

Ferias del libro. FILU'99 (Mérida-Venezuela)^(*)

El valor del medio impreso en ferias universitarias

...el libro, el periódico, los pasquines y planfetos narraban los acontecimientos, la historia y el avance del pensamiento social y del conjunto social.

Entre las propuestas existentes en el ambiente editorial para promoción de títulos y su llegada al universitario, la Universidad consideró importante la participación de su Centro de Publicaciones en ferias de libros organizadas en la ciudad y recientemente en el ámbito internacional. La UPSA ha contado con un stand en varias oportunidades¹. Esto nos permite considerar y analizar el valor que contienen las ferias de libros desde la perspectiva del medio impreso en las sociedades contemporáneas y desde la perspectiva de nuestras necesidades editoriales en el plano de la difusión y la validez de la participación regular del Centro de Publicaciones UPSA en ellas.

Las ferias de libros se remontan al siglo XVI en Frankfurt (Alemania), con exposición de libros en diferentes calles y plazas públicas y con descuentos generalizados en su adquisición². Desde ese entonces, el contexto producción, difusión y circulación del libro ha cambiado, asimismo muchas de sus formas de uso y distribución. Mientras en el siglo XVI Europa recorría un intenso proceso de alfabetización masiva, la difusión del conocimiento y de la información era monopolio del medio impreso: el libro, el periódico, los pasquines y planfetos narraban los acontecimientos, la historia y el avance del pensamiento social y del conjunto social.

Kathya Jemio Arnez
Ph.D en Periodismo.
Docente de la UPSA
Coordinadora Centro de
Publicaciones UPSA.

(*) FILU: Feria Internacional del Libro Universitario

Es el siglo XIX que inició el proceso de coexistencia de medios. La llegada de la electricidad, la distribución de noticias por las agencias de información, la aparición de la radio, el cine, dieron fundamento social, político y cultural a la conformación de un complejo sistema de conocimiento, comunicación e información, en cuyo marco, el libro mantuvo su propio -aunque ya no monopolístico- espacio con atributos específicos. A la vez, este desarrollo complejo en el uso de los medios de comunicación de masas fue cuna de nuevos públicos con

incrementar las posibilidades de consulta (telemática, cable, multicanal, videodisco y vídeo) y de registro (almacenamiento centralizado en computadoras de todos los usos de la información de los medios en un sistema)"(3).

Desde esa perspectiva de uso y características del medio impreso y por tanto también del libro universitario, la II Feria Internacional del Libro Universitario FILU '99, realizada en Venezuela (Mérida), los días 13 al 22 de junio de 1999, primera feria internacional a la que asiste el Centro de Publicaciones-

Su permanencia en el tiempo, su uso en el momento, el lugar y el contenido, decidido por el lector y su cualidad documental, su consumo individual y de uso libre (a elección), han hecho que el lector de libros sea elector del medio impreso...

preferencias mediáticas culturales. Esto evidencia el actual espacio del libro en la cultura urbana contemporánea.

Perspectiva de uso y distribución.-

La configuración de este sistema, ha redistribuido los espacios y tiempos de uso por la aparición de nuevos medios. En ese marco, ha dotado de un carácter estrecho al libro en su uso y comercialización en países como Bolivia -donde los espacios y lapsos son limitados para el uso de este medio y más bien ilimitados ambos en el consumo de la cultura audiovisual- a la vez que ha asegurado sus particularidades y sus ventajas frente a estos medios, denominados -por sus particularidades - efímeros, fijos y "calientes", del sistema.

Su permanencia en el tiempo, su uso en el momento, el lugar y el contenido, decidido por el lector y su cualidad documental, su consumo individual y de uso libre (a elección), han hecho que el lector de libros sea elector del medio impreso en instituciones de enseñanza y universidades. Esta elección subordina en estas circunstancias a los otros medios "...el potencial de los otros medios se dirige a

UPSA, reunió a asociaciones editoriales y centros de publicaciones universitarios, a comercializadores, librerías distribuidores y público usuario, del libro que se produce en las universidades de América Latina y España. Esta asistencia permitió objetivar, comparar y enriquecer nuestra experiencia editorial.

Reunió a una gran parte de editoriales y asociaciones de editoriales universitarias de América Latina, España y el Caribe. ASEDIES - México, APESU - Perú, ASEUC - Colombia, ASOCIACION DE EDITORIALES DE BRASIL, CONSEJO DE PUBLICACIONES - ULA, INSTITUTO TECNOLOGICO DE COSTA RICA, REUN - Argentina, UNAM - México, UNIVERSIDAD DE CARABOBO, UNIVESPANA, UPSA - Bolivia.

