama

📖 Creswell, J. (2012). Investigación educativa. Planeación, conducción y evaluación en investigación cuantitativa y cualitativa. USA: Pearson.

📖 Darnton Robert,(2008) ¿Qué es la historia del libro? Prismas-Revista de historia intelectual, vol. 12, núm 2, pp. 135-155. Buenos Aires, Argentina, Universidad Nacional de Quilmes

📖 Fonseca, Ulises. (2023, 13 al 19 de marzo). El Traspatio, espacio para escritoras. El sol de Morelia, p. 12

📖 Grupo Dimas Ediciones (2003) Autodidáctica, interactiva, universal y de México. Morelia: Grupo Dimas Ediciones

📖 Instituto Nacional de Transparencia y Acceso a la Información. (2021, 27 de febrero de 2021). Línea del tiempo COVID-19 en México. Recuperado el 5 de septiembre de 2024 <http://micrositios.inai.org.mx>

📖 Latorre Antonio (2005). La investigación-acción. Conocer y cambiar la práctica educativa. España: Editorial Graó.

📖 Leñero Vicente y Marín Carlos (1986) Manual de periodismo. Ciudad de México: Editorial Grijalbo.

📖 López Blanco Julio Alberti, (2025, 6 de mayo) Un 85% de la población estatal usa internet (En línea). Cambio de Michoacán sección Michoacán. Recuperado el 4 de febrero de 2026 desde <https://cambiodemichoacan.com.mx/2025/05/06/un-82-5-de-la-poblacion-estatal-usa-internet/>

📖 Manguel Alberto (2010). La ciudad de las palabras. Oaxaca de Juárez: Editorial Almadía.

📖 Márquez, R. (2024, 6 de noviembre). Librerías independientes: por amor a las letras (En línea). Grupo Milenio suplemento Librotea. Recuperado el 12 de noviembre de 2024 desde <http://librotea.com/articulos/librerias-independientes-por-amor-a-las-letras>

📖 Ortega de la Sancha, J. (2024, 22 de julio). Librerías independientes de la Ciudad de México, espacios de resistencia (En línea). Gatopardo sección cultura-libros. Recuperado el 12 de noviembre de 2024 desde <http://gatopardo.com/arte-y-cultura/librerias-independientes-resisten-en-cdmx/>

📖 Potter Deborah (2006) Manual de periodismo independiente. Estados Unidos: Oficina de Programas de Información Internacional Departamento de Estado de Estados Unidos. Recuperado el 12 de agosto de 2024 desde <https://common.usembassy.gov/wp-content/uploads/sites/32/2020/06/Handbook-of-Independent-Journalism-Handbook-Series-Spanish-Lo-Res.pdf>

📖 Recamán Mejía Ana Lucía, Maass Moreno Margarita (2014). Dimensión social de la cultura. Gestión cultural para el desarrollo sostenible. Ciudad de México: CONACULTA.

📖 Santiago Jesús Alejo, coordinador (2018). Ritos y retos del oficio. Ciudad de México: Secretaría de Cultura.

📖 Vallejo Irene (2022). El infinito en un junco. La invención de los libros en el mundo antiguo. Ciudad de México: Penguin Random House Grupo Editorial

## Anexo

A continuación, la lista de publicaciones en medios de comunicación y redes sociales.

No sobra decir que el material que se reproduce a continuación tiene el permiso tanto de la propietaria de la cuenta de “Quinto Traspatio”, Mara Rahab Bautista López, y de la directora de “Red Lab laboratorio de gestión y vinculación cultural”, Gabriela Anguiano Zamudio.

Asimismo, se debe señalar que las imágenes tomadas para capítulos anteriores fueron extraídas del reporte entregado por la agencia a Traspatio Librería.

