

Introducción:

Las ferias del libro como espacios de negociación cultural y económica.

Transformaciones presentes y futuro de un debate interdisciplinario

Matteo Anastasio, Marco Thomas Bosshard y Freja I. Cervantes Becerril
*Europa-Universität Flensburg y Universidad Autónoma Metropolitana,
Unidad Iztapalapa*

Sale de imprenta con este volumen la segunda parte de *Las ferias del libro como espacios de negociación cultural y económica*, punto conclusivo de una investigación realizada entre 2017 y 2020 por la Europa-Universität Flensburg (Alemania) con el apoyo del Fondo de Investigación Alemán (DFG). A lo largo de cuatro años, el proyecto se propuso abordar las ferias del libro como puntos de encuentro e intercambio de valores heterogéneos que se concentran en ellas. Considerando las ferias, a partir de la teoría de Bourdieu, como concreción de la búsqueda de mundos paradójicos en la lógica del campo (Bourdieu 1991) o “tournament of values” (Moeran 2010), el proyecto apuntó a descomponer y recomponer la complejidad del fenómeno ferial, en sus distintos aspectos, con un análisis multiperspectivo: sociopolítico, cultural, económico y estético-medial.

El marcado carácter interdisciplinario e internacional de esta investigación logró aviar un diálogo provechoso entre académicos, profesionales y operadores del campo editorial y cultural, en particular del espacio alemán e hispanoamericano. Como destino final de esta trayectoria, entre el 10 y el 14 de agosto de 2020 se celebró el simposio internacional Las Ferias del Libro como Espacios de Negociación Cultural y Comercial (Universidad

Autónoma Metropolitana y Europa-Universität Flensburg)¹, que reunió –aunque solo de forma digital, debido a la pandemia de COVID-19– a investigadores de México, Argentina, Brasil, España y Alemania, y a directoras y directores de algunas de las ferias del libro más importantes para el mercado de habla hispana. Sus contribuciones se presentan aquí como testimonio de un vivo debate que, entre otros temas, se interroga también sobre el presente y el futuro de estos eventos frente al desafío actual.

La primera fase del proyecto, documentada en los “planteamientos generales” del primer volumen (Bosshard/García Naharro 2019), se concentró en articular los perfiles y las estrategias culturales, políticas y económicas de las principales y más atendidas ferias del libro de España, México y Alemania. Esta etapa unió, a través de estudios de caso y testimonios, la reconstrucción documental e histórica con el análisis teórico. Aquel primer esfuerzo, en particular, interrogaba las ferias por el filtro de una práctica lanzada paralelamente por la Buchmesse de Frankfurt y Livre Paris en 1988 y que fue consolidándose a lo largo de las décadas en diversas ferias internacionales del libro: la presencia de países invitados de honor. Este instituto se presentaba y analizaba en aquel contexto como un dispositivo “catalizador de identidades” (cf. Fischer 1999: 162) y valores simbólicos articulados alrededor del medio libro, con sus diferentes efectos de política cultural, mediatización estética, generación de capitales en el campo económico y en el ámbito global.

El presente volumen amplía aquella perspectiva, ya que aumenta el espectro de consideraciones a nuevas prácticas, ferias y áreas del mundo. Los estudios aquí reunidos incluyen miradas desde y hacia diferentes países –Argentina, Brasil, España, México y Alemania– y comprenden una pluralidad de acercamientos teóricos, así como una variedad de eventos feriales: internacionales, locales, populares, profesionales, generalistas, dedicados a la infancia, a la industria “independiente”, a instituciones académicas... Se hace también visible cómo cada feria del libro reúne en sí una variedad de funciones y representa a la vez uno y muchos eventos simultáneamente. Esta complejidad y heterogeneidad pueden generar aturdimiento tanto en el visitante como en el investigador. Un “tremendo agobio” describe, en efecto, el periodista Vila-Sanjuán al pisar por primera vez la más grande feria del libro del mundo, en Frankfurt, y tener “la sensación de que a uno le cae en-

¹ Las conferencias pueden consultarse en línea en el canal YouTube Simposio Internacional *Las Ferias del libro 2020*: <https://www.youtube.com/channel/UC2309zf-D1pfvY9u_JWyoXzQ/videos> (13/01/2020).

cima una sobrecarga de información indigerible, [...] ya que ves abrirse ante tus ojos miles de caminos diferentes” (Vila-Sanjuán 2007: 15). Los “miles de caminos diferentes” de las ferias es lo que quiere documentarse en este volumen, andando hacia la raíz del fenómeno ferial y sus diversas declinaciones. “Las ferias del libro como...” es el mantra espontáneo que acompaña muchas de las contribuciones aquí recopiladas: las ferias del libro como “espacios sociales” (Kloss), como “centros de peregrinação” (Muniz Jr.), como “espacios para la alfabetización” (Bello), para la “promoción a la lectura”, la “profesionalización” (Cortez) o la “internacionalización” (Dujovne), las ferias como “instancias de consagración” (García Naharro) o lugares “estéticos y performativos de definición literaria” (Anastasio). Frente a esta constitutiva pluralidad del fenómeno, la presente obra quiere tematizar, como antesala a la discusión, los presupuestos teóricos y metodológicos de un estudio de la feria del libro. Es este el objeto de la primera sección del volumen.