La participación de casas editoriales universitarias, estuvo acompañada por otras editoriales, librerías y distribuidores, lo que significó una situación de ventaja (acrecentó el interés y el movimiento ferial) y otra de desventaja (quitó oportunidades a las editoriales que presentan un stock de carácter solo académico e investigativo) (4).

Hubo constante visita de usuarios de libros

y ciudadanos en general, a pesar de su ubicación fuera del centro histórico y comercial de Mérida. Seguramente esto respondió a la organización y difusión de las actividades feriales e interés de los ciudadanos. Logró congregarse a la comunidad universitaria de Mérida. Vale anotar -aunque los datos no son sino aproximaciones- que la ULA (Universidad de los Andes) cuenta con 40 mil estudiantes, en una ciudad (Mérida), de 300 mil habitantes.

Otras observaciones realizadas en esta Feria:

procesos diversos de la producción, difusión y futuras ventajas en la distribución. Como acabo de señalar, la visión no fue de ninguna manera apocalíptica; más, al contrario, de sorprendente asimilación de las nuevas tecnologías en las diversas fases de la producción editorial y su consecuente beneficio (7).

Perspectiva de mercado

La situación del libro universitario se presentó también desde la perspectiva del mercado.

La contradicción del libro universitario en

el proceso de producción se esfuerza por marcar distancia de la competencia desleal de las fotocopiadoras y abaratar costos, y no siempre existe armonía con una política editorial determinada y la producción universitaria

- Gran parte del éxito de ventas al universitario, se asentó en la feria universitaria (para los docentes de la ULA).

- La Feria coadyuvó a las relaciones editoriales universitarias, ofreció conferencias, foros, talleres y cursos de capacitación, ofreció un espacio (la Casa Internacional de Congresos Mucucharastí) para la exposición, negocios y venta de libros de editoriales, distribuidores y librerías.

- Organizó una conferencia con la EULAC (EDITORIALES UNIVERSITARIAS DE LATINOAMÉRICA Y EL CARIBE), a la que el Centro de Publicaciones de la UPSA asistió en calidad de invitado. La asistencia al seminario de la EULAC permitió obtener información sobre el proyecto que lleva a cabo desde hace un año atrás (6).

En el marco de coexistencia con otros medios, y de la supremacía del audiovisual y aparición de los nuevos medios, la perspectiva de análisis se ha presentado en esta ocasión a favor de la apropiación tecnológica en los

el proceso de producción, elaboración, difusión y distribución, se expresó en el tipo de demanda y el contexto de mercado. Mientras el contexto exige procesos de adaptación y en consecuencia, búsqueda de mercados seguros, el tipo de producción (académico e investigativo) se enfrenta a un mercado difícil y competitivo que exige el mejoramiento de la calidad y la difusión segura y un presupuesto que garantice la estabilidad editorial; el proceso de producción se esfuerza por marcar distancia de la competencia desleal de las fotocopiadoras y abaratar costos, y no siempre existe armonía con una política editorial determinada y la producción universitaria que deberá estar marcada por el conocimiento, la investigación y la tecnología.

Lo anterior, producto de la conferencia de la EULAC (8) en la Feria, además agregó el análisis de otras circunstancias en que se desenvuelven las editoriales universitarias. Una primera observación sobre la situación de las editoriales y centros de publicaciones universitarias es que el libro universitario transita por un ámbito similar en todas las universidades

Este valor de mutuo
conocimiento que ofrece toda
feria, se prolonga por cuanto...
crea circunstancias idóneas
para las relaciones...

latinoamericanas que publican sus propios materiales. La Feria de Mérida integró e hizo resonancia común de la producción, mercadeo y distribución y generó el espacio para la reflexión en las diversas conferencias, sobre la necesidad de asegurar una base de datos común de manera que exista un flujo de información entre editoriales acerca de lo que producen, coediciones y convenios con otros países, la utilización cada vez mayor en el aula de autores de ediciones universitarias latinoamericanas y asegurar medios de circulación del libro latinoamericano por universidades del continente y España.

Utilización de las ferias como estrategia de difusión

En ese marco de situaciones comunes - entre aquellos que tienen un largo camino recorrido y han logrado integrarse en asociaciones de editoriales universitarias a nivel nacional, caso Colombia, México, Argentina, Brasil y los otros que producen, comercializan y difunden solitarios en el mercado- se puede rescatar el valor de las ferias como antecedente de conocimiento mutuo en el orden de qué se produce, cuánto se produce, dónde se produce y para quién se produce.