### **PUBLICACIONES EN MEDIOS ELECTRÓNICOS Y DIGITALES SOBRE EL V ENCUENTRO DE EDITORES Y EDITORIALES INDEPENDIENTES. “EL TRASPATIO: LO QUE SUCEDE DETRÁS DEL LIBRO”**

#### **1. RedLab. Laboratorio de Gestión y Vinculación Cultural**

**Encabezado:** Se acerca la quinta edición del Encuentro de editores y editoriales independientes. “El Traspatio: Lo que sucede detrás del libro”, en Morelia

**Fecha:** 20 de febrero de 2024

**Ciudad:** Ciudad de México

**Liga:** <https://redlab.mx/noticias/entrada/se-acerca-la-quinta-edicion-del-encuentro-de-editores-y-editoriales-independientes-el-traspatio-lo-que-sucedede-detras-del-libro-en-morelia>

#### **2. Metapolítica News**

**Encabezado:** Se acerca la quinta edición del Encuentro de editores y editoriales independientes. “El Traspatio: Lo que sucede detrás del libro”, en Morelia

**Fecha:** 20 de febrero de 2024

**Ciudad:** Morelia, Michoacán

**Liga:** <https://metapolitica.news/2024/02/20/se-acerca-la-quinta-edicion-del-encuentro-de-editores-y-editoriales-independientes-el-traspatio-lo-que-sucedede-detras-del-libro-en-morelia/>

### 3. Sistema Michoacano de Radio y Televisión

**Encabezado:** Alistan la quinta edición del Encuentro de editores y editoriales independientes “El Traspatio: Lo que sucede detrás del libro”

**Fecha:** 20 de febrero de 2024

**Ciudad:** Morelia, Michoacán

**Liga:** <https://sistemamichoacano.tv/2024/02/20/alistan-la-quinta-edicion-del-encuentro-de-editores-y-editoriales-independientes-el-traspatio-lo-que-sucedede-detras-del-libro/>

### 4. Informa Oriente

**Encabezado:** Viene el V encuentro de editoriales independientes “El Traspatio: Lo que sucede detrás del libro”, en Morelia, Michoacán

**Fecha:** 20 de febrero de 2024

**Ciudad:** Morelia, Michoacán

**Liga:** <https://www.informaoriente.com.mx/cultura/viene-el-v-encuentro-de-editoriales-independientes-el-traspatio-lo-que-sucedede-detras-del-libro-en-morelia-michoacan.htm>

### 5. Cambio de Michoacán

**Encabezado:** Anuncian el quinto encuentro de editoriales independientes

**Fecha:** 20 de febrero de 2024

**Ciudad:** Morelia, Michoacán

**Liga:** <https://cambiodemichoacan.com.mx/2024/02/20/anuncian-el-quinto-encuentro-de-editoriales-independientes/>

## 6. 90 Grados

**Encabezado:** Viene el V encuentro de editoriales independientes “El Traspatio: Lo que sucede detrás del libro”, en Morelia, Michoacán

**Fecha:** 20 de febrero de 2024

**Ciudad:** Morelia, Michoacán

**Liga:** <https://www.noventagrados.com.mx/cultura/viene-el-v-encuentro-de-editoriales-independientes-el-traspatio-lo-que-sucedede-detras-del-libro-en-morelia-michoacan.htm>

## 7. Respuesta. Prestigio Periodístico

**Encabezado:** Se acerca la quinta edición del Encuentro de editores y editoriales independientes

**Fecha:** 21 de febrero de 2024

**Ciudad:** Morelia, Michoacán

**Liga:** <https://www.respuesta.com.mx/cultura-secciones/se-acerca-la-quinta-edicion-del-encuentro-de-editores-y-editoriales-independientes/>

## 8. Revista Kena México

**Encabezado:** El Traspatio: lo que sucede detrás del libro en Morelia

**Fecha:** 22 de febrero de 2024

**Ciudad:** Ciudad de México

**Liga:** <https://kena.com/el-traspatio-lo-que-sucedede-detras-del-libro-en-morelia/>

## 9. MiMorelia.com

**Encabezado:** Del 14 al 17 de marzo, quinto encuentro de editoriales independientes de El Traspatio

**Fecha:** 7 de marzo de 2024

**Ciudad:** Morelia, Michoacán

**Liga:** <https://mimorelia.com/noticias/cultura/del-14-al-17-de-marzo-quinto-encuentro-de-editoriales-independientes-de-el-traspatio>

