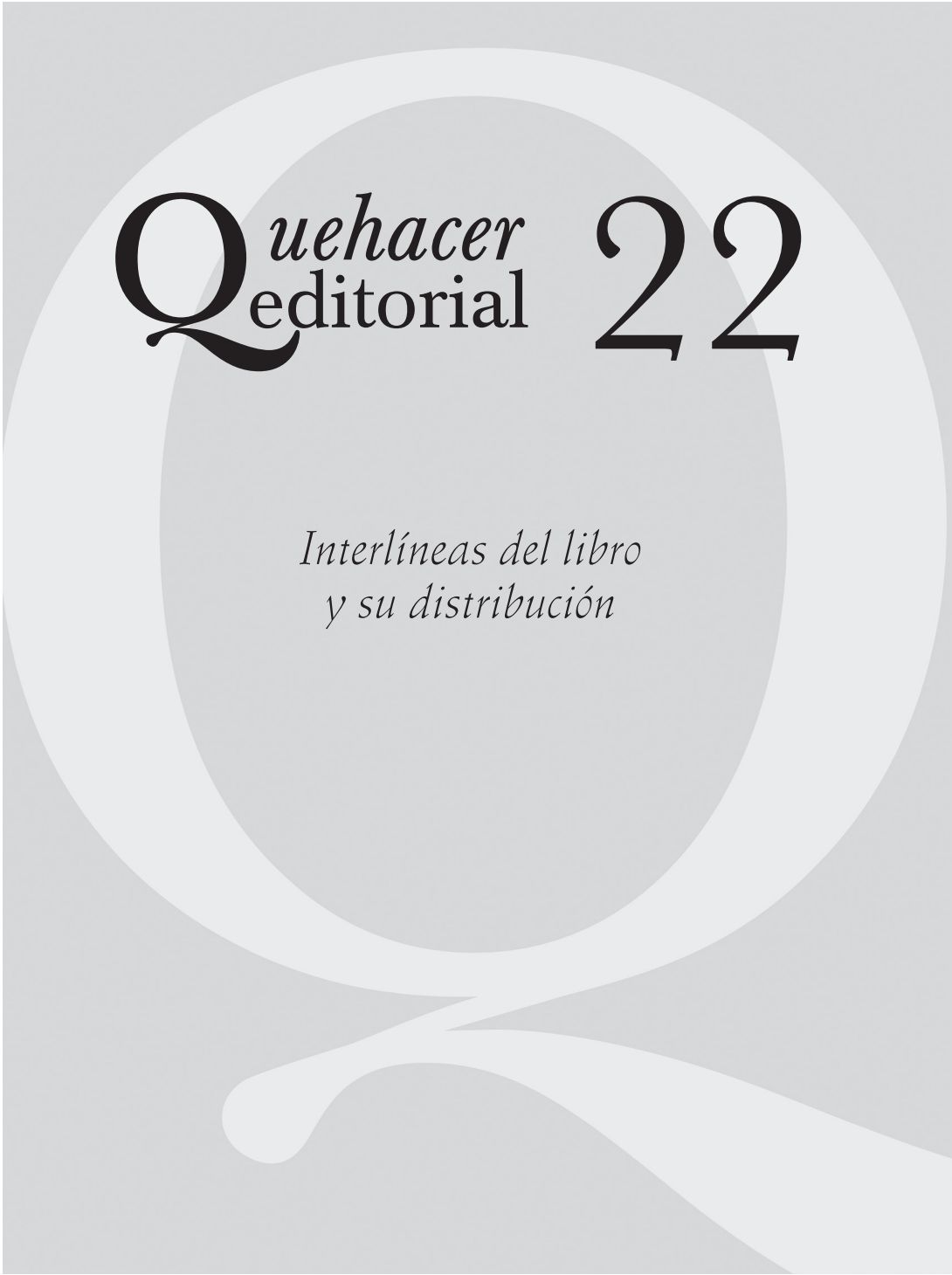




Quehacer editorial 22

*Interlíneas del libro
y su distribución*

Director general

Alejandro Zenker

alejandro.zenker@solareditores.com

Consejo Editorial

Presidente: Camilo Ayala Ochoa

Alejandro Zenker	Juan Domingo Argüelles
Arturo Ahmed Romero	Lourdes Epstein
Carlos Anaya Rosique	Margarita Sologuren [†]
César Augusto Pérez Gamboa	Virginia Krasniansky
Mauricio López Valdés	Sofía de la Mora
Jesús R. Anaya Rosique	Xiluén Zenker

<i>Cuidado editorial</i>	<i>Coordinación editorial</i>
Elizabeth González	Xiluén Zenker

Formación y tipografía
Rosa Virginia Cruz Cruz

Las citas de las falsas de este número de Quehacer Editorial están tomadas de *En-torno al libro universitario. Un diálogo con sus autores*, de Alejandro Aréchiga Janet, México, Dirección General de Fomento Editorial, UNAM, 1988, y corresponden a las páginas 82, 90 y 100

Quehacer editorial es una publicación que surgió en 2002 y se propuso como un foro abierto de información, reflexión, análisis y debate en torno a la edición en una época de rápidos cambios. Desde entonces se ha publicado de manera totalmente independiente. Así pues, *Quehacer editorial*, la revista que es libro, busca llevar la palabra del autor al lector mediante una reflexión constante sobre las ciencias y artes del libro, así como la opinión del lector a los autores y editores para que la asimilen.

Quehacer editorial es una publicación abierta, de análisis y debate, por lo que las opiniones expresadas en sus páginas no reflejan forzosamente las de sus editores, sino las de los autores, únicos responsables de sus artículos. No respondemos por originales no solicitados, pero invitamos a todos los involucrados en el proceso de producción y en el ciclo del libro a enviarnos sus colaboraciones a la dirección quehacereditorial@edicionesdelermitano.com. La versión electrónica de la serie la encuentran en nuestra página www.quehacereditorial.com.

Visite también la página www.edicionesdelermitano.com para conocer nuestro catálogo.

Publicación realizada en colaboración con el Instituto del Libro y la Lectura, A.C. (ILLAC).

Primera edición, noviembre de 2022.

© 2022, Solar, Servicios Editoriales, S.A. de C.V.
ISBN: en trámite

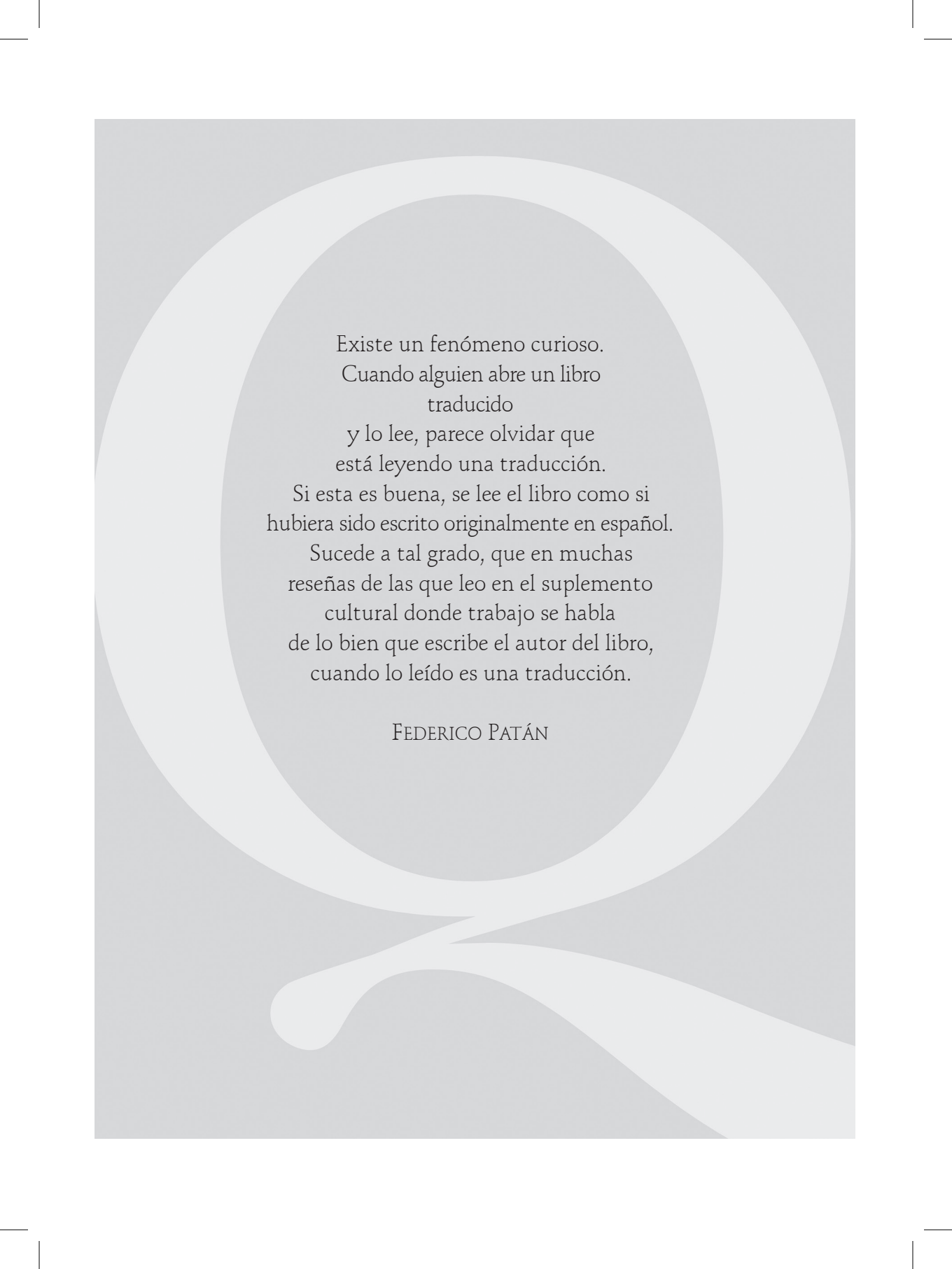
Solar, Servicios Editoriales, S.A. de C.V., Calle 2 número 21, San Pedro de los Pinos, 03800 Ciudad de México. Teléfono: 55 5515-1657 con 12 líneas. www.solareditores.com

Hecho en México/Made in Mexico.

Contenido número 22

- 7 Voces narrativas, diálogos festivos
**Sofía de la Mora Campos y
Daniela Páez Jiménez**
- 25 El libro como pantalla
Jerónimo Repoll
- 35 Subjetividades del campo editorial
Vianney A. González Luna
- 47 Editar en lenguas indígenas
Alejandro Tapia Mendoza
- 57 Escribir sin leer, leer para escribir
Eduardo Andión Gamboa
- 65 Lecturas descubiertas y ferias del libro
**Zyanya P. Ruiz Chapoy, Daniela Páez
Jiménez, Víctor Manuel González
y Miguel de la Cruz**
- 73 La función social del libro: ferias y ediciones
Felipe Maya Bernal
- 81 La UAM y la FIL Guadalajara: un vínculo
nutriente
**Marco Antonio Moctezuma Zamarrón,
Fernando Martínez Muñoz y
Reyna Ponce Navarrete**

-
- 95** La FILU virtual: una experiencia de seis meses
Germán Martínez y Sofía de la Mora
- 113** La Filuni en tránsito perpetuo
Camilo Ayala Ochoa



Existe un fenómeno curioso.
Cuando alguien abre un libro
traducido
y lo lee, parece olvidar que
está leyendo una traducción.
Si esta es buena, se lee el libro como si
hubiera sido escrito originalmente en español.
Suced a tal grado, que en muchas
reseñas de las que leo en el suplemento
cultural donde trabajo se habla
de lo bien que escribe el autor del libro,
cuando lo leído es una traducción.

FEDERICO PATÁN

Voces narrativas, diálogos festivos

Conversar, encontrar, ubicar, entrevistar, conocer... es un proceso dialógico que representa el interlineado de un proyecto multimedia que, en su primera década, se detiene para poner tinta sobre papel.¹ Un texto que hace evidente el lenguaje y la historia de quienes, desde su voz, narran para contribuir al quehacer editorial desde diversas miradas encaminadas a la construcción cultural multidisciplinaria del libro y la lectura.

El individuo se propone recorrer caminos desde el instinto personal de saber, conocer, reconocer, desde lo que identifica como deseable para alimentar sus deseos. Los contenidos que se imprimen en el libro abren un sinfín de ventanas en las que muchos toman el escenario con su presencia, y a otros les ofrece oportunidades no imaginadas. Hay deseos y deberes que se cumplen y llevan a la multiplicidad de experiencias. Cada voz, cada pieza, le da ese sentido, nunca estático, siempre propositivo.

Las anécdotas le dan un tono, un tinte, un colorido a ese imaginario; llenas de recorridos complejos en proceso de construcción, un camino hacia lo novedoso desde la curiosidad, instinto natural. Quizá son pasos ya andados ante la

**Escribir para
leerlo en voz
alta...**

Los contenidos que se imprimen en el libro abren un sinfín de ventanas en las que muchos toman el escenario con su presencia.

¹ *Interlínea: cultura editorial* es un producto comunicativo de difusión y promoción para la construcción de comunidades lectoras y del libro, sustentado en un proceso de investigación-producción para responder a las necesidades de análisis y discusión temática a través de la vinculación mediática en un espacio cultural promovido desde la academia interconectado con profesionales del medio.

*Ferias del libro en la
Ciudad de México:
del Palacio de Minería
(UNAM), del Libro
Abierto al Tiempo
(UAM), de Antropología
e Historia (INAH),
Científico y Técnico
(IPN), del Zócalo
(Cultura CDMX).*

necesidad de remarcar lo que se creía conocido. Así es como el tren, el avión, el automóvil, han sido y seguirán siendo cómplices de encuentros, donde se manifiesta el cuerpo que goza con la cercanía de rostros, voces, colores, olores y demás sensaciones que avivan los libros, las lecturas, los autores, los editores. Allí estamos los que nos aventuramos al festejo como parte del ecosistema de las ferias.

Por décadas, quienes transitan por la escritura, la lectura, la edición, marcan procesos, aunque con la fragilidad de lo imprevisto que determina lo novedoso y que conforman las autoridades que aportan a la verdad literaria, sea dicha o plasmada en un papel, hasta líneas del conocimiento que responden a lo dictado desde la academia. Finalmente, está la experiencia de recorrer las ferias con una simple grabadora analógica, luego digital, que permite el registro desde la perspectiva del Otro para lograr, de viva voz, lo no escrito, con el deseo de ser expresado desde sus propias vivencias, corporalidad, visión y experiencia. Es el soporte de un discurso que abona a la profesión, a la academia y al proceso cultural del conocimiento y de lo literario que emerge cotidianamente desde la palabra expresada, escrita y publicada.

Primera persona

Entre lo que veo y digo,
entre lo que digo y callo,
entre lo que callo y sueño,
entre lo que sueño y olvido,
la poesía.

OCTAVIO PAZ, "Decir, hacer"

Narrar en primera persona, ser parte de la historia. Una pieza que no contempla, sino que interviene, que busca con el registro darle voz a los personajes que hacen del caminar por los pasillos una historia continua, viva, dinámica. Quien escuchará es la audiencia, comunidad lectora a la que se convoca. La cercanía que muestra razones, motivaciones, provocaciones desde el Yo para acercar a Aquel, desde la sub-

jetividad que invita al encuentro para construir un entorno colectivo, compartido, en un intento de objetividad enmarcada por principios periodísticos. Cada pieza es una historia y permite ese fluir de un todo en un escenario que año con año se instala en plazas, salones, centros, calles, edificios con historia registrada y por contar.

Al acercar con la palabra y la escucha para construir o deconstruir verdades, la narración va sumando experiencias para hacer que ese Otro, el posible protagonista de la historia, sea atraído por ese deseo transmitido, por ese desafío, ese placer al que la tinta y el papel incitan, ese deseo de pertenencia. Desde la vida propia, las realidades en el enunciado literario, junto con el color, la forma y el contenido de la ilustración, la mancha tipográfica, el olor del papel o la luminosidad de la pantalla, las anécdotas que se narran ambicionan acercar y convocar a quien está dispuesto a creer y confiar. Desde allí, las estructuras mediáticas comunicativas le dan forma, sonido, voz, imagen y movimiento. El Otro es la primera persona, con sus sentimientos y emociones, su parcialidad reconocida, no juzgada, que delimita el sentido de autoridad no impuesta, pero sí registrada por su experiencia, opinión y narrativa desde el entorno y las condiciones socioculturales en las que se ve inmerso. El objetivo de ese registro es dejar sentada la información, la opinión que permita la tensión analítica y el deseo de conversar, debatir y construir para encaminarnos al saber, conocer y compartir.

El objetivo de ese registro es dejar sentada la información, la opinión que permita la tensión analítica y el deseo de conversar, debatir y construir para encaminarnos al saber, conocer y compartir.

No dice más la lengua que lo que siente el corazón.

REFRÁN

Segunda persona

El narrador no es el protagonista sino quien cuenta las peripecias de los otros, es un testigo. Busca empatía con el lector, pone en entredicho las acciones del otro con preguntas en un entorno problematizador al que le da sentido con el diálogo, sin juzgarlo, aunque sí promueve obtener desde las entrañas sus fantasías, sus visiones. El narrador en segunda

*El narrador en segunda
persona no pone en
duda la opinión, la
coloca como parte de las
muchas verdades con el
registro testimonial.*

*En esos encuentros en
pasillos, rincones y
banquetas se activa un
tema con la pregunta,
la duda, el enunciado
provocador y se obtiene
un registro sonoro y
audiovisual.*

persona no pone en duda la opinión, la coloca como parte de las muchas verdades con el registro testimonial. Es la entrevista un medio para construir soportes narrativos donde hay una voz que acompaña, testigo del protagonista: el entrevistado. Y aunque el entrevistador como narrador pretende ser ajeno a la historia, establece un lenguaje para observar con lejanía el flujo de lo que sucede y, con ello, romper las estructuras determinadas, cuestionar con visión periodística y lectura crítica.

Los lugares no estructurados para el diálogo, el cruce de miradas y sonrisas registradas en audio con ese sonido que muestra, desde el lenguaje, la oralidad, las pausas, el énfasis que ofrece calidez, experiencia y conocimiento, han permitido que se rompan los paradigmas para lograr un concierto de voces que, sin practicar, va logrando sintonía, coherencia e historicidad al fragmentarse los protocolos de saberes sin perder el tono, la armonía. Es un ecosistema que pone la mirada desde lo grande hasta lo pequeño, con los claroscuros que le dan vida a ese tridimensional e infinito rompecabezas de los contenidos libresco. En esos encuentros en pasillos, rincones y banquetas se activa un tema con la pregunta, la duda, el enunciado provocador y, así, el registro sonoro y audiovisual, una audioteca, un sistema de podcasts y videos como centros de referencia académicos y profesionales.²

Festejemos

La historia de la palabra transita, y con ella los significados y sus usos. Días de fiesta, las ferias son espacios que abren el descanso, el tránsito libre, la convivencia, lo social, las relaciones, los objetos; símbolos culturales, sociales, en su

² *Interlínea: cultura editorial* tiene un sitio web (<https://www.interlineaculturaeditorial.com.mx/es>) con contenidos como referente académico y profesional producto de entrevistas radiofónicas, así como un canal de YouTube (https://www.youtube.com/channel/UCayTjK-jLbeTRO_iAxy-ZMA) que da cuenta del registro de conversatorios, testimonios, reflexiones y perspectivas de las actividades del mundo del libro y la lectura.

momento, religiosos... días feriados, festivos. Se une lo individual, lo colectivo, lo colaborativo, quizá hasta lo masivo; lo lúdico, lo recreativo, deberes y placeres. Se asemeja a un mercado con el pretexto de celebrar, intercambiar, realizar trueques. Los valores simbólicos de “feria” son múltiples, desde el canje monetario hasta las relaciones enfáticas que dejan las transacciones de puntos de venta, distribuidores, libreros, bibliotecarios, lectores. En este diálogo, es el libro el objeto de trueque, aunque parece subjetivo cuando consideramos la lectura, la escritura y el diálogo de saberes y placeres, lo cultural como algo intangible, valores difíciles de cuantificar.

Los valores simbólicos de “feria” son múltiples, desde el canje monetario hasta las relaciones enfáticas que dejan las transacciones de puntos de venta.

Interesante resulta que el libro sea uno de los privilegiados para hacerse acompañar de lo festivo, ferias de libro, pretextos para el registro y escucha de voces, de las experiencias, lo que se analiza va de la mano con el dicho: “Cada uno habla de la feria como le va en ella”, al que se recurre al hablar de las cosas según el daño o el provecho que se obtiene, cada quien desde su punto de vista. Vivir en la feria, llena de colorido, donde si se pierde hasta la camisa es porque ¡me fue como en feria!, el infortunio, pero también puede suceder que, bestia buena, se vende sin ir a la feria, o algo muy común: a la feria van muchos a ver y no a comprar, y no hay feria mala, lo que uno pierde otro lo gana. Hablar de ferias es sinónimo del disfrute de días de “descanso”, y para ello vamos a las ferias del libro, un tiempo de esparcimiento.

Las líneas del texto hacen referencia a los espacios de exhibición, momentos de detenerse en los interlineados para recorrer con la mirada los pasillos que le dan sentido a la movilidad de la lectura, la mirada para ser escrita entre letras, nombres y avenidas. Ferias del libro, nacionales, internacionales, locales, fiestas en las que se transita con el pretexto de encontrar el libro, al autor, al editor, al lector; donde el olor a papel, tinta y pegamento y la percepción de los formatos digitales dan presencia a la diversidad de actores, agentes, discursos, escrituras y lecturas, siempre en movimiento.

Las líneas del texto hacen referencia a los espacios de exhibición, momentos de detenerse en los interlineados para recorrer con la mirada los pasillos que le dan sentido a la movilidad de la lectura.

*Las ferias convocan a
multitudes en busca de
espacios de pertenencia.*

*Las motivaciones son
diversas, los resultados
variables e inesperados.*

*Se trata de mirar para
compartir, de poner en la
balanza pros y contras,
el papel y la pantalla,
de marcar discursos que
interpelen y concluyan.*

Las ferias convocan a multitudes en busca de espacios de pertenencia. Las motivaciones son diversas, los resultados variables e inesperados.

Hoy, con una temporalidad gaseosa, hay un afán de registrar el testimonio en momentos de pandemia, encierros, miedos, incertidumbres, con una cultura viva que promueve el diálogo desde el Yo hacia los Otros como narradores de Aquellos, con el fin de poner la palabra en primera persona en el encuentro problematizador, de mirar para compartir, de poner en la balanza pros y contras, el antes y el después, el papel y la pantalla, lo analógico y lo digital, lo físico y lo líquido, de marcar discursos que interpelen y concluyan.

Cada feria, cada libro, es una historia. En el año 2020 y aun en el 2021, las ferias fueron virtuales, hablamos de ellas, de cómo nos fue, sin saber cómo nos irá, habitar sin estar, vivir sin desaliento al paso, estar a la mira y a la escucha en una pantalla, con acceso en un tiempo y un espacio que tienen otro sentido, que confunde la cotidianeidad. No hubo avión, coche, hotel, brindis, baile, pero sí feria, y cada quien, desde sus emociones y recuerdos, se expresó desde lo individual hacia la construcción de un discurso colectivo, compartido.

Se hace el registro, la transcripción, para luego compartir y promover la escritura sin formalismos. Reunir en videos esas reflexiones que permanecerán en una plataforma digital que dará visibilidad analítica a los tránsitos en los pasillos virtuales de esas ferias. Dejar sentado un ejercicio para contribuir al quehacer editorial y a la espera de propuestas con tintes híbridos: presenciales y virtuales.

Los pasillos

Recorrer ese mundo es hallarse en los interlineados de espacios entrelazados con letras y construcciones atípicas, elevación de mamparas, logos y colores; expositores que atisban el encuentro; profesionales que se atraviesan y se mueven a un ritmo vertiginoso; lectores que reconocen el reflejo del mundo en lomos, portadas y textos. Bibliodiversidad de formas y soportes donde se asoman diferentes nombres,

términos, conceptos, disciplinas, culturas, así como voces, acciones y discursos que permiten estrechar conversaciones entre mesas, salas y auditorios, un acompañamiento vivo y necesario para comunicar y transmitir a través de los detonadores que son los libros.

El libro y la lectura tienen su propia discusión. En fiestas como la FIL de Guadalajara 2020 y la FIL del Palacio de Minería 2021, atravesamos por esos pasillos virtuales de riqueza cultural nacional e internacional para obtener miradas analíticas que, a cada encuentro en pantalla, nos detienen en una reflexión, en esta ocasión envueltas en la pandemia mundial.³

SOFÍA DE LA MORA:⁴ Estamos transmitiendo con pretexto de la Feria del Libro de Guadalajara que se celebra cada fin de año. Y, como siempre, Daniela y yo estamos presentes, pero ahora desde nuestras casas, aprovechando la virtualidad. Deseamos compartir nuestras reflexiones sobre lo que sucede con la feria en este año tan especial. Daniela, muchas gracias por acompañarnos en estas aventuras para *Interlínea*.

DANIELA PÁEZ:⁵ Compartir en estos espacios es muy grato porque da oportunidad a que nos acerquemos y son días de fiesta, aunque sea a la distancia. Se extraña estar en presencia física, pero, al final, todas las actividades nos permiten estar cerca, lo mismo que con quienes nos siguen en redes sociales.

Las experiencias llegan de formas inesperadas. Planear cada día con agenda en mano horarios separados por pe-

El libro y la lectura tienen su propia discusión. En 2020 y 2021 atravesamos por pasillos virtuales de riqueza cultural nacional e internacional para obtener miradas analíticas.

Mientras que en 2019 el público asistente a la FIL Guadalajara sumó 828 266 personas, en 2021, luego de la pandemia, se reunieron 251 000.

³ Cobertura periodística con reflexiones de los miembros del comité académico de *Interlínea: cultura editorial* e invitados. Fueron transmitidas por Facebook Live, reeditados y publicados en el canal de Youtube. Los fragmentos citados en este artículo buscan contribuir a las temáticas desarrolladas e invitar a escucharlas.

⁴ Sofía de la Mora Campos, profesora-investigadora del Departamento de Educación y Comunicación de la UAM-X. Dirige *Interlínea, cultura editorial*. Miembro del comité académico de la Maestría en Diseño y Producción Editorial, UAM-Xochimilco.

⁵ Daniela Páez Jiménez, egresada de Comunicación Social de la UAM-Xochimilco. Guionista y productora de *Interlínea: cultura editorial*.

queños espacios para visitar, comprar, revisar la oferta editorial y cultural, atender las citas y volver a organizar la jornada para estar presentes, conversar, eso que da inicio a todo momento, la pregunta que permita la vinculación y, con ello, construir nuestra experiencia.

SOFÍA DE LA MORA: Queremos aprovechar para que nos cuenten cuáles han sido sus experiencias, cómo ha sido ese llegar a la FIL y encontrarse con esos pasillos. Tenemos la oportunidad de acercarnos mucho más desde otro lugar (lo virtual) y de estar presentes en las actividades y verlas de otra forma.

*En el encuentro
virtual de la FIL
Guadalajara de 2021,
interactuaron
18 739 726 de usuarios
de 30 países con los
diferentes contenidos.*

DANIELA PÁEZ: Así es, esta edición especial de la feria en línea está sirviendo para que quienes no la conocen, la conozcan, y quizás en los años siguientes la visiten. La feria se está transformando y esto requiere de mucho aprendizaje, reflexión, saber estar y cómo estar, y hay que aprovechar las herramientas digitales para acercarnos.

Los pasillos se construyen de principio a fin de año, en medio de un ejercicio colectivo para concretar, problematizar, revivir, reconocer, recontar y abrir perspectivas que podrán pulirse los siguientes días, los siguientes años...

SOFÍA DE LA MORA: La FIL de Guadalajara siempre cierra el año y siempre es espectacular. En esta ocasión aprendió de las ferias que hubo durante 2020 para entender pros y contras, y se preparó para esta virtualidad. Destacamos algo que se dijo en esta versión: "Nunca volverán a ser iguales las ferias del libro, ya pasaron a otro lugar, el ecosistema se ha ampliado". Algo que me gustó de la inauguración fue esta frase: "Este es un ensayo del futuro", y creo que es importantísimo ver eso.

Áreas, salones y estands

Tomar decisiones respecto de la agenda no siempre es fácil, ya que es necesario determinar hora, lugar y la actividad que exige la presencialidad. Esta vez, la virtualidad nos dio la oportunidad de quedarnos todos los días, de entrar y salir de la sala sin hacer ruido, de duplicar las pantallas y contar con mayor variedad de actividades, aunque los recorridos

se movían llenos de nostalgia, de distancia, pero de mucho análisis y reflexión personal al vivir esta experiencia.

Ferias y ferieros

Se escuchan en los pasillos idas y vueltas entre stands y eventos. A cada paso, un encuentro, un cruce de miradas, diálogos, acuerdos. Tomar un aperitivo o un descanso entre los espacios asignados, respirar, levantarse y seguir en busca de ese Otro o de Aquel, de esa lectura, escucha, registro multimedia que nos habrá de conectar con las ideas, los pensamientos y las sensaciones. Ahora es el cambio de pestañas en los navegadores de internet, trasladamos nuestros pasos entre enlaces de plataformas y redes sociales, intercambiamos conversaciones en chats virtuales. Miramos, pero no abrazamos, sentimos a la distancia con la escucha cercana que permite la pantalla, un *zoom* a la palabra, días de fiesta en casa, a mi tiempo y en mi espacio.

En estas ferias encontramos reflexiones acerca de nuestro “yo feriero”, “tú feriero”, “nosotros ferieros”. Cada quien lo vive desde diferentes posiciones personales y profesionales, desde nuestro conocimiento de ellas y nuestras agendas, nos pertenecen de otra manera con ese encuentro que queda fijo en plataformas que podemos recorrer una y otra vez, un tiempo nuestro distinto, con acceso a varias actividades a las que, en su momento, resultaba imposible asistir.

MARCO MOCTEZUMA:⁶ ¿Qué son las ferias ahora? Es un asunto que apenas se va perfilando, que no acaba de aclarar a lo que nos enfrentamos. En nuestro país empezamos con el encierro a finales de marzo de 2020, con el aislamiento social que se ha ido atenuando, pero que no nos permite circular libremente. Hay que celebrar que se llevara a cabo la FIL de Minería, porque planteó actividades, aunque no

Ahora se navega por internet, vamos entre enlaces de plataformas y redes sociales, intercambiamos palabras en chats. Miramos, sentimos a la distancia.

En México empezamos con el encierro a finales de marzo de 2020, la FIL del Palacio de Minería todavía alcanzó a celebrarse a finales de febrero.

⁶ Marco Antonio Moctezuma Zamarrón, subdirector de distribución de la Dirección de Publicaciones y Promoción Editorial de la Universidad Autónoma Metropolitana.

La virtualidad nos da esa gran amplitud que ofrece internet y que no habíamos aprovechado, la posibilidad de llegar a un público más amplio y diverso.

