

La Feria del Libro y sus funciones

MARÍA MATILDE RAMÍREZ ALVARADO

Miembro del Comité Organizador de la Feria Internacional del Libro
de la Universidad de Carabobo (FILUC)

Facultad de Ciencias de la Salud, Universidad de Carabobo, Venezuela

Una feria del libro es un evento cultural que constituye un punto de encuentro entre la oferta (prestadores de productos editoriales) y la demanda (lectores-compradores). Este trabajo tiene por objetivo analizar las distintas funciones de una feria del libro en base a la experiencia acumulada durante la planificación y ejecución de la Feria Internacional del Libro de la Universidad de Carabobo, con un método cualitativo y descriptivo. Las ferias del libro son importantes herramientas de comunicación que representan espacios de promoción de la lectura, de valorización de la literatura y del conocimiento. Además, una feria del libro se constituye en un espacio de acceso al libro impreso y digital, de formación de lectores y promotores de lectura como vía principal para lograr el desarrollo personal y comunitario.

Palabras clave: feria del libro, promoción de la lectura, lectura, libro.

El sector cultural abarca un complejo entramado de expresiones y manifestaciones que van desde la creación hasta el consumo de bienes y servicios que resultan ser, en cada uno de sus componentes, de gran importancia en la economía y el desarrollo social de los países. Dentro del sector cultural encontramos el área de la literatura y la edición, donde la actuación de la gestión sociocultural comprende la realización de ferias del libro, la planificación y otorgamiento de premios literarios, la gestión de editoriales, y la difusión y venta del producto editorial.

Una feria del libro es un evento cultural que constituye un punto de encuentro entre la oferta (prestadores de productos editoriales) y la demanda (lectores-compradores o consumidores) de un municipio, región o país, pudiendo incluso romper las fronteras y acercarse a nuevos posibles demandantes a nivel internacional.

Nº 109, Enero-Junio 2015, pp. 47-53



En tal sentido, la UNESCO [i] declara que las ferias son industrias culturales y creativas, incluyendo en este caso a las ferias del libro:

Las ferias son espacios concentradores que reúnen a compradores y vendedores profesionales de forma periódica, durante un lapso acotado (por ejemplo una o dos semanas cada año o cada dos años). La mayoría están abiertas al público en general. La potencialidad de cada espacio suele estar perfectamente identificada por los actores sectoriales, quienes conocen la modalidad comercial particular en la que se desenvuelve cada una. La actuación del sector público se produce de dos maneras: 1) mediante la presencia directa del Estado a través de stands u otro tipo de participación oficial, y 2) facilitando la presencia de empresas privadas en el evento.

En Latinoamérica, existen varias universidades con tradición en ferias del libro y tenemos un ejemplo claro de la importancia de la creación de una feria del libro por parte de una universidad: la Feria Internacional del Libro de Guadalajara (FIL). La FIL fue creada en 1987 por iniciativa de la Universidad de Guadalajara, y actualmente constituye el mayor mercado mundial de publicaciones en español siendo uno de los eventos culturales más relevantes de América Latina. En Venezuela, la Universidad de los Andes lleva a cabo la Feria Internacional del Libro Universitario (FILU), mientras que la Universidad de Carabobo planifica la Feria Internacional del Libro de la Universidad de Carabobo (FILUC).

La creación de las ferias del libro como industrias culturales por parte de las universidades latinoamericanas establece un factor decisivo en la transformación de la universidad en una universidad innovadora y capaz de generar una vinculación entre el sector editorial productivo, el sector universitario y la sociedad, donde la consecuencia directa es la difusión de los saberes, de las ciencias y la cultura en nuestras sociedades.

La universidad ha evolucionado del estadio tradicional, como reproductora y preservadora de cultura, a la universidad moderna, como productora de conocimientos necesarios para generar las grandes transformaciones económicas y sociales. Como un ente productor de conocimientos, la universidad debe constituir la plataforma socio-institucional que garantice la difusión de conocimiento en la población a través de la feria del libro, lo que permite acentuar el carácter social de la misión de la feria del libro universitaria.

Por otro lado, la mayoría de los trabajos que encontramos en la literatura abordan la temática ferial desde la perspectiva del expositor (CERLARC, 2012a), centrándose sobre todo en sus objetivos y motivaciones, así como en la forma de medir

i UNESCO, 2010: 118. *Políticas para la creatividad. Guía para el desarrollo de las industrias culturales y creativas.*

los resultados de su inversión ferial, y el planificar correctamente cada evento (Pro-México, 2010). Pocos trabajos han estudiado las funciones de la feria del libro, que indudablemente generan un impacto en la comunidad donde se realiza. Este trabajo tiene por objetivo analizar las distintas funciones de la feria del libro en base a la experiencia acumulada durante la planificación y ejecución de FILUC, Venezuela, a lo largo de sus quince ediciones.