## 10. RedLab. Laboratorio de Gestión y Vinculación Cultural

**Encabezado:** Todo listo para la inauguración del V Encuentro de editores y editoriales independientes. “El Traspatio: Lo que sucede detrás del libro”, en Morelia

**Fecha:** 13 de marzo de 2024

**Ciudad:** Ciudad de México

**Liga:** <https://redlab.mx/noticias/entrada/todo-listo-para-la-inauguracion-del-v-encuentro-de-editores-y-editoriales-independientes-el-traspatio-lo-que-sucede-detras-del-libro-en-morelia>

## 11. El Sol de Morelia

**Encabezado:** Festival de Editoriales Independientes apuesta por la bibliodiversidad

**Fecha:** 13 de marzo de 2024

**Ciudad:** Morelia, Michoacán

**Liga:** <https://www.elsoldemorelia.com.mx/cultura/literatura/cuando-se-va-a-hacer-el-quinto-encuentro-de-editoriales-independientes-11592107.html>

## 12. Ignacio Martínez Noticias

**Encabezado:** La UNAM Centro Cultural Morelia será sede del Quinto Encuentro de Editoriales Independientes

**Fecha:** 13 de marzo de  
2024 **Ciudad:** Morelia,  
Michoacán **Liga:**

<http://ignaciomartinez.com.mx/noticias/la-unam-centro-cultural-morelia-sera-sede-del-247316>

## 13. Sistema Michoacano de Radio y Televisión

**Encabezado:** La UNAM Centro Cultural Morelia sede del Quinto Encuentro de Editoriales Independientes

**Fecha:** 13 de marzo de 2024

**Ciudad:** Morelia, Michoacán

**Liga:** <https://sistemamichoacano.tv/2024/03/13/la-unam-centro-cultural-morelia-sede-del-quinto-encuentro-de-editoriales-independientes/>

## 14. Cambio de Michoacán

**Encabezado:** Quinto Encuentro de Editoriales Independientes en el Centro Cultural UNAM

**Fecha:** 13 de marzo de 2024

**Ciudad:** Morelia, Michoacán

**Liga:** <https://cambiodemichoacan.com.mx/2024/03/13/quinto-encuentro-de-editoriales-independientes-en-el-centro-cultural-unam/>

## 15. Respuesta. Prestigio Periodístico

**Encabezado:** La UNAM Centro Cultural Morelia, sede del Quinto Encuentro de Editoriales Independientes

**Fecha:** 13 de marzo de 2024

**Ciudad:** Morelia, Michoacán

**Liga:** <https://www.respuesta.com.mx/educacion-secciones/la-unam-centro-cultural-morelia-sede-del-quinto-encuentro-de-editoriales-independientes/>

## 16. Diario ABC de Michoacán

**Encabezado:** La UNAM Centro Cultural Morelia sede del Quinto Encuentro de Editoriales Independientes

**Fecha:** 13 de marzo de 2024

**Ciudad:** Morelia, Michoacán

**Liga:** [https://diarioabcdemichoacan.com.mx/lasnoticias/la-unam-centro-cultural-morelia-sede-del-quinto-encuentro-de-editoriales-independientes/?fbclid=IwAR3pQQAwxaT2Do\\_RJbyZbT2zWuJ-yNZNohMhfs-950uoZdXwFrDZOL8ET48](https://diarioabcdemichoacan.com.mx/lasnoticias/la-unam-centro-cultural-morelia-sede-del-quinto-encuentro-de-editoriales-independientes/?fbclid=IwAR3pQQAwxaT2Do_RJbyZbT2zWuJ-yNZNohMhfs-950uoZdXwFrDZOL8ET48)

## 17. EducArt. Medio especializado en Educación, Arte y Cultura

**Encabezado:** Ya llega a Morelia el Encuentro de editores y editoriales independientes

**Fecha:** 13 de marzo de 2024

**Ciudad:** Morelia, Michoacán

**Liga:** <https://educart.mx/ya-llega-a-morelia-el-encuentro-de-editores-y-editoriales-independientes/>

## 18. Con Lupa

**Encabezado:** La UNAM Centro Cultural morelia sede del quinto Encuentro De Editoriales Independientes

**Fecha:** 13 de marzo de 2024

**Ciudad:** Morelia, Michoacán

**Liga:** <https://conlupa.com.mx/noticias/morelia/la-unam-centro-cultural-morelia-sede-del-quinto-encuentro-de-editoriales-independientes/>