Definir nuestro lado "feriero" es reconocer múltiples perspectivas, cuestionarse ¿para qué voy?, ¿a quién visitaré?, ¿qué libros voy a comprar?

celebramos del todo porque no estuvimos allí, en el estand, con nuestros libros, ni siquiera en un espacio virtual para ofrecer a nuestros lectores. Han cambiado las cosas. No solo es un asunto que vaya a marcar la diferencia. Quizás el beneficio es que ahora, por un lado, nos permitirá estar en espacios físicos tanto para la venta como para las actividades culturales y las presentaciones de libros, pero, por otro lado, nos da esa gran amplitud que siempre había ofrecido internet y que no habíamos aprovechado, la posibilidad de llegar a un público más amplio y diverso, situado atrás de nuestra oficina, de nuestra casa o a miles de kilómetros, y que puede intervenir, intercambiar puntos de vista y hacer comentarios sobre las presentaciones de libros y adquirir nuestras publicaciones.

VÍCTOR M. GONZÁLEZ.⁷ En la búsqueda de un libro buscas qué autores, qué tipo de libros te gustan, pero a final de cuentas terminas indagando qué le va a gustar al grupo *Recomiéndame un buen libro!!*, porque tenemos ya una buena base de lectoras, sobre todo mujeres, que son muy críticas y que se vuelven, en un momento dado, demandantes de cierto tipo de libro, y a veces rechazan algunos. Eso te va formando, es una gran ventaja porque en la FIL tienes una gran variedad de autores, de libros y editoriales para ofrecer al grupo. Constantemente les mando parte de las presentaciones a los integrantes del chat y dan su opinión: "este sí me gustaría, este no". A diferencia de los años en que hemos estado de manera presencial, se vuelve más instantáneo. Paso varias horas en la computadora, y varios compañeros también están viendo qué les vamos a mandar, a qué actividad asistimos... Es otra manera de ver la feria.

Definir nuestro lado "feriero" es reconocer múltiples perspectivas, cuestionarse ¿para qué voy?, ¿a quién visitaré?, ¿qué estand?, ¿qué libros voy a comprar?, ¿a qué actividades asistiré? Respuestas que se mueven en el espacio, que cumplen con nuestras expectativas o no, que nos per-

⁷ Víctor M. González, aficionado a la lectura, administra la página *Recomiéndame un buen libro!!*

miten cambiar de opinión y dar pasos por otros pasillos, áreas, salones y stands. En la virtualidad hay permanencia, rapidez, duplicidad, momentos para analizar...

FELIPE MAYA:⁸ Ir a la FIL, en calidad de qué. ¿Se toma en cuenta, por ejemplo, que alguien entra unos segundos a ver algo y se va? Y si eso entra en determinada métrica o no, ¿qué significa? Lo primero que noté, en términos de estar en el evento FIL y entrar a ver videos de YouTube, es la falta de exploración. Cuando estás en un espacio físico no necesariamente controlas a lo que estarás expuesto. Si eliges una exposición, vas a ver lo que te interesa, pero para llegar a aquello pasas por ciertos lugares que, en un principio, no te interesaban. Me parece que, en el evento virtual, esos millones de personas no entran a un lugar donde está todo, sino que es un conjunto de distintos intereses que no siempre se encuentran...

SOFÍA DE LA MORA: Lo cierto es que hubo un cambio importante de audiencia; nosotros mismos cambiamos, en esta ocasión hubo más oportunidades de escuchar cosas que nunca podemos, como el Salón de poesía y cuento, por falta de tiempo.

DANIELA PÁEZ: Creo que esos son los grandes retos, si ya es una feria digital, si ya hubo gente que no podía asistir y ahora la visita, ve una variedad de actividades que no ocurren de manera presencial, ¿cómo hacer para otros sectores de la sociedad se involucren? El reto para el próximo año será mantener la audiencia que tuvo, porque fue un descubrimiento.

En un espacio físico estás expuesto a lo que va surgiendo; en el evento virtual, a lo que eligieron transmitir.

Por otra parte, en una feria digital hay una variedad de opciones para quienes no pueden asistir en persona.

Profesionales y versados

Caminar por las ferias es traspasar las fronteras de la mirada hacia caminos nuevos y otros ya conocidos, en un sinfín de

⁸ Felipe Maya Bernal, profesor-investigador del Departamento de Teoría y Análisis de la División de Diseño, UAM-X, miembro del Comité Académico de la Maestría en Diseño y Producción Editorial. Asesor de desarrollo multimedia *Interlínea: cultura editorial*.

Ser “ferieros” y profesionales permite vislumbrar diversas maneras de difundir el conocimiento de actores, agentes y discursos del libro.

oportunidades para conocer personas de diferentes lugares de México y del mundo, rodeadas de una multiplicidad de pensamientos y disciplinas que nos ofrecen la posibilidad de identificarnos, de conversar largamente, aprender y, sobre todo, establecer comunidad.

Ser “ferieros” y profesionales permite vislumbrar diversas maneras de difundir el conocimiento de actores, agentes y discursos del libro y la lectura a través de la observación, la experiencia, la investigación, el diálogo con nuestros pares en diferentes espacios de análisis y reflexión, como foros, seminarios, presentaciones de libros, stands, salas de negocios, de derechos de autor, en salones literarios, de ilustradores, ante colectividades de diseñadores, promotores de lectura, bibliotecarios, editores del libro infantil y juvenil, y de todo tipo, universitarios y académicos, periodistas, poetas, cuentistas, entre otros... cada comunidad con su esencia para atravesar las fronteras del lenguaje y del pensamiento mismo.

Las experiencias de reunión en las ferias virtuales son diversas, y fueron necesarias para ver los reflejos de la silueta en espacios personales, escuchar las voces mientras se sigue en la cotidianidad de la casa frente a esta, todavía vigente, pandemia...

Este invento impresionante que es el libro remite a la necesidad de que haya una ecología más diversa en que sobrevivan las pequeñas editoriales que se arriesgan.

EDUARDO ANDIÓN:⁹ Creo que esta feria adquiere una dimensión distinta a lo ocurrido antes, precisamente por el momento coyuntural en que hubo, si no fricción, una especie de excesos verbales que suscitaron la necesidad de reciclar el papel de la literatura, del libro, de las ideas puestas en el libro y en circulación a través de este medio. Este invento impresionante que es el libro remite a la dimensión del negocio, la dimensión económica de las editoriales y la necesidad de que haya un sistema, una ecología más diversa en que sobrevivan las pequeñas editoriales que se arriesgan a situar, en el espacio de lo público, pensamientos que no necesaria-

⁹ Eduardo Andión Gamboa, profesor-investigador del Departamento de Educación y Comunicación de la UAM-Xochimilco.

mente asumen los grandes consorcios editoriales y que están en el campo restringido, pero relevante, de experimentar, de poner en circulación conceptos que no requieren de un público demasiado grande, pero sí ser publicitadas en el espacio de lo público y estar disponibles para ser discutidas y platicadas.

CAMILO AYALA:¹⁰ Lo positivo es la adquisición de una ciudadanía digital, y entiendo por esto que se puede habitar en estos circuitos digitales, dar elementos a los clientes del libro, a los lectores y a la sociedad, para conformarla. Es cierto que la virtualidad en el libro siempre se ha dado: uno toma un objeto y lo activa cuando empieza a descifrar las frases, lo que indican los signos de ese libro, pero hoy tenemos más cercana esa inmaterialidad en esa virtualidad de la lectura, precisamente porque estamos ante un enemigo que produce una enfermedad, el covid-19, que es invisible, intangible, pero con el que debemos contar a todas horas y pensar en él.

El año 2020 lo iniciamos con la experiencia de la presencialidad. Hubo ferias que alcanzaron a desarrollarse, como la FIL del Palacio de Minería o el Contec México de la Feria de Fráncfort y otras reuniones internacionales... Tres meses después se declaró la pandemia que nos obligó a descubrir nuevas formas de comunicarnos, de relacionarnos, de producción de lectura y edición, de compra y venta. En medio de pantallas hemos vivido y aprendido a estar conectados a partir de un enlace en foros y seminarios.

DANIELA PÁEZ: Estos foros permiten visualizar lo que hacen en otros países, en otras empresas, para aprender o dialogar, y para que uno pueda crear sus propios espacios. Cada espacio es diferente y tiene que generar sus mecanismos, sus estrategias, porque persiguen públicos diferentes. Las redes, en este sentido, posibilitan la conversación.

La virtualidad en el libro siempre se ha dado: uno toma el objeto y lo activa cuando empieza a descifrar los signos que lo conforman.

La pandemia nos obligó a descubrir nuevas formas de relacionarnos, de producción de lectura y edición, de compra y venta.

¹⁰ Camilo Ayala Ochoa, jefe del Departamento de Contenidos Electrónicos y Proyectos Especiales de la Dirección General de Publicaciones y Fomento Editorial UNAM, columnista de *Interlínea: cultura editorial*.

La FIL virtual hizo gala de su abundancia y nos dio grandes puntos de encuentro, temas de reflexión e ideas para atravesar esta crisis.

Lo más importante sobre esta feria virtual es verla como una ventana de oportunidad de la que se puede aprender mucho.

SOFÍA DE LA MORA: Hay un montón de pequeñas comunidades dentro de la FIL, las vemos en encuentros, coloquios, reuniones y redes, pues lo que buscamos son espacios de pertenencia, un nuevo discurso que rompa con ciertos paradigmas en este afán de encontrar el nuevo ecosistema en que cada pieza se mueve de manera nuclear, extraña, buscando con quién estar.

VIANNEY GONZÁLEZ:¹¹ La FIL siempre se muestra muy didáctica en lo que pasa en los primeros tres días respecto al diálogo entre profesionales, pero hay un escenario que lo acompaña, que tiene que ver con toda la feria, estar acompañados de otros actores, los libros, los grandes protagonistas, y ya para estos momentos uno está verdaderamente saturado. Esta vez no fue la excepción, la FIL virtual también hizo gala de su abundancia y nos dio grandes puntos de encuentro, temas de reflexión sobre lo que está pasando en la cultura editorial y sobre cómo le estamos haciendo para atravesar esta crisis económica, y la crisis sanitaria que nos obliga a permanecer dentro de nuestros espacios.

ZYANYA RUIZ:¹² Para mí ha sido diferente vivir la FIL este año, a distancia, pues se extrañan muchas cosas, pero, como todo evoluciona, tiene sus pros y sus contras. Me ha encantado estar a la vez en muchas cosas. A veces, estar en la FIL es sumamente cansado, hasta por movilidad: escuchar un diálogo aquí, otro allá, ahora una mesa, una ponencia; en cambio, esto te permite tener un panorama más amplio de lo que pasa y estar en lugares en los que regularmente no puedes. Muchas cosas se han dificultado, pero *cada quien habla cómo le va en la feria*. Escuché en estas mesas a gente que está un poco horrorizada: “Lo tenemos que hacer porque no nos quedó de otra, es el único medio,

¹¹ Vianney González Luna, directora académica de la Licenciatura en Diseño Gráfico en la Universidad Intercontinental. Egresada de la Maestría en Diseño y Producción Editorial, UAM-Xochimilco.

¹² Zyanya Patricia Ruiz Chapoy, jefa del Programa Editorial de la División de Ciencias Biológicas y de la Salud de la UAM-X. Egresada de la Maestría en Diseño y Producción Editorial, UAM-Xochimilco.

pero no me gusta”, y a otros que han sabido verlo como una ventana de oportunidad. La reflexión más importante sobre esta feria virtual es verla así, como algo que si nunca se había hecho, a lo mejor no sale bien, como toda la ciencia, ensayo-error, de esto vamos a aprender muchísimo.

Letras y lecturas

Vínculos generados a través de la palabra escrita, la oralidad, de la plática, del negocio, de la difusión, que se inscriben en las pastas de los libros, en los estantes-libreros, en las mesas de café, en los salones que miran pasar a autores, ponentes, lectores y oyentes. Siluetas y formas, temas y conceptos, asistentes y conversaciones que se desarrollan por una hojeada al libro y una ojeada a la otra persona, figuras que se esbozan en el ecosistema del libro y la lectura, autores que construyen, editores que transforman y lectores que recrean.

ALEJANDRO TAPIA:¹³ La figura del editor se reivindica aquí como la de alguien que selecciona contenidos. Una editorial es un lente para mirar el mundo, no solo como una productora de páginas, sino para generar, desde una frontera específica, una manera de valorarlo, por eso tiene que haber congruencia con lo que se publica, y eso solo se consigue cuando se logra identificar en el debate público cuáles son los temas o los conceptos que hace falta poner a discusión, eso es lo que te anima a ser editor.

SOFÍA DE LA MORA: Se debería estar invirtiendo en cultura, ¿y eso qué significa? La construcción de lectores. La inversión está en el lector desde el ámbito de la educación. Los foros sobre cuestiones educativas insistieron en que, desde la cultura, se construyan lectores, pues si tienes lectores, el mercado fluye. Habrá que ver qué hacer con la

Una editorial es un lente para mirar el mundo, no solo como una productora de páginas, sino para generar, desde una frontera específica, una manera de valorarlo.

Los foros sobre cuestiones educativas insisten en construir lectores desde la cultura, pues si se invierte en lectores, el mercado fluye.

¹³ Alejandro Tapia, profesor-investigador del Departamento de Teoría y Análisis de la División de Diseño UAM-X, miembro del Comité Académico de la Maestría en Diseño y Producción Editorial. Reseñista y columnista de *Interlínea: cultura editorial*.

*El libro sigue teniendo
una vitalidad
significativa desde
su lógica física,
pero también en la
lógica digital y sus
posibilidades; es más
que un libro, es un
producto transmedia,
multimedial.*

capacidad de expresión y el asunto de las construcciones autorales, no solo tener muchos libros, sino buenos libros.

DANIELA PÁEZ: Las librerías han tenido que crear actividades culturales para ofrecerlas a través de redes sociales y captar nuevos públicos que no conocían la librería; creo que es un gran reto, sobre todo porque hay librerías pensadas para tener contacto humano, ese encuentro personal.

JERÓNIMO REPOLL:¹⁴ Cuando pensamos el libro desde la industria, estamos preocupados por los procesos, ya que el entorno digital implicó un gran desplazamiento para los diferentes ámbitos de la edición, pasar de la información a la comunicación, comunicarse con los lectores, que antes eran solo un dato de *marketing*, en términos de descubrir actores. Veíamos en la parte de la FIL Joven a todos los *youtubers*, sujetos que entran por la ventana para conversar sobre lo que pasa en el mundo del libro y que me parece fascinante. Ahí tenemos dos procesos, pero dejamos de lado que, en realidad, el libro es un medio de comunicación, no lo pensamos como estratégico y me parece que el libro sigue teniendo una vitalidad significativa desde su lógica, digamos física, en el soporte al que estamos acostumbrados, pero también en la lógica digital y sus posibilidades; es más que un libro, es un producto transmedia, multimedial, que entraña conversaciones donde un libro estaba cerrado.

ANDREA FUENTES:¹⁵ Me viene a la cabeza la idea de que, a diferencia de lo que ocurría en otras épocas, el libro ya no es una constatación. Llegar a la publicación era como la institucionalización sobre algo, un saber, un proceder, y ahora los libros también juegan el papel de centros de discusión, como detonadores de posibilidades múltiples que no necesariamente son universos redondos, cerrados ni completamente bien contruidos, porque, a pesar de tener pocos

¹⁴ Jerónimo Repoll, profesor-investigador del Departamento de Educación y Comunicación y coordinador de la Maestría en Comunicación y Política, DCSH, UAM-X. Columnista de *Interlínea: cultura editorial*.

¹⁵ Andrea Fuentes Silva, jefa de Producción editorial de Extensión Universitaria UAM-Xochimilco. Directora general de La Caja de Cerillos Ediciones.

lectores, cada vez hay más publicaciones, y eso me parece un punto central para para anotarlo.

Medios y soportes

Los libros como medio de comunicación transmiten ideas, sensaciones, pensamientos y conocimiento. La difusión de la cultura editorial implica trasladar estas nociones a un universo de vistas, escuchas, papeles y pantallas para ofrecer a los lectores un grato encuentro.

En las ferias del libro se ve correr a personas, periodistas, reporteros, divulgadores que van con gafetes, equipo fotográfico, audiovisual, micrófonos, libretas y plumas. Encontrar la nota, ser perspicaz para elegir el momento, pensar en la audiencia lectora que espera esas letras e imágenes de sus temas de interés...

MIGUEL DE LA CRUZ:¹⁶ Aunque parece un universo muy grande, ya sabes dónde está el salvavidas, donde hay que llegar sí o sí, y eso tomando en cuenta que los salones principales son seis, uno el auditorio más grande, las actividades de la Expo están en el paraninfo, por ejemplo. Entonces, son muy contadas las cosas, hay que detectar eso: nombres, espacios, cantidades, para que se note que estuviste, porque si hay una reunión multitudinaria en el auditorio Juan Rulfo y yo sigo en el estand de una editorial independiente, aunque no demerita, parece que no estoy donde debería, y eso nos jala mucho... Al ser virtual, ya se rompieron los moldes.

Ingresar como prensa en las ferias del libro permite conocer otros espacios, otros sentidos; hay que saber escuchar para transmitir la esencia de los actores, agentes, procesos y discursos de la cultura editorial, objetivo central de *Interlínea*...

*Encontrar la nota, ser
perspicaz para elegir
el momento, pensar
en la audiencia lectora,
detectar nombres,
espacios, cantidades,
que se vea
que estuviste ahí.*

¹⁶ Miguel de la Cruz Juárez, periodista de la cultura. Egresado de la Licenciatura en Comunicación Social por la Universidad Autónoma Metropolitana y colaborador del Canal Once.

*Ingresar como prensa
en las ferias del libro
permite conocer otros
espacios, otros sentidos;
hay que saber escuchar
para transmitir la
esencia de actores,
agentes, procesos
y discursos.*

SOFÍA DE LA MORA: Antes de entrar a la edición de esta feria reflexionamos muchísimo: ¿cuál es el papel de *Interlínea*?, ¿hacia dónde vamos? Tenemos todo el año pensando en ello, porque es un trabajo que nace de una universidad que tiene un toque periodístico multimedia, aprovecha noticias y crea contenidos, y esa es la idea de estos espacios reflexivos nocturnos que esperamos sean útiles.

DANIELA PÁEZ: En un evento de la FIL Guadalajara los periodistas buscan la nota, pero también hacen contenidos y comparten conocimientos, similar a lo que hace *Interlínea*, donde nos interesa, además, que los contenidos sean atractivos, que fomenten el diálogo, que se comparta, genere ciertas lecturas, críticas al entorno y, en nuestro caso, que en la parte editorial esté siempre presente la cultura del libro y la lectura.

Puertas y miradas

Dirigirse a la puerta de salida, escuchar el tumulto que se deja detrás, regresar cada día hasta volver el siguiente año. Voltar la cabeza para echar la última mirada, cerrar la plataforma, el dispositivo, descansar en casa de un año que dejó una variedad de tonalidades, colores, texturas, formas que construyen y se transforman en reflexiones, miradas, lenguajes. Lo híbrido será una nueva pieza, se reconfigura el ecosistema, se construyen paradigmas, textos y contextos, presencialidad y virtualidad. Por lo pronto, queda este registro de reflexiones en video, en audio, en texto... La palabra hablada juega con la escrita, lo estructurado, lo oral, lo textual. Discusiones que se entretajan para los próximos encuentros, conceptos que se trabajan en las investigaciones, textos que se convierten en artículos y ponencias. Pláticas y tazas de café pendientes que esperan para volver a los aromas y voces entre libros, cultura y regiones. Alejarse y observar esas puertas, ventanas de plataformas en pausa, qué libros y lecturas nos harán encontrarnos en las ferias, festejos y fiestas.

El libro como pantalla

En el basquetbol, las pantallas se utilizan para abrir camino al compañero, bloqueando el paso a los rivales. Al pensar la relación libros-pantallas, se ha privilegiado el segundo énfasis, el bloqueo. Libros y pantallas parecen nombrar ámbitos y prácticas que se repelen. Cuando se enuncian en conjunto, suele inscribirse en una estrategia de definición negativa. Es decir, lo que es el libro lo niega la pantalla y viceversa. El vector que guía esta enemistad remite al mal de ojo de los intelectuales, como dijera Jesús Martín-Barbero, ya que colocan al libro en un lugar central de la cultura, al mismo tiempo que ven en las pantallas todo aquello de lo que reniegan —y generalmente no conocen—, lo que está en el cajón de la barbarie, lo banal y el mal gusto. La cultura, sin embargo, “es menos el paisaje que vemos que la mirada con que lo vemos”, dicen Martín-Barbero y Rey,¹ y señalan que esa mirada está cargada de desprecio por las pantallas, sus contenidos y sus audiencias.

Los intelectuales ven en las pantallas todo aquello de lo que reniegan, la barbarie, lo banal y el mal gusto.

El prejuicio que deja al margen de la cultura cualquier cosa que pase por las pantallas, o que, en el mejor de los casos, lo coloque en un lugar ilegítimo, también se transfiere a especies bastardas como el *bestseller*, sus puntos de venta y sus lectores. Cómo reclamar para el campo cultural un producto que se vende en supermercados, entre cebollas y lavadoras. Así, lo que se despliega es una jerarquización

¹ Jesús Martín-Barbero y Germán Rey, *Los ejercicios del ver. Hegemonía audiovisual y ficción televisiva*, Barcelona, Gedisa, 1999.

*La perspectiva binaria
que distingue libros
de pantallas se extiende
a la relación cultura-
mercado y ocluye
la trama en que se
articulan.*

*El libro es una
tecnología, una interfaz
comunicacional que se
activa con cada proceso
de lectura.*

de los productos y las prácticas culturales que abomina de lo popular y lo masivo. Como bien lo señalaron Bourdieu,² Douglas e Isherwood³ y García Canclini,⁴ el consumo sirve para pensar y para “enclasar”, para distinguir y comunicar.

La pantalla como bloqueo también connota la función de invisibilizar. La construcción axiológica que opone libros a pantallas opera sobre el libro como un prestidigitador. Amaga, a la vista de todos, la condición industrial de su producción, así como la lógica mercantil que lo atraviesa. Las excepciones y las objeciones pueden ser muchas. No es el espacio para enumerarlas, pero la perspectiva binaria que distingue libros de pantallas se extiende a la relación cultura-mercado y ocluye la trama en que se articulan.

Se olvida también, o se invisibiliza, como decíamos, que el libro es una tecnología. Como tal, constituye una interfaz comunicacional que se activa con cada proceso de lectura. La interfaz nos lleva del objeto al proceso. Esto descubre la pantalla de la materialidad. Verbigracia, debido al extenso paréntesis que se abre con la imprenta de Gutenberg y que comienza a cerrarse con la digitalización e internet, el libro se asocia de manera indiscernible al soporte papel. Tipos móviles, tinta y papel se unieron para reproducir el libro que otrora se produjera artesanalmente, copia a copia.

La aceleración en la circulación y amplificación del acceso a los libros que supuso su reproducción mecánica transformó la producción editorial en una industria cultural. Pero esa es solo la dimensión más evidente, la consecuencia

² Pierre Bourdieu, *La distinción. Criterios y bases sociales del gusto*, Madrid, Taurus, 1998.

³ Mary Douglas y Baron Isherwood, *El mundo de los bienes. Hacia una antropología del consumo*, México, Grijalbo, 1990.

⁴ Néstor García Canclini, “El consumo cultural: una propuesta teórica”, en *El consumo cultural en América Latina. Construcción teórica y líneas de investigación*, Guillermo Sunkel (ed.), Bogotá, Convenio Andrés Bello, 2006, pp. 76-95.

inmediata. En realidad, como sostiene Verón,⁵ tuvo “efectos radiales, en todas direcciones, afectando de diferentes formas con diferentes intensidades a todos los niveles funcionales de la sociedad”. Estos efectos fueron mucho más profundos, amplificaron los que Goody⁶ asignó a la escritura: la perdurabilidad de la palabra, la descontextualización (la separación de las instancias de producción y reconocimiento/lectura en el tiempo y el espacio), la acumulación/gestión del conocimiento y, con ello, las formas de ejercicio del poder. La reproducción del libro no ha hecho más que acelerarse, cambiando de soporte material, del papiro a las pantallas. En este sentido, podemos concebir la pantalla como una aliada del libro, no como rival. La pantalla abre camino al libro, lo deja pasar, lo integra al equipo, le permite llegar al lector.

La reproducción del libro no ha hecho más que acelerarse, cambiando de soporte material, del papiro a las pantallas.

Ahora bien, la digitalización del libro no solo entraña cambio de soporte material y más aceleración (en la producción, la circulación y el consumo). La digitalización establece un cambio de interfaz, permite la convergencia de lenguajes (el libro ya no tiene por qué limitarse al texto), de medios (por lo cual emerge la posibilidad de articular diferentes formas de producir/consumir contenidos), de empresas (por lo que se refuerza la integración de industrias otrora escindidas y se profundiza la concentración en pocas manos) y, especialmente, la convergencia de los procesos de producción y consumo.

Como se ve, al referirnos a la digitalización como interfaz, asumimos que separa (*online/offline*) tanto como conecta (libros y pantallas, producción y consumo, etc.) y que entraña instrucciones de uso. Complementariamente, Scolari⁷ remite a la más popular de las metáforas que

La digitalización permite la convergencia de lenguajes, de medios, de empresas y de los procesos de producción y consumo.

⁵ Eliseo Verón, “Teoría de la mediatización. Una perspectiva semioantropológica”, *Cuadernos de Información y Comunicación* 20, 2015, p. 175.

⁶ Jack Goody, “Alfabetos y escrituras”, en *Historia de la comunicación*, vol. 1. Del lenguaje a la escritura, Raymond Williams (ed.), Barcelona, Bosch, 1992, pp. 159-242.

⁷ Carlos Scolari, *Las leyes de la interfaz. Diseño, ecología, evolución, tecnología*, Barcelona, Gedisa, 2018.

*McLuhan concebía los
medios como extensiones
o prótesis de nuestro
cuerpo o mente.*

la nombran: la interfaz como instrumento. En esta línea dialoga con McLuhan, quien concibe los medios como extensiones o prótesis de nuestro cuerpo o mente. La digitalización, como instrumento, despliega una serie de instrucciones (*software*) para la producción de libros, ya sea que su resultado (el libro) se restrinja al ámbito digital o se traslade al papel (a través de otras interfaces). En esta segunda opción, con sus salvedades, el resultado (libro) es similar al de Gutenberg. Y, desde allí, el libro puede retornar a la pantalla, utilizando escáneres, quizá con el paso previo de fotocopiado para ganar resolución, y su codificación en formato PDF. O, con el mismo destino, fotografiar con el *smartphone* para después integrar las páginas en un solo documento, desplazándose del PNG o JPG al PDF.

En este ir y venir del libro a la pantalla, la piratería se vuelve exponencial. La circulación de libros en PDF, muchas veces con las marcas de corte para las imprentas, otras con los sellos de bibliotecas o las notas de los lectores, nutren nuestras bibliotecas digitales (un medio/interfaz es el contenido de un nuevo medio). ¿Legal?, ¿legítimo?, ¿necesidad?, ¿oportunidad? Sin duda una realidad.

*No hay operación
intelectual más
fascinante que reconocer
las huellas de otros
textos, de otros autores,
de afinidades,
filias y fobias.*

La piratería, sin embargo, como la pantalla, puede nombrar otras cosas. Retomando a De Certeau,⁸ la piratería es deseable cuando se trata de producción de sentido (y, potencialmente, las tácticas de resistencia que el lector puede desplegar frente a las estrategias de la industria que estabiliza el texto y limita la voz del autor). Este proceso de apropiación, que para De Certeau se desplegaba en el momento de la lectura, puede ampliarse a múltiples consumos y usos individuales y sociales de los medios. En esta línea, la apropiación va del consumo a la producción. Generalmente, cuando se encarna la función de autor, se recurre a la intertextualidad. No hay operación intelectual más fascinante que reconocer las huellas de otros textos, de otros autores, de afinidades, filias y fobias. Reconocer que

⁸ Michel de Certeau, *La invención de lo cotidiano 1. Artes de hacer*, México, Universidad Iberoamericana, 2000.

la intertextualidad encuentra su límite cuando de plagio se trata. Estos límites, por otro lado, no suelen ser del todo claros: *Pierre Menard, autor del Quijote*, “no quería componer otro Quijote —lo cual es fácil— sino *el Quijote* [...] Su admirable ambición era producir unas páginas que coincidieran —palabra por palabra y línea por línea— con las de Miguel de Cervantes.”⁹

La apropiación, no la copia, implica siempre expansión. Ya sean notas al margen, evocaciones y conexiones del lector con otros textos y más allá de estos. También la creación de nuevos textos, pasando por la mezcla, el *remix* o el *sampleo* y la des/recontextualización, que son prácticas propias de la “cultura digital interneteana”¹⁰ que iluminan las formas en que los *prosumers* expanden universos narrativos. Este es el entorno que Jenkins¹¹ caracteriza como la cultura del fan y señala que los que “no se inmutan ante las concepciones tradicionales de propiedad literaria e intelectual, asaltan la cultura de masas reivindicando sus materiales para sus propias finalidades, reelaborándolas como base para sus propias creaciones culturales e interacciones sociales”.

Frente a este escenario, y después de un periodo beligerante, las industrias culturales entendieron que era prácticamente imposible perseguir a cada fan/pirata y que podían ejercer, a su vez, un nuevo proceso de apropiación, ya sea de los productos del *fandom* para ser explotados comercialmente, previo paso por la maquinaria industrial, o de los mismos fans como aliados para la promoción y el *testeo* de productos. Así, en lugar de invertir en apuestas cuyo éxito no está garantizado, las comunidades de fans generan información y contenidos que pueden ser capitalizados por las industrias con una mínima inversión.

La apropiación implica siempre expansión. También la creación de nuevos textos, pasando por la mezcla, el remix o el sampleo...

Después de un periodo beligerante, las industrias culturales entendieron que era imposible perseguir a cada fan.

⁹ Jorge Luis Borges, *Cuentos completos*, México, Penguin Random House, 2018, p. 111.

¹⁰ Alejandro Piscitelli, *El paréntesis de Gutenberg. La religión digital en la era de las pantallas ubicuas*, Buenos Aires, Santillana, 2011, p. 31.

¹¹ Henry Jenkins, *Piratas de textos. Fans, cultura participativa y televisión*, Madrid, Paidós, 2010.