I. Estudiar la feria

De forma preliminar, se presentan los resultados del proyecto “Las ferias del libro como espacios de negociación económica y cultural”. El coordinador, **Marco Thomas Bosshard** (Europa-Universität Flensburg) y los colaboradores integrantes del proyecto, **Fernando García Naharro**, **Luise Hertwig** y **Matteo Anastasio**, ofrecen una panorámica de los objetivos, los enfoques, las principales etapas y conclusiones de una investigación dividida en tres líneas: (socio)político-cultural, estético-medial y económica. La combinación de estos ejes restituye el mapa complejo de las características, las mutuas referencias e interacciones de ferias del espacio alemán, hispano e hispanoamericano en relación con el modelo compartido del “invitado de honor”. Como objeto de análisis se indican aquí las estrategias de autorrepresentación de países, ciudades o comunidades invitados frente a la función de estas ferias para la internacionalización de mercados literarios, el papel de los diferentes actores y sujetos que intervienen en ellas, la organización de discursos, prácticas e imaginarios simbólicos alrededor del libro. Los estudios de campo realizados por el equipo en las ferias de Frankfurt, Leipzig, Madrid (Liber y Feria del Retiro), Guadalajara y Buenos Aires, junto a la búsqueda y el análisis de material documental de archivo permitieron a los autores la comprensión del fenómeno ferial desde una perspectiva sincrónica y diacrónica, integrada y basada en la evaluación de datos empíricos.

Una reflexión teórica de **Gustavo Sorá** (Instituto de Antropología de Córdoba-CONICET/Universidad Nacional de Córdoba) abre la panorámica de estudios que se presentan a continuación. El trabajo pionero de Gustavo Sorá en este ámbito, a mediados de los años noventa, abrió pistas para un análisis etnográfico y sociológico de la feria del libro (Sorá 1994 y 1996). Desde la distancia de casi tres décadas, Sorá vuelve a la raíz de aquella investigación primordial en su trayectoria con una “arqueología reflexiva” de bourdieuana memoria, que, en el sentido también de Foucault (1969), se entiende al mismo tiempo como una “arqueología del saber” académico producido en este campo de investigación. Junto con las urgencias que movieron aquel impulso inicial, Sorá interroga los fundamentos y los presupuestos teóricos, los retos metodológicos, las (pre)condiciones, perspectivas y evoluciones de un estudio de la feria del libro. Con este fin, el antropólogo deja al descubierto las herramientas de su trabajo, publica y comenta sus diarios de campo y pone en tela de juicio el “género literario” más consagrado del trabajo etnográfico. Paralelamente, en permanente oscilación “entre el campo y el archivo”, Sorá esboza a través de sus recorridos y encuentros por ferias internacionales del libro una cartografía de la red de relaciones y representaciones del mercado editorial hispano e iberoamericano de aquella época.

Desde la sociología del campo editorial, **Gerardo Kloss** (Universidad Autónoma Metropolitana-Xochimilco) propone abordar las ferias del libro como espacios en los que se organiza la sociabilidad entre profesionales de la edición. Según señala Kloss, con un estudio centrado en la edición mexicana, las prácticas, los discursos y narraciones de sus actores restituyen representaciones del oficio editorial basadas en el valor del aprendizaje, de la filiación a mentores y maestros, del prestigio adquirido por la experiencia. Como ilustra Kloss, se trata de vínculos afectivos que se expresan para compensar una fragmentación intrínseca a los diferentes eslabones de la cadena editorial, frente a la cual el diálogo, el intercambio y la interdependencia se hacen estrategias imprescindibles. Desde esta perspectiva, las ferias del libro y sus diferentes oportunidades de socialización velan por la creación de lazos, de los que de otro modo carecerían, en la estructura pormenorizada del trabajo editorial. Y esto no solo por ofrecer una representación simbólica y organizada del grupo profesional en su conjunto, sino por consolidar el vínculo entre sus miembros a través de rituales, ceremonias y encuentros “con una enorme carga emocional”. Por otro lado, Kloss vuelve reflexivamente, como Sorá, sobre el papel que la academia puede desempeñar en la formación en el trabajo editorial, no solo para el estudio y desarrollo de

saberes y técnicas, sino como lugar de observación y espacio (relativamente) autónomo y no “presionado” por intereses comerciales.

La dimensión ritual de las ferias también es investigada por **José de Souza Muniz Jr.** (Centro Federal de Educação Tecnológica de Minas Gerais, Belo Horizonte), que articula la participación del público en ferias del libro por analogía con los fenómenos de peregrinación religiosa. De este modo, el autor destaca la función de las ferias como centros temporales dentro de un espacio tanto geográfico como social y económico. Las ferias son metas de una peregrinación, aunque limitada en el tiempo, de una variada comunidad de profesionales. Con una mirada sociológica amplia, Muniz pone en paralelo dimensiones macro y microcósmicas implícitas en el universo ferial. Como espacios de encuentro e interacción, comparables en su estructura y organización a las ciudades, las ferias se insertan en el tejido estructural de sus realidades urbanas locales. Conforme a ello, las jerarquías, los límites, las agrupaciones de sectores se hacen visibles en el espacio de la feria a la manera de “clubes” o “guetos” a los que corresponden dominancias, alianzas u oposiciones al interior del mercado editorial global. Todo ello alude también a la relevancia, para estos eventos, de la “co-presencia” física de personas en un espacio y en una época como los actuales, en que muchas ferias del libro se han visto obligadas a celebrarse solo de forma virtual.