## 19. RedLab. Laboratorio de Gestión y Vinculación Cultural

**Encabezado:** Comienza el V Encuentro de editores y editoriales independientes “Traspatio: Lo que sucede detrás del libro”

**Fecha:** 14 de marzo de 2024

**Ciudad:** Ciudad de México

**Liga:** <https://redlab.mx/noticias/entrada/comienza-el-v-encuentro-de-editores-y-editoriales-independientes-traspatio-lo-que-sucedede-detras-del-libro>

## 20. Distopía 21

**Encabezado:** Viene inauguración del V Encuentro de editores y editoriales independientes. “El Traspatio: Lo que sucede detrás del libro”, en Morelia, Michoacán

**Fecha:** 14 de marzo de 2024

**Ciudad:** Morelia, Michoacán

**Liga:** <https://www.distopia21.com/cultura/viene-inauguracion-del-v-encuentro-de-editores-y-editoriales-independientes-el-traspatio-lo-que-sucede-detras-del-libro-en-morelia-michoacan.html>

## 21. Agencia Infomania

**Encabezado:** La UNAM Centro Cultural Morelia Será Sede Del Quinto Encuentro De Editoriales Independientes

**Fecha:** 14 de marzo de 2024

**Ciudad:** Morelia, Michoacán

**Liga:** <https://www.agenciainfomania.com/2024/03/14/la-unam-centro-cultural-morelia-sera-sede-del-quinto-encuentro-de-editoriales-independientes/>

## 22. El Sol de Morelia

**Encabezado:** Inicia el Quinto Encuentro de Editoriales Independientes

**Fecha:** 14 de marzo de 2024

**Ciudad:** Morelia, Michoacán

**Liga:** <https://www.elsoldemorelia.com.mx/cultura/literatura/inicia-el-quinto-encuentro-de-editoriales-independientes-11602122.html>

## 23. Respuesta. Prestigio Periodístico

**Encabezado:** Comienza el Encuentro de editores y editoriales independientes “Traspatio: Lo que sucede detrás del libro”

**Fecha:** 14 de marzo de 2024

**Ciudad:** Morelia, Michoacán

**Liga:** <https://www.respuesta.com.mx/educacion-secciones/comienza-el-encuentro-de-editores-y-editoriales-independientes-traspatio-lo-que-sucede-detras-del-libro/>

## 24. Al Momento Michoacán

**Encabezado:** Editoriales independientes celebran la 'bibliodiversidad' en el Encuentro de Editores

**Fecha:** 14 de marzo de 2024

**Ciudad:** Morelia, Michoacán

**Liga:** <https://almomentomichoacan.com/noticia/editoriales-independientes-celebran-la-bibliodiversidad-en-el-encuentro-de-editores>

## 25. Cambio Michoacán

**Encabezado:** Bibliodiversidad, un derecho que debe defenderse

**Fecha:** 14 de marzo de

2024 **Ciudad:** Morelia,

Michoacán **Liga:**

<https://cambiodemichoacan.com.mx/2024/03/14/bibliodiversidad-un-derecho-que-debe-defenderse/>

## 26. La Voz de Michoacán

**Encabezado:** Editoriales independientes celebran la 'bibliodiversidad' en el Encuentro de Editores

**Fecha:** 14 de marzo de

2024 **Ciudad:** Morelia,

Michoacán **Liga:**

<https://www.lavozdemichoacan.com.mx/cultura/letras/editoriales-independientes-celebran-la-bibliodiversidad-en-el-encuentro-de-editores/>

## 27. Informa Oriente

**Encabezado:** Viene inauguración del V Encuentro de editores y editoriales independientes. “El Traspatio: Lo que sucede detrás del libro”, en Morelia, Michoacán

**Fecha:** 14 de marzo de 2024

**Ciudad:** Morelia, Michoacán

**Liga:** <https://www.informaoriente.com.mx/cultura/viene-inauguracion-del-v-encuentro-de-editores-y-editoriales-independientes-el-traspatio-lo-que-sucede-detras-del-libro-en-morelia-michoacan.htm>