Este valor de mutuo conocimiento que ofrece toda feria, se prolonga por cuanto no sólo se ofrece novedades editoriales al consumidor, sino que crea circunstancias idóneas para las relaciones y en otros casos, afianza las existentes en un contexto de intereses editoriales comunes, con un idioma común, estructuras universitarias similares, desarrollo común, fronteras próximas y

mercados comunes.

Nuestra producción editorial.-

Como ya se dijo, la Feria Internacional del Libro Universitario se realizó en la ciudad de Mérida, Venezuela y estuvo organizada por la Universidad de los Andes - ULA (Secretaría - ULA y Consejo de publicaciones - ULA), y buscó difundir promocionar y comercializar el libro universitario latinoamericano.

Dentro de esas características, la UPSA promocionó una gran parte de sus libros, de los que en su mayoría corresponden a una primera edición (9) y algunos han sido reeditados. Promocionó en la Feria de Mérida, 45 de sus títulos(10) en dos ejemplares en un stand de 9 m2., en la Casa Internacional de Congresos Mucucharastí, con capacidad para 8.500 personas. En comparación con los precios de otras editoriales similares, el Centro de Publicaciones ofreció libros a bajo costo, el mismo que se contempla para nuestro público interno.

Los libros de mayor aceptación entre los universitarios, docentes e investigadores de la ULA han sido de Arquitectura, Derecho e Historia y esto se debe -creo- a que coincide con la elección de las carreras existentes en ambas universidades. Sin embargo, la exigencia del público venezolano y latinoamericano en general es obtener una muestra cruceña y boliviana de temática mayor.

Ventana abierta a las relaciones editoriales

El Centro de Publicaciones de la UPSA ha establecido conocimiento y relaciones amistosas y de cooperación con editoriales universitarias, participantes en el evento.

De manera concreta:

- Dejó en consignación libros editados por nuestro Centro en la Librería Universitaria de la ULA (Universidad de Los Andes).
- Entregó una muestra de 10 títulos al comercializador de las editoriales universitarias de Colombia.
- Entregó una muestra a la Universidad

Javeriana de Colombia

- Estrechó vínculos con la Universidad del Pacífico (Perú).

En todos los casos existe el mutuo interés de la divulgación bilateral y multilateral de libros y co-ediciones, también se encuentra pendiente la creación de un banco de datos único de publicaciones universitarias de América Latina y España, y otras actividades que se acomoden a los intereses editoriales específicos.

Contacto con escritores e investigadores de Venezuela:

Las nuevas relaciones con intelectuales y escritores permitió la difusión de información directa acerca de la política editorial de la Universidad, por consiguiente se invitó a docentes universitarios de la ULA a enviar artículos y ensayos a la dirección de las revistas *Eco-Ciencia* y *Aportes de la Comunicación y la Cultura*. Así como también publicar investigaciones diversas.

La participación de la Universidad, con su Centro de Publicaciones permitió extender sus relaciones en esa ciudad universitaria con sus siguientes componentes:

- Relaciones con el consulado boliviano con sede en Mérida.

- Con la Universidad de Los Andes. Se generó relaciones de amistad con representantes del Centro de Publicaciones y organizadores de la FILU '99, a quienes se entregó un lote de libros como muestra de amistad.

- Con la Librería Universitaria de la ULA, que se quedó con libros en consignación.

- Con la Asociación de Editoriales Universitarias de Colombia, que representa a 23 universidades y con el distribuidor de la misma asociación, a quien se dejó diez libros de muestra.

- Con la Asociación de Editoriales Universitarias de México.

- Con UNIV ESPAÑA.

- Con la Universidad del Pacífico del Perú, para intercambio, distribución y co-edición.

- Con la EULAC (EDITORIALES UNIVERSITARIAS DE LATINOAMERICA Y EL CARIBE).

CONCLUSIONES

Un rescate necesario de algunos -sólo de lo abordado en el artículo- de los acontecimientos organizados en este evento, es que la Feria exhibió y difundió la producción editorial universitaria de países de América Latina y de España, y con esta realización ofreció un espacio importante para el encuentro y la reflexión acerca de lo que hacemos, la difusión y reconocimiento de lo que cada editorial universitaria produce y además la reflexión acerca de las circunstancias que rodean a cada libro publicado en un contexto de coexistencia y supremacía de unos medios sobre otros.

La Feria de libros en general y la FILU '99 en particular como estrategia de conocimiento y difusión se ha convertido en forma eficaz para el Centro de Publicaciones - UPSA de entrar en contacto con el lector universitario de otros países e identificarlo en sus necesidades y proximidad. Se ha podido preparar nuestra producción editorial para su exhibición en un contexto de comparación "en situación ferial" (el cliente compara, pregunta, elige).