*Internet es un metamedio
que reproduce y
recombina todos los
medios de representación
e interacción precedentes
en una sola plataforma
material de hardware
y software.*

*Las remediaciones ya no
son meras adaptaciones
y apropiaciones de un
medio a otro, sino que
se han instaurado como
una forma y un proceso
hegemónico.*

Pero las expansiones, sean productos del *fandom* o de la industria, no se limitan al mismo medio y lenguaje. Esto siempre ha sido así, como lo describiera McLuhan¹² al nombrar como remediación el proceso que entraña, al menos en un inicio, que el contenido de un nuevo medio es otro medio: el lenguaje oral en la escritura, el manuscrito en la imprenta, la organización temática y la disposición de las noticias en prensa que se recuperan en la radio, la fotografía que se funde en el cine o la televisión recuperando todos estos elementos para transmitir contenidos audiovisuales en vivo. El punto de llegada de esta remediación es internet que, como metamedio, “reproduce y recombina todos los medios de representación e interacción precedentes en una sola plataforma material de *hardware* y *software*”.¹³

Desde ya, podemos pensar que el libro ha estado presente en múltiples adaptaciones y remediaciones en los “nuevos medios” (cine, radio, televisión, podcast), y los libros han remediado las historias producidas originalmente para el cine o la TV. Pero el mayor desafío y oportunidad, como ya se esbozó, son los procesos de convergencia de lenguajes que posibilita la digitalización en tanto interfaz. Así, la remediación produce multiplicidad de productos híbridos, difíciles de encasillar en un solo medio, gracias a la combinación de lenguajes y formatos. Las remediaciones, entonces, ya no son meras adaptaciones y apropiaciones de un medio a otro, sino que se han instaurado como una forma y un proceso hegemónico.

La naturalización de la remediación, al mismo tiempo, tiene su correlato en las narrativas transmedia, que implican explorar comercialmente la misma historia en diferentes medios, pero también desplegar un universo narrativo a través de medios diversos, aprovechando lo que cada medio puede aportar y, subrayo, interpelando a los fans para

¹² Marshall McLuhan, *Comprender los medios de comunicación. Las extensiones del ser humano*, Barcelona, Paidós, 1996.

¹³ Klaus Jensen, *La comunicación y los medios. Metodologías de investigación cualitativa y cuantitativa*, México, Fondo de Cultura Económica, 2014, p. 22.

tejer, desde el consumo, el universo narrativo, y para que lo expanda asumiendo su papel de prosumidor.

Como se observa, aunque resulte redundante, esto es válido para un libro o un videojuego. Los libros, desde esta perspectiva, deben ser pensados en el marco de un ecosistema digital que no se reduce a *ebooks* o audiolibros. Ni siquiera se trata de pensar en el resultado de la sumatoria de medios. Antes bien, nos obliga a pensar las transformaciones que la digitalización, como interfaz, supuso sobre la mediatización en su materialidad y, a partir de ella, en los procesos de producción, circulación y consumo de formas simbólicas.

En este estadio de la mediatización, la desintermediación se vislumbra como una de sus características más significativas. Como tal, ha sido sufrida y aplaudida al mismo tiempo. Sufrida por los diferentes eslabones que abarcaban los procesos de producción, distribución, circulación y consumo, con la consecuente desaparición de oficios y puestos de trabajo. En el medio editorial esto se traduce en la autoedición, que puede prescindir de casi todo, pues depende de las plataformas para su concreción. Al asumir estos costos, la desintermediación es aplaudida en tanto permite franquear las barreras editoriales que funcionan como *gatekeepers*.

Esta función de selección y filtrado era fuertemente cuestionada en un modelo asimétrico de *broadcasting* (inaugurado por la imprenta de Gutenberg), donde unos pocos producían para que muchos consumieran. Si bien las industrias culturales producían masivamente, la diversidad de los productos era escasa. Ahí residía el extraordinario poder de mediación social de los medios masivos (incluyendo en ellos a las editoriales) que los convirtió en escenario estratégico de la sociedad de masas.

Este modelo y el poder desproporcionado de los medios parecía corregirlo la desintermediación característica de la cultura digital. Sin embargo, como sostiene Bhaskar,¹⁴ con

Los libros deben ser pensados en el marco de un ecosistema digital que no se reduce a ebooks o audiolibros.

La autoedición, aparentemente, puede prescindir de casi todo, pues depende de las plataformas para su concreción.

Si bien las industrias culturales producían masivamente, la diversidad de los productos era escasa.

¹⁴ Michael Bhaskar, *Curaduría. El poder de la selección en un mundo de excesos*, México, Fondo de Cultura Económica, 2017.

*Desde la óptica de las
industrias culturales,
la curaduría parece
una receta a la cual
aferrarse, una estrategia
para enfrentar
el desafío digital.*

*Los algoritmos,
los protocolos y las
configuraciones por
default moldean
de manera profunda las
experiencias culturales.*

la digitalización e internet emerge un problema distinto, no necesariamente inverso, que es el de la sobreabundancia de información o contenidos. La respuesta, para este autor, pasa por más editorialización, a la cual concibe como un proceso de curaduría. Desde la óptica de las industrias culturales, esta parece una receta a la cual aferrarse, una estrategia para enfrentar el desafío digital, pero si lo pensamos en tanto modelo de negocio, la curaduría descubre la intervención de las plataformas digitales.

La ilusión de la desintermediación se agota cuando las plataformas transforman los datos generados por los usuarios en cada acción digital, en cada clic, y construyen perfiles que, posteriormente, se conectan con gustos e intereses en un proceso de selección y filtrado algorítmico. La mercantilización de los datos personales desplaza el peso de las industrias culturales a las plataformas que habilitan o inhiben la conexión entre productores y consumidores, la circulación o invisibilización de las formas simbólicas.

En tal sentido, Van Dijck¹⁵ sostiene que “las interfaces, tanto internas como visibles, son un área de control donde el sentido de la información codificada se traduce en directivas que imponen acciones específicas a los usuarios”. La ilusión de la desintermediación, insisto, redundante en la ingenuidad si, como sostiene esta autora, no comprendemos las implicaciones que entraña que “los algoritmos, los protocolos y las configuraciones por *default* moldean de manera profunda las experiencias culturales.

Por ello no hay que alegrarse con tanta liviandad cuando plataformas como Jellybooks, con el “beneplácito” de los lectores, ofrece datos de lectura para el análisis de los editores. Como se observa, no se trata solamente de un cambio en las formas y los rituales de consumo, de la relación del lector con el texto, sino de poder recuperar las huellas de su lectura (subrayados, pasajes compartidos y citados, el tiempo de lectura, relecturas, momentos de lectura, la

¹⁵ José van Dijck, *La era de la conectividad. Una historia crítica de las redes sociales*, Buenos Aires, Siglo XXI, 2016, pp. 58-59.

conversación asociada y un largo etcétera), convertida en datos y ofrecida a los editores para la planificación de la producción, de lo que vale la pena editar y para quién.

La curaduría, entonces, cuando la sociedad ha sido penetrada y cada vez más modelada por las plataformas,¹⁶ se opera a través de amagados y opacos algoritmos. Algoritmos que configuran la producción, la circulación, el consumo de formas simbólicas y que entrañan la infraestructura tecnológica que dispone un nuevo *sensorium*, como diría Benjamin,¹⁷ una nueva forma de experimentar el mundo, entendiendo con Martín-Barbero¹⁸ que la tecnicidad que se describe no es una mera cuestión de aparatos, sino que se trata de “la manera como nos impregnan los cambios claves, es un lenguaje con el que se lee, ve, comprende y explican los cambios”, la mutación cultural que hemos comenzado a experimentar.

En este entramado estábamos, cuando irrumpió la pandemia. Las pantallas y la mediatización de la vida cotidiana se aceleraron aún más y permearon casi todo. Para seguir de alguna manera, muchas actividades tuvieron que amigarse con las pantallas. Así fueron alcanzadas las ferias de libros, como otrora el propio libro y los procesos de producción, circulación y consumo a él anudados. No fue gratuito. Siguiendo con la metáfora de la pantalla, Scolari sostiene que si una interfaz no puede hacer algo, lo simula. Hace como que. En este sentido, una feria de libros es una

La producción, la circulación y el consumo de formas simbólicas están configurados por algoritmos.

Sostiene Scolari que si una interfaz no puede hacer algo, lo simula. Hace como que.

¹⁶ José van Dijck, Thomas Poell y Martijn de Waal, *Platform Society. Public Values in a Connective World*, Nueva York, Oxford University Press, 2018; Emiliano Treré, *Activismo mediático híbrido*, Bogotá, Fundación Friedrich Ebert, 2020; Gabriela Sued, “Métodos digitales para estudiar la cultura y la vida digital: fotografías mexicanas en Instagram”, en *La imaginación metodológica. Coordenadas, rutas y apuestas para el estudio de la cultura digital*, Dorismilda Flores Márquez y Rodrigo González Reyes (eds.), México, Tintable, 2021.

¹⁷ Walter Benjamin, *La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica*, México, Itaca, 2003.

¹⁸ Jesús Martín-Barbero, “Mapa insomne 2017”, en *Un nuevo mapa para investigar la mutación cultural. Diálogo con la propuesta de Jesús Martín-Barbero*, Omar Rincón (ed.), Quito, Ciespal, 2019, p. 20.

*La feria, mediatizada,
también es una
pantalla. La feria
simuló ser feria.*

interfaz donde se producen muchos y generalmente felices encuentros. Cuando la pandemia obligó a mediatizarla, la feria simuló ser feria. Lo fue en varios sentidos: organizó un programa, convocó a los profesionales del libro, invitó al *star system*, desplegó paneles de ¿discusión?, encadenó presentaciones, abrió salas de negocios. Esto posibilitó que mucha más gente accediera a lo que allí sucedía, aligeró presupuestos, el registro audiovisual y la plataforma de la feria hicieron lo imposible: se asistía a eventos que se desarrollaron en simultáneo. Pero no pudo simular el pasillo, el brindis, el café, el paseo del *flâneur*, el manoseo de libros, los encuentros no planificados, aunque siempre esperados. La feria, mediatizada, también es una pantalla.

*En la industria del libro
el modelo de negocio
se desplaza de las
industrias culturales
a las plataformas
tecnológicas.*

La pantalla de este artículo fue una excusa para pensar el libro en la sociedad de plataformas, comprender la interfaz de la digitalización y reconocer sus implicaciones desde la cultura de la conectividad. De esta manera nos aproximamos a las transformaciones de los procesos de producción, circulación y consumo de formas simbólicas, en particular del libro, así como al modelo de negocio que se desplaza de las industrias culturales a las plataformas tecnológicas. Y, desde allí, acercarnos a la datificación y personalización algorítmica que se pueden pensar como curaduría.

Esta ruta, finalmente, nos llevó a reconocer cómo la tecnicidad configura un nuevo *sensorium* y nuevas condiciones para el ejercicio de poder. No fue sino un esbozo de la trama que atraviesa y constituye el ecosistema de pantallas en el cual hoy se integra y transforma el libro como interfaz.

Subjetividades del campo editorial

El problema previo es la relación con el otro como mediador. El otro es indispensable en la práctica de uno mismo para que la forma que define esta práctica alcance efectivamente su objeto, es decir, el yo.

FOUCAULT, *Hermenéutica del sujeto*.
El otro como mediador, 1996.

La incidencia del diseño en la sociedad ha transformado en gran parte nuestro quehacer cotidiano, ha sido el *input* de transformación sobre la estetización de la vida cotidiana que marca un importante punto de inflexión entre modernidad y posmodernidad.

MAFFESOLI, *El regresar del tiempo*.
Formas elementales de la posmodernidad, 2014.

La producción editorial ha transformado históricamente los aspectos culturales y sociales de la humanidad, y ha sucedido de diversas maneras y a través de múltiples formatos, lo que nos lleva a preguntarnos sobre cuál es el estado de la industria y los procesos que han sido transfigurados por los avances tecnológicos, la pandemia y, asimismo, la evolución de los lectores.

Ante estos cambios nos cuestionamos cómo la materialidad de los textos se vuelve efectiva en escenarios como el entorno digital o el perfeccionamiento de las estrategias para los impresos, tema que se debe discutir a profundidad con el fin de conformar procesos cada vez más asertivos,

Los aspectos culturales y sociales de la humanidad han sido transformados históricamente por la producción editorial.

*Los catálogos se definen
por lo que se publica,
pero también por lo que
se rechaza.*

*Nos hallamos en
una frontera entre lo
posible, lo insuperable
y la oportunidad de
compartir con cada
individuo la lectura que
le corresponde.*

pues es ahí donde intervienen dos factores principalmente: el trabajo del editor profesionalizado y, en general, los actores en la producción de libros como mediadores para hacer visible la bibliodiversidad de nuestro país.

Es común escuchar entre editores que los catálogos se definen por lo que se publica, pero también por lo que se rechaza. Dejar en el camino a tantos autores implica entrar en una urdimbre compleja que trae consigo enemistades e incluso el rompimiento de relaciones que rozan el tema político; sin embargo, abre ventanas de oportunidad a los autores y hace visible en este entramado la enorme oferta de editoriales y su bibliodiversidad. Este tema si bien no nos es ajeno en otros campos disciplinares, evidencia la falta de nociones sobre cultura editorial, su impacto en la sociedad y su remuneración, lo que trae consigo en muchos casos la autoedición.

Podríamos identificar en el ecosistema editorial a varios actores, subsistemas que determinan lo que se publica, voces que buscan desesperadamente llegar a los sentidos de sus públicos, incluso reconocemos modos y canales para hacer accesibles esos contenidos, pero también nos encontramos con intereses definidos, mesianismos, o con políticas editoriales nítidas, audaces y, en otros casos, con algunos que obedecen exclusivamente al objetivo financiero. ¿Qué decir de la recepción de la obra? Nos hallamos en una frontera entre lo posible, lo insuperable y la oportunidad de compartir con cada individuo la lectura que le corresponde, tema que por décadas se ha puesto en el foco de editoriales, editores e incluso gobiernos, cuando se cuestionan las estrategias para incentivar la lectura y, con ello, los índices de lectura en nuestra población.

Transformar el panorama en beneficio de las editoriales para colocar al libro como producto de “primera necesidad” parece imposible, así como encontrar las pocas oportunidades de llevar contenidos relevantes a los lectores. Hay agravantes macroestructurales que nos lo impiden. Fuera del campo de la edición, considero una hazaña de comunicación colectiva enumerarlas todas, además de extenuante y

frustrante; sin embargo, vale la pena desenmarañar los problemas que percibimos como gremio y generar nuevos espacios de diálogo. Dependemos de un sistema económico, político y cultural que nos lo dificulta. Pensemos en aquellas editoriales que han tenido que limitar su producción programada para este año por falta de inversión, o que debieron suspender actividades por la pandemia y, como consecuencia, afectaron a empresas de distribución, librerías y —aunque resisten— ferias del libro.

En su último informe, la Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana (Caniem) presentó un escenario complicadísimo al identificar que la condición de las editoriales independientes se tenía que analizar y establecer una nueva categoría a partir de su nivel de facturación para integrar un nuevo grupo denominado “editoriales en desarrollo”, según los siguientes criterios:

Hubo editoriales que debieron limitar su producción por falta de inversión, o que tuvieron que suspender actividades por la pandemia.

- Que lo editorial fuera su giro principal, aunque no haya editado en el último año de la muestra.
- Que hubiera tenido ventas en el año de estudio.
- Que hubiera facturado menos de un millón de pesos en el mismo año del estudio.

Al respecto, se encontró que pocas editoriales cambiaron de rango y facturaron más de un millón de pesos, también que algunas otras suspendieron actividades o apenas las iniciaban, otras que cambiaron de giro o cerraron, y unas más en estatus de “ilocalizables”.

En el 2020, la pandemia nos enfrentó a enormes retos, mismos que se han discutido en las ferias de libros virtuales y en algunas organizaciones, particularmente en el proyecto *Interlínea: cultura editorial*, a través de su comité académico, y que en este número expone parte de sus reflexiones.

En lo personal, la virtualidad me permitió observar, desde una particular objetividad, los discursos de los diferentes sectores que participaron en la FIL Guadalajara, así como en la FIL de Minería, actividades en las que el comité se reunió para identificarlos. La garantía que proporciona

*El gran legado de la
pandemia ha sido
confrontarnos con lo
inevitable, vivir
con incertidumbre y
mostrar el talento de la
humanidad para salir
adelante.*

*La edición nos
exige actualmente
el multiformato, el
multidispositivo
y el multisaporte.*

el registro de las actividades virtuales y el diálogo perenne en estas discusiones por medio de las plataformas, con seguridad no nos hubiera sido posible en ferias presenciales; sin embargo, todas y todos coincidimos en que añorábamos deliberar acompañados de un café en los espacios feriales. Finalmente, nada sustituye el placer y la riqueza de encontrarnos con el otro para construir “el yo comunitario” en el entorno de lo físico, lo presencial, lo corporal, lo vivo, lo tangible, lo excepcional, lo propio, lo nuestro.

¿Qué aprendimos después de año y medio de encierro? ¿Qué se ha develado ante nuestros ojos con las no tan antiguas prácticas? Sin duda, considero que nos aferramos a continuar con nuestra principal actividad: hacer libros, y con ello aportamos al patrimonio cultural, literario y científico de nuestro país.

En un afán de ser optimista, el gran legado de la pandemia ha sido confrontarnos con lo inevitable, vivir con incertidumbre y mostrar el talento de la humanidad que nos permitirá ofrecer nuevos modelos de gestión que soporten la complejidad de nuestras actividades y nuestras relaciones con el medioambiente. El mercado editorial, al igual que otros mercados, se reformulará.

Actualmente, ya hay iniciativas en nuestro país y en el continente que integran la conformación de catálogos más atractivos, diversos, actuales, y también más accesibles, con servicios de acompañamiento didáctico para sus lectores en el caso de la edición de libros infantiles. En estas propuestas de digitalización, en verdad ambiciosas, se procura que el producto llegue en gran variedad de soportes, como el audiolibro o el libro electrónico, pasando por un acompañamiento en la mediación a través de redes sociales, multimediales, y su comercialización por estas plataformas, además de innovaciones con aplicaciones que acompañan al lector en todo momento.

Ahora la edición nos exige el multiformato, el multidispositivo y el multisaporte, que se asocia a la sostenibilidad del proyecto editorial, pues la experiencia lectora,

según García Canclini,¹ está provista de nuevos escenarios en medios audiovisuales que generan otros modos de leer, mirar y escuchar, de aprender, entretenernos y reunirnos; puede ser lineal o no estar secuenciada; así mismo, el contenido de una obra hipertextual permite lectores sin secuencia determinada. En ese sentido, García Canclini explica que la relación de los internautas respecto a la de un solo lector, implica una nueva configuración que entrelaza textos, imágenes y sonidos, convirtiéndolos en *usuarios* de pantallas hiperconectadas.

La relación entre autor y lector ha logrado un nuevo significado y se ha integrado un nuevo factor: la “escritura digital” como una forma de interactuar en red de manera más participativa y comprometida de parte de ambos, a fin de incrementar exponencialmente interlocutores y documentos; las preferencias de los usuarios para comunicarse, ya sea por escrito o por videochat; los textos colaborativos en los que se utilizan elementos separados que encontramos en *posteos*, foros, wikis, entre otros; los motores de búsqueda, traductores en línea, verificadores ortográficos, editores gráficos que gestionan el diseño, la imagen, la maquetación o las herramientas que ofrecen las redes sociales para respaldar campañas de posicionamiento publicitario con métricas que se alojan en distintas aplicaciones y plataformas, como Google ads. En fin, la posibilidad de comunicar nuestras ideas está, como nunca, al alcance de todas y todos, y con ello la intermediación de las competencias de quienes participamos en la cadena de valor del libro.

¿Cuál sería, entonces, la función de la nueva profesionalización de los editores o de aquellos agentes que intervienen en el ecosistema editorial? ¿Acaso tendríamos que desaprender el oficio como lo hemos conocido? ¿Deberíamos asumir que la gestión editorial está conforma-

La escritura digital es una forma de interactuar en red de manera más participativa y comprometida entre autor y lector.

¿Acaso tendremos que desaprender el oficio como lo hemos conocido?

¹ Néstor García Canclini, “El consumo cultural: una propuesta teórica”, en *El consumo cultural en América Latina. Construcción teórica y líneas de investigación*, Guillermo Sunkel (ed.), Bogotá, Convenio Andrés Bello, 2006.

*Cada institución, cada
proyecto, cada obra,
cada equipo editorial,
necesita un traje a
la medida.*

da por aspectos que desconocemos o que han estado lejos de nuestro margen de acción? ¿Todos deberíamos saber, ejecutar y concebir estratégicamente los proyectos editoriales hasta sus últimas instancias y adquirir habilidades tecnocráticas? ¿Renunciaremos al romance con el humanismo? Tal vez tengamos que asumir que cada área en la producción de competencias profesionales nos permitirá desarrollar nuevos modelos de gestión que, a su vez, deberán proporcionar un perfil calificado para afrontar los retos de una nueva posibilidad de establecer mejores negocios en el campo editorial. Considero que todo lo anterior es válido, y principalmente lo último, estimando que un grupo calificado podría consolidar proyectos editoriales competentes.

Una alternativa para mejorar los procesos, ajustar los modelos de organización, dignificar el trabajo de los agentes relacionados y resultar eficaces sería comprender que esta actividad requiere de la voluntad de todo el ecosistema. La complejidad no tiene recetas. Cada institución, cada proyecto, cada obra, cada equipo editorial, necesita un traje a la medida, y la profesionalización en el área amplía el margen de asertividad.

*El objetivo del
editor es desarrollar
organizaciones capaces
de expandirse y
contraerse como
consecuencia de la
incertidumbre.*

Así pues, el perfil del editor exige un amplio conocimiento y sensibilidad acerca de la vida pública de nuestro país para atender no solo a las demandas culturales, sino también al crecimiento sostenido de México. El objetivo del editor, como sugiere Frania Hall, es desarrollar organizaciones capaces de expandirse y contraerse mientras se llevan a cabo proyectos tecnológicos² como consecuencia de la incertidumbre, pero también integrar la experiencia de nuestros usuarios. Con esta afirmación, el editor debe concebirse como un gestor de información dispuesto a ampliar las coyunturas y explorar nuevas estrategias a favor de los fines comunes, y para ello tendrá que considerar algunos requerimientos estructurales para alcanzar ese objetivo:

² Frania Hall, *El negocio de la edición digital*, México, Fondo de Cultura Económica, 2014, p. 77.

- Ampliar de forma interna o externa los departamentos de tecnología para crear sistemas de codificación, taxonomías, protocolos y estándares para información técnica. Con eso se desarrolla una base de datos con características institucionales que genera condiciones óptimas para crear productos en distintos canales e, incluso, desarrollar estrategias y programas personalizados que se dirijan a usuarios clave.
- Esta ampliación genera la necesidad de integrar un medio de atención al usuario tanto interno como externo.
- Crear unidades informativas especializadas para administrar servicios particulares, como boletines diarios de noticias.

El editor requiere una formación holística responsable con el contexto social.

El perfil del editor se transformaría en función del crecimiento de la editorial, del desarrollo de su base de datos, e incrementaría sus competencias dirigidas a la flexibilidad con que usará el valor simbólico de la casa editora. Con este valor agregado, podría tomar decisiones basadas en métricas y en el comportamiento del mercado. El editor adquiere, entonces, un valor extendido y, por lo tanto, una formación holística responsable con el contexto social, debido a que uno de sus objetivos es contribuir a la buena imagen y reputación de su sello editorial.³

Las habilidades del editor contemporáneo muestran una sensible transformación al ocuparse de las coyunturas que surgen junto a su simple deseo de transmitir saber y generar ganancias al respecto, lo cual lo ha obligado a convertirse en un artesano de la información que moldea y estructura conocimiento, datos e historias de forma plástica y elástica, e incluso lo lleva a la desmaterialización del libro; muestra de ello son los libros digitales o la impresión

Las habilidades del editor contemporáneo exigen convertirse en artesano de la información que moldea y estructura conocimiento, datos e historias.

³ Vianney González-Luna, "La edición en las instituciones públicas: Conabio, estudio de caso. Idónea comunicación de resultados", *Antecedentes*. México, Universidad Autónoma Metropolitana, 2017, pp. 7-10.

Las tecnologías de la comunicación generan ambientes que afectan a los usuarios y propician un diálogo transmedia basado en los conceptos de lo orgánico y lo técnico.

Hay un nuevo agente fundamental: el profesional que configura las interfaces gráficas para cada producto.

bajo demanda. El editor está en permanente diálogo con tradiciones y nuevas prácticas discursivas.

El proceso de desmaterialización del libro obliga al editor contemporáneo a pensar en otros paradigmas, como la ecología editorial, mencionada por Carlos Alberto Scolari,⁴ que determina que las tecnologías de la comunicación generan ambientes que afectan a los usuarios, es decir, crean un entorno favorable para abrir nuevos canales de acceso a contenidos en distintos formatos o propician un diálogo transmedia que, basado en los conceptos de lo orgánico (vida, supervivencia y reproducción) y lo técnico (orden, control, eficiencia y poder), conforman un ecosistema de producción en el que el editor evoluciona, se mantiene invisible en ciertos procesos y, finalmente, se transforma al hacer visibles las percepciones de diversos agentes y demandar su involucramiento. Estos agentes moldean los instrumentos de comunicación y, al mismo tiempo, la estructura del editor.

Sumado al proceso de desmaterialización e incluso a nuevas experiencias de usuario-lector con libros impresos, se encuentra un agente fundamental: el profesional que configura las interfaces gráficas para cada producto, no solo en la estructura formal del espacio, sino también en el momento de tomar decisiones en el programa editorial. Con él dialogo a diario por las similitudes en cuanto a la concepción subjetiva, debido a mi formación ambivalente (editora-diseñadora), pues tenemos los mismos cuestionamientos al objetivar nuestra profesión ante la sociedad. El diseñador gráfico busca que se le otorguen mayores atribuciones en los proyectos en que se desempeña y, como verán en los siguientes planteamientos, podría tratarse del diseñador o del editor sin distinción, pues coincidimos en casi todo.

El diseñador gráfico, con sus habilidades de conceptualización, estratégicas y técnicas, puede llevar el proyecto

⁴ Carlos Scolari, *Ecología de los medios. Entornos, evoluciones e interpretaciones*, Barcelona, Gedisa, 2015.

a otras instancias simbólicas y financieras. La influencia del diseño es ineludible en el espacio social, en un ininterrumpido viaje de ida y vuelta, construido con discursos y estructuras retóricas que han contribuido a la persuasión de los auditorios.

Las características exógenas y endógenas del diseño han de darse a partir de lo que sucede “afuera”, es decir, en el contingente de factores que componen “lo social” para regresar al diseño y reproducirse nuevamente. Para que este fenómeno ocurra, los factores implicados se relacionan con la traducción, la importación, la interpretación y la “construcción de lo propio”; asimismo, el estudio de conceptos generales, como posmodernidad, democracia y “cultura popular”, son parámetros que plantean diversos problemas al diseño, pero que abren posibilidades amplias al trabajo del diseñador como agente interdisciplinario en el espacio cotidiano de interacción con otros actores sociales.

El diseño gráfico es una disciplina social y humanística que estructura, mediante procesos discursivos, la planeación, el conocimiento y la realización de comunicaciones visuales. Esta disciplina está fundamentada en técnicas, métodos y teorías para incidir, a través de las imágenes, en la sociedad y sus necesidades.

El contexto social en que se ubica la actividad del diseño gráfico es resultado de importantes transformaciones y debates sobre la objetivación *per se* de la disciplina; por un lado, ampliaron las posibilidades de hacer “más simple” la ejecución material de los productos gráficos gracias a la revolución tecnológica, pero, a su vez, modificaron las necesidades de comunicación visual junto con factores políticos, económicos y sociales. Por otro lado, el gremio profesional y académico centra su atención en impulsar el debate sobre la metodología y el perfil idóneo del diseñador gráfico, en función de fortalecer el reconocimiento social de la complejidad de la disciplina, que relaciona herramientas teóricas de comunicación visual con la técnica y, en conjunto, sustenten un sistema para alcanzar objetivos que le permitan relacionar sus propuestas con la sociedad

Conceptos como posmodernidad, democracia y cultura popular son parámetros que plantean diversos problemas al diseño.

La ejecución material de los productos gráficos se simplificó gracias a la revolución tecnológica, pero se modificaron las necesidades de comunicación visual.

y la cultura a través de sus propios recursos discursivos y su capacidad de interpretar y pensar en el otro.

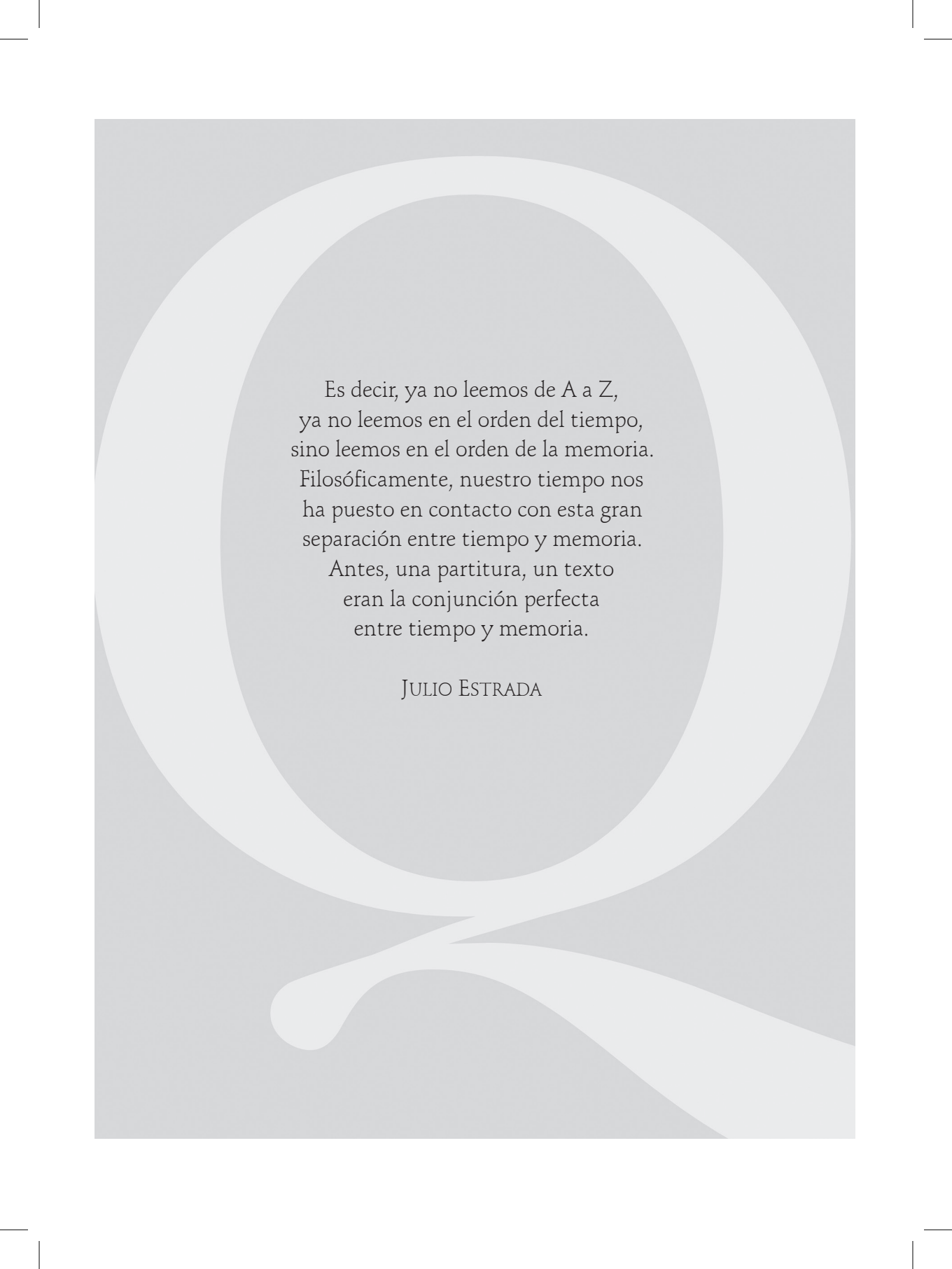
Por ello, el diseñador gráfico colabora en la innovación —concepto vinculado a la identificación y solución de problemas complejos que requieren la colaboración de diversas disciplinas— de estrategias comunicativas mediante recursos discursivos, icónicos, tipográficos y plásticos, entre otros.