La negociación de valores y capitales económicos y simbólicos en el encuentro, en un mismo lugar, de actores profesionales y no profesionales, ha llevado a diversos investigadores a plantear eventos culturales y festivos literarios como “instancias de consagración” del campo literario (Sapiro 2016; Weber 2018), lo que puede sin duda aplicarse de forma específica al espacio ferial (entre otros: Szpilbarg 2011). En este sentido, **Fernando García Naharro** (Europa-Universität Flensburg) profundiza en esta cuestión y plantea el lugar de las ferias en el campo literario a partir de las propias premisas teóricas proporcionadas por Bourdieu. En una doble perspectiva, histórica y sociológica, García Naharro ofrece una mirada diacrónica sobre la afirmación y las transformaciones de las ferias del libro en el interior del campo literario. Asimismo, se pregunta por su función en dos sentidos: como modernos dispositivos que engloban y reproducen en su interior las oposiciones tradicionales señaladas por Bourdieu, entre los subcampos dominados de producción restringida y el subcampo dominante de producción masiva; y como nuevos dispositivos de consagración, que abarcan elementos hasta entonces externos al ámbito de producción literaria y a sus oposiciones tradicionales. Esta reflexión cabal y las contribuciones que la

preceden ofrecen un orgánico marco teórico para comprender las ferias del libro en sus diferentes y posibles declinaciones.

II. Caleidoscopía de las ferias

Los artículos de la segunda sección del volumen componen el caleidoscopio ferial en torno a tres ejes: las ferias como espacios culturales, sociales y mediales.

1. Ferias y políticas culturales

El primer grupo de estudios de este apartado está dedicado al papel “cultural” que las ferias del libro desarrollan selectivamente en su gestión, promoción y difusión de valores simbólicos modélicos y en su acción como generadoras de políticas culturales dentro y fuera del mundo del libro.

A este respecto, **Alejandro Dujovne** (CONICET/EIDAES, Universidad Nacional de San Martín) pone de manifiesto la función supletiva que las ferias del libro desempeñan *de facto* en el espacio del libro en español, a falta de políticas culturales y económicas eficaces en los países hispanoamericanos. Dujovne considera el espectro común de las políticas de internacionalización de las ferias, de editores y grupos editoriales que participan en ellas, para mapear el mercado del libro latinoamericano, en relación con sus programas de apoyo, los catálogos de diversas editoriales y la acción específica de las ferias del libro. Según indica el autor, las direcciones de ferias del libro, junto con la proyección y visibilidad de proyectos editoriales que se han abierto espacio en un territorio transnacional, se hacen portavoces de instancias e iniciativas de la industria editorial con el objeto de potenciar e implementar el mercado hispanohablante que se contienden. Para profesionales y editores de este campo, las ferias resultan un lugar de iniciación y aprendizaje imprescindible para su internacionalización. Aprender a manejar el flujo de información, las prácticas y rituales de la feria, es también parte de una formación que las ferias requieren y proporcionan; por ello, cuanto mayor sea el conocimiento de sus mecanismos, mayor será también el aprovechamiento de su visita.

Del espacio hispano en su conjunto al específico de la edición mexicana, **Kenya Bello** (Universidad Autónoma Nacional de México) ofrece un capítulo de una “nueva historia cultural” (Chartier 2006) dedicada a las ferias del libro de México, consideradas como eventos organizadores de

cultura y formas simbólicas relacionadas con el libro y la actividad de la lectura. A este objeto, Bello emprende una reconstrucción del desarrollo de las ferias callejeras en Ciudad de México en los años cuarenta del siglo xx, un momento en el que el analfabetismo afectaba a más de la mitad de la población. La política educativa del gobierno posrevolucionario por medio de la Secretaría de Educación Pública (SEP) hizo de la escolarización y alfabetización instrumentos para el desarrollo económico, y de la integración de clases trabajadoras su proyecto de unificación nacional. En este marco, las ferias del libro, con las que libreros y editores aspiraban a atraer público y ampliar sus ventas, se configuraron como espacios con una enorme función educativa. Bello destaca la labor del Estado como actor central que contribuyó no solo a la consolidación de una industria y un mercado editorial local, sino también a la construcción de un perfil cultural de las ferias del libro en México que condicionó el *habitus* y las expectativas de sus visitantes. Asistir a la feria significaba para muchos una oportunidad para su desarrollo formativo. Bello señala de este modo el valor estético y de diversión, pero sobre todo el social y político, relacionado con la lectura y el significado de las ferias como instrumento de cohesión social.

Por otro lado, las ferias del libro, si bien a menudo están subvencionadas por el Estado, buscan perseguir y promover sus propias políticas culturales independientes, de acuerdo con sus objetivos político-económicos. Con este fin, por ejemplo, diversas ferias del libro dedican una parte importante de su oferta de eventos a la presencia de países, ciudades o comunidades invitadas, como temas centrales. Los invitados organizan su propio programa cultural autónomo, del que las ferias pueden también beneficiarse y prestigiarse, en términos logísticos, económicos o simbólicos (cf. Weeidhaas 2003: 233s.; Niemeier 2001: 53s., respecto del caso de Frankfurt). Por otro lado, la presencia de invitados de honor permite a las ferias perfilarse y posicionarse como facilitadoras de dinámicas en el mercado editorial internacional.

