

# tendencia editorial

# UR

Editorial Universidad del Rosario

Bogotá, Colombia • 2020

Nº especial

ISSN 2382-3135

## EDITORIAL

### AL ENCUENTRO CON

#### **El impacto del Covid-19 en la Feria Internacional del Libro de Bogotá**

*Sandra Pulido Urrea*

## ACTUALIDAD

#### **“All together now!” - “¡Todos juntos ahora!”**

*Marifé Boix García*

## ESPECIAL

#### **Efectos de la suspensión de la Feria Internacional del Libro de Buenos Aires 2020**

*Oche Califa*

#### **Las ferias del libro en la pandemia**

*Marisol Schulz Manaut*

#### **Las ferias del libro ante su armagedón**

*Manuel Gil*



Universidad del  
**Rosario**

EDICIÓN ESPECIAL FIL GUADALAJARA  
NOVIEMBRE-DICIEMBRE DE 2020

**EDITORIAL UNIVERSIDAD DEL ROSARIO**

Dirección: Cra.7 # 12 B-41, oficina 501  
Teléfono: (57-1) 2970200, ext. 3114  
<http://editorial.urosario.edu.co>

**COMITÉ EDITORIAL DE ESTA EDICIÓN**

**UNIVERSIDAD DEL ROSARIO**

Juan Felipe Córdoba Restrepo

**UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA**

Sayri Karp

**UNIVERSIDAD VERACRUZANA**

Édgar Valencia

**PONTIFICIA UNIVERSIDAD JAVERIANA**

Nicolás Morales

**EDITORA**

Tatiana Morales Perdomo

**CORRECCIÓN DE ESTILO**

Lina Morales

**DISEÑO, DIAGRAMACIÓN E ILUSTRACIÓN**

Miguel Gerardo Ramírez Leal  
Kilka Diseño Gráfico



UNIVERSIDAD DE  
GUADALAJARA  
Red Universitaria de Jalisco



EDITORIAL  
UNIVERSITARIA



editorial  
Pontificia Universidad  
J A V E R I A N A

editoriales afiliadas a:



ASOCIACION DE EDITORIALES  
UNIVERSITARIAS DE AMERICA  
LATINA Y EL CARIBE

EDITORIAL

# Editorial

Por: Tatiana Morales Perdomo



La edición especial fil Guadalajara de nuestro boletín Tendencia Editorial ha sido dedicada a las ferias internacionales del libro. Entendemos que las ferias están pensadas para romper con la cotidianidad de una sociedad, de una región, de una localidad; están pensadas, si se quiere, como una gran vitrina, en donde los que participan intentan mostrar la producción de bienes culturales de todo un año.

Las ferias, como en los carnavales, permite que lectores, autores, editores, bibliotecarios, tengan un lugar de encuentro, estos eventos juegan un papel trascendental en la intermediación de la cultura. En cada una de las ferias del libro evidenciamos representaciones de la cultura, estructuración del espacio del mercado librero, el mercado de bienes simbólicos, encontramos nuevas formas del pensamiento, entre otras. El año 2020 quedará en nuestra memoria, las condiciones particulares para llevar a cabo eventos masivos, tal como los conocemos y hemos tenido desde tiempo atrás, impidieron que se pudieran llevar a cabo. Pero los recursos tecnológicos nos permitieron para mantener contacto con diferentes públicos, la crisis mundial generada por el Covid-19, nos llevó a pensar en nuevas formas de estar comunicados, en la que hemos aprendido a afrontar los diferentes retos.

Parte de estos nuevos retos y apuestas los afrontaron la literatura y las ferias internacionales del libro; no solo por la caída en sus ventas, sino por aquel público lector que hacía que, durante dos semanas, los pasillos de los pabellones estuvieran llenos de experiencias literarias. Sin embargo, luego de incursionar en las ferias virtuales, el nuevo modelo tenía como objetivo mejorar la experiencia del visitante, teniendo en cuenta que los hábitos de consumo cultural habían cambiado.

Así, las ferias virtuales llegaron para quedarse. Y como espacios creados para el intercambio cultural y la transformación social, este nuevo desafío de la virtualidad será una oportunidad para abrir nuevos caminos y alternativas a las tradicionales ferias internacionales del libro, oportunidades que nos ha traído el aislamiento y que no debemos dejar escapar.

En la sección **Al encuentro con**, la directora de la Feria Internacional del Libro de Bogotá (FILBo), Sandra Pulido Urrea, nos presenta su percepción frente a los cambios que tuvo este año la feria, y los aprendizajes que permitieron no perder de vista las razones principales de ser de una feria del libro: “Los lectores y la promoción de la lectura como eje de desarrollo y crecimiento social” (p. 4). En **Actualidad**, Marifé Boix García, vicepresidenta de la Feria del Libro de Frankfurt, nos comparte bajo el lema “All together now!”, una edición especial que permitió desarrollar distintas herramientas y plataformas, con el objetivo de generar encuentros de forma digital y como complementos a las futuras ferias físicas. En el **Especial**, contamos con los artículos del director de la Feria Internacional del Libro de Buenos Aires, Oche Califa, y de Marisol Schulz Manaut, directora general de la Feria Internacional del Libro de Guadalajara, quienes, desde una mirada regional, en sus contribuciones exponen los diferentes desafíos que, como organización y país, han tenido que enfrentar para entrar en un nuevo concepto de feria: innovadoras, digitales, sostenibles y seguras.