*El diseñador gráfico
colabora en la
innovación de estrategias
comunicativas mediante
recursos discursivos,
icónicos, tipográficos y
plásticos, entre otros.*

El diseño, aunque no ha alcanzado un valor público cultural, sí se ha insertado en temáticas culturales y tiene virtudes propias que no han sido mostradas explícitamente y que, según Bonsiepe,⁵ no pueden pertenecer al ámbito privado e irremediablemente se convierten en tema del ámbito público.

Así pues, la labor de editar un libro, más allá de materializar el texto como una primera unidad de significación, también implica darle cauce en el formato y medio que requiera. Y la profesionalización del editor busca eso: incrementar las posibilidades de amplificación que se adecuen a cada contenido como verdaderos mediadores o gestores culturales.

⁵ Gui Bonsiepe, *Diseño y crisis*, Valencia, Campgràfic, 2012.



Es decir, ya no leemos de A a Z,
ya no leemos en el orden del tiempo,
sino leemos en el orden de la memoria.
Filosóficamente, nuestro tiempo nos
ha puesto en contacto con esta gran
separación entre tiempo y memoria.

Antes, una partitura, un texto
eran la conjunción perfecta
entre tiempo y memoria.

JULIO ESTRADA

Editar en lenguas indígenas

Uno de los temas clave que se mantiene en discusión en el ámbito de la producción editorial es el de la publicación de textos en lenguas indígenas. En la anterior Feria del Libro de Guadalajara de 2020, tal como se reseñó en *Interlinea: cultura editorial*, no fue la excepción. Hubo mesas donde el asunto ocupó la atención de expositores y asistentes, y se presentaron publicaciones que pugnaban por descubrir nuevos caminos para generar materiales que ayudaran a las comunidades a mantener y divulgar sus lenguas originarias. La cuestión, por lo demás, ha estado bastante activa desde que la UNESCO declarara 2019 como Año Internacional de las Lenguas Indígenas. Al parecer, la preocupación por la pérdida constante de ese material simbólico que son las lenguas, y que desempeña un papel fundamental en la conservación de las identidades para muchos grupos humanos, fue puesto en primer plano toda vez que el avance económico, social y tecnológico de las lenguas dominantes ha evidenciado que muchas de ellas están destinadas a desaparecer. Por ejemplo, se ha calculado que, para 2100, más de la mitad de las lenguas no hegemónicas del planeta habrá desaparecido, y esa tendencia no parece haberse frenado en los últimos 500 años.

Ese panorama va acompañado, además, de las políticas nacionales. En décadas recientes, la Secretaría de Educación Pública de México puso en marcha programas para que los libros de texto gratuito que se distribuyen en las escuelas contaran con versiones en diversas lenguas locales, intentando con ello fortalecer el acceso a la

Entre los temas en discusión en el ámbito de la producción editorial está el de la publicación de textos en lenguas indígenas.

El avance económico, social y tecnológico de las lenguas dominantes ha evidenciado que muchas de las lenguas indígenas están destinadas a desaparecer.

Durante la contingencia por covid-19 en 2020, los materiales disponibles no tuvieron como prioridad solventar la educación de comunidades indígenas.

Siempre debe tomarse en cuenta que la dominación comienza por la hegemonía lingüística que impone los términos del juego.

educación para los niños de las distintas comunidades a través de materiales disponibles en sus lenguas maternas. Con todo, tales esfuerzos han tenido alcances muy precarios. Durante la contingencia por el covid-19 que comenzó en 2020, por ejemplo, las autoridades debieron cerrar las escuelas y redirigir la actividad a clases en línea. En este tránsito, los materiales disponibles y las tareas en pantalla no tuvieron como prioridad solventar la educación de dichos segmentos. Los sectores más pobres del país siempre han sufrido marginación educativa y, como consecuencia, ven mermadas sus posibilidades de crecimiento y desarrollo; la contingencia no hizo más que agudizar esta condición.

Evidentemente, cuando se habla de dominación o hegemonía cultural, la subordinación de las lenguas o su franca extinción es un asunto clave. Una lengua encierra en su condición fonética, gramatical, semántica y pragmática, un conjunto de coordenadas que actúan como sistema para concebir e interpretar el mundo en términos cognitivos muy particulares e irreductibles, y su supresión o inhibición resulta en una escisión cultural básica para los grupos humanos que las comparten. No es novedad, pero siempre debe tomarse en cuenta que la dominación comienza por la hegemonía lingüística que impone los términos del juego para las prácticas económicas y de poder que constituyen el espacio social, ese donde actuamos desde nuestros propios sistemas simbólicos, en condiciones desiguales de acceso, y en el que lo editorial desempeña un papel fundamental.

Ante este panorama, las aportaciones de los editores que trabajan con lenguas indígenas se definen. Su punto de partida es siempre el rescate lingüístico. Resulta interesante, por ejemplo, que la presentación de una mesa que se propone trabajar el tema gane, de entrada, una legitimidad inmediata en función de que supone la intención de restaurar algo que parece necesario. Lo mismo sucede en el programa de Maestría en Diseño y Producción Editorial de la UAM-Xochimilco, que procura la responsabilidad social de las ediciones, y cuando el tema aparece, tiene un

lugar especial porque opera con aquellas comunidades que sabemos más débiles. Pero si bien el objetivo de defender la permanencia de las lenguas que están en constante amenaza tiene un reconocimiento inmediato, eso no obsta para que siga siendo minoritario en la cultura editorial que se manifiesta en las ferias y en los programas de estudio. Al parecer, una política que garantice el acceso igualitario de las comunidades lingüísticas a los materiales de lectura es un asunto que pertenece a la colectividad y requiere de la acción deliberada, aunque básicamente surge siempre a contrapelo de las corrientes y los hábitos generales.

Con esos puntos de partida, las labores editoriales que emprenden la tarea se valoran, en primera instancia, como una restitución impostergable y urgente. Se sabe que la garantía democrática de acceso en igualdad de condiciones para todas las lenguas de un país implica no solo esfuerzos aislados, sino mecanismos institucionales establecidos, con sus discusiones previas, pero, aunque sea el Estado el que supuestamente debe garantizar este cometido, lo cierto es que no ocupa en realidad un papel entre sus prioridades. Las escuelas, por ejemplo, pueden tener programas inclusivos aprobados y poner en marcha la producción de los materiales respectivos, pero en los hechos su instrumentación es poco promisoria. De ahí que otros grupos ciudadanos elaboren iniciativas que buscan fertilizar ese terreno por medios alternativos y logren establecer líneas editoriales sostenidas que, de alguna manera, ganen terreno en el reconocimiento de la vitalidad de las otras lenguas en el espectro de la producción editorial del país. Las tecnologías disponibles parecerían facilitar esa actividad, o al menos más que en el pasado, así como la conectividad que concierne hoy a todo tipo de cuestiones parecería ser una plataforma viable para posibilitar la existencia real de la pluralidad lingüística.

Una producción editorial en este campo, sin embargo, no es una tarea sencilla. A primera vista, al menos para la mayoría, bastaría con disponer textos escritos en diversas lenguas en materiales nuevos y hacerlos fluir por los espa-

Una política que garantice el acceso igualitario de las comunidades lingüísticas surge siempre a contrapelo de las corrientes generales.

Las escuelas pueden tener programas inclusivos aprobados, pero en los hechos su instrumentación es poco promisoria.

Otro problema es que las lenguas indígenas no son homogéneas, hay variantes fuertes entre ellas de una comunidad a otra.

Las lenguas indígenas también son organismos vivos, y sería un error considerar que tienen un estado estacionario al cual volcar los textos.

cios de difusión establecidos o llevarlos a las comunidades para su utilización. Puede hacerse con textos originales o con traducciones, pero, a la luz de las discusiones actuales, aún hay problemas por afrontar. Por ejemplo, las lenguas indígenas no son homogéneas, hay variantes fuertes entre ellas de una comunidad a otra. Tal es el caso del náhuatl, por ejemplo, que tiene diversas convenciones de utilización en diferentes regiones que imposibilitan la estandarización. Desde tiempos antiguos, dicha lengua tenía una norma que se ubicaba en el centro de México y que se diferenciaba claramente de otras, que eran tenidas como menores o como no apropiadas, lo que creaba conflictos políticos. Las variantes y sus consecuencias para las colectividades, por muy distintas razones (geográficas, culturales, etnográficas), inciden permanentemente en el fluído de esta y otras lenguas, y es un aspecto que debe confrontarse cuando se trabaja con los textos respectivos.

La complejidad lingüística afecta también el tema de la traducción. De suyo, como sabemos, la traducción no es una acción instrumental, sino también una labor interpretativa. Además de la pluralidad dentro de una misma lengua a través de sus usos, la traducción surge también de la intención de sincronizar una lengua con otra siendo sensible al tiempo en el que es ejecutada, ya que los énfasis y las valoraciones cualitativas de los significados tienen una evolución histórica: una traducción debe ser no solo gramatical o semánticamente correcta, sino además significativa. Así como en español o en inglés hay metáforas nuevas que se van acuñando para aprehender los fenómenos, las lenguas indígenas también son organismos vivos, y sería un error considerar que tienen un estado estacionario al cual volcar los textos. La traducción implica una calificación adecuada del ejecutor y es vital en el intercambio que se propone, tanto cuando se busca llevar al español textos que han sido concebidos en una comunidad específica para su difusión, como cuando se intenta llevar a esas comunidades contenidos que solo estaban disponibles en la lengua nacional mayoritaria. Esos flujos pueden tener múltiples intencio-

nes relevantes, pero también tener vacíos e imprecisiones que es preciso cubrir, y la labor editorial necesita hacerse cargo de ello.

Por otra parte, está el fenómeno de los textos originales contemporáneos. Algunas editoriales, tal como se mostró en la FIL, han convocado a hablantes de lenguas indígenas a que emprenden la elaboración de textos nuevos, materiales hechos por hablantes actuales que no procuran la elaboración de relatos sobre mitos e historias antiguas —que es una vertiente que siempre está presente—, sino que tematizan problemas y asuntos contemporáneos a través de su lengua. Uno de esos esfuerzos, por ejemplo, se hacía a través del cómic, en versiones bilingües (en maya e inglés; o en otomí e inglés) para públicos específicos que valoran este principio donde las lenguas indígenas pueden transitar a otras lenguas sin pasar por el español, abriendo el horizonte de la traducción y de la producción original a partir de propuestas nuevas. Esta discusión ha llegado a plantearse, por ejemplo, preguntas más profundas, como por qué las ediciones que se conciben en las lenguas originarias privilegian el ámbito poético-narrativo, mientras que los materiales que versan sobre temas económicos, científicos, administrativos o legales son los que prevalecen en el sentido inverso. Es claro que la distribución desigual de los saberes y de los capitales culturales pesa enormemente en el panorama editorial al respecto, lo cual es producto de la presión secular a la que esas lenguas han estado sometidas.

No es sencillo el asunto cuando, pongamos por caso, las leyes que se aplican a los procesos administrativos o judiciales están validadas consuetudinariamente en la lengua oficial y obligan a que un sistema se subordine a otro y pierda, por tanto, poder de autonomía. Muchos de los asuntos relativos a la tenencia de la tierra se deciden a través de este proceso, y así vemos que las lenguas se mantienen también por los efectos legales que se desprenden de su uso: digamos que adquieren poder tanto por su valor simbólico como por su valor pragmático.

Se han hecho cómics en versiones bilingües (en maya e inglés; otomí e inglés) para públicos específicos donde las lenguas indígenas transitan a otras sin pasar por el español.

Las lenguas se mantienen también por los efectos legales que se desprenden de su uso: adquieren poder por su valor simbólico y por su valor pragmático.

*También el diseño
tipográfico enfrenta
retos: implica traducir
un sistema de sonidos
a grafías que han sido
constituidas
para otras lenguas.*

*Al no tener un alfabeto
fonológico, sino un
sistema ortográfico,
grandes grupos quedan
marginados del acceso
a la escritura y la
lectura.*

Al revisar el desarrollo de los procesos editoriales involucrados, hay otras zonas que también merecen una especial atención, como es el caso de los alfabetos disponibles y de su diseño tipográfico. Hemos visto que de manera evidentemente común se parte de la idea de que las lenguas indígenas que se disponen en libros y materiales escritos tendrían que codificar sus sonidos y signos a través del uso del alfabeto latino, al cual deben realizarse adecuaciones para que logre dar cuenta de los fonemas de que parte cada lengua. Esta tarea al principio parece sencilla, hasta que descubrimos que tiene una complejidad funcional muy marcada: en principio porque implica traducir un sistema de sonidos a grafías que han sido constituidas para otras lenguas con un sistema fonético distinto, y después porque, por ejemplo, implica buscar una solución cuando una lengua tiene un fonema que no está contemplado en el sistema tipográfico de origen. Pueden utilizarse acentos, puntos, muescas u otros dispositivos de puntuación para marcar la diferencia, pero eso encarece el aprendizaje del sistema y dificulta su producción gráfica.

En español o, digamos mejor, en el español actual, se utiliza un sistema de 27 letras (signos gráficos), pero hablamos a través de 21 sonidos, en una economía alfabética que nos parece suficiente, pero que genera grandes rezagos en las zonas no alfabetizadas debido a los muchos problemas que genera a través de la ortografía, que implica reglas y excepciones que se tienen que aprender y suponen un tiempo valioso. Al no tener un alfabeto fonológico, sino un sistema ortográfico, grandes grupos de personas quedan marginadas del acceso a la escritura y a la lectura por razón del volumen de aprendizaje que ese sistema genera. Este impacto se amplía todavía más cuando hablamos de la transposición a ese sistema de las lenguas que no le son naturales.

Tenemos en general poca idea de lo que eso repercute en el mercado lingüístico, es decir, en las condiciones sociales que deciden los intercambios de sentido. Pero si tal fenómeno sucede de forma a veces dramática en el propio

español —que tampoco está distribuido de forma homogénea—, debemos plantearnos la misma cuestión para el diseño de los textos en lenguas indígenas. No solo se trata del diseño de las letras y su adecuación formal, sino del aprendizaje que requieren. Por eso la disposición de los tipos y su diseño se ha vuelto todo un asunto en el ámbito tipográfico cuando se trata de resolver la formación de fuentes y signos de notación propicios para los grupos que pretendemos alcanzar: hablamos de legibilidad y comprensión, de codificación y aprendizaje, de diseño de convenciones y su permanencia en el tiempo.

No solo se trata del diseño de las letras y su adecuación formal, sino del aprendizaje que requieren.

Es necesario comprender que una lengua es primera y primordialmente un sistema de sonidos, sonidos que hacemos con el aparato fonador para elaborar sentidos e intenciones, mientras que una escritura es una tecnología que aplicamos para traducir ese sistema a un dispositivo de elementos gráficos. Solo entonces observaremos el costo e inversión que esa tecnología exige a los hablantes: no es una cuestión que se resuelva de manera automática.

La labor editorial, para hacer publicaciones significativas, requiere un trabajo específico en todos esos aspectos. Y también involucra el amplio tema de la selección de materiales: ¿qué zonas del pensamiento y la imaginación desarrollamos cuando configuramos una publicación determinada?, ¿qué argumentos y sistemas de valores se alientan con un libro concreto?, ¿qué nivel de plasticidad o de relieve otorgamos a sus camadas de sentido? No siempre las presentaciones de libros para lenguas indígenas desarrollan estos aspectos a cabalidad. A menudo basta con dar a conocer las cuestiones técnicas, sin abundar en la sustancia de la escritura. Suponemos que esas lenguas que desconocemos contienen una constelación de sentidos que tendrían que estar en condiciones de aprehensión, y más aún, que esos relieves nutrirían significativamente nuestro aprendizaje. Recuerdo, por ejemplo, que hace algunos años visité con mis alumnos la exposición *Culturas indígenas contemporáneas* en el Museo del Bicentenario en la ciudad de Guanajuato. En ella quedamos francamente

La labor editorial, para hacer publicaciones significativas, requiere un trabajo específico en la selección de materiales.

*Hay una gran vitalidad
productiva de las
comunidades del país,
y su capacidad de
elaboración es extrema
del norte al sur de
México.*

*José María Arguedas
escribió en español Los
ríos profundos, que
trataba de capturar el
universo del pensamiento
del quechua.*

sorprendidos por la enorme expresividad de las obras que ahí se mostraban: tejidos, narraciones visuales, cerámica, poesía, artes plásticas. Ignorábamos la gran vitalidad productiva de las comunidades del país, y veíamos cómo el amplio conocimiento que al parecer teníamos en el campo del diseño gráfico palidecía ante aquellas manifestaciones llenas de contenido depuradamente plasmado. Nos quedaba claro que la capacidad de elaboración de esas comunidades es extrema desde el norte hasta el sur de México, y que tocan temas contemporáneos de amplio interés. A la vez, se trataba de un material poco conocido, reunido ahí de forma excepcionalmente afortunada, pero que gravitaba poco en nuestras coordenadas culturales.

Esa experiencia me recordó el afluente de imágenes y sincronizaciones simbólicas presente en la literatura, en una obra como la del peruano José María Arguedas, quien escribió en español una novela (*Los ríos profundos*) que trataba de capturar el universo del pensamiento del quechua, lengua con la que estuvo en contacto desde su infancia. Arguedas afrontaba la tarea de mostrar ese mundo que se pierde cuando las lenguas se extinguen, contrastando sus imágenes poéticas con las otras formas de aprehensión ética que esas lenguas poseen. El autor dedicó su vida a ello, pero, como hombre blanco que trabajaba en los círculos de la literatura hispanoamericana, sabía que, en términos editoriales, su escritura y su publicación tenían que hacerse en español. La contradicción que esto le producía, toda vez que el propio texto inspirado en el quechua podría ser mirado como una traición a la lengua de la que partía, le pareció insalvable, y ese drama lo llevó a acabar con su vida. Como esa problemática era central en la producción literaria de Hispanoamérica en el siglo XX, otros autores crearon sus propias formas literarias para encarar el asunto, como es el caso del guatemalteco Miguel Ángel Asturias o del brasileño Guimarães Rosa, quienes escribieron páginas brillantes y pensaban que Arguedas había hecho un trabajo extraordinario. El drama de las lenguas indígenas y su conflicto dialéctico con las lenguas insta-

ladas desde Europa ha sido, como vemos, un asunto serio para la literatura latinoamericana y para sus procesos editoriales. Tal experiencia tendría que estar presente en nuestra aproximación a las sustancias expresivas de las ediciones cuando nos abocamos a la producción de publicaciones en lenguas indígenas, ya que tiene una importancia fundamental.

La tarea propia del ámbito editorial es la suma de procesos que implica varias especializaciones que se ejercen para ofrecer materiales de lectura significativos. Una publicación desencadena ese proceso e incide en la construcción de lo creíble, lo relevante, lo asequible, y pone en juego también sus propias condiciones de apropiación. En el ámbito de las publicaciones que trabajan con esa amplia categoría que llamamos “lenguas indígenas”, ese proceso implica una aproximación cuidadosa, toda vez que intervienen no solo cuestiones técnicas sino políticas de interpretación. Esos fenómenos tendrán que considerarse en el futuro, a fin de que contemos algún día con una producción de lecturas acordes con nuestra diversidad cultural.

El drama de las lenguas indígenas y su conflicto con las lenguas instaladas desde Europa ha sido un asunto serio para la literatura latinoamericana y sus procesos editoriales.

Escribir sin leer, leer para escribir

Una de las vertientes que se pasan por alto muy seguido en los diversos programas de fomento a la lectura es la pr3ctica de la escritura. No me parece que regalar libros o darlos a precios muy baratos, y en ediciones muy sencillas, sea una promoci3n afortunada o prometedora para entrar a la esfera de la lectura y la significaci3n del libro como socialidad o comunalidad humana. Se requiere m3s bien integrarse a la cultura en un sentido amplio, es decir, internarse en un universo de sentidos, adquirir el deseo y aspiraci3n de habitar un espacio personal para dialogar con otro humano, aun en la ficci3n, dej3ndose llevar a lugares con un leve coeficiente de realidad¹ que permite una conversaci3n en el tiempo con personas de otros siglos, de traslaciones en el espacio con exploraciones del pasado, como si se tratara de otros mundos y de una diversidad que no deja de ser íntima. Si eso es la lectura, la escritura parece perder densidad y, me atrevería a decir, cierta humanidad.

Voy a explorar en estas pocas líneas algunos de los aspectos que me parecen llamativos en relaci3n con las actuales condiciones en que los teclados han permitido la proliferaci3n de escrituras, m3s de informaci3n inmediata, y una especie de lecturas en todo tipo de pantallas. Lecturas funcionales sin estímulos para la imaginaci3n y, si se quiere, sin placer, sin arrobamiento ni embeleso. En apariencia, se escribe mucho y se pone a circular m3s en el espacio cibern3utico.

*Regalar libros o darlos
a precios muy baratos,
y en ediciones muy
sencillas, no es una
promoci3n afortunada o
prometedora para entrar
a la esfera de la lectura.*

*Las pantallas han
permitido lecturas
funcionales sin estímulos
para la imaginaci3n y,
si se quiere, sin placer,
sin arrobamiento ni
embeleso.*

¹ Clément Rosset, *Lo real y su doble*, Barcelona, Tusquets, 1993.

*¿Hay una significación
del clima social cuando
se da esta proclividad
a la literatura de
instrucciones?*

*En esta época
tecnodigital, robótica
y algorítmica, la
autenticidad surge
como factor cada vez
más determinante en
la valoración de la
producción simbólica.*

No dejo de lado que, al menos en México, el semianalfabetismo de la población constituye una especie de oralidad primaria, con la escritura como capacidad secundaria. Por otro lado, se tiene que considerar el monto ascendente de lecturas de libros de crecimiento y autoayuda, útiles para el alma y la construcción de autoestima y capacitación para la vida, la familia, el amor y el trabajo. La pregunta es: ¿hay una significación del clima social cuando se da esta proclividad a la literatura de instrucciones? Esto sin marginar que esa clase de lecturas, en una cultura predominantemente oral, consiste también en lo que denominaría “escritura funcional de registro e información” antes que de expresión personal.

Aún más, hay que admitir que la dimensión poética, la manifestación lírica, se encuentra ocupada por los cantantes populares y sus letras de amor, celos, traición y, en algunos casos, de venganza. Ya Carmen de la Peza² hizo una primera aproximación a esa educación sentimental de los boleros y la canción romántica, siguiendo la inspiración de Monsiváis y de Gabriel Zaid. Habrá que preguntarse por el surgimiento de un factor cada vez más determinante en la valoración de la producción simbólica en esta época tecnodigital, robótica y algorítmica: *la autenticidad*.

Se tiene que situar y atravesar esos caminos fronterizos de la oralidad secundaria, es decir, de quienes se encuentran en un mundo alfabetizado y letrado y utilizan sobre todo la oralidad de manera funcional y conversacional. Y, por otra parte, encontrar los rasgos que nos permitan reconocer el valor de esa otra *paracultura*³ de los semialfabetos no letrados, *illiteracy*, como se los designa entre los angloparlantes.

² María del Carmen de la Peza, *Canciones, memorias e identidades: el bolero y la educación sentimental en México*, México, Miguel Ángel Porrúa/UAM-X. 2001.

³ Uso *paracultura* como sustituto de subcultura. El prefijo *para-*, en griego, se refiere a lo que está al lado. El término *marginal* está cargado de subordinación, mientras que *para*, como en paramédico, remite a lo que se encuentra al lado, sin valorar.

Por eso inicio con la idea de que, efectivamente, se puede escribir sin leer, incluso sin poder leer, como nos relata Claude Lévi-Strauss en *Tristes trópicos*.⁴ En cambio, se acepta más naturalmente el leer sin escribir.

*

Tenemos, pues, una primera elucidación que ofrece los rasgos que permiten diferenciar entre el analfabetismo funcional y lo que se considera iletrado. Es un tema que toca de cerca la idea de la educación y la instrucción en los procesos de transmisión de los conocimientos, de la cultura de una sociedad de una generación a la siguiente. Y, desde una perspectiva de la dominación, implica una estrategia de violencia simbólica subyacente a esa transmisión.⁵ La idea de la dominación es concomitante con un acceso limitado a los saberes; se comprenden como esotéricos, es decir, solo para los iniciados, en oposición a los saberes exotéricos, accesibles al conocimiento general y común.

Desde una perspectiva puramente lexicográfica, supone revisar los diccionarios para encontrar las acepciones de la *doxa*, de la escritura para el sentido de la opinión común, del cliché, las creencias más convencionales. Transitar al punto de vista de las ciencias sociales, y en particular de la antropología, conlleva acercarse a cómo se ha abordado esta tecnología de transmisión cultural, aunque también a la manera en que se volvió instrumento de los dispositivos de tributo y dominación. Asimismo, ingresamos a los terrenos de las humanidades para dilucidar qué clase de lectores y escritores están surgiendo en esta época ciberespacial o digital, tomando este último término con cuidado, para no meternos en honduras teóricas insuperables.

Ante todo, quedará por explorar la importante función de la capacidad simbólica de los lenguajes en nuestra especie, que permiten la presencia de la ausencia, es decir, de la

¿Qué rasgos permiten diferenciar entre el analfabetismo funcional y lo que se considera iletrado?

Ingresamos a los terrenos de las humanidades para dilucidar qué clase de lectores y escritores están surgiendo en esta época ciberespacial o digital.

⁴ Claude Lévi-Strauss, *Tristes trópicos*, Buenos Aires, Paidós, 2018.

⁵ Pierre Bourdieu, *La distinción. Criterios y bases sociales del gusto*, Madrid, Taurus, 1998.

*El antropoide simbólico
que somos inscribe/
marca para volver
a vivir, para traer
a nuestra mente las
experiencias pasadas
y rememorar a los
ancestros.*

*Se trata de "saber leer"
en los materiales que
se tienen a mano las
posibilidades de su
instrumentalización.*

imaginación. Al mismo tiempo, como efecto paradójico, el lenguaje permite el secreto. Si no se tiene la clave que rompe lo críptico de la escritura, lo escrito se hace ilegible. Quizás es uno de los modos del poder volverse indescifrable y, por lo tanto, mágico, potente, sagrado.

Escribir/Inscribir expresa, por otro lado, como se ha señalado tantas veces, uno de los signos más relevantes en la manifestación de una capacidad cognitiva susceptible de exteriorizarse y sobrepasar el tiempo. Aun cuando no se trata solo de dejar una señal de nuestras hormonas para marcar territorio o manifestar nuestra disponibilidad para la cópula, el antropoide simbólico que somos inscribe/marca para volver a vivir, para traer a nuestra mente las experiencias pasadas y para rememorar a los ancestros.

Por eso me parece que uno de los primeros pasos en nuestra evolución como *Homo* fue marcar y esperar que aquello fuese percibido, quizá descifrado como indicio de otro humano. En ello tiene en parte razón Jacques Derrida⁶ cuando hace preceder la marca, la huella inscrita, como anterior a la oralidad, aun cuando es más bien *lo simbólico* lo que sostiene la conciencia de la temporalidad del lenguaje como permanencia en los otros. La antropología de la evolución cerebral destaca el agenciamiento de la mano y el lenguaje, según lo elabora el paleoantropólogo Leroi-Gourhan,⁷ lo mismo que la *tecnicidad* como universal antrópico, lo que implica la elaboración de herramientas para hacer otras herramientas, que desarrolla una mente que puede manejar el futuro como espacio simbólico, es decir, una pantalla virtual en la mente.

Se trata, por tanto, de "saber leer" en los materiales que se tienen a mano las posibilidades de su instrumentalización, es una lectura técnica del mundo circundante como disponible para ser otra cosa. Lo que angustia a los tecnocríticos es, precisamente, este desencanto del mundo,

⁶ Jacques Derrida, *De la gramatología*, México, Siglo XXI, 1971 (original en francés, 1967).

⁷ André Leroi-Gourhan, *Le geste et la parole*, París, Albin Michel, 1965.

de la naturaleza como disposición, pero me parece que es más fértil la idea de leer la naturaleza como interpretable, descifrable, como texto legible.

Leer, cuando se extiende a la noción de interpretar el entorno, será saber leer. Para algunos es la idea misma de la hermenéutica, la naturaleza como mensaje, que quizá sea incomprensible, inextricable, y al que, no obstante, hay que preguntarle por su pregunta de manera recurrente hasta comprender, escuchar y descifrar. Aun así, escribir el mundo parece desproporcionado o incluso herético, y desde la bioética, casi sacrílego si no se le ponen reglas.

Desde esta dimensión hipertrofiada de la técnica de la información/comunicación, ocurre el fenómeno en el ciberespacio de un proceso de mutación en el que los diarios personales, esos que servían para dialogar con el otro de uno mismo, se han desvelado como exposición de uno mismo en el espacio de lo ciberpúblico, al punto de introducir el neologismo *extimidad*.⁸ La escritura *bloguera* se ha transfigurado en *vloguera*, es decir, en el diario en video que es más audiovisual que escrito.

Si bien leer sin escribir se considera normal, leer, esa operación cognitiva, de codificación y desciframiento, ya muy tardía en nuestra evolución homínida, que facilita la transmisión de conocimiento, la *deslocaliza* y la *destemporaliza* y, por lo tanto, es memoria externa de los humanos. En cierta medida, se trata de un don que se hace a los demás y que requiere, sin embargo, para ser accesible, la interiorización del lenguaje en su forma gráfica (y que, por el contrario, no necesita un dispositivo eléctrico ni un programa). Las plataformas con sus aplicaciones aglutinadoras de los algoritmos tienden a encerrar en burbujas de lo mismo nuestras “cartas”. Obtendremos seguidores y odiadores, pero no conversaciones. Se pierden diferendos y desacuerdos que nos enriquecen.

Escribir el mundo parece desproporcionado o incluso herético, y desde la bioética, casi sacrílego.

Las plataformas con sus aplicaciones aglutinadoras de los algoritmos tienden a encerrar en burbujas de lo mismo nuestras “cartas”.

⁸ J. Alain Miller, *Extimidad. Los cursos psicoanalíticos*, Buenos Aires, Paidós, 2010, y Paula Sibila, *La intimidad como espectáculo*, Buenos Aires, FCE, 2012.

*Es posible que la
escritura sea más
fecunda cuando se
engendra a partir de la
lectura de los otros.*

Escribir tiene una aureola más imbricada por sus rasgos de acción y potencia de no ser visto, de situarse atrás del texto. Escribir parece consentir el escamoteo de uno mismo también descorporizándose, aunque permite sobrevivir a quien lo escribió.