## 28. 90 Grados

**Encabezado:** Viene inauguración del V Encuentro de editores y editoriales independientes. “El Traspatio: Lo que sucede detrás del libro”, en Morelia, Michoacán

**Fecha:** 14 de marzo de 2024

**Ciudad:** Morelia, Michoacán

**Liga:** <https://www.noventagrados.com.mx/cultura/viene-inauguracion-del-v-encuentro-de-editores-y-editoriales-independientes-el-traspatio-lo-que-sucede-detras-del-libro-en-morelia-michoacan.htm>

## 29. Diario ABC de Michoacán

**Encabezado:** Comienza el V Encuentro de editores y editoriales independientes “Traspatio: Lo que sucede detrás del libro”

**Fecha:** 14 de marzo de 2024

**Ciudad:** Morelia, Michoacán

**Liga:** <https://diarioabcdemichoacan.com.mx/lasnoticias/comienza-el-v-encuentro-de-editores-y-editoriales-independientes-traspatio-lo-que-sucedede-detras-del-libro/>

### 30. Escena News

**Encabezado:** UNAM Centro Cultural Morelia será sede del Quinto Encuentro de Editoriales Independientes

**Fecha:** 14 de marzo de 2024

**Ciudad:** Morelia, Michoacán

**Liga:** <https://escena.news/unam-centro-cultural-morelia-sera-sede-del-quinto-encuentro-de-editoriales-independientes/>

### 31. Sistema Michoacano de Radio y Televisión

**Encabezado:** Hoy inicia el “Quinto Traspatio”; platicamos con la organizadora Mara Rahab sobre el poder del libro

**Fecha:** 14 de marzo de 2024

**Ciudad:** Morelia, Michoacán

**Liga:** <https://sistemamichoacano.tv/2024/03/14/hoy-inicia-el-quinto-traspatio-platicamos-con-la-organizadora-mara-rahab-sobre-el-poder-del-libro/>

### 32. RedLab. Laboratorio de Gestión y Vinculación Cultural

**Encabezado:** Narrativa fantástica, escritura creativa y librerías, temas centrales en el segundo día del “Traspatio: Lo que sucede detrás del libro”

**Fecha:** 15 de marzo de 2024

**Ciudad:** Ciudad de México

**Liga:** <https://redlab.mx/noticias/entrada/narrativa-fantastica-escritura-creativa-y-librerias-temas-centrales-en-el-segundo-dia-del-traspatio-lo-que-sucedede-detras-del-libro>

### 33. Distopía 21

**Encabezado:** Narrativa fantástica, escritura creativa y librerías, temas centrales en el segundo día del V Encuentro Traspatio

**Fecha:** 15 de marzo de 2024

**Ciudad:** Morelia, Michoacán

**Liga:** <https://www.distopia21.com/cultura/narrativa-fantastica-escritura-creativa-y-librerias-temas-centrales-en-el-segundo-dia-del-v-encuentro-traspatio.htm?fbclid=IwAR111aV6JUTVkJtuzHVfvZfB4P20AwOsn5EG9PYg3Tj16qsRzKATNExELjw>

### 34. Revolución 3.0 News

**Encabezado:** Tumbona nació ante el desencanto

**Fecha:** 15 de marzo de 2024

**Ciudad:** Morelia, Michoacán

**Liga:** <https://revolucion.news/cultura30/tumbona-nacio-ante-el-desencanto>

### 35. Informa Oriente

**Encabezado:** Narrativa fantástica, escritura creativa y librerías, temas centrales en el segundo día del V Encuentro Traspatio

**Fecha:** 15 de marzo de 2024

**Ciudad:** Morelia, Michoacán

**Liga:** <https://www.informaoriente.com.mx/cultura/narrativa-fantastica-escritura-creativa-y-librerias-temas-centrales-en-el-segundo-dia-del-v-encuentro-traspatio.htm>

### 36. 90 Grados

**Encabezado:** Narrativa fantástica, escritura creativa y librerías, temas centrales en el segundo día del V Encuentro Traspatio