Cerramos nuestro número especial con Manuel Gil, director de la Feria del Libro de Madrid, quien discute cómo las ferias se han convertido en “espacios de intercambio y negociación cultural y económica, y proyectan su influencia de manera transnacional, siguiendo lógicas globales de internacionalización” (p. 20). Les damos la bienvenida a estas nuevas lecturas, nuevas realidades y nuevos retos que nos permitirán reencontrarnos en algún momento.



El impacto del Covid-19

# en la Feria Internacional del Libro de Bogotá



**Sandra Pulido Urrea**

*Directora FILBo*

Más allá de cada una de nuestras singularidades, a las ferias del libro en el mundo nos unen dos intereses fundamentales: primero, los lectores (y los futuros lectores), es decir, todo lo que hacemos alrededor de la circulación de contenidos y de conocimiento, y de la promoción de la lectura como eje de desarrollo y crecimiento social; las ferias generamos conversaciones que provocan transformaciones sociales y culturales imprescindibles. Y, segundo, la circulación y comercialización de libros, el fortalecimiento de la industria editorial de las ciudades y países. Teniendo en cuenta esto, ¿cómo afectó y transformó a la Feria Internacional del Libro de Bogotá (FILBo) la pandemia generada por el Covid-19?

4



Colombia entró en cuarentena el 24 de marzo, a poco menos de un mes antes de la inauguración de la FILBo, que estaba programada para el 21 de abril. Luego de que 131 empresas respondieran una encuesta realizada por la Cámara Colombiana del Libro (CCL), exploramos la idea de llevar a cabo #LaFILBoEnCasa, manteniendo las fechas originales de la Feria, y al final de esa semana, se aprobó llevarla a cabo. Tuvimos tres semanas para organizarlo todo. Corferias diseñó una vitrina virtual para que los expositores subieran algunos libros y pudieran vincularlos a sus canales comerciales, y desde la CCL armamos una programación que llegara a todos los públicos (niños, jóvenes, familias, profesionales del sector), elegimos algunos de los eventos ya planeados, rearmamos un par de actividades como *Foros del libro* para sentar al sector editorial y cultural nacional e internacional a esbozar algunas ideas que nos pudieran guiar con planes a corto plazo y diseñamos unas charlas magistrales para pensar y reflexionar sobre lo que nos estaba pasando como humanidad, y cómo desde los libros y la literatura podríamos tener más luces del camino por seguir. La Feria finalizó el 5 de mayo con 100 actividades realizadas, 112 expositores ofrecieron 2000 títulos y casi 2,5 millones de personas fueron alcanzadas en el mundo.<sup>1</sup>

Ahora bien, vamos a analizar los aprendizajes que nos quedaron volviendo a las dos razones principales de ser de una feria del libro.

Por un lado, los lectores. Hacer una feria es proponer una conversación con esos lectores, tratar unos temas, ponerlos sobre la mesa con múltiples aproximaciones. Los resultados nos mostraron que sí hubo un interés genuino por la lectura y por los libros, la gente quiere leer por Instagram, hay interesados en comentar clásicos por Twitter y son muchos los que quieren reflexionar, conversar, opinar sobre racismo, feminismo, literatura indígena, periodismo, cambio climático, ciencia, sostenibilidad, poesía o el estado de la paz en Colombia, solo por mencionar algunas temáticas de las charlas. #LaFILBoEnCasa reafirmó en ese sentido nuestra misión de atender las necesidades culturales y sociales del país, la importancia de nombrar las cosas por su nombre, de atrevernos a conversar sobre las dudas e incertidumbres que tenemos como humanos y la importancia de generar estos espacios de reflexión para llegar a acuerdos. Las redes sociales y los espacios de comentarios y preguntas fueron muy valiosos para encontrarnos, aprender, compartir, construir y escribir.

Así mismo, el Covid-19 nos obligó a explorar y a adaptarnos al mundo digital muy rápido, nos mostró una pequeña porción del potencial que es estar y permanecer conectados: llevar la FILBo a cualquier lugar del mundo y traer el mundo, conectar a cinco personas en continentes diferentes al mismo tiempo. Todas las charlas tuvieron un mayor alcance que si se hubieran hecho en los salones de Corferias. Veamos las temáticas y el

<sup>1</sup> Cifras del comunicado de cierre de #LaFILBoEnCasa.  
En la FILBo 2019 recibimos 605 000 visitantes, 280 000 participaron de 1990 actividades y circularon alrededor de 200 000 títulos.



alcance de las diez charlas en el orden de mayor audiencia, y su comportamiento cuatro meses después con las métricas que reporta Facebook, canal principal por el cual se efectuó #LaFILBoEnCasa:

Fecha	Nombre del evento	Métricas 6 de mayo 2020				Métricas 3 de septiembre 2020		
		Reproducción de video	Personas alcanzadas	Interacciones	Canal	Reproducción de video	Personas alcanzadas	Interacciones
21 de abril	¿Cuál es el futuro del libro? ¿Qué nos enseña su pasado y qué nos está enseñando el presente? Roger Chartier	35.743	123.435	13.193	FILBo	35.983	183.435	13.786
22 de abril	La responsabilidad por nuestro bienestar	11.800	64.448	477	Corferias	11.800	64.448	477
2 de mayo	Dario Sztajnszrajber "Pensar el confinamiento"	12.048	58.154	1.340	Corferias	12.048	58.154	1.340
26 de abril	La literatura como lenguaje universal en tiempos de crisis: Alejandro Gaviria, Yolanda Reyes y Elmer Mendoza	11.679	53.797	5.958	FILBo	13.752	62.379	6.847
28 de abril	Un tinto con la ONU: Conversaciones para cambiar el mundo	9.228	51.606	3.266	FILBo	9.549	52.517	3.366
5 de mayo	Pasar la página, una conversación entre Ricardo Silva, Daniel Samper Ospina y Carolina Cuervo	11.942	50.836	3.881	FILBo	15.300	65.447	4.794
23 de abril	La magia de Poe, cuentos que ilusionan	13.769	50.034	4.858	Corferias	13.769	50.034	4.858
22 de abril	Los Jóvenes hablan de periodismo con María Paulina Baena y Camila Segura	16.528	48.772	1.356	FILBo	19.139	55.110	5.585
3 de mayo	Periodismo indispensable, seminario web	6.372	38.278	2.196	FILBo	7.383	46.197	2.452
2 de mayo	¿Será que soy feminista? Una conversación entre Alma Guillermoprieto y Cristina de la Fuente	8.394	37.449	3.439	FILBo	9.587	43.609	3.793
<b>Total</b>		<b>137.503</b>	<b>576.809</b>	<b>39.964</b>		<b>148.310</b>	<b>681.330</b>	<b>47.298</b>

6

Solo con estas diez charlas, llegamos a 576 809 personas, logrando cuatro meses después llegar a 104 521 personas más. Esto es algo que no habíamos aprovechado ni mirado hasta ahora.

Por el otro lado, el interés por la circulación y comercialización de libros fue notable. #LaFILBoEnCasa

mostró que las personas quieren leer y comprar libros, pero la industria no estaba preparada para operar desde lo digital. La pandemia hizo evidente la necesidad de facilitar a los lectores el acceso a la oferta editorial, informando qué se produce, en qué formato, con cuáles características y su disponibilidad comercial (compras

físicas en librerías o a través de comercio electrónico de libros impresos, digitales o audiolibros). Pero también evidenció una debilidad de pequeñas y medianas editoriales y librerías: la carencia de infraestructura tecnológica para insertarse en las nuevas tendencias del mercado. Como dato de referencia, durante la FILBo 2019 se vendieron aproximadamente 900 000 libros, este año no se llegó ni al 1% de las ventas, como resultado de lo mencionado anteriormente.

El reto principal inmediato fue modernizar al sector editorial y dotarlo de las herramientas de *software* y gestión para responder a las necesidades culturales y comerciales. La CCL ya venía trabajando los últimos dos años en este proyecto y gestionó el apoyo de la Alcaldía de Bogotá y del Ministerio de Cultura para impulsarlo, y así lograr que para finales del año 100 empresas del sector estén dotadas de la tecnología necesaria y de comercio electrónico que les permita estar a la vanguardia. Es una buena consecuencia de esta pandemia.

¿Y qué viene para 2021?

La FILBo es y seguirá siendo una célula viva que se transforma, viviendo en función de los lectores y de todos los actores de la cadena del libro, en la que coexistirán posibilidades de circulación y apropiación de contenidos físicos y digitales con resultados muy propios. Aprovecharemos lo que el mundo físico nos permita vivir y pensaremos qué queremos que pase dentro de los 51 000 metros que tiene Corferias. Seguiremos creando contenidos de calidad que provoquen una conversación e inviten a la reflexión en un país al que le urge pensarse, leerse y llegar a acuerdos para escribir nuevas historias. Analizaremos cuáles charlas despertaron más interés y por qué. Tenemos la oportunidad de pensar y diseñar eventos para los diferentes públicos lectores desde lo físico y lo virtual: encontrar gustos específicos, proponer diferentes tipos de actividades a las conversaciones tradicionales, tales como clubes de lectura, lecturas en voz alta, lecturas dramatizadas propias de la feria, y, eso sí, que sigan siendo siempre los lectores los protagonistas. Potenciaremos, con los aprendizajes de #LaFILBoEnCasa y la modernización del sector, los proyectos de descentralización: FILBo Ciudad y FILBo Región.

Aprovecharemos las oportunidades de la virtualidad para acelerar los procesos de internacionalización.

Tenemos mucho por hacer y aún más por entender del momento por el que estamos atravesando, pero sin duda alguna la pandemia nos permitió encontrar, mirar y explorar lugares que antes eran desconocidos, además de romper algunas fronteras autoimpuestas.