La presente es una investigación cualitativa y descriptiva, siendo un estudio observacional donde la recolección de datos se ha basado en el registro de lo observado, sumado a un elemento interpretativo del significado e importancia de lo que se describe.

LAS FUNCIONES DE LA FERIA DEL LIBRO

Las distintas funciones de la feria del libro reflejan la responsabilidad que la feria debe asumir al constituirse en un espacio para la lectura, la cultura y la educación, y se describen como las siguientes:

Función promotora del libro y la lectura

La promoción de la lectura es una práctica social dirigida a transformar positivamente las maneras de percibir, sentir, valorar, imaginar, usar, compartir y concebir la lectura como construcción sociocultural. Desde esta perspectiva, la promoción de la lectura relaciona al hombre con la lectura (Morales, 2005). La promoción de la lectura implica todas aquellas actividades que propician, ayudan, impulsan y motivan un comportamiento lector favorable, o en algunos casos más intenso del que se acostumbraba. Promover la lectura es introducir a los niños, adolescentes y adultos a una mayor familiaridad y naturalidad en el acercamiento a los textos escritos. Es transmitir pasiones, curiosidades; es ofrecerles la idea de que entre toda la literatura disponible, entre todo el conjunto de lo escrito, habrá alguna obra que sabrá decirles algo a ellos en particular. Es proponer al lector múltiples ocasiones de encuentros y de hallazgos (Petit, 1999). En ese sentido, cuando estamos realizando una feria del libro en cualquier ciudad, debemos estar conscientes que la feria forma parte de una estrategia de comunicación y de una campaña amplia de promoción de la lectura en región donde se realiza.

El libro, la lectura y la literatura ocupan un espacio restringido en la mayoría de la población latinoamericana y caribeña (Oropeza, 2005). Los indicadores de lectura, de comportamiento lector y de comprensión de lectura en esta región son aún bastantes críticos tanto en adultos, como en jóvenes y niños (CERLARC, 2012b). Por ello, se entiende que la feria del libro ocupa un espacio pedagógico y de comunicación importante para la valorización de la lectura en la formación cultural de un

pueblo. Una feria del libro es un evento que puede llamar la atención de los ciudadanos a la lectura, pautando e introduciendo ese tema en la agenda cultural y en las intervenciones del espacio público en las ciudades de la región.

Además de un espacio de difusión y comercialización, la feria del libro debe orientarse a la promoción de la lectura y su formación en sus diversos soportes, por lo que debe ofrecer ambientes que promuevan el contacto directo con los libros y la creación de situaciones lúdicas, gozosas y pedagógicas para la formación de lectores.

A través de una programación cultural y educativa la feria puede ofrecer a los niños, jóvenes, adultos, padres e hijos, profesores y alumnos, momentos con actividades dinámicas para despertar el interés y el gusto por la lectura, tomando el universo literario como objeto. Esas actividades pueden ser realizadas de diversas maneras, como ruedas de lecturas compartidas, presentaciones artísticas, dramatizaciones de textos literarios, talleres de producción textual, talleres de ilustración, cuenta cuentos, lecturas en voz alta y de juegos lúdico-pedagógicos que se enfoquen en el poder transformador y movilizador de las palabras para la lectura del mundo. En otras palabras, podemos decir que una feria del libro es, en sí misma, una especie de libro abierto que invita a que los visitantes retornen a sus casas maravillados de esa experiencia lectora.

En una perspectiva más amplia orientada a todas las personas que recurren a ese tipo de eventos, se entiende que una feria del libro debe ser un espacio vital para la mediación de la lectura en los niños, y para esto debe contar con un pabellón infantil.

La función de pabellón infantil es propiciar la apropiación del libro como objeto, el aprendizaje de la lectura de imágenes y la familiarización con los diferentes tipos de textos que están dirigidos a los niños; así como fomentar hábitos lectores, promoviendo una relación de afecto y goce con libros de buena calidad, en espacios cómodos y lúdicos, propiciando un emotivo encuentro niño-libro fuera del marco habitual de las bibliotecas y el aula escolar.

Función promotora de lectura en personas con discapacidad

La feria del libro debe planificar campañas pro-lectura atendiendo la realidad de los discapacitados, que permitan promover y presentar nuevas alternativas de atención de la discapacidad a través del fomento de actividades de lectura, escritura, y la lúdica en los diferentes espacios de la feria.

Toda el área expositiva de la feria y el pabellón infantil se debe proyectar y construir como un área de libre acceso para personas con discapacidad. Además, en el pabellón infantil se debe planificar actividades de promoción de la lectura para los niños con discapacidad física, cognitiva, sensorial (visual y auditiva) e intelectual. Para los niños con discapacidad funcional visual se debe contar en el pabellón con

cuentos en sistema Braille, y para los niños con discapacidad auditiva se debe contar con Cuentacuentos que utilicen la lengua de signos.