En su contribución, **M. Carmen Villarino Pardo** (Universidade de Santiago de Compostela) se enfoca en la práctica de la “ciudad invitada”, introducida por la Feria Internacional del Libro de Buenos Aires en 2013, en relación con los eventos generadores y dinamizadores de “cultura(s)”. Siguiendo los casos de Santiago de Compostela y Barcelona, invitadas en las ediciones de 2016 y 2019, respectivamente, Villarino Pardo se adentra en la definición problemática de la identidad cultural relacionada con contextos urbanos. Si los países invitados, por referencia a la forma moderna del Estado nación, cuentan con mucho más patrimonio, por antiguo y conso-

lidado, de imaginarios –vinculados también con la literatura (cf. Casanova 2011: 9s.)–, las realidades urbanas representan sujetos que solo en tiempos recientes han entrado en la lucha para la definición, negociación e internacionalización de una propia identidad y se configuran como espacios, en este sentido, extremadamente inestables y dinámicos². Sin embargo, Villarino Pardo muestra cómo, por necesidades de patrocinio económico y político, las ciudades invitadas al promover una imagen de marca a menudo dialogan con entidades nacionales o regionales locales, y de este modo producen una superposición de discursos y representaciones. En el caso de Santiago y Barcelona, dichas participaciones se tradujeron, por voluntad y efectos de las respectivas comunidades autónomas involucradas, en oportunidades para visibilizar, de forma alternativa, las culturas gallega y catalana. En un complejo juego de negociación y tránsito de proyecciones, Villarino Pardo destaca la forma en que las ferias del libro adquieren prestigio con el intercambio con ciudades invitadas, ya que estas son eventos en el interior de centros urbanos, abiertos a un escenario internacional.

Frente a la función de invitados de honor en la difusión de imágenes y discursos sobre la literatura, retroalimentados por la relación con culturas nacionales, regionales o urbanas, **Marco Thomas Bosshard** (Europa-Universität Flensburg) analiza la recepción de invitados de honor y sus exhibiciones en ferias internacionales del libro. Su análisis se basa en encuestas realizadas con el público asistente en la Buchmesse de Frankfurt y la FIL Guadalajara entre 2017 y 2019. En general, el estudio señala una positiva acogida del formato del invitado de honor entre los visitantes y, sin embargo, a la luz de este mismo resultado, pone en tela de juicio los objetivos económicos y culturales acreditados por los comités participantes en sus programas. Al éxito y alto reconocimiento simbólico de las exhibiciones de invitados no corresponde de hecho un impacto sensible en las actitudes y preferencias de compra de los visitantes –sean ellos lectores aficionados o profesionales del libro–. Cabe preguntar si una tendencia análoga puede registrarse también en la venta de derechos. La proyección actual, de todas

² Desde otra perspectiva, estudios de marketing y geografía social con referencia a procesos del llamado *city branding* (para una panorámica, entre otros: Karavatzis 2004 y Karavatzis/Ashworth 2005) demuestran cómo en el tejido urbano operan grupos sociales, políticos, económicos y artísticos diferentes, que se disputan la bandera de la cultura de forma horizontal y transversal, relacionándose con una multiplicidad variable de destinatarios como posibles consumidores.

formas, revela, por lo menos en el corto plazo, cierta falla en la intención, declarada por las ferias, de ofrecer a través del invitado de honor una medida a fomento de la bibliodiversidad. Con este propósito y a través de un examen de las respuestas ofrecidas por los entrevistados, Bosshard intenta mapear expectativas y proyecciones del público hacia literaturas nacionales o regionales, a partir de oposiciones que interpretan la cercanía o lejanía cultural, así como interrogar en qué medida la participación de invitados de honor puede ser de provecho para la superación de barreras culturales.

Barreras que, como ilustra **Freja I. Cervantes Becerril** (Universidad Autónoma Metropolitana-Iztapalapa) en su artículo, en una feria del libro se reflejan también en ceremonias y en la diferente distribución de poderes de legitimación y consagración literaria entre los actores del campo, entre un país y otro, pero también entre los géneros masculino y femenino. Respecto del caso de FIL Guadalajara, Cervantes señala la centralidad del Premio FIL de Literatura en Lenguas Romances, principal iniciativa entre los muchos reconocimientos y homenajes que se otorgan anualmente en el marco de esta feria. Cervantes pone en relación la política de este premio con las estrategias de internacionalización de la feria y con la figura del invitado de honor. Al otorgar un premio dedicado a todos los idiomas neolatinos, la FIL se asegura una función significativa como promotora de la lengua y las culturas romances. En este marco, Cervantes se concentra también en las asimetrías existentes en las lógicas de premiación y en el propio parterre de personalidades premiadas, en la predominancia cultural de autores masculinos, compensada solo ocasionalmente por escritoras ganadoras. Si bien las ferias intentan socavar límites culturales fraguando espacios de autonomía y renovación, perfilándose estratégicamente como instrumentos de modernidad y desarrollo, no están exentas de reproducir esquemas y desequilibrios difusos en todos los niveles de la sociedad, por su capacidad adaptiva para aprovechar las relaciones existentes y asegurarse mayor visibilidad.