Tiempo encapsulado, memoria sin cuerpo, especie de congelamiento de lo pensado. Lo escrito se encuentra siempre en disposición de destaparse y tener consecuencias inesperadas. Es posible que la escritura sea más fecunda cuando se engendra a partir de la lectura de los otros, de sus decires impresos, pensados para durar y no desaparecer en alguna nube electrónica, con sus servidores y computadoras en línea en un hipergalerón perdido en las llanuras de Oregón. Escribir y leer, leer y escribir para nosotros, en la ilimitada conversación de nuestra humanidad.



A propósito de qué
se entiende por interés
del libro, Paco Giner me dijo:
“Mira, esto se estuvo revisando,
hasta que llegamos a la conclusión de
que el interés del libro consistía en una
relación en la que se integran: el autor,
por cuanto que él es el creador del texto;
el texto mismo, por cuanto que puede ser
dúctil, fácil, hábil para transmitir la idea
del autor; y el lector, porque quizás él sí
quiere saber esa idea, quiere que se le
transmita. Cuando estos tres factores
se reúnen en un producto editorial,
entonces se trata de un libro
interesante”.

Zyanya Ruiz Chapoy,
Daniela Páez Jiménez,
Víctor Manuel González,
Miguel de la Cruz Juárez

Lecturas descubiertas y ferias del libro

Ferias del libro, un espacio de venta, un concepto, un producto, autores, lectores, fiesta, el festejo de los libros que ha proliferado, un espacio de encuentro, de explosión cultural, del conocimiento y de paseo; una industria cultural.

DE LA MORA Y RUIZ, *Veredas*, 2011.

El tópico principal respecto a las ferias del libro es que promueven la relación de autores con sus lectores, intermediados por editores, distribuidores, libreros, bibliotecarios y, por supuesto, medios de difusión y comunicación; sin embargo, como industria cultural que son, esto va más allá.

Para los autores no es únicamente un encuentro con su lector; es un espacio donde se cruzan miradas, se hacen (y le hacen) preguntas e, incluso, a veces encuentra las respuestas a la construcción de textos. Para los lectores, es reencontrarse con las sensaciones; reconocerlas para localizar nuevas lecturas; descubrir entre los estantes a otros autores, así como tener la oportunidad de establecer un diálogo con ellos para contarles la historia propia de emociones y saberes. Es quizá el lector quien más disfruta lo que ofrecen las ferias. Para los editores, distribuidores, bibliotecarios y libreros, es establecer un puente entre los agentes involucrados en el proceso editorial, una oportunidad para que los asistentes se sientan atraídos por los títulos, las temáticas, las portadas, los lomos y la tipografía, entre el paso de las páginas, así como por los colores y el movimiento en los estands.

Quizá es el lector quien más disfruta lo que ofrecen las ferias. Para los editores, distribuidores, bibliotecarios y libreros, es establecer un puente entre los agentes del proceso editorial.

La industria busca la promoción de la lectura y de la cultura, pero para que esto tenga continuidad es necesario incrementar la participación en el mercado.

Cada época tiene su propia escritura, diálogo y escucha, y desde 2020, a raíz de una emergencia sanitaria, la nuestra tuvo que contar su historia.

Finalmente, para los medios de comunicación las ferias también se viven a través de las notas, noticias y acontecimientos que suceden todos los días; de las presentaciones de libros, de los eventos culturales; de indagar quiénes intervienen, e invitar, provocar y coadyuvar a la construcción de ese puente vinculante entre los profesionales del mundo del libro y la sociedad en general.

El espacio diseñado para la feria es un pretexto para consolidar momentos de la promoción con objetivos a diferentes plazos, tanto a los lectores-consumidores potenciales como las estrategias para colocarlos en los canales de distribución natural, es decir, en las librerías o bibliotecas. No se puede negar que a partir de diversas estrategias la industria busca la promoción de la lectura y de la cultura, pero para que esto pueda tener continuidad es necesario incrementar la participación en el mercado, acercando el producto al consumidor y, en este caso, con la consolidación de la vinculación del autor, libro, lector, con el contenido y el producto.¹

Históricamente, los espacios de feria se han reconstruido según la época y las distintas administraciones que pasan por ellos, políticas culturales, sectores de la sociedad que las impulsan (universitarios, industria editorial privada, promotores de lectura, lectores), así como por el desarrollo tecnológico que ha involucrado diversos formatos (libro, audiolibro, herramientas multimedia) y soportes de contenidos (físico y digital). Cada época tiene su propia escritura, diálogo y escucha, y fue desde 2020, a raíz de una emergencia sanitaria, cuando la nuestra tuvo que contar su historia: fueron los primeros recorridos virtuales por las ferias.

¹ Sofía de la Mora y Zyanya Ruiz, “Ferias del libro: industria cultural”, *Veredas* 22, 2011, p. 141.

La pandemia que cambió las ferias...

Como amenaza que no deja de aproximarse, el término covid-19 poco a poco se instaló en el imaginario de todos hasta convertirse en manifiesta realidad con el establecimiento de la cuarentena, ese rumor distante en el tiempo y el espacio que finalmente nos alcanzó. Días más o días menos, en el tercer mes de 2020, el cambio arrasó modos de ser y hacer para transformar las actividades colectivas en algo desconocido. La asistencia presencial quedó en desuso y toda comunicación hubo de someterse al rigor de las dinámicas virtuales. Los hogares entonces fueron fortalezas domésticas y observatorios del suceso macabro en el que sucumbieron ante la enfermedad familiares, amigos y conocidos.

Al igual que los actos masivos, la inercia forzó a las ferias del libro a la cancelación y, en el mejor de los casos, a emprender la exploración y el descubrimiento de la virtualidad. La primera que se enfrentó a la nueva realidad y revisó su modelo fue la Feria Infantil de Bolonia, la más importante del mundo en su sector;² le siguió la FIL de Bogotá, cuya inauguración, en abril de 2020, a cargo de Roger Chartier, dejó claro cómo la virtualidad permitió romper barreras desde lo cultural y lo comercial; le siguieron la Feria del Libro de Buenos Aires, la de Madrid y así sucesivamente muchas otras ferias, extranjeras y nacionales, como la Fiesta del Libro y la Rosa que la UNAM organiza tradicionalmente.

De todas, la feria más esperada, la FIL de Guadalajara, se llevaría a cabo del 28 de noviembre al 6 de diciembre de 2020. Durante meses hubo gran expectación, con planes en el viento e incertidumbre, ya que el tiempo hasta ese momento había enseñado que no debíamos confiarnos, así que, al ser la última del año, hizo suponer que en el umbral de aquellas fechas la buena salud sumaría victorias contra los contagios, dando paso, precaución mediante, a la actividad normal. Los meses transcurrieron y todo parecía indicar que seguiría el mismo destino: la imposibilidad de realizarse de manera presencial ante un aumento de contagios y la poca

La primera que se enfrentó a la nueva realidad y revisó su modelo fue la Feria Infantil de Bolonia, la más importante del mundo en su sector; le siguió la de Bogotá, Buenos Aires, Madrid...

² Winston Manrique Sabogal, "Las ferias del libro se refugian en lo virtual para mantener vivo el espíritu", *El País*, 4 de octubre de 2020.

mejoría de las circunstancias. Llegado el momento, organizadores y autoridades decidieron, muy a su pesar, adoptar el formato virtual, cancelando así la comunión que, ahora lo reconocemos, es necesaria en estos eventos.

Para tomar el pulso como editores, lectores y medios de comunicación, fue necesario el análisis de esta nueva vida de la feria mediante el seguimiento y reflexión de las actividades culturales de la FIL Guadalajara, para reconocer la mirada de los diferentes actores del mundo del libro, conocer sus lecturas en ese casi año de pandemia.³

Recuentos mediáticos de días de fiesta

*Los primeros tres
días de la feria,
destinados únicamente
a profesionales del libro,
permiten observar los
negocios y tratos que se
cierran durante estos
días de convivencia y
capacitación.*

En la “normalidad”, los días durante la FIL Guadalajara comienzan a transcurrir mucho antes de la apertura de las puertas. La actividad se rige, para quienes visitan o siguen la feria, por el horario del noticiario matutino de el Once. Entre las 6:00 y las 6:30 de la mañana se emprende la búsqueda de locación en algún punto emblemático de la ciudad de Guadalajara para transmitir la información más reciente, a partir de una selección precisa de entre 95 y 120 actividades diarias, como bien lo marca Miguel de la Cruz con su vasta experiencia en la feria.

Los primeros tres días, destinados únicamente a profesionales del libro, permiten divagar por la feria de manera tranquila, convertirse en *flâneur* para conversar entre los pasillos con colegas y conocidos ferieros de años pasados, así como observar los negocios y tratos que se cierran durante estos días de convivencia y capacitación. Como medio de comunicación, se encuentran testimonios que recogen las notas del día, además de trabajar en la Sala de Prensa, con herramientas analógicas y digitales para la producción de contenidos periodísticos que guíen a los lectores que visitarán la feria.

En esa ocasión se rompieron esas costumbres. No contamos con la transmisión desde el lugar de los hechos, no teníamos la sensación de llevar a la audiencia a conocer

³ Véase en este volumen el artículo “Voces narrativas, diálogos festivos”, de Sofía de la Mora y Daniela Pérez.

ese espacio. Sin embargo, a pesar de la distancia, fue posible monitorear la feria, revisar el programa de actividades y, navegación de por medio, verificar entradas, horarios, internet y enlaces a plataformas, en medio de las actividades personales en los hogares.

Así, esta edición de la FIL Guadalajara, al ser virtual, obligó a reinventarse y buscar diferentes formas de participación, más allá de las actividades de negocios (compra-venta, cierre de convenios, exhibición), para tocar otras que son tan inherentes a las ferias que pasan inadvertidas. Se dice que un trabajo bien hecho no es perceptible; Paula Bombara,⁴ por ejemplo, señala que tanto el diseño como la edición “han hecho bien su trabajo cuando no se notan”; los correctores de estilo, por su parte, tienen un trabajo que debe ser tan poco perceptible que a veces escapa incluso de los créditos, la necesidad de “ser invisibles”, a decir de Camilo Ayala.⁵

Tanto el diseño como la edición han hecho bien su trabajo cuando no se notan, a decir de Paula Bombara.

De la misma forma, la promoción de la lectura se sobreentien- de en el contexto de las ferias a tal grado que, en ocasiones, se olvida que es uno de los ejes sobre los cuales se plantan estos espacios, pues parte fundamental de las presentaciones no es solo dar a conocer las novedades editoriales, sino lograr ese contacto directo entre los lectores y las obras. Los hilos motivadores de las ferias del libro están en la esencia misma de las librerías que busca, a partir de diversas estrategias de mercado, influir en los hábitos y la compra de los lectores.

En las ferias se intenta garantizar el contacto autor-lector al potenciar la espectacularidad del evento; las ferias invierten recursos no solo en promoción, sino también en difusión, y generan espacios principalmente de vinculación. El papel de los lectores es fundamental: los *lectores*, los re-

La feria es de los lectores: experiencias

⁴ Paula Bombara, “Ciencia y literatura”, *Interlínea: cultura editorial*, UAM Radio, 23 de marzo de 2020.

⁵ Camilo Ayala, *Invisibles. Reflexiones sobre la corrección de estilo*, México, UAA, 2020.

*En las ferias confluyen
históricas herramientas
sociales, culturales
y editoriales para
fortalecer las iniciativas
del autor y garantizar
la conservación de la
industria.*

*La lectura no es
una mera actividad
intelectual o de
esparcimiento; es una
experiencia vívida,
una forma de
comunicación y de
contacto con el mundo.*

ceptores, los consumidores y visitantes le dan vida a la feria con su paseo, su apropiación y su compra. Es una fiesta en la que el lector está en búsqueda de algo que le permita ponerse en contacto con la producción literaria, científica o de entretenimiento.

Suele verse a las ferias como un mero espacio de exhibición, una “gran librería”; sin embargo, hablar de ferias del libro es proyectar una industria promovida por los profesionales, pero a la vez independiente y al servicio sociocultural del libro. Es preciso reconocer que en las ferias confluyen históricas herramientas sociales, culturales y editoriales para la promoción del libro y la lectura, para fortalecer las iniciativas del autor y para garantizar la conservación de la industria en toda la extensión de la palabra.⁶ Aunque, en general, nos referimos al objeto “libro” propiamente, hay diferentes formas de leer. Marca una diferencia cuando se pone más de un sentido en la recepción de los contenidos, como en el caso de los audiolibros, que permiten, además de estar escuchando una armonía de voces, tener la posibilidad de observar el texto escrito, conectar imágenes, letras y acciones.

La lectura no puede ser comprendida únicamente como una mera actividad intelectual, recreativa o de esparcimiento; la lectura es en sí misma una experiencia vívida, una forma de comunicación y de contacto con el mundo que se desarrolla entre las páginas del texto en nuestras manos, y que a la par define de manera casi íntima la voz y la razón del propio lector.⁷

La experiencia de la FIL Guadalajara en 2020 se caracterizó por las presentaciones de libros y conferencias virtuales, pero también por actividades como la de *México Lector* de Gerardo Mendoza, en la que participó *Recomiéndame un buen libro!*⁸

⁶ Sofía de la Mora, “Experiencias lectoras”, *Interlínea: cultura editorial*, UAM Radio, 10 de junio de 2019.

⁷ Alberto Manguel, 2020.

⁸ Enlace a la red social de *Recomiéndame un buen libro!!*: <https://www.facebook.com/groups/341440537178249>, cuyo cofundador es Víctor M. González.

Encabezados por #LeoConElOnce, varios clubes de lectura compartieron el mismo libro gracias a la gestión de Miguel de la Cruz⁹ con el Fondo de Cultura Económica, que puso a disposición libros para quienes los solicitaron.

La experiencia de una sala de lectura más próxima del club #LeoConElOnce sucedió en 2019, con el libro *El rastro*, de Margo Glantz, y la atmósfera generada fue diametralmente distinta a la organizada en 2020 de forma virtual, en la cual, si bien se contó con la atención de las y los lectores, fue perceptible la carencia de la cercanía física; faltaron los abrazos.

En este sentido, los clubes de lectura tienen un papel importante en este acercamiento, y cada club opera de maneras diferentes, dentro y fuera de las ferias. En *Recomiéndame un buen libro!!*, por ejemplo, para seleccionar en forma colectiva los libros que se comparten, se encuentran limitaciones, como su disponibilidad y accesibilidad para que todos participen, más allá de la novedad del momento o de clásicos que mucha gente puede adquirir en formato físico o electrónico, labor que también, guardadas las proporciones, procura Miguel de la Cruz con #LeoConElOnce.

Un punto favorecedor en esta dinámica ha sido convencer a los lectores de dar oportunidad al libro propuesto, incluso sin tenerlo o mostrar la portada, donde la acción del factor humano es indispensable: el que alguien más lo haya leído y lo “recomiende” puede establecer la diferencia. Ahora que está en boga hablar de virus y pandemias, digamos que la lectura también se “contagia”.

Eduardo Andiñón señala en su artículo “Escribir sin leer, leer para escribir” (en este número de *Quehacer editorial*): “Se requiere más bien integrarse a la cultura en un sentido amplio, es decir, internarse en un universo de sentidos, adquirir el deseo y aspiración de habitar un espacio personal para dialogar con otro humano, aún en la ficción [...] Es

En 2020, el club de lectura #LeoConElOnce, que fue virtual, si bien contó con la atención de las y los lectores, resintió la carencia de la cercanía física.

En Recomendame un buen libro!! seleccionan colectivamente las lecturas, más allá de la novedad del momento o de clásicos, para que todos participen.

⁹ Miguel de la Cruz, periodista, recibió el reconocimiento Homenaje Nacional de Periodismo Cultural Fernando Benítez 2021, otorgado por la FIL Guadalajara.

*En estos tiempos,
el que un libro logre
ser tendencia (en
redes sociales o por
booktubers,
por ejemplo) entre la
inmensidad
de contenidos,
merece la atención.*

*Las posibilidades
lectoras van desde
explorar diferentes
formas de acercamiento
colectivo, hasta entrar en
sintonía con los rasgos
semejantes del otro que
solo se descubren al
compartir la experiencia.*

posible que la escritura sea más fecunda cuando se engendra a partir de la lectura de los otros”.

Estas dinámicas de *Recomiéndame un buen libro!!* o de #LeoConElOnce dejan ver que un promotor de lectura no necesariamente tiene que ser un agente profesional del mundo del libro. En estos tiempos de *hashtags* e *influencers*, el que un libro logre ser tendencia (en redes sociales o por *booktubers*, por ejemplo) entre la inmensidad de contenidos merece incrementar la atención en ejercicios como estos.

Por ejemplo, en la promoción que realiza mediante #LeoConElOnce, Miguel de la Cruz anuncia un *hashtag* con el propósito de volverlo tendencia, lo que permite conectarse a través de redes sociales como Twitter, donde la publicación vincula lecturas y se comunica con la gran diversidad de comunidades lectoras, las cuales aportan comentarios, opiniones y perspectivas del autor y del libro por medio del *hashtag* compartido.

Algunas posibilidades para esta promoción van desde explorar diferentes formas de acercamiento colectivo, como leer determinado capítulo a una misma hora o el mismo día, y después platicar acerca de lo leído, hasta entrar en sintonía con tiempos y estructuras similares, que quizá proporcionen rasgos semejantes al otro que solo se descubren al compartir la experiencia. Es, al final de cuentas, esa necesidad de conectar, de vincularnos a través de algo en común como puede ser una obra, y por supuesto, en diferentes circunstancias las ferias del libro potencian esa vinculación.

Lourdes Morán¹⁰ nos dijo: “Leer tiene que ver con el otro, con otro. Con un otro que está allí y que tú seleccionas porque [...] cada quien selecciona o hace su camino lector desde donde quiere y desde donde puede y es un encuentro, un encuentro con la otredad”.

¹⁰ Lourdes Morán, “Ser lector”, *Interlínea: cultura editorial*, UAM Radio, 19 de septiembre de 2016.

En las ferias virtuales de 2020 algo que también cambió fue la manera en que se adquirían los libros. Si bien en las ferias presenciales puedes comprar el libro durante la presentación o acercarte al stand de la editorial al terminar, en esta versión virtual se pusieron a disposición enlaces a las diferentes librerías en línea de las casas editoras, de tal forma que durante la presentación era posible adquirirlo en sus diferentes formatos.

La virtualidad no dejó de lado la presencia. En ese sentido, otro de los grandes beneficios de estas ediciones fue la posibilidad de asistir a diferentes actividades (incluso simultáneas) siguiendo el programa día a día. Por ejemplo, la virtualidad de la FIL Guadalajara nos permitió desafiar las leyes de la física con la magia de entrar a diferentes conferencias y presentaciones; escuchar algo de esto, algo de aquello, y permanecer o continuar en otra e incluso verla más tarde o repasar algo, lo que de manera presencial resulta simplemente imposible.

Para los promotores de lectura, por ejemplo, permitió tener un amplio panorama de los libros que vendrían en los próximos meses e incluso desde ese momento ir contactando a autores y editoriales. Las perspectivas y proyecciones virtuales modifican la mirada de estas fiestas.

Una de las tantas reflexiones que ha suscitado la pandemia es el uso del tiempo libre o durante los periodos de confinamiento. Datos recabados en el mundo han manifestado que, por ejemplo, se incrementaron los tiempos de lectura de la población. En México se duplicaron las cifras de lectura durante 2020.¹¹ Esa virtualidad de la que ya se habló fomentó que la gente estuviera a la búsqueda constante de actos y presentaciones, de tal forma que se percibió mucho más interés por el libro y la lectura.

¹¹ Yanet Aguilar, "Pandemia incrementó la lectura en México: 2020, un año de éxito", *El Universal*, 23 de abril de 2021. <https://www.eluniversal.com.mx/cultura/pandemia-incremento-la-lectura-en-mexico-2020-un-ano-de-exito>

Las otras caras de las ferias del libro

Otro de los grandes beneficios de estas ediciones virtuales fue la posibilidad de asistir a diferentes actividades siguiendo el programa día a día.

Las ferias ¿también volverán a la "normalidad"?

*En las ferias hay
elementos invariables:
temática, sede, tiempo y
actores, y la virtualidad
no eliminó ninguno.*

Por último, es necesario mencionar que en las ferias hay elementos invariables: temática, sede, tiempo y actores, y la virtualidad a la que se enfrentaron las ferias del libro, como la FIL Guadalajara 2020, no eliminó ninguno de ellos, aunque la temática constante (que resonaba en la preocupación general de actores e investigadores) fue la pandemia. Se tuvieron diferentes miradas y conceptos; la sede, de igual forma, existió: aulas virtuales, los salones donde se realizaban aquellos eventos en las distintas alas de la feria se convirtieron en páginas web, en YouTube y Facebook; los tiempos se hicieron incluso más disfrutables y se tuvieron otras ferias que permanecieron abiertas varias semanas e incluso meses, y los actores no escasearon. Faltó, sí, el encuentro, pero el diálogo y el análisis solo cambiaron de formato.

Manuel Gil Espín, entonces director de la Feria del Libro de Madrid, consideró: “Vamos hacia un futuro de ferias mixtas e híbridas. Las ferias serán transnacionales. Si la gente no puede ir a las ferias y festivales de libros, estas van hasta la gente”.¹²

*Chartier señala que
si bien en las ferias
se habla de la lectura
como un divertimento,
también hay lecturas
que son fundamentales,
imprescindibles.*

De igual forma, ¿la lectura también se acercará a la gente? Chartier¹³ señala que si bien en las ferias se habla de la lectura como un placer, como divertimento, también hay lecturas que son importantes, fundamentales, imprescindibles. A partir de la incorporación de los medios digitales a la lectura, se ha ido extendiendo la idea de que tales opciones tecnológicas han modificado la manera de leer, y es cierto, pero no es la primera vez que ello ocurre en el devenir del libro. A lo largo de la historia, cada una de sus formas ha conllevado un cambio en la modalidad de la lectura, que no es una condición humana, sino social. Los sujetos hoy en día se vinculan desde otras plataformas, más allá del libro en papel, interactuando como lectores,

¹² Winston Manrique, “Las ferias del libro se refugian en lo virtual para mantener vivo el espíritu”, *op. cit.*

¹³ Roger Chartier, “El papel del lector”, *Interlínea: cultura editorial*, UAM Radio, 4 de julio de 2016.

pero también como autores y editores de sus propios contenidos.

Si algo quedó claro con la virtualidad de las ferias del libro es que las plumas, las ediciones y las lecturas no se detienen.

La función social del libro: ferias y ediciones

Durante 2020, la Feria Internacional del Libro en Guadalajara, en virtud de la pandemia, tuvo un carácter particular, pues no se realizó de forma presencial. Eso nos hizo evaluar las cualidades y los alcances de dicha actividad. ¿Cómo podríamos considerarla en estas circunstancias? Hay varias perspectivas. Por un lado, está el tema de qué significa la feria del libro, algo que veo como un ritual, digamos como una práctica de corte social, donde varios individuos inscritos en el campo de la edición se reúnen en un espacio desde donde generan varias señales. La primera señal es la del estado de salud del grupo, es decir, se trata de personas que comparten la idea de la producción de libros, la distribución, la difusión, sus problemáticas comerciales o legales y, en ese conjunto de acontecimientos, ponen de manifiesto el balance que hacen como campo o como industria.

Creo que esa es la primera función de la feria del libro, ser una especie de termómetro con el que, por la capacidad de asistencia de sus miembros, por la popularidad que alcancen y por la dificultad que tengan para obtener recursos, realizan una evaluación con fines de prospectiva y generan parámetros para medir el estado de la industria completa. Tomar el pulso del conjunto de los actores es una condición de la existencia del campo. Por supuesto, al orbitar ese pulso, se encuentran diversas actividades de corte económico, como hacer negocios, conocer gente, hacer lo que se llama *networking*: las relaciones, ver qué ofertas, qué demandas hay, cuáles son los factores nuevos, saber qué

Una de las funciones de la feria del libro es servir de termómetro para evaluar el estado de salud de la industria editorial.

También se realizan actividades de corte económico, como hacer negocios, conocer gente, networking, observar las tendencias...

*Existe la percepción
de que lo no físico, lo
digital, lo que está en
pantalla, es opuesto o
compite con lo que se
hace en papel.*

*En la feria presencial,
en el recorrido hacia una
conferencia o un stand,
se pueden encontrar
cosas inesperadas que te
llamen la atención.*

proponen las editoriales para comercializar, observar las tendencias, así como mantener los vínculos con la gente que comparte intereses comunes. Creo que esa función de la FIL se cumple siempre.

Ahora bien, la edición de la Feria 2020 me pareció muy interesante porque se vio forzada a implementar recursos que no eran físicos. En un grupo que en general puede ser concebido como opuesto al uso de medios digitales, surgió la pregunta: ¿qué tan cierta es esa oposición? Por supuesto varía, pero sí se da la percepción de que lo no físico, es decir, lo digital, lo que está en pantalla, es opuesto o compete con lo que se hace en papel, con la tinta, la encuadernación, etcétera. Personalmente, no creo que la haya, pero sí entiendo que muchas veces sea ese un prejuicio común, por lo que fue interesante ver lo que sucedía ante la imposibilidad de la presencia física y tener que recurrir a medios digitales, algo que, además, no carece de ironía. Finalmente, estos dos ámbitos tuvieron que cooperar y eso me parece destacable.

El formato que se debía implementar era el de las videoconferencias, ver la cara de la gente, escuchar su voz y, sin embargo, uno se perdía de ciertos lugares que en una feria del libro física debes pasar y que quizá no te interesaban. ¿A qué me refiero? Si vas a la feria, seguramente tienes intereses particulares, buscas alguna editorial o algún evento, o a una persona a la que deseas escuchar, pero tienes que recorrer pasillos y transitar por distintos stands. Ahí puedes encontrar algo que te llame la atención y que no sabías que podía ser relevante para ti, y eso se pierde en la versión digital. En esta todo está claramente delimitado y organizado, y la asistencia, además, es opcional, de modo que alguien puede ir exclusivamente a lo que le interesa y no tener contacto con todo lo demás. Sería poco probable que te enteraras de qué más hay, es decir, creo que la principal ausente es esa casualidad, esos encuentros accidentales, pues se pierde la idea de exploración y descubrimiento, de exponerse a cosas que no tenías programadas. Eso fue lo que noté más en términos de una edición digital.

Ahora bien, obligada por las circunstancias, la FIL tuvo que afrontar ese panorama en corto tiempo y reprogramar sus actividades a una versión en línea. Varios expositores que participarían cancelaron su visita y el equipo que reorganizó el evento tuvo que trabajar a marchas forzadas para ofrecer una versión digna en la edición 2020. El resultado no fue malo, o digamos que, desde mi visión parcial, el esfuerzo tuvo una solvencia suficiente. Subrayo que mi posición fue privilegiada porque hubo alguien que me dio el programa, me señaló el horario de las mesas de presentación y me mostró las opciones disponibles. Desconozco si fue igual para el resto del público, es decir, si la información se distribuyó a tiempo y de manera adecuada. No sé tampoco si hubo tiempo para la promoción, pero en términos de producción las conferencias a las que me conecté me parecieron suficientes, la conectividad funcionaba sin errores, las sesiones comenzaron a tiempo, su organización permitía que se dijera lo que se tenía que decir; estaban las personalidades que se necesitaba ver, se escuchaba y se veía bien, y técnicamente el asunto fue bien resuelto. No llegaron a un nivel de espectáculo como pueden ser otros programas virtuales, pero me parece que la naturaleza del evento no exigía una producción ostentosa. En ese sentido, muy a la par de lo que pasa con el libro, lo importante fue el contenido más que la presentación; entonces, considero que salieron adelante de manera satisfactoria.

A menudo, sin embargo, el tema de si la cultura digital nos aleja o nos confronta con la cultura impresa persiste. Me preguntan si mi trabajo con medios digitales supone un cotejo con esa tradición. Como señalé en mi participación en *Interlínea*, no me siento completamente identificado con el gremio de los aficionados al libro impreso, pero para mí no hay tal confrontación, más bien se trata de una cuestión de supervivencia. Es decir, esa dicotomía es muy entendible, aunque no esté de acuerdo con ella. Digamos que con el surgimiento de la cultura digital, las cosas han cambiado. Parece que persiste la idea de que esto es muy nuevo, y lo nuevo espanta. Pero ¿realmente se trata de algo

En términos de producción, las conferencias de la FIL a las que me conecté me parecieron suficientes, técnicamente bien resueltas, sin ostentación.

Con el surgimiento de la cultura digital, las cosas han cambiado, pero el fenómeno ya no es nuevo, tiene más de veinte años.

*La asociación
automática del hábito
de la lectura con el
formato del libro tiene
muchísimos años, y
disociar el contenido
del medio ha costado
trabajo.*

*¿Qué de libro tiene
un audiolibro? ¿Qué
es un libro? ¿Es una
portada? ¿Son textos?
¿Son hojas?*

nuevo? Este fenómeno tiene ya más de veinte años. No obstante, la resistencia al cambio sigue siendo fuerte y hay una sensación de invasión, es decir, si tienes un método de trabajo y compartes el mismo lenguaje, tus palabras establecen el marco semántico en el que te concibes. Esto es explicable: la asociación automática del hábito de la lectura con el formato del libro, y de que el contenido se encuentra ahí, tiene muchísimos años, y disociarlo, separar el contenido del medio, es algo que, en mi experiencia con editores o defensores del libro, cuesta trabajo. La misma frase “defensa del libro” manifiesta la fetichización del objeto. Cuando alguien muestra su gusto por el olor de los libros o marca su afición por las librerías, ya no habla del contenido, sino del objeto mismo. Desde mi perspectiva, se trata de un problema más de capital simbólico, de poder; es un juego donde las tribus se van gestando y están las de los libros, las de las revistas, de los que hacen sitios web, de los que prefieren los videos, de los que hacen películas, etc. Sin embargo, los aspectos comunes son más grandes que las diferencias: al final, con lo que se trabaja es con contenidos y que esos contenidos sean experimentados por una audiencia.

Ahora bien, en la feria del libro los eventos en torno a lo digital son pocos o inexistentes y los que hay tienen esta relación implícita de sometimiento, incluso desde el lenguaje. Se habla de “libro electrónico”, por ejemplo, es decir, se vuelve a poner otra vez al libro como protagonista. Una pregunta que hago a mis alumnos es, por ejemplo, ¿qué de libro tiene un audiolibro?, lo que obliga a cuestionarnos: ¿qué es un libro?, ¿es una portada?, ¿son textos?, ¿son hojas? Entonces, ¿qué de eso hay en algo que escuchas? Nada. Ahí se está sustituyendo, se está haciendo equivalente la noción de historia con libros, y esa metonimia es persistente, pues tal asociación, para las personas que se dedican a eso, es muy significativo preservarla. Para otros agentes, en cambio, lo que importa es desafiar esa equivalencia, y ahí se juegan cosas materiales, contratos, posición social y económica. Así pues, veo una fricción cultural que,

en mi opinión, se irá remediando. Pasará algo similar a lo ocurrido con el radio, la televisión o el cine. No es que el libro desaparezca, más bien tomará un lugar en el que ya no será tan protagonista como contenedor de conocimientos, aprendizaje, historias y demás etcéteras.