Nos permitió avizorar objetivos en cuanto al trabajo de organización planificación, comercialización y distribución de títulos del

...esta realización ofreció un espacio importante para el encuentro y la reflexión acerca de lo que hacemos, la difusión y reconocimiento de lo que cada editorial universitaria produce...

La participación en las Ferias de Libros tanto a nivel departamental como nacional e internacional es enriquecedora para el Centro de Publicaciones...

fondo editorial de la Universidad en ferias similares, así como considerar a futuro proyecciones de exportación -de títulos y por esto mismo, de autores, investigadores y docentes que publican en nuestras revistas y en nuestra editorial-. Actualmente existen nuevas relaciones del Centro de Publicaciones con Editoriales Universitarias de América Latina, el Caribe y España, logradas en la FILU '99, que podrán concretarse -en situaciones dadas- en co-edición de libros, intercambio de publicaciones, distribución en el mercado latinoamericano y exhibición en librerías.

La participación en las Ferias de Libros tanto a nivel departamental como nacional e internacional es enriquecedora para el Centro de Publicaciones por los siguientes criterios:

- Relaciones con autores, casas editoriales, librerías, comercializadores y lectores.
- Difusión de las publicaciones UPSA.
- Inserción en el mercado del libro nacional e internacional
- Proceso de posicionamiento de los títulos producidos.
- Exigencia en la edición de libros y revistas
- Actualización sobre la situación de instituciones similares a las nuestras.
- Experiencia sobre el ámbito editorial
- Nuevos criterios de difusión editorial
- Proyección de la librería universitaria
- Es necesario crear a nivel Santa Cruz y Bolivia la Asociación de Editoriales Universitarias.

Finalmente, la participación en Ferias internacionales similares (de La Habana, la Feria de Guadalajara, Feria de Porto Alegre, Feria de Puerto Rico y otras similares que

transcurren regularmente y que se han convertido en una manera de divulgación itinerante de la producción editorial de universidades en el continente y a cuyo marco ingresó la Universidad al asistir a la FILU '99), es una de las extensiones de la difusión y promoción y posicionamiento del medio impreso, que se debe considerar en circunstancias de globalización e integración de mercados editoriales.

NOTAS

(1) ExpoUPSA '97, La ExpoUPSA '98 y La ExpoUPSA '99, Feria del Libro Cruceño (1998), Feria Cultural del Libro. Cámara Departamental del Libro (1999). FILU '99. (Mérida Venezuela).

(2) Diccionario Rioduero, Literatura I. Madrid, 1977.

(3) Mc QUAIL, Dennis (1988). *De la masa a las perspectivas de la comunicación masiva*. Investigación. Rev. Diálogos, No. 21, FELAFACS.

(4) ALFA OMEGA, ALFAGUARA, COLIBRI, EDICIONES CUBANAS, FUNDACION BIGOTT, LAROUSSE, LOS HERALDOS, MCGRAW HILL, PAIDOS, PLANETA, READ BOOK, TRILLAS, y otras.

(5) Conferencia "Servicios Electrónicos de Publicaciones Académicas, Medios, Política y Cultura y otras 6 conferencias relativas a política, literatura, filosofía, educación, economía y agronomía. foros y talleres ("Edición de libros y periódicos" "Producción Editorial", "Normas Venezolanas para la Industria Editorial", Encuadernación, Empastado, Reconstrucción de Libros, Carpetería).

(6) Es una Asociación financiada por un organismo europeo con el objetivo de edilar un libro universitario cada año, con fondos propios (de la EULAC). Se trata de un título de carácter social, político y/o económico. Este año se editó un libro de la Universidad de Costa Rica. La futura participación nuestra puede permitirnos ser parte del evento.

(7) Por ejemplo la noción de edición electrónica y sus ventajas en la coedición y distribución del libro.

(8) Asociación de Editoriales Universitarias de América Latina y el Caribe.

(9) Una primera edición es la primera publicación de un manuscrito original o traducido. La reedición es una edición que se distingue de ediciones anteriores por las modificaciones aportadas al contenido (edición corregida) o a la presentación y que necesita la atribución de un nuevo número ISBN. Una reimpresión no comporta modificaciones del contenido que no sean correcciones tipográficas y no necesita la atribución de un nuevo número ISBN. Una reimpresión hecha por un otro editor que el precedente es considerada reedición. RAPPORT SUR LA COMMUNICATION DANS LE MONDE. UNESCO, 1990.

(10) Título es el término utilizado para designar una publicación impresa que se constituye en un todo distinto de otro, como único, sea en uno o varios volúmenes. Ibidem.