2. Comunidades feriales

Sobre la complejidad de esta discusión, las ferias del libro se revelan también como espacios de integración de grupos y comunidades, así como de coexistencia de públicos diferentes. Con una mirada hacia estas dinámicas, **Ezequiel Saferstein** (CeDInCI/Universidad Nacional de San Martín) analiza la conformación de (sub)culturas editoriales a partir del término que define a las llamadas editoriales “independientes” frente a la acción de gran-

des grupos editoriales internacionales a nivel global. A partir de esta desigualdad –propia del mercado editorial argentino aquí tratado por el autor, pero también del de muchos otros países–, Saferstein explora las prácticas que definen la participación de los independientes en el espacio ferial. Para ellos, las ferias del libro representan no solo plazas de encuentro e intercambio de información, objetivos y peticiones, sino también un escaparate en el que de manera estratégica se da forma a la propia subalternidad. Saferstein señala la posición dominada que las independientes asumen activamente, para colocarse en un espacio de resistencia y oposición simbólica, política y/o económica y dar expresión a valores alternativos respecto de las lógicas y tendencias “comerciales” de actores más poderosos del campo. Esto se manifiesta incluso en la organización de ferias del libro propias destinadas únicamente a editoriales independientes. El efecto de estos eventos es contornear un perfil cultural específico, favorecer la proximidad y cierta identificación por parte de un público aficionado y selecto de lectores.

Una reflexión sobre la dialéctica entre centros y periferias del sistema ferial se plantea también en el trabajo de **Alejandro Gaspar Guadarrama** (Universidad Autónoma Metropolitana Xochimilco) alrededor de la Feria Internacional del Libro en el Zócalo de la Ciudad de México, de cara a los mecanismos de poderes que se producen y se proyectan en este evento. Gaspar considera la FIL Zócalo en su carácter de *dispositivo*, es decir de “red de saberes y poderes” o “estructur[a] estructurant[e] de poder que gener[a] saberes y prácticas –dichas o no dichas, visibles o invisibles”. A partir de la trayectoria histórica de FIL Zócalo, el autor ilustra el singular desarrollo de una feria que, pese a que no ocupa el centro de las dinámicas del mercado editorial nacional e internacional –como sería el caso, en contraparte, de otra gran feria mexicana, FIL Guadalajara– está íntimamente imbricada con el poder institucional, en cuanto órgano de la Secretaría de Cultura del Gobierno Federal; y que, no obstante, ha ganado un lugar simbólico peculiar y privilegiado en el tejido popular, como espacio contestatario, de lucha y reivindicación contra poderes establecidos, en la misma Plaza de la Constitución que alberga las sedes del poder político. La simpatía, el atractivo y el sentimiento de pertenencia que FIL Zócalo despierta en el público de visitantes muestra el potencial que las ferias del libro tienen para articular imaginarios, gestionar poderes y reorganizar equilibrios sociales, en espacios que se representan como líberos, solidarios y pacíficos.

A otra feria del amplio panorama mexicano está dedicado también el estudio de **Amisadai Cortez García** (Universidad Autónoma Metropolita-

na-Iztapalapa), que nos propone una mirada hacia la Feria Internacional del Libro Infantil y Juvenil (FILIJ) y, con este, un examen de la función de las ferias en aquel sector de la industria editorial que goza de mayor salud y proyección económica a nivel global. A este ámbito de mercado, como muestra Cortez, le corresponden lógicas propias, como también una comunidad específica de profesionales, lectores y, por último, patrocinadores, que se forma y consolida en la feria. De manera sistemática, Cortez articula cuatro ejes de análisis (promoción a la lectura, políticas de subvenciones, profesionalización y toma de espacio público) que ilustran el papel de la FILIJ en la formación de un sistema estructurado de la edición infantil y juvenil, su difusión y desarrollo en México. La importancia de la promoción de la lectura para la infancia –también en la forma de lecturas públicas practicadas en la feria–, como motivo de reconocimiento de la función social de la feria en el campo de la educación y de la enseñanza, coadyuva con la intervención de instituciones y asociaciones en una serie de iniciativas, políticas de apoyo, así como de premios entregados a través de la propia feria. Como canal privilegiado de acceso a este conjunto de posibilidades, la FILIJ se configura como lugar de legitimación y profesionalización para una categoría de operadores del campo, entre editores, agentes, autores, artistas gráficos e ilustradores.

3. Las ferias del libro entre literatura y otros medios

Finalmente, las ferias del libro son también lugares de exposición y exhibición que involucran una pluralidad de medios. La dimensión semiótica y performativa en estos eventos resulta significativa de cara a la eficaz puesta en escena de expositores, editores, instituciones o entes políticos participantes, al *marketing* de productos literarios o editoriales o el *branding* de autores, así como para la comunicación de la propia feria.

A este respecto, **Matteo Anastasio** (Europa-Universität Flensburg) propone modelos para un estudio estetológico del evento ferial en cuanto espacios escénicos de promoción y definición literaria. Este mecanismo resulta particularmente evidente en el caso de la participación en las ferias de invitados de honor, frente a imágenes identitarias que condicionan su exhibición. A partir del análisis de la presencia de Alemania en la Feria Internacional del Libro de Guadalajara (2011), Anastasio ofrece una lectura del sistema semiótico de la exposición del invitado a la luz del conjunto de obras, actividades, técnicas o motivos literarios allí presentados. Con un enfoque y un interés de tipo filológico, el autor se centra en el conjunto de estrategias narrativas, simbó-

licas y performativas elaboradas por el invitado y en el motivo metafórico del árbol que dio forma al concepto del pabellón alemán, para indagar sus conexiones con representaciones y discursos de y sobre la literatura alemana. Anastasio invierte aquí la mirada tradicional, centrada en obras literarias, para considerar los efectos contingentes que estas producen dentro del contexto comunicativo y performativo de exhibición en la feria, así como las consecuencias para su recepción. La acción protagónica de sujetos involucrados en la exposición alemana, como la función coordinadora del directivo de la Frankfurter Buchmesse, dio forma a un perfil y un imaginario de la literatura alemana funcional a la autorrepresentación de sus actores.