Sería muy presuntuoso pensar que el discurso de un historiador de la cultura escrita pudiera apaciguar las inquietudes de unos o guiar las decisiones de otros. Un objetivo más modesto es ubicar los efectos dramáticos y las profundas transformaciones de las prácticas que vivimos ahora en una más larga duración, y hacer recordar que, si podemos aprovechar las posibilidades magníficas del mundo digital, no debemos olvidar que no son equivalentes a las formas de publicación, circulación y apropiación de lo escrito en la cultura impresa. Si se acepta esta observación, puede ayudar a definir estrategias editoriales, políticas públicas y prácticas cotidianas (Chartier en Casañas, 2020).

No podemos olvidar que, como lo dice el profesor Chartier, una vez exploradas y aprendidas las posibilidades del mundo digital, es imposible traducir a bits la magia que encierra habitar el mundo físico, las conexiones cerebrales que activa. Encontrarnos y compartir como humanos, con la materialidad que esto supone, nos define como sociedad. Una vez logremos superar estos encierros provocados por el Covid-19, volveremos a encontrarnos y, más allá de lo poético, será indispensable volver a habitar estos espacios familiares y queridos para coincidir, establecer vínculos y conectarnos entre humanos como lo hemos hecho desde siempre.

## Referencia

Casañas, J. (20 de abril de 2020). Roger Chartier: “Nunca compartí el discurso melancólico del olor y el sabor del libro”. *El Espectador*. <https://www.elespectador.com/noticias/noticias-de-cultura/nunca-comparti-el-discurso-melancolico-del-olor-y-el-sabor-del-libro-articulo-915598/>

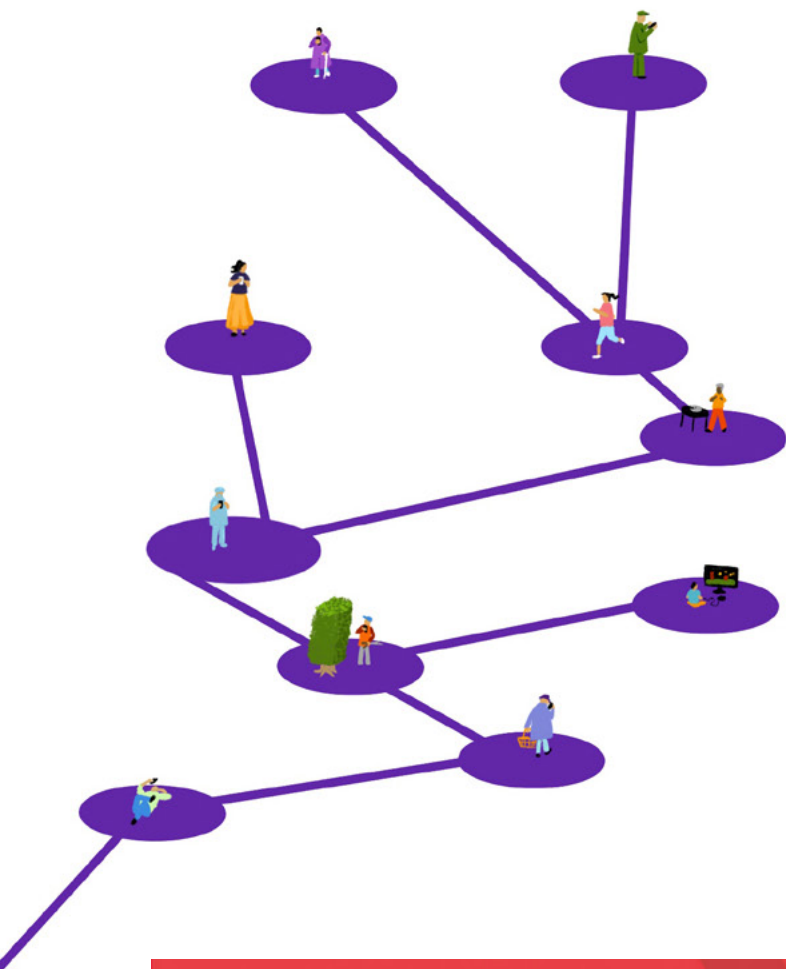


## La Frankfurter Buchmesse seguirá siendo el gran evento profesional y cultural en torno al libro y los contenidos también en tiempos de pandemia

La situación que vivimos actualmente no tiene precedentes. Para los organizadores de ferias, los editores, agentes literarios y escritores, es un duro golpe. Sin embargo, es impresionante ver la creatividad con la que han reaccionado editores, libreros, medios de comunicación y lectores de cara a esta situación. Esto se debe, sin dudas, a la unión de una industria bien conectada.

Durante meses se ha desarrollado el concepto de un evento híbrido: una feria de escala menor con expositores en su mayoría europeos, así como la creación de herramientas y plataformas digitales como complemento para todos aquellos profesionales que no podrían viajar a Frankfurt en octubre.