El libro tiene una función social que será muy difícil quitarle y que no se puede sustituir fácilmente con lo digital por los efectos físicos, algo que tiene que ver con la ornamentación y las señales que genera. Es decir, si un guerrero cazaba un oso, se colgaba su colmillo o su uña en un collar, o se hacía un tatuaje. Los libros funcionan de manera similar. Si llegas a una casa y ves que alguien tiene un montón de libros, dices: “Vaya, esta persona cazó un montón de búfalos, debe de saber muchísimo”. Y no tendría el mismo impacto si vieras un Kindle recargado y dijeras: “Mira ese Kindle, tiene ocho mil libros y ya me los leí todos”. Ahora bien, tampoco tiene sentido creerle a alguien que tiene su pared llena de libros, porque quizá no los haya leído. Sin embargo, lo físico impone, y como humanos tenemos mecanismos que se adhieren a ello. Por ejemplo, cuando vemos a alguien con un cuerpo fuerte y una vestimenta feroz, pensamos que “debe ser peligroso”. Estamos acostumbrados a hacer esas asociaciones. Al ver una pared llena de libros, creo que se trata de alguien que sabe mucho, es muy listo o tiene un alto estatus porque los libros cuestan dinero. Y esto no lo hace un PDF, ni un ebook, un curso de Domestika o una película de Cuevana. Hay ciertos fenómenos que no se pueden sustituir. Y el libro sigue y seguirá siendo ese objeto que sirve para señalar un estatus de varias maneras.

En ese sentido, podemos considerar las ferias del libro como un ritual de legitimación, es decir, de salud social. Me pareció muy grato haber visto mucho cómic, al que en otros tiempos no se le daba tanto espacio. Es significativo que se homenajeara a varios autores, que se hablara de la influencia que tiene el cómic en la cultura contemporánea, que se le tratara como obra literaria, que esa asociación fuera posible y que el tema no quedara en esa descripción

No es que el libro desaparezca, más bien ya no será tan protagonista como contenedor de conocimientos.

Fue significativo que se hablara de la influencia del cómic en la cultura contemporánea y que se le tratara como obra literaria.

*Lo que de entrada
parecía la promoción de
un libro, se convertía en
una denuncia de una
conspiración por un
personaje que es, se dice,
parte de las mismas
mafias.*

despectiva cuando se refieren al género como la sección de monitos o “las caricaturas”. Una nueva perspectiva para entender el fenómeno parece muy positiva.

Para continuar con mi experiencia en la feria, otra cosa que llamó mi atención fue la presentación que llevaba por título “Dinero falso”. De forma totalmente equivocada, pensé que tendría que ver con criptomonedas o criptoeconomía, es decir, con activos comerciales con los que se comercia digitalmente, con dinero que “no es real”. Pero descubrí que era una charla que daba el presidente de la Fundación Azteca, Salinas Price, en que intentaba promocionar un libro que hizo para defender la idea de que comprar centenarios de plata era de lo más valioso para el mundo actual. Sostenía que esa moneda era el valor más activo y seguro en la tierra, ya que jamás se devaluaría, que era inmune a la inflación y que lo más inteligente que se puede hacer con nuestro dinero es invertirlo en onzas de plata. Naturalmente, se dijo también que se podían comprar en Banco Azteca y en Elektra, y entonces el asunto no era más que un comercial.

Ese tipo de cosas también tiene lugar en una Feria Internacional del Libro. Era algo curioso, porque además la entrevista al autor la hizo Sergio Sarmiento, y fue una sesión de autocomplacencias. Por ejemplo: “¿Por qué no se promociona tanto la moneda de plata?, ¿por qué no es tan famosa si es tan buena?”. Y fue curioso escuchar al autor decir que era porque había un poder todavía más fuerte, un poder mundial que conspiraba en contra de la moneda de plata y que, además, estaba inventando lo del coronavirus. Decía cosas como: “Pues yo también tomo leche bronca todos los días y nunca me enfermo; hay que estar muy sanos. Esos virus a lo mejor son mentira”. El asunto se tornaba algo cómico. Lo que de entrada era la promoción de un libro, se convertía en una denuncia de una conspiración por un personaje que es, se dice, parte de las mismas mafias. Esos dos momentos fueron cosas destacables para mí. Me gustó mucho ver a los caricaturistas argentinos, a quienes se les otorgó un segmento importante, se habló de Quino, de su fallecimiento y de su influencia en muchos ámbitos.

La FIL reportó un número bastante grande de visitantes, lo que en primera instancia haría pensar en el éxito de la edición a pesar de las restricciones impuestas por la pandemia. Eso habla de que, en el futuro, tendrá que pensarse en un formato mixto, algo que produciría una dinámica adecuada para varios tipos de público. Confiar en que un alto número de asistentes en línea es suficiente debe tomarse con cautela, ya que las cifras de popularidad en cualquier formato que tenga que ver con internet, sea un evento en línea, un blog o un video disponible en la nube, son números engañosos, ya que no garantizan que los accesos efectuados impliquen necesariamente lo que se llama una “visita de calidad”, esto es, que se esté poniendo atención y no solo sea un video que se use como ruido de fondo. De cualquier manera, el balance es positivo, sobre todo porque la feria destaca por su gratuidad, aunque en adelante tendría que pensarse de forma combinada, tratando de obtener los mejores resultados tanto de su versión física como de su versión digital.

Los editores no tienen que estar preocupados por la publicación digital o por la realización de las ferias en versión en línea. Incluso su esfera de retorno económico puede considerarse como un asunto que evoluciona hacia nuevas circunstancias. Todo depende de qué hagan. El problema no es el libro como medio, sino la identificación del contenido que se usa. Podemos ver estos elementos como intercambiables. Si el usuario del contenido obtiene el mismo beneficio con otro medio, pero de manera más eficiente, optará por el otro. Hay ahí una competencia de corte simbólico, pero también práctico. Si un alumno, por ejemplo, no puede acceder a un libro porque cuesta mucho, obtendrá la versión en PDF; si el libro no es interesante, no servirá ninguna versión, y si necesita complementos ilustrativos, entonces irá por él. Creo que la salud del sistema de producción de contenidos depende de muchos factores. ¿Los libreros tendrán que sustituir sus prácticas por otras nuevas, al grado de que su gremio se transforme en otra cosa? Pues sí, deberán poner sus barbas a remojar.

En el futuro, tendrá que pensarse en un formato mixto para la FIL, algo que produciría una dinámica adecuada para varios tipos de público.

Si el usuario del contenido obtiene el mismo beneficio con otro medio, pero de manera más eficiente, optará por el otro.

La edición se va transformando y ya no está restringida al libro impreso, un editor puede serlo de video, de una película, un blog...

Un buen mediador negocia con claridad los intereses de una audiencia respecto a los de alguien que produce contenido.

Esto nos lleva finalmente a revisar o redefinir lo que es un editor. Toda vez que esa actividad se aleja o no del medio impreso, su práctica tiene que formularse más en función del contenido. Nuestro lenguaje ya permite y alienta esa transformación, pues hablamos de que un editor puede serlo de video, de una película, un periódico, un blog o un videoblog. La misma palabra *edición* es múltiple, y el editor tiene esa flexibilidad para establecer una relación entre personas, de acuerdo con su cambiante realidad social. La edición se va transformando y ya no está restringida al libro impreso, esa dicotomía ya quedó atrás y se ha resuelto con los nuevos medios. ¿Qué sería entonces un buen editor? Un buen mediador, alguien que negocia con claridad los intereses de una audiencia respecto a los de alguien que produce contenido, eso es lo crucial. Y si puede satisfacer la expectativa del lector-usuario y, asimismo, habilitar al productor para que esta vinculación se haga de la mejor manera, entonces la labor estará asegurada como relevante. Si hay obstáculos, si hay problemas, si se vuelve o no sustentable, si ocurre cualquiera de estas cosas, la edición tendrá que plantearse nuevos principios sin importar en qué formato trabaje. Un buen editor balancea la interacción entre el lector-usuario-consumidor de contenidos y el productor de estos, eso es lo que define esta tarea y lo que determinará el futuro de los acontecimientos en los que revisamos su vitalidad.

Marco Antonio Moctezuma Zamarrón,
Fernando Martínez Muñoz,
Reyna Ponce Navarrete

La UAM y la FIL Guadalajara: un vínculo nutriente

Las ferias del libro en nuestro país son la mejor estrategia de promoción de las novedades editoriales. En un mismo espacio, cada editor expone de manera privilegiada sus mejores obras para disfrute de una gran cantidad de visitantes en un reducido número de días. Para la Universidad Autónoma Metropolitana (UAM) representa una oportunidad para exhibir y vender sus publicaciones, en la que dan a conocer sus ediciones más recientes a través de presentaciones. Por los resultados, la FIL de Guadalajara es un gran escaparate para promover la cultura editorial universitaria y un espacio creador de vínculos que se construyen más allá de los nueve días de celebración que la conforman.

A pesar de los datos proporcionados en 2019 por la Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana (Caniem)—que señalan que la comercialización de libros en México por el canal de las ferias representó solamente 1%—, todas las editoriales del país y un importante número de casas provenientes de otras latitudes, 48 países representados por editoriales según las estadísticas proporcionadas por los organizadores de la FIL de Guadalajara, quieren ser parte de la feria.

La demanda de presencia en la FIL responde a cuatro elementos que dibujan el panorama de la situación del libro en México: la transformación del mercado del libro, los hábitos de lectura, la situación de la industria editorial mexicana y las librerías.

Las ferias del libro representan para la UAM una oportunidad para exhibir y vender sus publicaciones y de crear vínculos más allá de los días que la conforman.

La Encuesta Nacional de Lectura y Escritura 2015 señalaba que 60% de los lectores prefiere adquirir su material de lectura en librerías.

El mercado del libro y de la industria editorial se caracteriza hoy por una producción concentrada en unas cuantas grandes empresas que, con frecuencia, forman parte de conglomerados de editoriales, revistas, periódicos, estudios de cine, cadenas de radio y televisión, y consorcios de comunicación —de la industria cultural y del espectáculo— que producen nuevas formas de publicidad y que dirigen la edición a “lectores ocasionales”.¹

En relación con los hábitos de lectura, contamos con los resultados de la Encuesta Nacional de Lectura y Escritura 2015, de los que destaca que los mexicanos leemos en promedio 5.3 libros al año y que, para la población entre 12 y 29 años, rango de edad de formación académica por excelencia, leer es la quinta actividad preferida para pasar el tiempo libre. El instrumento también señala que 60% de los lectores prefiere adquirir su material de lectura en librerías, por encima de ferias de libro y tianguis.

A la industria editorial mexicana, como a cualquier sector, también la afecta la situación económica del país. La estadística que publica en su sitio oficial la Caniem muestra una disminución sostenida, en el lapso que va de 2015 a 2019, tanto de la producción editorial, como de la comercialización de libros. A pesar de esta baja, considerando las novedades y reimpresiones que se incorporan año con año al circuito comercial —que en 2014 fue de 23 955 títulos, a las que debemos sumar la edición independiente y la universitaria—, calculamos en 25 000 los títulos que se suman anualmente. Por lo tanto, las librerías reciben la información de más de 2 000 obras cada mes, entre novedades y reimpresiones, entre las que seleccionan su oferta de acuerdo con su perfil. Este es nuestro universo de competencia para ocupar un espacio en las librerías, en las que cada vez, con mayor nitidez, se refleja la orientación que los grandes grupos editoriales están dando al mercado.

Las librerías reciben información de más de 2 000 obras cada mes, entre novedades y reimpresiones, de las que seleccionan de acuerdo con su perfil.

¹ Fernando Escalante, *A la sombra de los libros. Lectura, mercado y vida pública*, México, Colegio de México, 2007, pp. 52-57.

En relación con los canales de comercialización, las librerías son la vía preferida por los lectores. La Asociación de Librerías de México (ALMAC) y la Caniem coinciden en que hay poco más de 1 200 puntos de venta ubicados en el territorio nacional, lo que representa una librería por cada 100 000 habitantes, lejos, muy lejos, del número de librerías por cada 35 000 habitantes en Argentina, o en España, una por cada 15 000 habitantes.

En resumen, tenemos un difícil panorama para mantener en exhibición permanente la producción editorial de la UAM, con un mercado orientado por la ganancia, un bajo índice de lectura y gran cantidad de títulos por acomodar en pocas librerías. Sin renunciar a colocar nuestras obras en la mesa de novedades, lo que nos lleva más tiempo del que permanecen en ella, estamos obligados a instrumentar fórmulas que nos permitan contender en los diferentes espacios que ocupa el mundo del libro.

Las publicaciones de la UAM se caracterizan por su alta calidad editorial y su contenido, que promueven el conocimiento, la investigación y expresiones artísticas y literarias que abonan a la construcción de la bibliodiversidad, principio absolutamente necesario para promover la formación de lectores habituales. Así pues, tenemos que construir opciones que les den mayor visibilidad y, en este sentido, la FIL de Guadalajara es un espacio de privilegio. Valga hacer una revisión y análisis de nuestra intervención en ella.

Se enfrenta un difícil panorama para la producción editorial: un mercado orientado por la ganancia, bajo índice de lectura y gran cantidad de títulos por acomodar.

La historia ofrece a cada individuo la posibilidad de trascender su vida personal en la vida de un grupo.

Al hacerlo, le otorga un sentido y, a la vez, le ofrece una forma de perdurar en la comunidad que lo trasciende.

LUIS VILLORO, *Historia ¿para qué?*, 1987.

**El caos que
envuelve las
buenas
intenciones**

El esfuerzo que implica asistir a una actividad donde se exponen y comercializan los libros de la editorial que uno

La FIL de Guadalajara, la segunda en tamaño después de la de Fráncfort, es una de las más importantes para la industria editorial del país, por lo que resulta atractivo asistir.

representa resulta demandante en todos aspectos, ya que se requiere un despliegue de recursos monetarios, de logística y humanos para conseguir un resultado satisfactorio de presencia, difusión y venta. En este sentido, durante todo el año, la industria editorial pone particular énfasis en un espacio muy recurrente en nuestro país y en el mundo: las ferias del libro. Dentro del espectro de ferias disponibles, las internacionales son las que realizan una mayor inversión y, por ende, son las que ofrecen mayor oferta editorial y cultural para el público masivo que las visita.² En nuestro país, desde 1987 se celebra la FIL de Guadalajara, la segunda más grande del mundo, solo detrás de la de Fráncfort, y, al ser una de las más importantes para la industria editorial del país, resulta atractivo asistir a esta ventana internacional.³ Es la puesta ferial más importante del continente y, durante nueve días, el evento cultural más importante de México que atrae la atención del mundo. Por eso resulta un referente obligado en la construcción de un proyecto institucional que busca una mayor socialización y transcendencia de la cultura editorial que se desarrolla en la Universidad Autónoma Metropolitana.

La construcción y puesta en marcha del Proyecto de la Red de Publicaciones de la UAM en 2008, de corta vida pero de gran impacto, marcó un cambio significativo en la cimentación y percepción de lo que llamamos “cultura editorial universitaria”.

Dicho proyecto se construyó a partir de la creación y el fortalecimiento de relaciones horizontales entre los diferentes actores de la actividad editorial de la UAM, que nos permitió realizar actividades coordinadas cuyo propósito fue consolidar el quehacer editorial de la UAM desde todos sus ángulos, del autor al lector.

² Marissa Reyes Godínez (coord.), *Economía y cultura. Críticas, emprendimientos y solidaridades*, México, UAM-Azcapotzalco, 2016, p. 56.

³ Richard Uribe, Fernando Zapata, Bernardo Jaramillo *et al.*, *Las ferias del libro. Manual de expositores y visitantes profesionales*, Colombia, Cerlalc, 2012.

Antes de la creación de la Red de Publicaciones de la UAM, ya era una práctica participar en ferias del libro y la FIL de Guadalajara significaba el cierre del año del calendario. En esta etapa, la universidad contaba con tres unidades académicas: Azcapotzalco, Iztapalapa y Xochimilco, además de la Rectoría general, y estas cuatro instancias editoras enviaban a sus representantes, trabajadores de base, a atender el estand.

El proceso para estar en la FIL resultaba una odisea, pues no se contaba con una logística unificada y cada unidad, a través de la Dirección de Difusión Cultural, se las arreglaba para enviar su material y a su representante. Cada trabajador administraba únicamente las publicaciones de su instancia durante la feria.

El inicio de la travesía lo marcaba la selección del material, su etiquetado con precio y su empaque. Después había que llevar las cajas a la central de envíos para su embarque, días antes de que iniciara la feria, y contratar el servicio de transportación a la Expo Guadalajara, donde las recibían en el área de bodega. El viaje, recoger las cajas en bodega y el acomodo eran actividades que se realizaban en solitario. Era posible no recibir completo y algo maltratado el material, y siempre sobraron historias sobre el retraso de las cajas o del deterioro de los libros por un manejo inadecuado de la compañía transportista.

Luego de recoger las cajas, había que trasladarlas al estand, tarea que se realizaba con un “diablo” que nos prestaban compañeros de otra editorial o mediante contratación de una plataforma en la Expo. Lo más complicado del montaje venía con el reparto del espacio que ocuparían las publicaciones de las cuatro unidades expositoras. El estand contratado era de cuatro metros de largo por dos de fondo y, tras largas discusiones, había que llegar a un acuerdo, aunque también era práctica recurrente que el primero que llegara se hiciera de la parte proporcional más benéfica para sus libros. Un arreglo que ayudó a evitar esto fue el acomodo por orden alfabético. Se ubicaba primero el material de la Unidad Azcapotzalco, seguido por el de Difusión

Antes de la Red de Publicaciones de la UAM, ya se participaba en ferias del libro, y se conjuntaban las publicaciones de todas las instancias editoras de la institución.

El transporte de las cajas de libros siempre deparaba sorpresas: material que llegaba maltratado o incompleto o con retraso.

El stand contratado era de 4 m de largo por 2 m de fondo y había que llegar a un acuerdo con el reparto del espacio para las publicaciones.

Los lectores padecían el desorden y la falta de espacio para revisar los materiales de su interés.

Cultural, luego el de la Unidad Iztapalapa y, finalmente, lo de la Unidad Xochimilco.

Como puede imaginarse, el espacio siempre era insuficiente, por lo que recurríamos a exponer la mayor cantidad de títulos posibles mediante una rotación en la que las novedades eran la prioridad, de manera que todas las obras tuvieran su oportunidad de ser vistas. Las cajas sobrantes tenían un doble propósito: mantener orden y conocimiento del material guardado, y servir de superficie adicional de exhibición, cubiertas con paños.

En esos momentos, la visión de conjunto del stand era caótica, saturada en algunos espacios y con una escueta exhibición en otros. Los lectores padecían el desorden y la falta de espacio para revisar en condiciones adecuadas los materiales de su interés. Pero el mayor problema para nuestros visitantes se daba al momento del pago. Luego de seleccionar materiales, el momento de cobro era la mayor odisea. Tenían que hacer diferentes pagos, según el origen del libro, con descuentos diferenciados y poco explicados, sin la posibilidad de recibir una factura que integrara toda su cuenta y únicamente en efectivo. El servicio al cliente no existía; lo que propiciaba el acercamiento de los lectores era la calidad, cada vez mayor, de nuestras ediciones.

Entre los que atendían el stand, la relación del día a día era complicada; siempre tenían que estar alerta en el cuidado de los libros a su cargo, ir al sanitario o salir a comer eran actos heroicos que propiciaban la desaparición de uno o varios ejemplares. Al final de la feria, había que recoger el material, guardarlo en cajas y regresar al día siguiente para contratar el servicio de paquetería que devolvería el material sobrante a la Ciudad de México.

Sin una identidad definida, era difícil para los visitantes entender el funcionamiento de la UAM; los colores de los paños que se colocaban en cada mesa de exhibición correspondían a cada una de las unidades universitarias, pero nada transmitía a los visitantes.

El recinto ferial en el que se realiza la FIL de Guadalajara creció en 2007 y 2008. Creció también la voz en la UAM de

los que buscaban profesionalizar la cadena del libro, una fuerza que impulsaba la consolidación de nuestra producción editorial y hacerla visible más allá de los espacios propios. Sin duda, esta tendencia se vio fortalecida con la aprobación de la Maestría en Diseño y Producción Editorial.

Con el tiempo, los que buscaban profesionalizar la cadena del libro en la UAM consiguieron hacer visible nuestra producción editorial.

En 2008, las condiciones en la UAM cambiaron, lo que nos permitió tener, por primera vez, una presencia unificada en la FIL Guadalajara. La profesionalización de las personas que atienden el stand es notoria y la logística se ha perfeccionado año con año, lo que da como resultado una mejor experiencia para el público que nos visita. La sistematización de los procesos logísticos, de atención a visitantes y disposición de nuestros libros de manera tematizada, junto con la amplitud del espacio del stand, generan mejores resultados en lo cuantitativo y lo cualitativo al realizar los balances respectivos de cada participación.

Contar con identidad editorial propia y representar al conjunto de las más de 30 instancias editoriales de las cinco unidades universitarias y la Rectoría general propicia una mejor imagen y un mayor crecimiento. La unidad fortalece el proyecto de distribución y promoción editorial.

Llegar a la esquina que forman las avenidas Mariano Otero y De las Rosas, en Zapopan, es entrar a la antesala de uno de los acontecimientos culturales más importantes de México. Los ríos de personas que esperan su turno para cruzar las puertas de la Expo Guadalajara, los vendedores de las más variadas viandas y hasta los automovilistas que, con sus cláxones, se quejan del tráfico, constituyen el escenario que da la bienvenida a la Feria Internacional del Libro de Guadalajara.

La Casa de Libros Abiertos

Una vez en el recinto ferial, encontrarse con el stand del país invitado es dar un primer vistazo a una verdadera fiesta; a un mundo en el que ocurren tantas historias como las contenidas en los libros que los visitantes pueden encontrar en las más de 2 400 editoriales que dan vida a la feria.

*El stand del país
invitado da la
bienvenida a una
verdadera fiesta; a un
mundo en el que ocurren
tantas historias como las
contenidas en los libros
que dan vida a la feria.*

¿Cómo viven la feria del libro más importante de Hispanoamérica sus expositores? En el caso de la UAM, que participa en la FIL Guadalajara desde hace más de cinco lustros, se vive desde cualquier sentimiento, menos el aburrimiento. Quienes damos forma al stand y damos servicio a los visitantes hemos experimentado los más variados estados de ánimo, que van desde la alegría hasta la tristeza, pasando por la preocupación, la euforia, el enojo, el orgullo y la emoción en los nueve días que dura la fiesta.

De hecho, estas emociones vienen desde meses atrás. En el caso de la UAM, la preparación se inicia desde marzo, cuando reservamos el espacio de exhibición y los salones para llevar a cabo presentaciones de nuestras novedades editoriales.

En junio llega el momento de elaborar el plan de comunicación, *La UAM en la FIL*, que se compone por el diseño de la identidad gráfica que se aplicará al stand, anuncios y artículos promocionales, diseño y producción del espacio, el ciclo de presentaciones de libros que solemos realizar y las estrategias comunicativas mediante las que promoveremos nuestra participación, tanto entre la comunidad universitaria como a la sociedad en general. El objetivo es que la presencia de la UAM en la feria sea fuerte, coherente y reconocible, por lo que siempre cuenta con un concepto sólido como fundamento. La variedad de los sentimientos experimentados en esta fase es abrumadora; siempre hay momentos en que todo parece ir en contra, en que hay que sortear contratiempos, alcanzar acuerdos y aplicar cambios de última hora, pero también satisfacción por los pequeños triunfos que, sumados, nos llevan a la semana previa al inicio de la feria.

En los primeros días de noviembre, el foco está en la preparación del material bibliográfico que ofreceremos. La UAM cuenta con más de 30 instancias editoriales y este es el momento en que libros y revistas editados por ellos deben concentrarse en el almacén de publicaciones para, posteriormente, ser transportados a Guadalajara. Mientras el proveedor monta nuestro stand en la Expo, las publi-

*Desde marzo se inicia
la preparación, cuando
reservamos el espacio de
exhibición y los salones
para las presentaciones
de nuestras novedades
editoriales.*

caciones viajan como parte de un proceso cuya logística requiere ser de relojero. La construcción del stand debe estar lo suficientemente avanzada para que, cuando arriben las 200 cajas de libros, cuenten con el lugar idóneo para su almacenaje y posterior exhibición. Sin duda, predomina una mezcla de cansancio y euforia.

Vivir los entretelones de la feria siempre trae aparejado algo que aprender a hacer o no hacer. Tener la oportunidad de ver cómo los stands se levantan desde cero para dar pie a espacios llenos de libros tiene su magia. Miles de trabajadores taladran, clavan, pintan, pegan, lijan y analizan estructuras metálicas que se convierten en bellas librerías efímeras que, en ciertos casos, llegan a una sofisticación que parece no haber nacido de dicho caos.

Último sábado de noviembre, 9:00 am. Ha llegado la hora de abrir las puertas de par en par y esperar a los madrugadores. Todo el esfuerzo, el sudor y las lágrimas se ven recompensados cuando se materializan en un espacio de exhibición y venta digno y eficaz; cuando recibimos las primeras felicitaciones e, incluso, las primeras críticas, pero, sobre todo, cuando observamos las diversas formas en que los visitantes se apropian del lugar y adoptan nuestras publicaciones.

Los nueve días que dura la feria implican retos y oportunidades. Mientras se da servicio a visitantes, profesionales de libros, medios de comunicación y autores e invitados UAM, nos enfrentamos a personas descontentas, o con solicitudes inesperadas (como conseguir una silla de ruedas de último momento para llegar a una presentación de libro), facturas que no timbran, terminales bancarias sin señal, autores que te avisan que van bajando del avión 30 minutos antes de su participación en alguna actividad, libros perdidos, libros hurtados, entrevistas incómodas y jornadas enteras sin tiempo para comer (gracias *snacks* por las papitas locas); pero también tenemos la oportunidad de conocer más a nuestros lectores, de “escaparnos” para escuchar a los escritores y personalidades que admiramos, de crear vínculos de colaboración y socializar el conocimiento

Mientras el proveedor monta nuestro stand en la Expo, las publicaciones viajan como parte de un proceso cuya logística requiere ser de relojero.

Miles de trabajadores taladran, clavan, pintan, pegan, lijan y analizan estructuras metálicas que se convierten en bellas librerías efímeras.

*Tenemos oportunidad
de conocer a nuestros
lectores, de escuchar
a los escritores que
admiramos y de crear
vínculos de colaboración.*

que se crea en nuestra comunidad universitaria que, en múltiples ocasiones, hemos sido testigos de que influye positivamente en la vida de nuestros lectores.

Ejemplo de ello son las sesiones de preguntas y respuestas que se realizan al final de cada una de nuestras presentaciones. Si bien esta modalidad de promoción editorial suele ser vista por algunos colegas como anticuada o ineficaz, en el caso de la UAM apostamos por ella al considerarla un espacio natural de encuentro entre el libro y sus lectores, mediado, nada más y nada menos, que por el autor de la obra, quien suele contestar las dudas de los espectadores con información que valoran y de la que se apropian. Por ejemplo, vivimos el caso de una visitante que entabló un diálogo significativo con una de nuestras autoras, experta en salud, que echó luz sobre la afección que vivía y posibles vías de tratamiento.

Así vemos cumplido el objetivo principal de nuestro trabajo: llevar los *LibrosUAM* a sus lectores. Organizar el ciclo lleva meses de organización y trabajo conjunto de las instancias editoriales de la universidad, de los autores y de los medios de comunicación y espacios virtuales internos, así como del área de promoción editorial, pero, sobre todo, enriquece la presencia de la UAM en la feria y fortalece su quehacer editorial.

*Organizar el ciclo lleva
meses de organización
y trabajo conjunto que
enriquece la presencia
de la UAM en la feria
y fortalece su quehacer
editorial.*

Los tres días de atención a profesionales es de gran importancia para nosotros, ya que conforman un sector de permanente adquisición de nuestros libros, principalmente de publicaciones de reciente aparición. En la FIL de Guadalajara atendemos a la mayor cantidad de profesionales tanto nacionales como extranjeros; no hay otra feria en México donde se den cita casi todos los distribuidores, libreros y bibliotecarios del país. La atención a profesionales es intensa, pero se da en un ambiente de calma, propicio para la revisión de catálogos y de cada una de las novedades.

Después de las jornadas para profesionales, las multitudes se apoderan de toda la extensión del recinto, se siente inmediatamente un mayor número de lectores en los pasillos, el murmullo es intenso y la presencia del público

en nuestro stand es más que notoria. La mutación que sufre la FIL es total, el público ávido de encontrarse con la gran oferta editorial genera aglomeraciones, tumultos, realiza desplazamientos frenéticos con la firme intención de recorrer la feria y aprovechar al máximo su oferta: presentaciones de libros, firma de autores, conferencias, charlas con editores, entrevistas, cursos, talleres, conciertos, etc. Este interés es pieza clave para que la experiencia que ofrece la FIL sea la de una gran fiesta que se logra a través de los libros y su lectura.

Primer domingo de diciembre, 9:00 pm. Ha llegado la hora de decir adiós. Las luces se apagan y el equipo de sonido de la feria invita a los últimos asistentes a vivirla el año próximo. Después de nueve días de encuentros (de profesionales, de colegas y de amigos), de cientos de actividades culturales, de miles de libros hojeados y de 110 horas de servicio al cliente, ha llegado el momento de guardar nuestras publicaciones y regresar a casa.

Una vez de regreso, llega la hora de analizar los resultados de nuestra presencia en la FIL. En los años que la UAM ha participado, sin excepción, el saldo siempre ha sido positivo. Si bien la naturaleza del libro académico demanda estrategias particulares para llevar a cabo su venta y promoción, sin duda las ferias constituyen una de las principales al dar a conocer nuestras publicaciones a la sociedad en general.

En este escenario, el caso de la FIL es paradigmático, ya que constituye el mayor escaparate para el libro en español en el mundo. Así, más allá del monto de ventas, la mayor ventaja es la visibilidad que brinda al quehacer editorial, ya sea de sellos trasnacionales, independientes o universitarios.

El público que nos visita es diverso, sus motivaciones y necesidades también, y en este aspecto la experiencia adquirida a través de los años juega un papel importante. Darle la atención adecuada es la mejor inversión que podemos brindar a nuestras publicaciones. Su calidad editorial y la experiencia de satisfacción que logremos crear en el público fomenta su regreso en busca de nuestros libros.

El público ávido de encontrarse con la gran oferta editorial genera aglomeraciones, tumultos y se desplaza con la intención de recorrer la feria y aprovechar al máximo su oferta.

Después de nueve días de encuentros, de cientos de actividades, de miles de libros y servicio al cliente, hay que guardar todo y regresar a casa.

Dar la atención adecuada al público es la mejor inversión que podemos brindar a nuestras publicaciones.

El quehacer de los más experimentados se transmite a los noveles participantes en el stand, los hábitos y las prácticas se replican de manera fundamentada para generar un crecimiento en conjunto para que se refleje en una adecuada atención a nuestros visitantes.