Función cultural

Si bien una feria del libro está relacionada con las artes literarias, sus espacios son escenario de otras artes como la pintura, escultura, música, del folklore y artesanía, contribuyendo a la difusión del patrimonio cultural de la comunidad y a la conservación de su identidad.

Por otro lado, en la feria del libro internacional se establecen relaciones con los distintos países invitados a la feria, lo cual permite mantener contactos con entidades nacionales e internacionales con el fin de promover y desarrollar programas conjuntos entre los países de divulgación e intercambio cultural, en los temas relacionados con el libro y la lectura.

Función social

La feria del libro es un agente social dinámico en el proceso de afianzamiento de la democracia al proporcionar el libre acceso al libro. El ejercicio del derecho a la información y el conocimiento desarrolla en los ciudadanos la capacidad intelectual para opinar y resolver críticamente sobre su entorno local y nacional. El acceso libre al conocimiento, contribuye a cubrir la brecha entre los ricos y pobres, para lograr una distribución más equitativa del poder que otorga el conocimiento.

Función formadora de promotores de lectura

La feria del libro tiene un rol importante en la formación de educadores, promotores de lectura y facilitadores en el acceso y uso del libro. Para formar promotores de lectura, se debe planificar actividades como seminarios, congresos, simposios, cursos y talleres para docentes y padres, creando espacios que aseguren la adecuada preparación de formadores de lectores. En este caso, el comité organizador de la feria debe establecer contactos con todas las escuelas de la región para garantizar la asistencia de los docentes a las actividades de formación del pabellón.

Función promotora de editoriales universitarias

Las editoriales universitarias son llevadas por el servicio de publicaciones de una universidad y ofrecen una oportunidad donde los profesores e investigadores pueden publicar los resultados de sus investigaciones, de sus tesis doctorales y de sus estudios. Estas editoriales deben publicar, distribuir y promocionar los textos que editan.

La presencia de editoriales universitarias en la feria del libro contribuye a la difusión y promoción del libro universitario entre profesores, estudiantes, investigado-

res y lectores en general. La asistencia de estas editoriales a la feria inserta al libro universitario en el mercado y lo sitúa en términos de igualdad en relación con las editoriales no universitarias.

Función de acceso al libro digital

La feria del libro actualmente constituye un espacio ideal para conocer el libro digital y para la capacitación de usuarios en el uso de dispositivos de lectura electrónicos. Cada día es más habitual encontrarse documentos en formato electrónico y la mayoría de los distribuidores ya ofrecen bases de datos de publicaciones periódicas a texto completo en todas las áreas de conocimiento, por lo que es pertinente impulsar en la ciudadanía el consumo legal de contenidos de calidad en los nuevos formatos electrónicos.

Igualmente, en la feria del libro puede ser una plataforma para informar al lector sobre los sistemas de búsqueda y acceso a contenidos en entornos que se han convertido en los principales sistemas de acceso al libro digital: empresas editoriales y sus portales web, fondos libres de derechos, buscadores de libros, librerías en línea y fabricantes de dispositivos de lectura.

En conclusión, los fines de una feria del libro están estrechamente ligados con la posibilidad de construir una sociedad más sabia, más justa y democrática. La feria del libro es un espacio de promoción de la lectura, de valorización de la literatura y del conocimiento, de acceso al libro y de formación de lectores y promotores de lectura como vía principal para lograr el desarrollo personal y comunitario.

BIBLIOGRAFÍA

- CERLARC (2012a) *Las ferias del libro. Manual para expositores y visitantes profesionales*. Recuperado el 06 de abril de 2015 de <http://cerlarc.org/publicacion/las-ferias-del-libro/>
- CERLARC (2012b) *Comportamiento lector y hábitos de lectura*. Recuperado el 07 de abril de 2015 de <http://cerlarc.org/publicacion/comportamiento-lector-y-habitos-de-lectura/>
- Morales, M.; Rincón G., JA.; Tona, J. (2005). *Consideraciones pedagógicas para la promoción de la lectura dentro y fuera de la escuela*. *Revista de Teoría y Didáctica de las Ciencias Sociales*, 10, 195-218.
- Oropeza G., A., (2005), *Política pública y demanda cultural en Venezuela* (pp 113-126). Caracas, Venezuela: Centro del Estudios del Desarrollo, Universidad Central de Venezuela.

Petit, M., (1999), *Nuevos acercamientos a los jóvenes y a la lectura*. México DF, México: Fondo de Cultura Económica.

ProMéxico (2010). *Cómo participar con éxito en Ferias y Exposiciones Internacionales*. Recuperado el 23 de marzo de 2015 de <http://www.atpmeetings.com/Como%20Participar%20con%20Exito%20en%20Ferias%20y%20Exposiciones%20Internacionales.pdf>

UNESCO (2010). *Políticas para la creatividad. Guía para el desarrollo de las industrias culturales y creativas*. Madrid, España: Ediciones UNESCO.