Con el aumento de los contagios en los países europeos y las respectivas restricciones de viaje, al igual que la cuarentena obligatoria, muchos expositores de la región se han visto en una situación complicada en cuanto a la participación en la feria. Ante esta realidad, se tomó la decisión de realizar la parte profesional de la feria en formato digital, mientras que la parte cultural seguirá teniendo lugar de manera física en el Festhalle, así como en distintos locales de la ciudad.



FRANKFURTER BUCHMESSE SPECIAL EDITION FRANKFURTER BUCHMESSE SPECIAL EDITION FRANKFURTER BUCHMESSE SPECIAL EDITION

### Digital book fair

Join us from around the world: with our extensive digital offers for trade visitors and the general public.

FRANKFURTER BUCHMESSE SPECIAL EDITION FRANKFURTER BUCHMESSE SPECIAL EDITION

En esta edición especial 2020, pueden participar todos los profesionales como expositores digitales. A partir de un registro, que se hace a través de un formulario durante el mes de septiembre,<sup>1</sup> será posible utilizar todas las herramientas y los servicios digitales de la feria de forma gratuita.<sup>2</sup> Todas las empresas e instituciones registradas estarán presentes con sus perfiles, datos de contacto, página web, etc., en el catálogo digital y la *app*.

### 'Matchmaking'

Por medio de la herramienta de *matchmaking* se generan encuentros de modo digital. Mediante un algoritmo los participantes que ofrecen un contenido o un servicio, se conectan con sus pares. Se brindan además funciones de chat y video para la comunicación.

### Compra y venta de derechos: la plataforma Frankfurt Rights

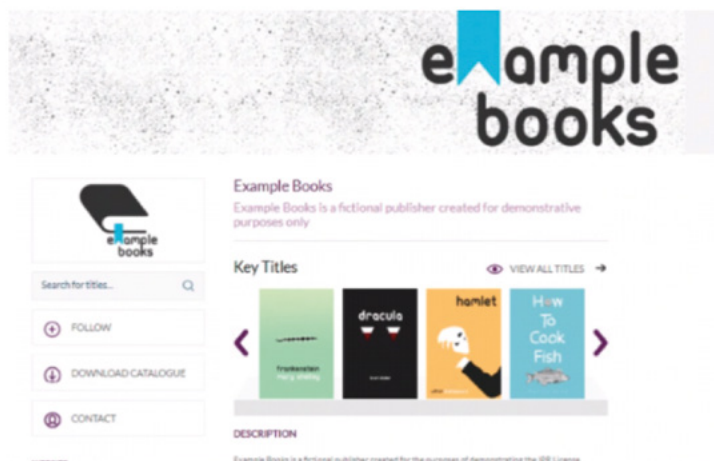
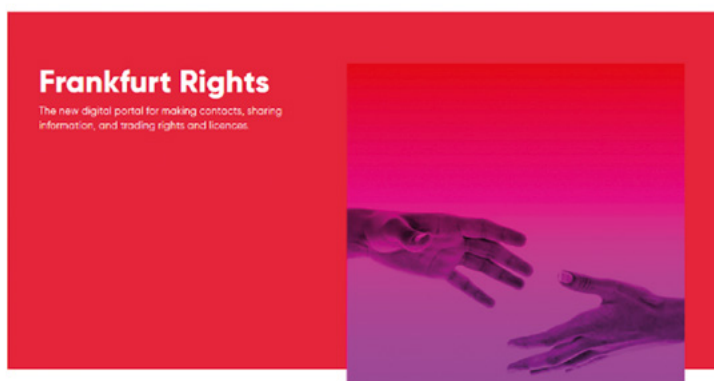
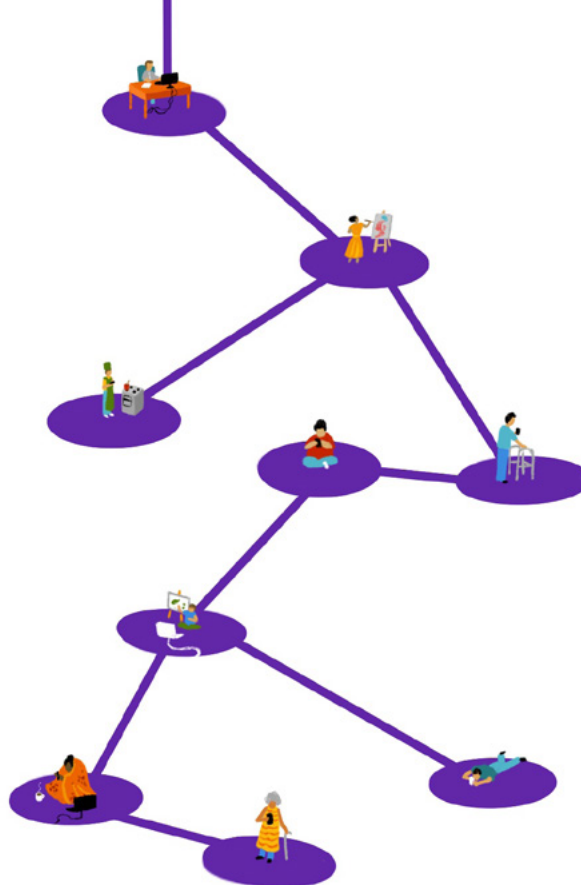
Una de las principales características distintivas de la Frankfurter Buchmesse es la compraventa de derechos —visible, sobre todo, a través del LitAg, el centro de agentes literarios, el cual, con sus 780 agentes (2019), se considera el corazón de la feria—. Para seguir ofreciendo la posibilidad de la compraventa de derechos también en esta edición especial, se ha adaptado la herramienta IPR License, mediante la cual se pueden hacer transacciones de negocio.

