

## Índice

---

Introducción . . . . .	15
I. El mercado del libro y sus circuitos de distribución. Impresores, libreros y demás mercaderes . . . . .	27
I.1 La liberalización de las leyes de imprenta. Marco legislativo . . . . .	29
I.2 La producción, distribución y difusión del libro y otros impresos en Almería . . . . .	33
I.3 Los circuitos más populares de distribución del impreso. Las librerías de lance y los kioscos . . . . .	74
I.4 La circulación y difusión del impreso en la provincia. . . . .	82
I.5 Las nuevas estrategias comerciales. El precio del libro . . . . .	84
II. Lectura y alfabetización . . . . .	93
III. La lectura pública. Análisis de la política bibliotecaria liberal en Almería y provincia. . . . .	109
IV. La lectura, los espacios y las formas de sociabilidad. . . . .	173
V. La lectura y las bibliotecas en el ámbito privado . . . . .	199
V.1 Los problemas con la identificación de los libros y demás documentos impresos. . . . .	203
V.2 La lectura y las bibliotecas privadas . . . . .	211
V.3 Perfil social de los lectores . . . . .	219
V.5 La lectura y las bibliotecas privadas femeninas . . . . .	272
V.5 Los autores más frecuentes. Las grandes ausencias. El idioma y los formatos de los impresos . . . . .	282
V.6 Los títulos más frecuentes y los libros prohibidos . . . . .	289
V.7 Los temas más frecuentes . . . . .	295
V.8 Geografía urbana de la lectura . . . . .	305
A modo de conclusión final . . . . .	313
Bibliografía y fuentes consultadas . . . . .	323
Anexo . . . . .	352