Con la FIL Guadalajara crecemos todos. Al tiempo que se ha convertido en ese gigante libresco que nos recibe cada año, nuestro stand, parte de ese organismo mágico, también ha evolucionado. Hace años, los *LibrosUAM* eran exhibidos sobre cajas de cartón, en un espacio de no más de nueve metros cuadrados; ahora, después del aprendizaje adquirido en la misma feria, nuestro stand ofrece la riqueza de las actividades culturales que reflejan nuestros libros y revistas y un servicio integral y eficiente que busca, siempre, la satisfacción de nuestros visitantes.

A manera de conclusión

La experiencia de la participación de la UAM en la FIL de Guadalajara y el balance que sobre ella tenemos consolida nuestra perspectiva sobre la misión de la Dirección de Publicaciones y Promoción Editorial (DPPE):

En el marco de la Ley Orgánica, la difusión, extensión y preservación de la cultura, el libro en sus diferentes formatos (físicos y virtuales) tiene uno de sus más sólidos fundamentos. La DPPE busca que el conocimiento, la inteligencia y sensibilidad de su comunidad, la UAM, tenga a su alcance una memoria vasta del saber y la cultura universales, así como la expresión crítica del avance del pensamiento que produce la propia comunidad. A su vez tiene como compromiso hacerlo llegar a todos los públicos.

La FILU virtual: una experiencia de seis meses

Las ferias del libro son el espacio de vinculación donde confluyen diversos actores y agentes en una estructura, espacio y tiempo que responde a las condiciones del mercado cultural. La oferta y la demanda de contenidos se equilibran y ponen de manifiesto objetivos sociales desde las convocatorias que responden a necesidades de comunidades lectoras, una de ellas, la universitaria.

En México las ferias han tenido un crecimiento notable en años recientes, principalmente por la participación y organización de universidades públicas, de instituciones de educación superior y de gobiernos locales. Prácticamente no hay estado de la República en el que no se realice una, locales, nacionales o internacionales y de diferentes proporciones, dimensiones y alcances. En conjunto, son un proyecto educativo y cultural de promoción de la lectura y facilitan la creación de canales vivenciales de distribución de los libros. Las presentaciones, conferencias, talleres y actividades artísticas son prácticas que ofrecen el indispensable proceso de retroalimentación entre autores, artistas y lectores.

El propio concepto de feria conlleva el sentido de fiesta, encuentro, intercambio, promoción y venta. Su constancia y pertinencia, en un lugar y tiempo determinado, logran que sean esperadas por el público para que, al llegar la fecha, el ritual de asistir se convierta en una afortunada convivencia. La actualidad es reflejo de las bases colocadas antes de la pandemia, es decir, las ferias del libro ya habían incorporado

Cuando el destino nos alcanzó

Las ferias son un proyecto educativo y cultural de promoción de la lectura.

*En México se organizan
anualmente 162 ferias
del libro según datos de
la Secretaría de Cultura.*

*Desde hace décadas
empezaron las señales
de que el libro digital
desplazaría al impreso y
afectaría al ecosistema.*

una dinámica en que las tecnologías aplicadas al libro y las propias actividades del festejo editorial marcaban una evolución a la virtualidad.

De acuerdo con el Sistema de Información Cultural de la Secretaría de Cultura, en México se organizan anualmente 162 ferias del libro, oferta generosa para los habitantes del país que puede redundar en beneficios para la industria editorial comercial y universitaria. La aparición en 2020 del SARS-Cov-2 y el covid-19 tomó a todos por sorpresa. Para las ferias del libro era impensable que una situación así obligara a suspender los festejos y, con ello, los encuentros con los libros, sus escritores y lectores. Así que, reconociendo que el camino a la digitalización y el libro electrónico ya estaban en proceso, fue con la pandemia cuando se aceleraron las posibilidades cibernéticas al optar, como alternativa, por la organización de ferias virtuales.

Vale la pena recordar tres ideas centrales que rondaban el mundo editorial y las ferias del libro: 1) desde hace décadas empezaron las señales de que el libro digital desplazaría al impreso y afectaría al ecosistema, desde su producción hasta su comercialización. Con el paso del tiempo, se ha ido asentando un esquema de coexistencia y apertura de oportunidades para promover experiencias lectoras y de mercado. 2) Se cuestionaba si las ferias del libro eran redituables ante el crecimiento paulatino de las ventas digitales, aunque se observó que el valor del libro físico, en ciertas colecciones y perfiles de contenidos, seguía presente. 3) Se vislumbraba un cambio significativo en la vida de las librerías, sobre todo las de barrio, ante la digitalización de la industria, tema que se ha constituido con formas de acceso a las publicaciones gracias a esquemas de impresión bajo demanda, comercialización que rompe las barreras geográficas de traslado físico y permite acercar recursos bibliográficos desde lugares muy lejanos.

En México, el 20 de marzo de 2020 se decretó el primer confinamiento para evitar la propagación del covid-19, pero, sobre todo, una alta posibilidad de mortalidad. Los cálculos más optimistas no auguraban más de 40 días de

encierro para reanudar las actividades aproximadamente en mayo. En estas circunstancias, uno de los más tradicionales festejos editoriales, la Feria Internacional del Libro Universitario (FILU), programada para celebrarse del 27 de marzo al 5 de abril, tuvo que cancelarse momentáneamente. Como sucedió en todo el planeta, la pandemia fue una gran sacudida. Los esquemas y dinámicas tradicionales para organizar una feria de pronto se resquebrajaron.

Medidas como “Quédate en casa” y la “Sana distancia”, comprensibles y necesarias para enfrentar el covid-19, fueron letales para los eventos masivos y la economía en general. Paralizados por el momento, la alternativa fue cambiar la narrativa para desarrollar las ferias del libro. La opción: la virtualidad. El reto: quien tuviera abonado el camino hacia las tecnologías digitales tendría mejores soluciones; quien no, debería adaptarse.

Recuperar la experiencia de lo que debió organizar la FILU permite analizar y avanzar hacia el nuevo esquema como una oportunidad de repensar y valorar los elementos de este espacio de visualización como parte de una compleja maquinaria de la industria editorial. Optar por una feria virtual extensiva en meses, explotando la virtualidad y la necesidad de compartir, significó ampliar la visión y posibilidades a favor de los procesos creativos y lectores. Los resultados obtenidos y algunas de las reflexiones contribuyen a evaluar lo que la virtualidad aporta, las conexiones a distancia y la incorporación del significado de fronteras líquidas, todo esto como elementos protagonistas.

Para plantear un esquema como la FILU virtual fue necesario clarificar los objetivos generales del proyecto, uno de los más importantes de la Universidad Veracruzana (UV), ya que responde a las funciones sustantivas de extensión y vinculación con la comunidad universitaria y la sociedad en general. Se le reconoce como uno de los pilares fundamentales de la proyección de la UV en el plano local, estatal, nacional e internacional.

Con la pandemia los esquemas y dinámicas tradicionales para organizar una feria del libro se resquebrajaron de pronto.

Quien tuviera abonado el camino hacia las tecnologías digitales tendría mejores soluciones.

**Una feria
universitaria
por excelencia**

*Uno de los objetivos
centrales de la
Universidad
Veracruzana es y
ha sido difundir la
producción editorial
universitaria nacional y
extranjera.*

*De una asistencia
inicial de 4 000 a 5 000
personas a la FILU, se
ha logrado con el tiempo
un promedio de 40 000
asistentes.*

Cabe recordar que los objetivos centrales son y han sido difundir la producción editorial universitaria nacional y extranjera; fomentar la lectura entre la comunidad universitaria y la sociedad en general; apoyar a la industria editorial en difusión y venta; realizar actividades académicas y artísticas que fortalezcan transversalmente el encuentro editorial como proyecto cultural; fortalecer los vínculos con las universidades nacionales y extranjeras, embajadas e instituciones educativas y culturales; incidir en el desarrollo educativo y cultural de la región Sureste del país y establecer relaciones con las universidades extranjeras que tienen convenio de colaboración con la UV, específicamente en el ámbito editorial y académico. Estos propósitos, a lo largo de los años, se han ido consolidando y estructurando gracias a la presencia y respuesta de los diferentes editores y autores convocados y, por supuesto, por la participación de los lectores. La institución, año tras año, evalúa para proyectar la edición universitaria en un entorno de visibilidad y cumplir con sus metas al convocar al lector interesado con contenidos académicos y literarios.

El 19 de septiembre de 1994 la Universidad Veracruzana comenzó el proyecto para difundir su producción editorial, invitar a otras casas de estudios con sus fondos editoriales y promover la lectura. En ese entonces asistieron 27 editoriales universitarias y, antes de la pandemia, reunió a casi 500 sellos de editoriales nacionales y extranjeras. En 2001, a propuesta del entonces rector de la UV, Víctor Arredondo Álvarez, adquirió el carácter de internacional, y el primer invitado fue la Unión de Editoriales Universitarias Españolas. De una asistencia inicial de 4 000 a 5 000 personas, se ha logrado con el tiempo un promedio de 40 000 asistentes en cada edición, lo que significa una asistencia de casi 10% de la población de Xalapa, Veracruz, México.

Desde sus inicios, la FILU no ha tenido una sede propia, lo que se ha considerado una posible ventaja al lograr experiencias de las que se fue obteniendo un impacto poblacional en los espacios de apertura y pertenencia. Las

ubicaciones han sido: Centro Recreativo Xalapeño (1994-1998); Campus para la Cultura, el Arte y el Deporte: USBI, gimnasio Nido del Halcón, campo de béisbol y terreno donde ahora se encuentra la Sala Tlaqná (1999-2006); Museo del Transporte (2007-2008); Casa del Lago UV (2009-2014); y Gimnasio Omega (2015-2019). La sede en 2020 sería en Kaná. Museo de Ciencia y Tecnología de Veracruz, pero, como sabemos, se pospuso por la pandemia.

En 2021, por primera vez se realizó la FILU de manera virtual a través de la plataforma filu.uv.mx, con difusión y promoción a través de redes sociales. Esta experiencia, como las ediciones anteriores, ofreció apertura para ampliar otros horizontes de encuentro con autores, editoriales y sus lectores. Un tema que incorpora ventajas y aporta al planteamiento de futuras ferias.

Las ferias, en general, van consolidando sus relaciones con la presencia de los países invitados, lo que permite establecer un vínculo especial y enfocar la proyección de diferentes culturas, y que los asistentes convivan y entren en contacto con otras formas de ver el mundo. Para definir el tema y el país invitado se ponen sobre la mesa diversos asuntos que se acuerdan con las autoridades universitarias, encabezadas por la Rectoría, y se consideran los convenios de colaboración que se tienen con otros países y sus universidades. Se puede destacar la invitación especial a países como Argentina y Nicaragua, y poco a poco tomó relevancia el país invitado con la participación de Brasil, Perú, Francia, Estados Unidos, España, Colombia y China.

Como institución, desde 2002 se consideró que la feria es un marco adecuado para la entrega de las Medallas al Mérito UV, que permiten visibilizar diferentes temáticas académicas, como educación, cultura, política, cambio climático, agua, historia, entre otros. El encuentro ofrece un escenario adecuado para reconocer los aportes académicos y literarios de las diversas personalidades, mujeres y hombres, que le dan vida a los motores del arte, la ciencia y la cultura, esencia de las universidades. El carácter de la convocatoria atrae a personalidades y jóvenes de diversos

En 2021, por primera vez se realizó la FILU de manera virtual a través de la plataforma filu.uv.mx.

El encuentro ofrece un escenario adecuado para reconocer los aportes académicos y literarios

ambientes académicos y ofrece una experiencia significativa con los siguientes reconocimientos:

- Premio Latinoamericano de Primera Novela Sergio Galindo. El galardón lo han obtenido escritores noveles de Chile, Argentina, Colombia, Cuba, Perú y México.
- Medalla al Mérito Universidad Veracruzana, distinción que se otorga a académicos, científicos o personalidades relevantes por su trabajo social o cultural, y grupos de la sociedad civil. La designación la realiza un comité convocado por la Secretaría Académica.
- Premio Nacional al Estudiante Universitario en sus categorías Carlos Fuentes, ensayo; José Emilio Pacheco, poesía, y Luis Arturo Ramos, relato. Los jóvenes ganadores han sido, principalmente, de la UNAM, la UACM, la UdeG y la Universidad Veracruzana.
- Premio La Ciencia y el Hombre, certamen que organiza la Dirección de Comunicación de la Ciencia y que se otorga a un divulgador o equipo difusor de la ciencia.

En años recientes, la Rectoría decidió que la entrega del Doctorado *honoris causa* otorgado por el Consejo Universitario General a una o dos personalidades fuese parte de los eventos, lo que permite acentuar su carácter académico y de presencia de autoridades en el recinto ferial e impulsa la convivencia universitaria con la comunidad lectora que asiste. Entre los distinguidos con este título están Gilles Lipovetsky, Judith Butler, Néstor Braunstein, Arturo Ripstein, José Sarukhán, Alfredo López Austin y Antonio Pérez, *Niko*.

La virtualidad para la feria

Cuando estaba por llevarse a cabo la FILU el 27 de marzo de 2020, la primera ola de covid-19 comenzaba a mostrar sus primeras consecuencias. Se compartía el desconcierto y la incertidumbre de quienes se dedican a organizar ferias del libro. La esperanza estaba cifrada en que “no duraría mucho”. La realidad fue otra. Los organizadores de la FILU decidieron cambiar la narrativa de la organización y el desarrollo del festejo. La virtualidad fue la respuesta. El futuro se adelantó de manera abrupta.

Las preguntas básicas que permearon la discusión y análisis colectivos fueron: ¿cómo organizar la participación de las editoriales?, ¿tendrían sus bases de datos actualizadas?, ¿los metadatos estarían en la cotidianidad de la industria editorial y de las casas de estudio?, ¿podrían llevarse a cabo las presentaciones de libros, así como conferencias, talleres y actividades artísticas?, ¿cómo repercutiría en las finanzas de las editoriales?

El ritual de las prácticas sociales, culturales y comerciales abandonaban de pronto lo presencial para entrar de lleno al mundo cibernético al estar “tan cerca y tan lejos” a la vez, al ingresar en la casa de autores, académicos y lectores para escuchar y ver las presentaciones y adquirir los textos de manera virtual. Cambio de paradigma total. Para ello fue importante observar las experiencias que desarrollaron otras ferias, nacionales y extranjeras, transformadas en virtuales. La esperanza de regresar a lo presencial se vislumbró de nuevo con la FIL de Guadalajara. No fue así.

Vivir la experiencia de la FILU en Xalapa demostró que la mejor manera de aprender es romper esquemas, estar atentos al cambio, caminar con la transformación del tiempo. En la búsqueda de contar con una plataforma funcional y novedosa, Édgar García Valencia, director en ese momento de la Editorial UV, se propuso apoyarse en la empresa Hipertexto-Netizen, de Colombia (que desarrolla la plataforma de libros electrónicos de la propia Editorial UV y del Salón Iberoamericano del Libro Universitario), para crear la arquitectura, diseño y funcionamiento adecuado de la plataforma filu.uv.mx, en la que se pusieron a dispo-

La mejor manera de aprender es romper esquemas, estar atentos al cambio, caminar con la transformación del tiempo.

sición del usuario más de 30 000 títulos de 198 editoriales universitarias de 10 países: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, Ecuador, España, México, Panamá y Perú.

En este sentido, la FILU 2021 se convirtió en un modelo inédito en México al difundir un catálogo extenso, variado y representativo de importantes editoriales universitarias iberoamericanas, el cual se ha ido conformando país por país apoyados en la organización de redes nacionales que conjunta la Asociación de Editoriales Universitarias de América Latina y el Caribe (Eulac). Al mismo tiempo, la plataforma sirvió como medio para apoyar a las librerías mexicanas que integran la Red de Librerías Independientes (Reli), cuya labor y permanencia ha sido complicada durante la pandemia. Gracias a ellos estuvieron disponibles libros electrónicos, así como títulos en acceso abierto.

La FILU 2021 se convirtió en un modelo inédito en México al difundir un catálogo representativo de importantes editoriales universitarias iberoamericanas.

La plataforma filu.uv.mx incorporó la agenda de actividades de presentaciones editoriales y artísticas, conferencias, conversatorios, foros, mesas redondas, talleres, y premiaciones. El usuario tuvo acceso y pudo participar, en tiempo real, en la plataforma o en las redes sociales de la FILU, como Facebook, YouTube, Twitter e Instagram. Como una acción inédita, la plataforma estuvo activa durante el primer semestre de 2021, de miércoles a viernes, por las tardes y noches, para distribuir algunas actividades que se habían programado en 2020, entre otras que se evaluaron, y que enriquecerían la experiencia de esta feria virtual. En total fueron 66 días con 207 actividades.

¿Es comparable la experiencia de una feria de libro presencial con una virtual? Los parámetros son diferentes. Nada sustituye al encuentro humano con los libros y sus autores que, a la vez, reditúa en descubrimientos de lecturas insospechadas y de redes de relación social que se tejen de mil formas. Los resultados de las ventas no se pueden comparar; un stand reditúa en ventas y promoción, por eso era motivo para que las ferias del libro mostraran un crecimiento en el país. De acuerdo con el reporte económico de la FILU 2019, las ganancias en ventas fueron de alrededor de 400 000 pesos, y la asistencia a lo largo de 10 días rondó

las 40 000 personas, el equivalente a 10% de la población de Xalapa. No hay que perder de vista que una feria presencial genera también beneficios económicos colaterales a hoteles, restaurantes, transportes y comercios que son usados por expositores, invitados y público en general; el impacto regional es importante.

Una feria virtual es diferente, una forma complementaria de los festejos editoriales que apenas empieza a dar resultados. Todo cambia, comenzando por la lógica de la organización que se vuelca principalmente en los requerimientos tecnológicos, lo que implica que tanto editoriales como autores y público participante estén familiarizados con términos y dinámicas de la propia tecnología.

Si bien es posible tener seguidores de las actividades en otras partes del país y del mundo, también hay que tomar en cuenta que la oferta para los usuarios es vasta y que, dependiendo del autor, del libro o la conferencia, se puede contar con un auditorio virtual oscilante entre 1 000 u 800 personas en el mejor de los casos, comparado con el parámetro presencial de una presentación de libro que oscila entre 20 y 50 asistentes.

Las cifras de seguidores virtuales parecen ser impactantes, pero la de los reales, de aquellos que siguen la totalidad el evento, acaban siendo el promedio común. En cuanto a ventas, las diferencias son notables. Según los resultados obtenidos desde Eulac y Reli, de manera global, no rebasaron los 15 000 pesos. Un tema que señala que es indispensable el desarrollo de usos y costumbres de lectores compradores, que principalmente habían sido los pobladores de Xalapa, una comunidad lectora que asume su feria y la vive plenamente.

La asistencia a lo largo de 10 días a la FILU rondó las 40 000 personas, el equivalente a 10% de la población de Xalapa.

Las transmisiones de actividades de la FILU se realizaron con apoyo de Televisión Universitaria, Comunicación Social y la Dirección General de Tecnología e Información, y para eso se montó un estudio especial en las instalaciones del Sistema de Enseñanza Abierta de la UV. Desde ahí se hicieron las

La transmisión virtual

*Desde enero hasta junio,
semana tras semana, se
realizaron actividades
desde la plataforma
para adquirir ejemplares
de las editoriales
participantes.*

conexiones con los invitados vía Zoom y Wirecast, o bien se reprodujeron las cápsulas que crearon académicos de la Dirección General de Investigaciones o de EcoSustenta, así como grabaciones de los grupos artísticos. La UV cuenta con un estudio para transmisiones y grabaciones que permite conectarse con escritores, académicos, investigadores y artistas de China, Estados Unidos, España, Argentina, Perú, Costa Rica, Cuba, Puerto Rico y, por supuesto, México.

Desde enero hasta junio, semana tras semana, se realizaron actividades desde la plataforma para adquirir ejemplares de las editoriales participantes, así como para conversatorios, homenajes, presentaciones de libros y revistas, entrega de premios y reconocimientos, foros académicos, jornadas de encuentros internacionales, foro estudiantil, y un programa que se encuentra en línea, lo que permitió un evento sincrónico, además de la posibilidad de acceder de forma asincrónica. Esta propuesta de la virtualidad llevó a la interconexión con otros sistemas aliados (Hipertexto, Colombia), que arrojaron también más información del impacto desde otros motores de vinculación.

*En mayo aumentaron
las visitas a la
plataforma. El 71.44%
localizó la dirección
a través de Google,
un indicativo de
posicionamiento.*

A lo largo de los meses, el número de usuarios se fue incrementando. En mayo aumentaron las visitas a la plataforma filu.uv.mx. El 71.44% localizó la dirección a través de Google, un indicativo de posicionamiento. Las actividades propiciaron que hubiera más visitas. En junio hubo un descenso, debido probablemente a que el semestre escolar ya había finalizado y la comunidad universitaria no dio mayor seguimiento. El análisis nos dice que es posible que, poco a poco, el proceso de asimilación de la propuesta virtual fuera atrayendo a usuarios, lo que muestra que se fue construyendo y trabajando para lograr mejores estrategias de promoción, difusión y visibilidad digital en redes, aspectos que no dejan de ser novedosos para una feria del libro.

Es complejo el sistema de registro, entrada y permanencia en cada evento, pero hay un resultado positivo, aunque se considera que la presencialidad conlleva a mayor interacción y vinculación entre el libro, la editorial y la lec-

tura. El 65% de los usuarios accedió a la plataforma desde sus computadoras de escritorio, 34% a través de sus celulares y, en menor proporción, desde tabletas. La lectura de los resultados se dificulta en la medida en que los números muestran una duración promedio de un minuto, catalogado por eventos y días, asunto que no sucede en las ferias presenciales, ya que si alguien entra a un acto, es probable que la mayoría se quede hasta el fin. Independientemente de eso, hubo visitas significativas en la plataforma filu.uv.mx, sobre todo en el programa de actividades, para la consulta del listado de libros, en la presentación de la FILU Virtual y en la sección de oferta de libros de acceso abierto.

En el espacio de encuentro con las publicaciones y sus ventas resultó de gran relevancia ver cuáles eran las más visitadas, ya que esto permite analizar el interés del lector. Estos datos ofrecen parámetros para establecer líneas editoriales y observar el perfil de lectores que accedieron. Las editoriales tienen un factor muy cercano al impacto de sus publicaciones.

En cuanto a la apertura que ofrece la virtualidad, es claro que los usuarios se concentraron en México y, en particular, en Xalapa y la Ciudad de México. Asimismo, posiblemente por la plataforma con la que se estableció la alianza, hubo un flujo importante desde Colombia, usuarios radicados en Bogotá en su mayoría. Además, estuvieron presentes visitantes de otras regiones de nuestro territorio y de otros países, lo que permite comprender que se alcanzó a quienes, en otros momentos, no hubiesen viajado a Xalapa. Esta pandemia abrió opciones para plantear ferias híbridas, mismas que ya se vieron en el segundo semestre de 2021, y que potencian los recursos a los que se tiene acceso.

Las redes sociales han desempeñado un papel importante y es posible que encuentren un equilibrio en los próximos meses, pero para la FILU fue central, ya que significó construir formas de vinculación novedosas. En todas se observaron números que permitirán seguir en contacto, así como un proceso de cimentación de encuentros autor-libro-lector, para identificar las actividades que

El 65% de los usuarios accedió a la plataforma desde computadoras de escritorio, 34% a través de celulares y, en menor proporción, desde tabletas.

Las redes sociales han desempeñado un papel importante y es posible que encuentren un equilibrio en los próximos meses.

tuvieron mayor impacto por su importancia y el perfil de la convocatoria.

- Facebook: con 17 413 seguidores se logró un alcance de 374 872 y un posteo de 486 posteriores a la emisión en vivo, lo que muestra que lo asincrónico es una ventaja. Muestra de ello son los videos que tuvieron 5 306 espectadores en vivo en un numero de minutos reproducidos de 180 horas. Estos datos requieren ser entendidos en cuanto a la calidad e impacto de información y contenido.
- YouTube: aunque el canal no tiene números elevados, es fundamental por el perfil y organización que permite; es un importante repositorio, una memoria que merece ser parte de las herramientas por proyectar.
- Instagram: espacio que se reconoce como de visualización e impacto a ciertos sectores que buscan un discurso de movimiento, luz, colorido y, quizá, de poco texto. Es una red que debe ser atendida en virtud de que la feria es un espacio de amplio espectro de usuarios-lectores.
- Twitter: permite un diálogo de mayor impacto periodístico, así como una conversación ágil que es necesaria si se considera el posicionamiento de la universidad como institución que busca colocar piezas de interés académico y social.

Epílogo Estas fueron las cifras generales durante seis meses y servirán para la reflexión y el análisis de la organización de las próximas ferias del libro. Eso permitirá cumplir los objetivos fundacionales y, quizá, ampliar sus alcances.

Más allá de los números que ofrecen indicadores para un aprendizaje de la modalidad virtual, no se debe perder de vista que el compromiso social de las ferias —y en particular la FILU— con la comunidad universitaria, su población y con la sociedad en general es fomentar la lectura y mostrar

el valor cultural del libro como extensión de la memoria y la imaginación, como decía Borges. Pero más que eso, el libro es un gran abanico donde cabe todo el pensamiento y el espíritu de la humanidad. Las ferias son precisamente esos espacios propicios que permiten la cita con el conocimiento y la imaginación. Es una acción que no debe ni puede detenerse por ninguna pandemia y sí adecuarse mediante las herramientas tecnológicas con las que se cuente.

Quienes hemos estado en la FILU a lo largo de estos años, hemos visto cómo los libros, además de ser el soporte para plasmar la literatura nacional e internacional o los avances disciplinarios, son también el acompañamiento de los cambios sociales de la realidad, donde cohabitan movimientos por la equidad de género, la búsqueda de los desaparecidos, la defensa de los entornos ecológicos, el respeto a la diversidad sexual, el respeto a las culturas de los pueblos originarios, la democracia y la libertad. Y esto se manifiesta en lo que rodea culturalmente el encuentro en una feria como esta, con una base universitaria en búsqueda de un posicionamiento crítico.

La FILU se transfiguró, y de la casa de estudios se pasó al interior de las casas de académicos, investigadores, escritores y artistas para compartir el mundo de los libros desde la virtualidad. Se pudo hacer gracias a la conjunción de diversos actores que van desde las autoridades hasta los responsables de cada dependencia y sus equipos de trabajo. La FILU no pretende ser solo un proyecto que detona la fiesta, sino parte de la cotidianidad de la Universidad Veracruzana y que se ve reflejada en la vinculación y acciones en aulas, laboratorios, oficinas, comunidades y, cuando es necesario, en las calles, para defender su autonomía y sus recursos. Junto con ello se pone de manifiesto la defensa del libro, desde su creación hasta la generación de vasos comunicantes que permiten que lleguen a los lectores indicados.

Las ferias son esos espacios propicios que permiten la cita con el conocimiento y la imaginación.

La FILU se transfiguró, y de la casa de estudios pasó a las casas de académicos, investigadores, escritores y artistas para compartir el mundo de los libros desde la virtualidad.

La pandemia nos obligó a reinventarnos. Los diversos medios electrónicos promovieron actividades que las ferias

Retos, nuevo ecosistema

potenciaron y, en particular, la FILU virtual se desarrolló dando pasos hacia lo desconocido, pero con el sustento de caminos andados en cuanto al manejo del libro electrónico, redes de vinculación con editoriales universitarias, conocimiento del mercado en línea y otros elementos que ya estaban presentes y se colocaron para favorecer esta puesta en escena.

El fomento a la lectura entre la comunidad universitaria y la sociedad en general puede ir más allá de la uv por medio de festivales de lectura a lo largo del año que reúnan a escritores que participan en la FILU para que interactúen con las comunidades universitarias regionales y la población en general, y se realicen ventas y remates de ejemplares.

No hay que perder de vista que las actividades presenciales son básicas para un proyecto que convoque a diversos públicos.

Para la FILU resulta importante considerar una sede permanente, lo que se une a la propuesta de lo que hoy se vislumbra como feria híbrida y que conlleva un esfuerzo mayor y de compromiso con un amplio grupo de participantes. A pesar de que el futuro inmediato obliga a explorar las posibilidades de lo virtual, no hay que perder de vista que las actividades presenciales son básicas para un proyecto que convoque a diversos públicos a que adquieran libros y tengan contacto con escritores y personalidades invitadas. Para ello es pertinente registrar las experiencias y crear marcos teóricos sobre el tema de las ferias del libro para que ayuden a mejorar las prácticas que fortalezcan al proyecto cultural.

La humanidad, con el desarrollo de sus saberes, de su creación e imaginación, junto con sus complejos procesos sociales, siempre tendrá en el libro el mejor instrumento para perpetuar su memoria y, en las ferias, el mejor instrumento para fomentar la lectura y fortalecer la industria editorial.

FILUNI EN TRÁNSITO PERPETUO

La Universidad de Padua, fundada en 1222, lleva en sus estatutos de 1264 una frase que es a la vez sentencia y consigna: “Sin ejemplares no habría universidad”. Eso mismo puede decirse de la Universidad Nacional Autónoma de México, decana de las editoriales universitarias en México, a la que hemos definido como una comunidad de lectura y escritura; pero dentro de la UNAM hay un proyecto en el que su ser y su deber ser confluyen y brotan: la Feria Internacional del Libro de las Universitarias y los Universitarios (Filuni). Sin ferias del libro no habría edición universitaria.

La Filuni tiene “un tránsito perpetuo” y “transitando los lugares ciertos”, como dice la canción *Pasajera en trance* de Charly García. Se modifica tanto que la fecha tardó en estabilizarse. La primera fue del 22 al 27 de agosto de 2017; la segunda, del 25 al 30 de agosto de 2018; la tercera, del 27 de agosto al 1 de septiembre de 2019, y la cuarta, del 30 de agosto al 4 de septiembre de 2022. La fecha que más ha funcionado es la cuarta.

Tránsito perpetuo. Durante las dos primeras versiones, en 2017 y 2018, la Filuni se llamó Feria Internacional del Libro Universitario, después, en la tercera, en 2019, se le cambió a Feria Internacional del Libro de los Universitarios, y para la cuarta, en 2022, se presentó como Feria Internacional del Libro de las Universitarias y los Universitarios, pensando que el desdoblamiento artificioso es inclusivo. De todos modos, tenemos cuatro ediciones de Filuni y se nota la madurez del proyecto que va acomodando su nombre.

En la UNAM hay un proyecto en el que su ser y su deber ser confluyen y brotan: la Feria Internacional del Libro de las Universitarias y los Universitarios.

Tenemos cuatro ediciones de Filuni y se nota la madurez del proyecto que va acomodando su nombre.

Decían los nominalistas que las cosas existen antes que las ideas generales, y en la Filuni es verdad, porque el nombre es lo de menos. La Filuni es una idea.