Esta plataforma se presenta bajo el nombre de Frankfurt Rights, donde todos los editores y agentes pueden subir sus catálogos de derechos y promocionar los títulos que ofrecen al mercado, al igual que consultar títulos que quieran comprar. Cabe destacar el desarrollo tecnológico que permite, por ejemplo, buscar palabras clave en documentos PDF.

### El calendario de actividades

Este instrumento imprescindible para promover las actividades alrededor de la feria brinda nuevas posibilidades más allá de la descripción, la fecha y el lugar de eventos: a partir de este año se pueden incluir enlaces

- 1 <https://www.buchmesse.de/en/exhibit/digital-presentation-options>
- 2 Gracias al apoyo del Ministerio de Estado de Cultura de Alemania, los participantes de la Frankfurter Buchmesse 2020 podrán utilizar las herramientas digitales gratis.



que se dirigen a actividades pregrabadas por parte del expositor. Esto le da parte de la visibilidad que hubiese tenido en la feria.

### Programa profesional

Igualmente, el programa profesional de este año transcurrirá por medio de plataformas digitales. Mientras que en la feria física hubiéramos concentrado el programa en uno de los días de profesionales, el programa de conferencias de la feria digital se transmitirá a lo largo de cuatro días.

Después de un programa de 2,5 horas que incluye charlas interactivas, discursos de apertura y paneles de discusión, seguirán sesiones de *networking* que brindarán a todos los participantes la oportunidad de entablar conversaciones con oradores, moderadores y otros participantes de la conferencia. Las sesiones grupales de temas específicos permitirán a los participantes profundizar aún más sus conocimientos y discutir temas específicos en grupos más pequeños.

### Otras actividades B2B

Se celebrarán sesiones dedicadas a temas y tendencias del mercado y distintos segmentos de la feria como The Arts+ (conexión entre *publishing* y otras industrias creativas), Frankfurt Kids, Frankfurt Academic, Frankfurt EDU, etc. Además, se organizan encuentros de *networking* dedicados a diferentes grupos de interés.

Los editores seleccionados en los programas de fomento editorial Fellowship Programme e Invitation Programme también se encontrarán en *breakout sessions* y en diversos seminarios, así como en encuentros con otros profesionales de manera digital. Los mismos editores serán los invitados de la feria física en

2021. Este año habrá un nuevo programa para libreros internacionales que igualmente contará con actividades en línea de mitad de octubre a mitad de diciembre. Esperamos poder realizar este programa dedicado a libreros cada dos años.

### Programa cultural: *bookfest city - bookfest digital*

Por motivos de seguridad y manutención de distancia, etc., habrá tres secciones distintas de actividades:

1. Cinco días de programación en el Festhalle, en cooperación con la tv pública alemana.
2. Cinco días de actividades en distintos espacios de la ciudad (como en otros años).
3. *Bookfest* digital: 16 horas de programación digital que será transmitida a todo el mundo a través del canal de la feria de YouTube, organizado por los expositores de la feria.

Bajo el lema “All together now!”, esta edición especial permite realizar la Frankfurter Buchmesse aunque sea de manera distinta. Las herramientas digitales que se han desarrollado servirán de complemento a las futuras ferias físicas.

No obstante, será todo un reto conseguir toda la energía que se despliega cuando un gran número de personas se encuentra en muy poco tiempo: el intercambio directo, personal, emocional, la gran presencia mediática de los autores, la puesta en escena de temas y contenidos, los discursos públicos, ceremonias de premios, la cercanía entre autores y público, los encuentros casuales y las fiestas.

Más allá de la aceptación creciente de la digitalización, sin duda, el contacto personal seguirá siendo crucial.

## Frankfurt Conference

Academic & Scholarly	Rights & Licensing	Publishing Insights	Audio
12.10.2020 15–17.30 Uhr*	13.10.2020 15–17.30 Uhr	14.10.2020 15–17.30 Uhr	15.10.2020 15–17.30 Uhr

AL ENCUENTRO CON



Efectos de la suspensión de la

# Feria Internacional del Libro de Buenos Aires 2020

12



**Oche Califa**

*Director Institucional y Cultural*

*Fundación El Libro*



A finales de abril debió inaugurarse la 46° Feria Internacional del Libro de Buenos Aires. Además de la lógica expectativa que produce su realización, en esta oportunidad había una mayor en el sector del libro argentino, que la veía como un momento para recuperarse de cuatro años de caída sostenida en el negocio.