Desde otra perspectiva de estudio estético, **Marina Garone Gravier** (Universidad Nacional Autónoma de México) brinda una mirada fascinante, por lo novedoso en la particularidad de su enfoque, hacia la relación entre público y ferias por medio de la comunicación visual. Con una detallada reconstrucción archivística, Garone recorre la crónica de la cartelística de la Feria del Palacio de Minería y la Feria de Guadalajara desde sus inicios –respectivamente, 1979 y 1987– a la época actual. Ambas ferias se caracterizan por una elevada participación del público no profesional. Un puntual análisis semiótico del repertorio de elementos gráficos empleados permite a Garone integrar significaciones e imaginarios aludidos por las ferias con el propósito de cautivar la atención de sus asistentes, despertar expectativas, crear participación emotiva o poner en escena la propia feria y su ambiente. La autora muestra también el vínculo existente entre la estética de los carteles y el espacio de las ferias del libro, no solo por estar este a menudo evocado o visualmente reproducido en el cartel, sino para ofrecer la pauta a motivos gráficos, colores, símbolos o eslogan, que conforman el aspecto del espacio ferial y acompañan así al asistente en su visita. En ello, Garone distingue “una gramática visual” que da forma a temas y/o “dispositivos” que condicionan el valor o el significado simbólico de la participación del público en una feria.

III. Testimonios desde el presente y noticias del futuro

Nunca como en estos años se ha hecho patente la importancia de la aquí recordada dimensión sensible de las ferias del libro, en cuanto eventos presenciales, amenazados y transfigurados, a partir de 2020, a raíz de la pandemia global de COVID-19. Insisten en este punto los testimonios de promotores culturales y directores de ferias, que recogemos también en este segundo

volumen y que nos restituyen un cuadro de cambios inimaginables apenas hace un par de años. Como cuando, en 2017, la International Publishers Association aseguraba: “In an age when business is often done remotely, book professionals still believe that book fairs have not lost their relevance. On the contrary, deals done at book fairs gain in terms of quality, and the human dimension of these exchanges becomes a pledge of trust” (IPA 2017: 3). O en 2015: “Book fairs represent the best (often only) opportunity for trade professionals to meet and connect” (IPA 2015: 3). Por el contrario, en 2020 y 2021 muchas ferias se celebraron por vez primera en forma virtual y tuvieron que adaptarse al mundo digital, lo que para algunas significó, sin embargo, dirigirse hacia una revolución tecnológica de más largo plazo³.

El reto de la digitalización es una vía sin regreso, opina **Manuel Gil Espín**, director de la Feria del Libro de Madrid, en su testimonio desde aquel “annus horribilis”, el 2020, que tan dramáticamente marcó una urgencia de transformación, latente desde hacía décadas. Gil traza la fisiónomía y trayectoria histórica de la popular feria callejera, que se celebra anualmente en el Parque del Retiro de la capital española, destacando sus principales objetivos, desde el fomento de la lectura a la relación con Iberoamérica. De manera emblemática, la presencia en este ambiente es parte integrante e insustituible del concepto del evento, que permite ac-

³ La Frankfurter Buchmesse, por ejemplo, implementó una serie de plataformas, herramientas y eventos virtuales que remedaran las dinámicas de encuentro que se producen por lo común y de forma casual en los pasillos o en los cocteles de la feria. Entre ellas, la aplicación Matchmaking, un software de encuentros, pensado para profesionales del libro (cf. Frankfurter Buchmesse: “Matchmaking”. En: <<https://www.buchmesse.de/digitale-buchmesse/matchmaking>> [06.04.2021]). También, como explicó la vicepresidenta, Marifé Boix García: “Intentamos replicar lo que es el típico bar del Frankfurter Hof [...], conseguimos digitalizar un poco lo que es esta situación en la que después de la feria te encuentras una hora para tomar una copa. Y fue algo menos formal [...], con música de fondo [...] y que después daba de entrada a diferentes grupos más pequeños donde se juntaba la gente y hablaba sobre lo que quisiera hablar” (Marifé Boix García, durante la charla: “Importancia y futuro de las ferias de libro: ¿qué sucederá con los grandes encuentros de la industria?”, FIL Guadalajara, 3 diciembre de 2020, mesa redonda con Marisol Schulz Manaut, Oche Califa, moderación de Alejandro Dujovne; online: FIL Guadalajara: “Diálogos de la industria”. En: <<https://www.fil.com.mx/negocios/dialogos.asp?ed=2020&lan=1>> [06/04/2021]). El nuevo formato, The Hof, se realiza desde entonces en diversas citas a lo largo del año, lo que permitió a la Buchmesse ampliar virtualmente su presencia e influencia más allá de los marcos geográficos y temporales de Frankfurt y de los cinco días de la feria (cf. Frankfurter Buchmesse: “The Hof”. En: <<https://www.buchmesse.de/digitale-buchmesse/networking-events/hof>> [06/04/2021]).

ceso libre a un público tan variado de consumidores de libros, lectores y no lectores. Frente a la emergencia pandémica se hace necesario, según el director, planear un perfil virtual alternativo que, sin olvidar la finalidad lúdica y espectacular de la feria madrileña, pueda mantener viva su “imagen de marca” entre los lectores al “entrar en sus casas”, ahora incluso más allá de los confines nacionales. Lo anterior implicaría responder de forma diferente a su vocación iberoamericana. De este modo, Gil ve en un modelo híbrido entre presencial y virtual una oportunidad para el desarrollo futuro de las ferias del libro.