Tránsito perpetuo

También la Filuni ha cambiado de imagen, lo que para algunos contribuyó a una pérdida de ritmos, pero que para otros fue una exploración. Ha sido una labor de tiente, de ensayo. No solo vimos una muda en el uso del negro de la primera Filuni como color predominante —sustituido por el verde de la segunda—, sino que en la tercera y cuarta hubo un uso multicolor de libros animados, carters de libros abiertos que por el lomo llevan ojos. En 2019, el despacho de diseño Vértigo, del doctor Alderete, Clarisa Moura e Israel Martínez, decía que “la propuesta tanto de la imagen como de sus aplicaciones refuerzan el carácter diverso, joven y actual que Filuni busca presentar”. Ese diseño se usó en 2022.

El objeto de la Filuni no ha cambiado y es darle un espacio exclusivo a la edición universitaria. Esa focalización ha servido y servirá para proyectar los muy valiosos y diversos catálogos de las instituciones de educación superior participantes en los mercados regional y mundial de la edición y las artes gráficas. La Filuni tiene también la intención de ser un punto de encuentro de los profesionales de la edición universitaria en la medida en que propicia el intercambio de experiencias y abre las oportunidades de colaboración y negocio.

En 2016 Javier Martínez, director general de Publicaciones y Fomento Editorial de la unam, planteó organizar la Feria Internacional del Libro Universitario.

Cuando en 2016 Javier Martínez, a la sazón director general de Publicaciones y Fomento Editorial de la UNAM, planteó organizar la Feria Internacional del Libro Universitario, se calibraron las fuerzas y el entusiasmo compensó lo que parecía inasequible. Comentaba él que al visitar una feria de libros, las editoriales universitarias estaban diseminadas o, aunque concentradas, su lugar pasaba inadvertido. La Filuni venía a destacar los libros académicos o universitarios, a proporcionarles un espacio digno.

Dos directores

Dos universitarios han dirigido la Filuni: el gran editor Joaquín Díez-Canedo, quien organizó las dos primeras versiones, y la reconocida escritora Socorro Venegas, que pulió y amplificó la feria. Sin embargo, el peso de la realización ha recaído en el equipo integrado básicamente por la Dirección General de Publicaciones y Fomento Editorial. También se han recibido jóvenes voluntarios que quieren estar cerca de los libros, que quieren vivir una feria. El engranaje de la maquinaria ha funcionado para atender el montaje y la operación. Lo mismo se puede ver a alguien dando información a los asistentes que colocando agua y personificadores en las mesas de presentación.

En Padua, en el Palazzo del Bo, se conserva el muy bello primer anfiteatro anatómico construido con propósito permanente. Seis órdenes de escalones con balaustradas de nogal tallado hacen las veces de cono invertido, con un plano elíptico que converge en una mesa de disección. Así fue construido bajo los auspicios del anatomista Fabrizio d'Acquapendente y comenzó a funcionar entre 1594 y 1595. Si en ese espacio diseccionáramos la Filuni, tendríamos que separar varios aspectos que forman su organismo. Los expositores y las instituciones aliadas, entre ellas *Interlínea: Cultura Editorial*, que dirige Sofía de la Mora Campos, han dado todo lo que tienen para que la Filuni se desarrolle. Vemos, además, actividades para campos de interés. En 2022 fueron más de 250.

Hubo también una oferta cultural que incluyó cine, teatro, danza, música, conversatorios, mesas redondas y presentaciones de libros, y un programa para profesionales dirigido a bibliotecarios, editores, libreros, editores de revistas y estudiosos del libro.

El gran editor Joaquín Díez-Canedo organizó las dos primeras versiones, y la reconocida escritora Socorro Venegas pulió y amplificó la feria.

Hubo una oferta cultural que incluyó cine, teatro, danza, música y presentaciones de libros.

IV Jornada Internacional de Bibliotecarios. Retos y oportunidades para la biblioteca universitaria en el entorno híbrido

En esa jornada se pudo plantear: ¿cuál es la responsabilidad del bibliotecólogo ante la cultura digital? Asimismo, hubo

"Marcas de fuego. Libros tatuados", exposición de 89 ejemplares curada por Alberto Partida del Fondo Reservado de la Biblioteca Nacional.

una sesión especial sobre marcas de fuego. De hecho, la Biblioteca Nacional de México montó "Marcas de fuego. Libros tatuados", exposición de 89 ejemplares curada por Alberto Partida del Fondo Reservado de la Biblioteca Nacional. La Jornada Internacional de Bibliotecarios se efectuó en colaboración con la Dirección General de Bibliotecas y Servicios Digitales de la UNAM, la Asociación Mexicana de Bibliotecarios (AMBAC) y el Consejo Nacional para Asuntos Bibliotecarios de las Instituciones de Educación Superior (Conpab-IES). Las Jornadas reunieron a Elsa Margarita Ramírez Leyva, directora general de Bibliotecas y Servicios Digitales de Información de la UNAM; Socorro Venegas, directora general de Publicaciones y Fomento Editorial de la UNAM; Guadalupe Vega Díaz, presidenta de la AMBAC; Daniel Jorge Sanabria Barrios, presidente del Conpab-IES; Máximo Román Domínguez López, presidente del Colegio Nacional de Bibliotecarios, A.C. (CNBAC); Antonio Moreno Cañizares, de la Universidad Complutense de Madrid; Rodrigo Donoso Vegas, de la Universidad de Chile; Alfredo Avendaño Arenaza, de la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla (BUAP); Mónica Córdoba, de la Universidad de Costa Rica; Myrna Lee Torres Pérez, de la Universidad de Puerto Rico; Brenda Georgina Estupiñán Cuevas, de la Universidad de Guadalajara; Andrés Pavas, de la Universidad Nacional de Colombia; Elvia Carreño, de la UNAM; Juan Manuel Lizárraga Echaide, de la Biblioteca Histórica Marqués de Valdecilla de la Universidad Complutense de Madrid; Christian Sánchez Pozos, de la Biblioteca Lafragua de la BUAP; Alejandro Sánchez Rodríguez, de la Universidad de Colima; Alberto Octavio Partida Gómez, Ana Bertha Rosas Flores, Julio Zetter Leal y Federico Turnbull Muñoz, todos de la Universidad Nacional Autónoma de México.

Encuentro de Libreros Universitarios 2022. En la palestra. Las librerías pospandemia

Aquí se analizó la crisis y la transformación de los centros libreros durante la pandemia de covid-19. Esto no hubiera

sido posible sin la participación de la Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana (Caniem), el Centro de Innovación y Formación Profesional para la Industria Editorial (Editamos), el Instituto de Desarrollo Profesional para Libreros (Indeli) y la Red Nacional Altexto. Al encuentro fueron invitados Elba Sánchez Rolón, coordinadora de la Red Nacional Altexto; Hugo Setzer Letsche, presidente de la Caniem; Arturo Ahmed Romero, director general del Indeli; Bernardo Gurbanov, de la Asociación Nacional de Librerías de Brasil; Fernando Pascual, de Librerías El Sótano; Antonio Ramos Revillas, de la Universidad Autónoma de Nuevo León; Alejandro Villaseñor, de la UNAM; Manuel Joaquín Salamanca López, de la Universidad Complutense de Madrid; Martha Esparza, de la Universidad Autónoma de Aguascalientes; Fritz Glockner, de Educál; Thais Mesén Leiva, de la Universidad de Costa Rica, y Emilia Miranda, de El Siglo del Hombre.

Este encuentro sirvió para analizar la crisis y la transformación de los centros libreros durante la pandemia de covid-19.

Coloquio internacional. Notas de tempestad y pospandemia en la edición

Se efectuó con el auspicio de la Red Nacional Altexto y estuvo integrado por dos conferencias magistrales y tres mesas de reflexión bajo la pregunta: ¿qué tanto futuro tiene un sello editorial universitario con una enorme complejidad cuando todo cambia? En el coloquio participaron Rosa Beltrán, coordinadora de Difusión Cultural de la UNAM; Elba Sánchez Rolón, coordinadora de la Red Nacional Altexto; Sayri Karp, presidenta de la Asociación de Editoriales Universitarias de América Latina y el Caribe; Socorro Venegas, directora general de Publicaciones y Fomento Editorial de la UNAM; Jorge Volpi, de la UNAM; el escritor Francisco Prieto; la editora de contenidos digitales Carina Maguregui; Cristina Puga, de la UNAM; Camilo Ayala Ochoa, de la UNAM; Lía Castillo Meneses, de la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas; Elea Giménez, del Consejo Superior de Investigaciones Científicas de España; Alejandra Stevenson,

¿Qué tanto futuro tiene un sello editorial universitario con una enorme complejidad cuando todo cambia?

de la Universidad Alberto Hurtado; Jessica López Víquez, de la Universidad de Costa Rica; el investigador independiente Iñaki Vázquez Álvarez; Laura Otero, de la Universidad de Costa Rica; Guillermo Rosabal Coto, de la Universidad de Costa Rica; Manuel Joaquín Salamanca López, de la Universidad Complutense de Madrid; Patricia Zama Garza, de la UNAM; Pedro Sánchez Álvarez y Lucía Pastor, del Centro Español de Derechos Reprográficos; Joaquín Corbacho, de la Unión de Editoriales Universitarias Españolas; Alejandro Fernández Diego, de Unebook-Prodiko, y Claudia Tomé González, de la Universidad Nacional Autónoma de México.

VII Coloquio de Estudios del Libro y la Edición en México (siglos xx y xxi). Pasado y presente del verbo editar

*El coloquio fue una
muestra de cómo el libro
sirve para entender al
mundo, para recrearlo y
contenerlo.*

Fue una muestra de cómo el libro sirve para entender al mundo, para recrearlo y contenerlo. El coloquio se realizó bajo la dirección del Seminario Interdisciplinario de Bibliología del Instituto de Investigaciones Bibliográficas IIB-UNAM, y con el patrocinio de la Red Latinoamericana de Cultura Gráfica y la Red Nacional Altexto. La organización académica corrió a cargo de Marina Garone Gravier y Camilo Ayala Ochoa. El coloquio estuvo formado por Elba Sánchez Rolón, coordinadora de la Red Nacional Altexto; María Andrea Giovine, del Seminario Interdisciplinario de Bibliología IIB-UNAM; Pablo Mora, Mauricio Sánchez Menchero, Donovan Herrera, Camilo Ayala Ochoa, Marina Garone Gravier y Laura Elisa Vizcaíno, de la UNAM; la editora y traductora Maia Miret; Virginia Krasniasky, de Club de Lectores; la editora y librera María Victoria Dávila, y Ángel Chávez, de la Escuela Nacional de Antropología e Historia.

Seminario Permanente de Editores de Revistas

En la Filuni se abrieron los trabajos del seminario, donde estuvieron Eduardo Aguado López, de la Universidad Autó-

noma del Estado de México y la Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal (Redalyc); Ana María Cetto Kramis, de la UNAM y del sistema de información académica Latindex; Dominique Babini, del Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales (Clacso), Argentina; Luis Santiago Flores Valtierra, del Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (Conacyt); Antonio Moreno Cañizares, de la Universidad Complutense de Madrid; Andrés Pavas Martínez, de la Universidad Nacional de Colombia; Antonio Sánchez Pereyra, de la UNAM y la Scientific Electronic Library Online (Scielo), México, y Gabriela Arévalo Guízar, de la Universidad Nacional Autónoma de México.

Los encuentros, coloquios y seminarios aquí señalados son apenas una muestra de largos programas que continúan.

Seminario Vindictas para Narradoras Hispanoamericanas

Tuvo su sesión inaugural híbrida con María Teresa Andruetto, Paola Morán, Clara Obligado, Alejandra Amatto, Carmen Alemany, Sandra Lorenzano, Evangelina Soltero Sánchez, Cecilia Eudave, Bethania Guerra de Lemos, Patricia Sánchez Aramburu, Mirta González Suárez y Marisa Belausteguigoitia. También se presentaron los avances de la cartografía de la edición académica en Iberoamérica por parte de Juan Felipe Córdoba Restrepo, Édgar García Valencia y Astrid Velasco. Son esos apenas algunos momentos de largos programas que continúan.

La Filuni ha tenido, pues, un programa enriquecedor por la información manejada, pero más aún por la formación de la sensibilidad editorial que ha venido brindado. El acento del programa cultural se ha puesto en ofrecer a los jóvenes universitarios, estudiantes principalmente, actividades de su interés. Esto se ha logrado gracias al esfuerzo de los equipos de las universidades invitadas de honor, como la Universidad de Salamanca en 2017, la Universidad Nacional de Colombia en 2018, la Universidad de Buenos

Una nueva tradición

La feria ya es un referente y lo va siendo internacionalmente. En ese sentido, asistimos al primer trayecto de una tradición.

El libro ha cubierto las tres misiones de las universidades: la docencia, la investigación y la difusión de la cultura.

Aires en 2019 y las universidades Complutense de Madrid y de Costa Rica en 2022; además, por supuesto, del apoyo de las dependencias de la Coordinación de Difusión Cultural y de toda nuestra casa de estudios.

En términos generales, la Filuni ha sido un gran evento. Eso es lo que editores universitarios, colegas de otras instituciones y profesionales de la edición han expresado. La imagen que la Filuni ha ido dejando es positiva en cuanto al espacio, el orden de las casetas, los servicios brindados y el programa para profesionales. En 2022, se creó un gran cartel. El Centro de Exposiciones y Congresos de la UNAM, edificio de moderno y funcional diseño arquitectónico, hospeda a la Filuni. Estamos seguros de que la feria ya es un referente y lo va siendo internacionalmente. En ese sentido, asistimos al primer trayecto de una tradición.

La Universidad de Padua tiene como lema *Universa Universis Patavina Libertas*, es decir, “la libertad de Padua es universal para todos”. En el catálogo universitario iberoamericano que se reúne en la Filuni vemos esa universalidad. El libro ha servido para cubrir de manera importante cada una de las tres misiones que históricamente tienen las universidades: la docencia, la investigación y la difusión de la cultura. Se editan materiales de texto o apoyo a la enseñanza escritos desde las aulas y para las aulas, monografías académicas que surgen de los cubículos de investigadores y profesores de tiempo completo y libros para enriquecer la cultura general de la comunidad universitaria.

El lema del escudo de la UNAM es una visión y un reto: “Por mi raza hablará el espíritu”. Debemos escuchar a ese espíritu que contienen los libros, a esa vida interior que nuestros autores plasmaron, a esa vocación intelectual que se refleja en las páginas escritas por los universitarios. Buscar lectores, crear lectores, es una labor compleja que persiguen distintas áreas en la UNAM, principalmente los sistemas bibliotecario y editorial.

¿Qué nos depara el futuro?

Lo primero que debemos comentar es que hay varios futuros que vendrán en distintos ámbitos y a diferentes velocidades. En el mediano plazo, el libro universitario tiene quizá mejores perspectivas que el de editoriales privadas. Sin embargo, decía Gilles Deleuze que un libro es un pequeño engranaje de una maquinaria exterior mucho más compleja; también lo es la labor de una editorial. Si no perdemos de vista eso, podemos comentar que el futuro de los sellos editoriales que vienen a la Filuni contribuirá al destino de la edición en Iberoamérica.

En la UNAM tenemos la necesidad de estar leyendo constantemente el signo de los tiempos, lo que pasa en el mundo y en la nación. En cultura hubo un diagnóstico elaborado por la Coordinación de Difusión Cultural, llamado *Para salir de terapia intensiva. Estrategias para el sector cultural hacia el futuro*, presentado en junio de 2020. La Dirección General de Publicaciones y Fomento Editorial intervino en el diseño y aplicación del estudio que incluyó soluciones ante la crisis económica del sector cultural en general y del sector editorial en particular, derivada de la crisis sanitaria. Además, se implementó el *Estudio de opinión para conocer el impacto del covid-19 en las personas que trabajan en el sector cultural de México*, aplicado *pro bono* por Consulta Mitofsky. Y también se efectuaron foros de análisis. En materia editorial tuvimos el foro “Estrategias para recuperar la cadena de valor del libro y la lectura”.

En el documento *Para salir de terapia intensiva* hay propuestas para reactivar el mundo del libro. La primera de ellas es involucrar a las universidades editoras con el fin de que ofrezcan herramientas para esa “reingeniería empresarial”. La UNAM no se quedó en el diagnóstico. Desde el principio de la pandemia se tuvo como línea mantener la presencia del sello editorial UNAM entre el público en general y la comunidad universitaria en particular. Esto exigió una reordenación de todas las áreas para que se laborara desde casa, se fortaleciera la tienda en línea y se organizara una Fiesta del Libro y la Rosa de manera virtual el 23 de abril de 2020, en celebración el Día Mundial del

Desde el principio de la pandemia se tuvo como línea mantener la presencia del sello editorial UNAM entre el público.

La digitalización que empujó la pandemia es indetenible, por eso, hay que replantear, y hacer una nueva ingeniería del negocio librero.

Tuvimos una reconfiguración del medio editorial y de los hábitos de lectura. Las poblaciones lectoras compran ahora más en línea y leen más en pantalla.

Libro y el Derecho de Autor. La UNAM fue la primera en México en tener una feria de libros virtual y realmente fue sorprendente la respuesta; un parteaguas. Hubo miles de visitas a las conversaciones y muchas repercusiones, como contar con editores y escritores de otras partes del mundo, lo que mostró las posibilidades del medio electrónico. Desde entonces se ha ido afinando la presencia UNAM en ese ámbito, dándole pautas de edición, por decirlo así. La Filuni se reservó para la presencialidad por la importancia del aspecto humano de los encuentros.

Habrà que buscar el acomodo al mundo de la pospandemia, a los modos de ser y actuar de la edición y la edición universitaria cuando entremos en ese mundo. Vemos que en países donde hay un mayor control de la pandemia se han estado ensayando nuevas formas de distribución y de organización de ferias; por ejemplo, aumentaron las entregas a domicilio y los eventos a distancia. De hecho, se prevé que las ferias de libros del futuro sean híbridas. La digitalización que empujó la pandemia es un proceso indetenible. Sabemos, por eso, que hay que replantear, repensar y hacer una nueva ingeniería del negocio librero.

Es verdad que no solo hubo una crisis económica que ha costado el cierre o la casi ruina de muchas imprentas, editoriales y librerías. También hubo una crisis estructural. Tuvimos una reconfiguración del medio editorial y de los hábitos de lectura. Las poblaciones lectoras compran ahora más en línea y leen más en pantalla. La ciberedición, los catálogos en línea, las ferias virtuales y los epitextos virtuales del libro se han ido perfeccionando. Sin embargo, esa pantallización arroja luz sobre la necesidad de espacios lectores de convivencia, como las librerías, las bibliotecas y las ferias de libros; y por eso se fortalecieron las redes de cooperación entre editoriales, editoriales universitarias y librerías. Veremos mayor presencia de la Asociación de Editoriales de América Latina y el Caribe y de sus asociados, como la mexicana Red Nacional Alttexto.

En el mundo poscovid vendrán a México nuevos modelos de negocio: la venta por paquetes de títulos; el prés-

tamo perpetuo o dinámico de colecciones; la suscripción por número de páginas o tiempo lector; el *crowdfunding*, micromecenazgo o financiación colectiva; la gamificación; la reventa de contenidos; la librería virtual de segunda mano; los audiolibros, y la participación de vendedores humanoides o inteligencias artificiales. Esto abre las posibilidades de las editoriales y los lectores. El sello editorial UNAM hará mayor uso de la impresión bajo demanda.

Sobre el dintel de la entrada al anfiteatro de Padua se lee la frase: *Mors ubi gaudet succurrere vitae* (Donde la muerte está feliz de ayudar a la vida). Realmente, el libro es también un *memento mori*, algo que nos recuerda que la vida es fugaz y que todos moriremos. Las *vanitas*, reflexiones sobre la temporalidad, son representaciones pictóricas que vienen del siglo XV, aunque hay antecedentes más antiguos, y contienen calaveras, comúnmente colocadas sobre algún libro cerrado. Igual que los anteojos y los cálamos, los tinteros y las plumas, las alhajas y los relojes, los globos terráqueos y los instrumentos musicales, el libro se tomó entonces como símbolo de la fatuidad de la sabiduría.

Sin embargo, el libro es perpetuidad. Quedan los libros en los estantes y se van sus autores, los editores e incluso los lectores. Se difuminan las manos que escriben libros, así como los ojos que los corrigen. No podemos más que recordar con Francisco de Quevedo que el tiempo ni vuelve ni tropieza y, además, tener presente su alegoría de la lectura como escuchar con los ojos a los muertos. A fin de cuentas, tengamos esperanza: el libro, el libro universitario, el libro que va a la Filuni, es una plegaria, un legado, una promesa y una apuesta por el futuro. Eso es tránsito perpetuo. Como dicen los estatutos de Padua: “Sin ejemplares no habría universidad”.

*El libro es también
un memento mori,
algo que nos recuerda
que la vida es fugaz
y que todos moriremos.*

*El libro universitario,
el libro que va a la
Filuni, es una plegaria,
un legado, una promesa
y una apuesta
por el futuro.*

Colaboradores

Sofía de la Mora Campos. Profesora-investigadora del Departamento de Educación y Comunicación de la UAM-Xochimilco. Actualmente es docente de esa licenciatura y forma parte del cuerpo académico fundador de la Maestría en Diseño y Producción Editorial de la misma institución. Su línea de investigación se ha centrado en la cultura editorial, análisis y conceptualización del proceso editorial. Desde 2011 dirige el proyecto multimedia *Interlínea: cultura editorial*, UAM-Xochimilco.

Daniela Páez Jiménez. Licenciada en Comunicación Social por la UAM-Xochimilco. Cursó el Diplomado en Documentación Audiovisual del Centro de Entrenamiento de Televisión Educativa, el Seminario de Introducción al Mundo del Libro y la Revista, Beca Juan Grijalbo-Conaculta (Caniem), y el Diplomado superior en Políticas editoriales para las Ciencias Sociales de Clacso. Ha colaborado en proyectos de investigación sobre el medio editorial de la UAM-X y la Universidad Veracruzana. Forma parte de la producción del proyecto *Interlínea: cultura editorial* (UAM-X, UAM Radio) y es asistente del Comité Editorial Divisional de Ciencias Sociales y Humanidades de la misma institución.

Jerónimo Repoll. Doctor en Periodismo y Ciencias de la Comunicación. Profesor-investigador de tiempo completo del Departamento de Educación y Comunicación de la UAM-Xochimilco. Fue coordinador de la Maestría en Comunicación y Política de la UAM-X, y del Grupo de Investigación Teorías y Metodologías de Investigación en Comunicación de la Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación. Fundador de Editorial Tintable, especializada en contenidos de comunicación. Autor del libro *Arqueología de los estudios culturales de audiencia*.

Vianney González Luna. Diseñadora gráfica por la Universidad Intercontinental y maestra en Diseño y Producción Editorial por la UAM-X. Ha colaborado y editado varios libros para distintas instituciones, como la Conabio, la UNAM, UAEMex y la UNESCO. Dirige la carrera de Diseño Gráfico de la Universidad Intercontinental. Sus líneas de investigación son la edición institucional, gestión de procesos editoriales y el papel del editor y el diseñador en la divulgación científica.

Alejandro Tapia Mendoza. Licenciado en Ciencias de la Comunicación por la UAM-X y en Lengua y Literatura Hispánicas por la UNAM, y maestro en Gestión del Diseño por la Universidad Intercontinental. Es profesor-investigador del Departamento de Teoría y Análisis de la División de Diseño en la UAM-X, miembro del equipo fundador de la Maestría en Diseño y Producción Editorial de la institución y de diversos comités editoriales de revistas universitarias. Fundador de la editorial Ars Optika Editores y miembro del grupo de Investigación sobre Literatura y Diseño conformado por la UAM-Cuajimalpa, la Universidad de Guadalajara y la Universidad de São Paulo.

Eduardo Andión-Gamboa. Profesor-investigador del Departamento de Educación y Comunicación de la UAM-X y docente en la Escuela Nacional de Escultura, Pintura y Grabado La Esmeralda. Investigador de los procesos de divulgación del arte, la información y la cultura en el campo de la comunicación, y sobre prácticas emergentes de artistas y comunicadores. Coordinó los seminarios de Arte transdisciplinar del Departamento de Desarrollo Académico en el Centro Nacional de las Artes.

Zyanya Patricia Ruiz Chapoy. Licenciada en Comunicación Social y maestra en Diseño y Producción Editorial por la UAM-X. Fungió como asesora técnica de la Red Nacional Altexto, Región Metropolitana. Ha publicado artículos en revistas académicas e impartido talleres sobre edición, entrega de originales y derechos de autor. Realizó el Seminario de introducción al mundo de los libros y las publicaciones periódicas, Beca Juan Grijalbo-Conaculta. Es fundadora de Exlibris, Servicios Editoriales, donde coordina los procesos de edición y ha colaborado como correctora y asesora en materia de derechos de autor y propiedad intelectual. Su línea de investigación se centra en la edición de textos científicos y la construcción de políticas y lineamientos en el área de las ciencias biológicas y de la salud. Es jefa del Programa Editorial de la División de Ciencias Biológicas y de la Salud.

Miguel de la Cruz Juárez. Periodista cultural. Licenciado en Comunicación por la UAM. Formó parte del equipo de reporteros y conductores del primer noticiario cultural *Hoy en la Cultura*. Ha sido colaborador del canal Once, donde ha realizado la cobertura de festivales de música y de las artes, así como de la Feria Internacional del Libro de Guadalajara, donde, en 2021, recibió el Homenaje Nacional de Periodismo Cultural Fernando Benítez. Ha entrevistado a personalidades del mundo cultural como Carlos Monsiváis, Carlos Fuentes, Fernando Benítez, Cristina Pacheco, Fernando Savater y Elena Poniatowska, entre otros. En 2017 comenzó el Club de lectura #LeoConElOnce y la difusión de un libro distinto todos los días.

Víctor Manuel González. Ingeniero industrial con gusto por la lectura, se ha visto involucrado en diálogos profesionales con el sector editorial. En 2010, fue invitado a participar en la administración de la página *Recomiéndame un buen libro!!* en Facebook, la cual cuenta actualmente con más de 3 000 miembros. Desde hace ocho años, a través de las ferias del libro, principalmente las de Minería y Guadalajara, ha convocado a autores para comentar sus libros a través de dicha plataforma.

Felipe Maya Bernal. Licenciado en Diseño de la Comunicación Gráfica por la UAM-X y maestro en Comunicación con Medios Virtuales (Instituto en Comunicación y Cultura). Profesor-investigador del Departamento de Teoría y Análisis de la División de Ciencias y Artes para el Diseño en la UAM-X. Participa como asesor en el proyecto de sitio web *Interlínea: cultura editorial*. Es miembro de Aleph, Diseño y Comunicación, donde funge como consultor y supervisa proyectos digitales de alta complejidad para el sector privado y gubernamental, tanto nacional como internacional.

Marco Antonio Moctezuma Zamarrón. Licenciado en Etnología por la Escuela Nacional de Antropología e Historia. Tiene experiencia como librero en las librerías Poli Popular e Independencia. Fue jefe de la librería Dr. Luis Felipe Bojalil Jaber de la UAM-X. Parte del equipo que impulsó la creación de la Red de Publicaciones de la UAM. Desde 2010, es subdirector de Distribución y Promoción Editorial de la Dirección de Publicaciones y Promoción Editorial de la UAM. Colabora en la Maestría de Diseño y Producción Editorial en el sexto módulo: Aplicación y evaluación.

Fernando Martínez Muñoz. Maestro en Diseño y Producción Editorial y licenciado en Psicología por la Universidad Autónoma Metropolitana-Xochi-

milco. Librero, distribuidor y promotor de publicaciones de la UAM por más de 25 años. Desde 2017, es jefe del Departamento de Almacén e inventarios de la Dirección de Publicaciones y Promoción Editorial.

Reyna Ponce Navarrete. Maestra en Diseño y producción editorial y licenciada en Comunicación social por la UAM-X. En 2005, se hizo acreedora al Premio Nacional de Trabajos Receptivos del Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación. Es jefa del Departamento de Promoción editorial y ferias de la Dirección de Publicaciones y Promoción Editorial de la UAM, institución de la que es representante ante la Red Nacional Altexto.

Germán Martínez Aceves. Licenciado en Comunicación Social por la UAM-X. Ha sido productor de radio en “La Voz de los Mayas”, en Peto, Yucatán; investigador en el Sistema Quintanarroense de Comunicación Social; profesor de Producción de radio en la Universidad de las Américas-Puebla y la Universidad Veracruzana, columnista en *El Universal* en la sección “Así piensa México” y jefe de Información del Departamento de Prensa de la UV. Fue coordinador de Actividades Culturales, Artísticas y Difusión de la Dirección General Editorial de la UV. Coordina la Feria Internacional del Libro Universitario de la Universidad Veracruzana.

Camilo Ayala Ochoa. Historiador por la Facultad de Filosofía y Letras de la UNAM y teólogo social por la Universidad Pontificia de Salamanca, España. Bibliófilo y promotor de la lectura. Jefe del Departamento de Contenidos Electrónicos y Proyectos Especiales de la Dirección General de Publicaciones y Fomento Editorial de la UNAM. Columnista en el programa de radio *Interlínea: cultura editorial*. Miembro del Instituto del Libro y la Lectura. Ha impartido cursos, talleres y conferencias. Es autor, entre otras publicaciones, de los libros *La cultura editorial universitaria*; *Invisibles. Reflexiones sobre la corrección de estilo* y *Adagios y exhortaciones del mundo libresco*.

La producción de
Quehacer editorial 22
se realizó íntegramente en las instalaciones
de Solar, Servicios Editoriales, S.A. de C.V.
Calle 2 número 21, San Pedro de los Pinos,
Ciudad de México 55 5515-1657.
Se terminó de imprimir en
noviembre de 2022.
solar@solareditores.com

www.solareditores.com

En su composición se utilizaron tipos
Schneidler Light de 9, 10, 11, 12 puntos
y Eras Medium y Demi de 9, 11, 12 y 14.
El tipo Schneidler, usado en la serie *Quehacer editorial*,
se basa en la tipografía de los impresores venecianos
del periodo renacentista y comparte con ella su gracia,
belleza y proporciones clásicas. Es un tipo fino y legible
tanto para textos extensos como para carteles y folletos.
Una de las características más originales de esta fuente
son sus signos de interrogación. F. H. Ernst Schneidler,
diseñador de fuentes y maestro tipógrafo, concibió
originalmente la *Schneidler Old Style* en 1936
para la Fundidora Bauer.

La producción de
Quehacer editorial 22
se realizó íntegramente en las instalaciones
de Solar, Servicios Editoriales, S.A. de C.V.
Calle 2 número 21, San Pedro de los Pinos,
Ciudad de México 55 5515-1657.
Se terminó de imprimir en
noviembre de 2022.
solar@solareditores.com

www.solareditores.com

En su composición se utilizaron tipos
Schneidler Light de 9, 10, 11, 12 puntos
y Eras Medium y Demi de 9, 11, 12 y 14.
El tipo Schneidler, usado en la serie *Quehacer editorial*,
se basa en la tipografía de los impresores venecianos
del periodo renacentista y comparte con ella su gracia,
belleza y proporciones clásicas. Es un tipo fino y legible
tanto para textos extensos como para carteles y folletos.
Una de las características más originales de esta fuente
son sus signos de interrogación. F. H. Ernst Schneidler,
diseñador de fuentes y maestro tipógrafo, concibió
originalmente la *Schneidler Old Style* en 1936
para la Fundidora Bauer.