Esa caída se verificaba en los varios millones menos vendidos por año; en la disminución de las novedades y del promedio de tirada inicial; en el cierre de librerías, que en Argentina son alrededor de 1200 y constituyen el canal principal para el negocio; en la baja de las compras estatales. Por consiguiente, en la pérdida de puestos de trabajo en la industria gráfica, editorial y en el comercio del libro.

La Feria demanda una organización de todo el año, pero es en el mes de septiembre cuando se lanza la nueva edición, los expositores toman sus lugares y se comienzan a planificar las distintas acciones y programas que estarán incluidos. Destaquemos que, además del acontecimiento cultural que resulta, con 19 días de público, también efectúa tres días de Jornadas Profesionales, ámbito de negocios, capacitación y vínculos.

Así que, al llegar los primeros días de abril, la Feria está, en lo organizativo, 'hecha'.

Las noticias, al empezar febrero de 2020, de que la pandemia no podía detenerse en el hemisferio norte y que se desplazaba al sur encendieron luces de alerta en Argentina. Las primeras medidas restrictivas para la realización de actividades públicas en la Ciudad de Buenos Aires se produjeron en los días iniciales de marzo. Y la Fundación El Libro, organizadora de la Feria, decidió aplazarla al 17 de ese mes (unos días antes lo había resuelto Bogotá). Tres días después se decretó la cuarentena nacional.

¿Cuánto duraría? Imposible saberlo entonces.

La Feria Internacional del Libro de Buenos Aires es organizada por la Fundación El Libro (FEL), entidad en la que están representadas las cámaras, federaciones y sociedades de todo el sector: escritores, gráficos, editores, libreros. No solo lleva a cabo esta feria, sino otras cinco, además de campañas anuales de promoción de la lectura y el libro, e interviene en gestiones y acciones ante los gobiernos. No cuenta con subsidios estatales ni aportes de mecenazgos privados.

Sus recursos los obtiene de la organización de las ferias, sobre todo la internacional, que, más allá de los devaneos de la economía argentina, ha sido siempre exitosa. Luego vuelca esos recursos en las campañas y en el sostén de su organización permanente.

No poder obtenerlos —como se ve, en todo el año— la ha puesto en una situación de enorme preocupación, que la tiene todo el sector, a sabiendas de la capacidad organizativa y del 'poder de fuego' de sus acciones, difíciles de reemplazar.

La Feria dice ser, desde hace unos años, "el mayor acontecimiento cultural de América Latina". No es una frase publicitaria. Es lo que corresponde

decir cuando se verifica que resulta así por su duración, 21 días en total; su público, que ha superado el millón de personas hace varios años; la cantidad y variedad de sus propuestas culturales, educativas y recreativas diarias, que en 2019 fueron 1697.

En cuanto a sus expositores directos, superan los 500. Se califica como internacional porque en todo su transcurso tiene cerca de 20 estands representativos de países, a sus Jornadas Profesionales llegan delegaciones y personas de más de 40, y más de 100 autores o creadores a las actividades culturales. Juega, especialmente, un papel muy importante para los profesionales (editores, libreros, etc.) de los países inmediatos.

Pero, al verla como un acontecimiento cultural y promocional del libro, muchas veces no se la distingue en lo que representa para la economía de la ciudad y el país, más allá de lo que proyecta como imagen argentina al exterior.

Tal cuestión llevó a la FEL a producir, por primera vez, un *Informe sobre la dimensión económica de la Feria edición 2019*, que destaca lo que esta aporta o moviliza en segmentos de producción y servicios, más allá del libro.

El *link* para leer este informe completo es: <https://www.el-libro.org.ar/wp-content/uploads/2020/08/informe-dimension-economica-feria-del-libro-2019-final.pdf>

Pero, de manera sintética —y esto servirá para calibrar el perjuicio que significó su suspensión en 2020—, el informe señala rubros, dentro de la Feria, como el alquiler del predio; la construcción de instalaciones y estands; los servicios de limpieza, seguridad, salud, refrigerio, energía y telefonía; los empleos de quienes trabajan en ella (de forma directa o indirecta rondan las 8000 personas); la organización de actos. Y fuera de ella, el transporte nacional e internacional de personas y bienes, la actividad hotelera, la gastronomía, el turismo, la publicidad, los medios de comunicación, la impresión por lanzamientos de novedades o reimpressiones que las editoriales preparan para la ocasión. Por supuesto, la venta de libros, lo que, además, resulta muy relevante para la industria gráfica, sobre todo porque la Feria es oportunidad de numerosos lanzamientos o de reimpressiones.

Una parte de los recursos movilizados constituyen ingresos para el país, por varias vías: lo que invierte la

Ciudad Invitada de Honor y el conjunto de profesionales y autores que visitan la Feria; las exportaciones de libros que se producen en los tres días de Jornadas Profesionales gracias a los Programas Librero/Bibliotecario Amigo y Envío Gratuito, y que en 2019 fue de diez toneladas, a 38 países. El envío gratuito es de hasta 50 kilogramos por comprador. El *ranking* de mayor exportador lo encabezó Estados Unidos; lo siguió Chile.

Todo esto ya sería explicación suficiente sobre el perjuicio mencionado por la suspensión. Pero pueden agregarse otras puntualizaciones, que lo aumentarán.