Más que nunca, durante la crisis pandémica, se ha intensificado el diálogo entre directivos de ferias internacionales y profundizado el intercambio, además de estrechado los vínculos, y se han compartido así preocupaciones, propuestas, prácticas y experiencias⁴. “Estamos conectados” es la divisa de **Marisol Schulz Manaut**. La directora de FIL Guadalajara nos habla de la incertidumbre con la que se vieron confrontadas las ferias, de cara a la pandemia de COVID-19, que puso de manifiesto también la necesidad de implementar una red de cooperación entre ferias, como sujetos activos del campo editorial y cultural con intereses propios, valores y capitales que defender. El 2020, afirma, “fue un año en el que efectivamente las ferias del libro como tal hemos estado en peligro”. Por su importante participación de público y su función para las ventas de libro, la posibilidad de celebrar FIL Guadalajara en presencia resultaba fundamental a fin de encontrar remedio a la flexión del mercado editorial mexicano y latinoamericano de aquellos meses. Con la conversión de la feria en digital, FIL Guadalajara tuvo que renunciar, temporalmente, a este propósito, así como limitar sensiblemente su expectativa hacia otro objetivo –constante desde su nacimiento–, el de ampliar y variar la participación del público. No obstante, la crisis pandémica ofreció la oportunidad para apostar de otra forma en la internacionalización ya existente y quizá también de más largo alcance, basada en la cooperación entre ferias del libro de diversas partes del mundo.

⁴ El número especial de noviembre-diciembre 2020 del boletín *Tendencia editorial UR* de la Universidad del Rosario (Bogotá), dedicado a la primera edición digital de FIL Guadalajara, testimonia la urgencia del diálogo entre los directivos de ferias del libro en los meses más difíciles de la emergencia sanitaria, con contribuciones de Sandra Pulido Urrea (FILBo), Marifé Boix García (Frankfurter Buchmesse), Oche Califa (Feria Internacional del Libro de Buenos Aires), Marisol Schulz Manaut (FIL Guadalajara), Manuel Gil (Feria del Libro de Madrid) (en línea: <<https://repository.urosario.edu.co/handle/10336/30617>> [27/05/2021]).

Al celebrarse la Feria Internacional del Libro de Buenos Aires en 2020 en formato únicamente virtual, como hace constar el director **Oche Califa** en su testimonio, fue también anulada por vez primera, desde que fuera instituida en 2013, la participación de una ciudad invitada. La presencia programada de la ciudad de La Habana fue aplazada a la siguiente edición para realizarse presencialmente. En su contribución, Oche Califa nos ofrece un recuento de la historia de ciudades invitadas en la feria porteña. Bajo este enfoque, el director ilustra el perfil de la feria y de la ciudad de Buenos Aires en el tejido socioeconómico y cultural local. Reafirmar el papel de Buenos Aires como capital de cultura –y *solo de cultura*, insiste Califa– habla del “esfuerzo de seducción” que la Feria Internacional del Libro de Buenos Aires tiene que ejercer en su negociación con ciudades invitadas, pero también –añadimos nosotros– del potencial y del atractivo real del que disponen la urbe y la feria. De hecho, la cancelación del programa de la ciudad invitada en 2020 refiere el significado concreto, en sentido físico y espacial, de aquella “presencia” de invitados para un mayor impacto de su participación dentro y fuera del recinto ferial. La panorámica proporcionada por Califa muestra el compromiso de las ciudades invitadas de establecer vínculos con Buenos Aires. En este sentido, Califa señala dos beneficios fundamentales de la presencia de una ciudad invitada: el conjunto de sus inversiones económicas y la cooperación entre ayuntamientos de las respectivas ciudades.

El modelo del invitado de honor se replica también de forma transfigurada en nuevos eventos feriales, como es el caso de universidades invitadas de honor en una feria del libro académico. “Todo en el mundo del libro es un devenir”, afirma el historiador y teólogo social **Camilo Ayala Ochoa**, curador de contenido de la Feria Internacional del Libro de los Universitarios (Filuni): con esta inspiradora reflexión, nos parecía adecuado cerrar nuestro recorrido y abrir nuevas y más amplias perspectivas de cara a los cambios actuales. El autor nos brinda una mirada hacia un tipo particular de feria del libro, que se asoma desde hace unos años al panorama ferial. Al mencionar el “devenir” del mundo del libro, Ayala Ochoa señala también el carácter “efímero” de las ferias del libro, como elemento constitutivo de su excepcionalidad de evento concentrado en el espacio y en el tiempo. Filuni propone un perfil único de feria con objetivos más marcadamente educativos e informativos, dirigida a un público selecto, culto y exigente, por lo que su carácter comercial es indirecto. No obstante, como muestra la trayectoria aquí esbozada por Ayala Ochoa, Filuni es una iniciativa de la Universidad Nacional Autónoma

de México, que se realiza en el espacio de la propia UNAM como editora, para visibilizar su catálogo y con la finalidad de llegar al conjunto de actores del circuito del libro en este sector: autores, agentes, editores, estudiantes y académicos. A partir de 2019, la UNAM estrecha relaciones con otras instituciones de educación superior, asumiendo una función patrocinadora en el mercado del libro universitario, además de proyectar así una feria de amplio impacto, dedicada a las publicaciones académicas iberoamericanas. En este marco, la presencia de universidades invitadas forma parte de las estrategias con las que Filuni y la UNAM pueden afianzar vínculos con instituciones y editores universitarios.