**Fecha:** 15 de marzo de 2024

**Ciudad:** Morelia, Michoacán

**Liga:** <https://www.noventagradados.com.mx/cultura/narrativa-fantastica-escritura-creativa-y-librerias-temas-centrales-en-el-segundo-dia-del-v-encuentro-traspatio.htm>

### 37. RedLab. Laboratorio de Gestión y Vinculación Cultural

**Encabezado:** Este fin de semana participa en las actividades del “Traspatio: Lo que sucede detrás del libro”

**Fecha:** 16 de marzo de 2024

**Ciudad:** Ciudad de México

**Liga:** <https://redlab.mx/noticias/entrada/este-fin-de-semana-participa-en-las-actividades-del-traspatio-lo-que-sucedede-detras-del-libro>

### 38. Respuesta. Prestigio Periodístico

**Encabezado:** Narrativa fantástica, escritura creativa y librerías, temas del segundo día del “Traspatio”

**Fecha:** 16 de marzo de 2024

**Ciudad:** Morelia, Michoacán

**Liga:** <https://www.respuesta.com.mx/cultura-secciones/narrativa-fantastica-escritura-creativa-y-librerias-temas-del-segundo-dia-del-traspatio/>

### 39. Altorre

**Encabezado:** Finalizará este domingo el Encuentro de editores y editoriales independientes. “El Traspatio: Lo que sucede detrás del libro”

**Fecha:** 16 de marzo de 2024

**Ciudad:** Morelia, Michoacán

**Liga:** <https://www.althorre.com/post/finalizar%C3%A1-este-domingo-el-encuentro-de-editores-y-editoriales-independientes-el-traspatio-lo-que>

### 40. Diario ABC de Michoacán

**Encabezado:** Este fin de semana participa en las actividades del “Traspatio: Lo que sucede detrás del libro”

**Fecha:** 16 de marzo de 2024

**Ciudad:** Morelia, Michoacán

**Liga:** <https://diarioabcdemichoacan.com.mx/lasnoticias/este-fin-de-semana-participa-en-las-actividades-del-traspatio-lo-que-sucedede-detras-del-libro/>

### 41. Morelia Mix

**Encabezado:** Exhortan editores a participar en las actividades del “Traspatio: Lo que sucede detrás del libro”

**Fecha:** 16 de marzo de 2024

**Ciudad:** Morelia, Michoacán

**Liga:** <https://moreliamix.com/exhortan-editores-a-participar-en-las-actividades-del-traspatio-lo-que-sucedede-detras-del-libro>

## 42. Respuesta. Prestigio Periodístico

**Encabezado:** Este fin de semana, diversas actividades del “Traspatio: Lo que sucede detrás del libro”

**Fecha:** 16 de marzo de 2024

**Ciudad:** Morelia, Michoacán

**Liga:** <https://www.respuesta.com.mx/cultura-secciones/este-fin-de-semana-diversas-actividades-del-traspatio-lo-que-sucede-detras-del-libro/>

## 43. Revista Proceso

**Encabezado:** Se encuentran las editoriales independientes en Morelia

**Fecha:** 17 de marzo de 2024

**Ciudad:** Ciudad de México

**Liga:** <https://www.proceso.com.mx/cultura/2024/3/17/se-encuentran-las-editoriales-independientes-en-morelia-325719.html>

## 44. Cambio Michoacán

**Encabezado:** Una noticia al mar: subjetividad, horror y resistencia en el periodismo independiente

**Fecha:** 17 de marzo de 2024

**Ciudad:** Morelia, Michoacán

**Liga:** <https://cambiodemichoacan.com.mx/2024/03/17/una-noticia-al-mar-subjetividad-horror-y-resistencia-en-el-periodismo-independiente/>

## 45. MiMorelia.com

**Encabezado:** Cada que matan a un periodista lo primero que hace la autoridad es estigmatizarlo: Paula Mónaco

**Fecha:** 18 de marzo de 2024

**Ciudad:** Morelia, Michoacán

**Liga:** <https://mimorelia.com/noticias/michoacan/cada-que-matan-a-un-periodista-lo-primero-que-hace-la-autoridad-es-estigmatizarla-paula-m%C3%B3naco>