Pensar y repensar las ferias del libro frente a la actualidad es una apuesta para el futuro, en tiempos tan inciertos para la sociedad en su conjunto, desde el perfil tanto sanitario como político, económico y cultural. En su cualidad de eventos, las ferias del libro participan de las transformaciones, incluso anticipándolas, que involucran las posibilidades de interacción entre las personas en los años por venir. Y al igual que las ferias, la academia también colabora al presentar escenarios e ideas que propicien la articulación de nuevas prácticas en este sentido. Esa es también la intención del presente volumen.

Bibliografía

- BOSSHARD, Marco Thomas y GARCÍA NAHARRO, Fernando (eds.) (2019): *Las ferias del libro como espacios de negociación cultural y económica*. Vol. 1: *Planteamientos generales y testimonios desde España, México y Alemania*. Madrid/Frankfurt: Iberoamericana/Vervuert, pp. 109-132.
- BOURDIEU, Pierre (1991): "Le champ littéraire", en *Actes de la recherche en sciences sociales*, vol. 89, núm. 1: pp. 3-46.
- CASANOVA, Pascale (ed.) (2011): *Des littératures combatives. L'internationalisation des nationalismes littéraires*. Paris: Raisons d'Agir.
- CHARTIER, Roger (2006): "La 'Nouvelle Histoire culturelle', existe-t-elle?", en *Francia*, vol. 33, núm. 2. doi: <<https://doi.org/10.11588/fr.2006.2.45291>>.
- FISCHER, ERNST (1999): "Geglückte Imagekorrektur? Bilanz des Schwerpunktthemas Österreich 1995", en Stephan Füssel, *50 Jahre Frankfurter Buchmesse: 1949-1999*. Frankfurt: Suhrkamp, pp. 150-162.
- FOUCAULT, Michel (1969): *Archéologie du savoir*. Paris: Gallimard.
- International Publishers Association (IPA) (2015): *The Future of Book Fairs*. En: <<http://www.internationalpublishers.org/images/news/2015/BookFairs.pdf>> (06/04/2021).
- IPA *Global Book Fair Report 2017*. En: <https://www.internationalpublishers.org/images/industry-news/2017/IPA_Global_Book_Fair_Report_2017.pdf> (06/04/2021).

- KAVARATZIS, Mihails (2004): "From City Marketing to City Branding: Towards a Theoretical Framework for Developing City Brands", en *Place Branding*, núm. 1: pp. 58-73.
- KAVARATZIS, Mihails; ASHWORTH, Gregory J. (2005): "City Branding, An Effective Assertion of Identity or a Transitory Marketing Trick?", en *Tijdschrift voor economische en sociale geografie*, vol. 5, núm 96: pp. 506-514.
- MOERAN, Brian (2010): "The Book Fair as a Tournament of Values", en *The Journal of the Royal Anthropological Institute*, vol. 16, núm. 1: pp. 138-154.
- NIEMEIER, Sabine (2001): *Funktionen der Frankfurter Buchmesse im Wandel. Von den Anfängen bis heute*. Wiesbaden: Harrassowitz.
- SAPIRO, Gisèle (2016): "The Metamorphosis of Modes of Consecration in the Literary Field: Academies, Literary Prizes, Festivals", en *Poetics*, vol. 59: pp. 5-19. doi: <<https://doi.org/10.1016/j.poetic.2016.01.003>>.
- SORÁ, Gustavo (1994): *Livros de uma exposição. Etnografia das bienais internacionais de livros do Rio de Janeiro e São Paulo*. Rio de Janeiro: Museu Nacional da Universidade Federal do Rio de Janeiro [tesis de maestría].
- (1996): "Os livros do Brasil entre o Rio de Janeiro e Frankfurt", en *BIB. Revista Brasileira de Informação Bibliográfica em Ciências Sociais*, núm. 41: pp. 3-33.
- SZPILBARG, Daniela (2011): "Las ferias de libros como espacios de legitimación: un análisis acerca de las relaciones entre literatura, economía y cultura en la Feria del Libro de la Ciudad de Buenos Aires 2011", en *IX Jornadas de Sociología. Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires*. <<http://cdsa.academica.org/000-034/2>> (20/09/2020).
- VILA-SANJUÁN, Sergio (2007): *El Síndrome de Frankfurt. Viaje a la gran feria mundial del libro*. Barcelona: RBA.
- WEBER, Millicent (2018): *Literary Festivals and Contemporary Book Culture* Palgrave Macmillan. New York: Springer Nature.
- WEIDHAAS, Peter (2003): *Zur Geschichte der Frankfurter Buchmesse*. Frankfurt: Suhrkamp.