Argentina tiene una industria del libro en la que participan unas 400 editoriales comerciales, la mayoría de ellas pymes, más casi un centenar de universitarias. Todas concurren a la Feria, ya sea con un stand individual o bien en uno colectivo. Representan más del 80% de los expositores. Y les resulta un momento sin igual para la promoción, el lanzamiento de novedades y la obtención de dinero inmediato.

En el caso de las librerías argentinas, que en su mayoría son *independientes* (término que indica que no pertenecen a cadenas), corren para ellas, en los días profesionales, los mismos programas de beneficios mencionados para las del exterior. Con ellos mejoran el porcentaje a su favor y no pagan el envío de hasta 200 kilogramos. Así, en 2019, 324 libreros argentinos despacharon de la Feria casi 28 toneladas a sus puertas.

La cuarentena decidida el 20 de marzo paralizó la industria y comercio en su totalidad: imprentas, editoriales y librerías. Un mes después —y por gestiones en las que también participó la FEL— las librerías fueron autorizadas a hacer envíos a domicilio.

Así que, como lo dice un informe de la Cámara Argentina del Libro (CAL), “en el período de la cuarentena marzo-abril 2020, sobre todo en el mes de abril, el registro de novedades cayó un 50% y la cantidad de ejemplares producidos fue tan solo de 500 mil, cuando en abril de 2019 era cercana a los 6 millones de ejemplares”.

Habida cuenta de esta casi total paralización de la producción y el comercio, la FEL decidió realizar una ‘feria virtual’ en los días que correspondían a la Feria Internacional. Consistió en desarrollar, en su web, un programa cultural como atractivo y en colocar un mapa de librerías argentinas que efectúan envíos (y que



incluyó a más de 700 de ellas), con los vínculos para agilizar la consulta y compra. Así, traccionó la adquisición de libros desde el interés por un autor, un título o una temática.

Fue un paliativo (todo lo hecho y por hacer en 2020 goza de tal calificativo) y sus resultados animaron a repetirla en los días de julio en los que la FEL organiza la Feria del Libro Infantil y Juvenil, en dos sedes simultáneas: Buenos Aires y La Plata.

Esta vez fue mejor, porque el número de editores que se incorporaron resultó mayor que en las tradicionales ferias físicas de las dos ciudades y también incluyó las librerías. Ambas pudieron ser de cualquier punto de Argentina, y subir sus propuestas culturales y sus promociones especiales para esos días; por ejemplo, el envío gratuito hasta determinada distancia, un obsequio a partir de determinado monto gastado, etc.

Sin embargo, estas acciones no resuelven el problema económico de la propia FEL, que debe prepararse

para la organización de la Feria Internacional 2021. Y aún no tiene claro en qué condiciones sanitarias podrá hacerlo.

El panorama es, entonces, incierto al cierre de este artículo. Lo es para las ferias en su conjunto y para la industria del libro, en Argentina y en el mundo.

Lo que sí sabemos es que recuperar un año en el que se frenó la producción, se vendió poco y se puso en situación de grave daño a la economía librera demandará compromisos en los que también deberá estar presente el Estado.

Las políticas por llevar a cabo son variadas y con matices según los países, pero debe tenerse en cuenta una cuestión clave: habrá que apuntalar la diversidad.

No lo decimos solo como *ferieros* que dependemos de ella para tener un evento atractivo y de volumen. También resulta crucial para todo lo rico que una cultura produce y que necesita del libro como herramienta principal.

# Las ferias del libro en la pandemia



**Marisol Schulz Manaut**

*Directora general*

*Feria Internacional del Libro de  
Guadalajara*

Conjuntamente con la incertidumbre, la devastación, los cientos de miles de muertes y afectados, y un cambio radical de vida que la pandemia del coronavirus ha traído de manera tan inesperada como inaudita a toda la humanidad este aciago 2020, las actividades de muchos sectores han tenido que paralizarse, desacelerarse o han visto afectada su dinámica en la mayor parte del mundo, dejando un impacto social y económico tan difícil de predecir como de detener. Los efectos de esta situación, que ha dejado destrucción y muerte en todos los continentes, durarán muchos años, pues se sabe que a partir de estos hechos el planeta entero vivirá una de las peores crisis económicas de su historia.



El Fondo Monetario Internacional (FMI) proyecta que la economía mundial sufrirá una contracción de alrededor del -4,4% para 2020, y prevé que este año casi 90 millones de personas caerán en la indigencia.

En nuestros países latinoamericanos, la realidad es aún más preocupante, ya que las proyecciones reflejan un índice de decrecimiento drástico, del -8,1%, lo que dejará a millones de habitantes en la pobreza extrema, en tanto que muchos otros apenas lograrán tener ingresos suficientes para sobrevivir.

En el *Informe de perspectivas de la economía mundial*, de octubre de 2020, del FMI, se señala que “la reapertura se ha estancado. Ante la reaparición de algunos focos, los países desaceleraron el ritmo de reapertura

en agosto y en algunos casos volvieron a instituir confinamientos parciales [...]. Las profundas heridas que ha dejado en la economía mundial la recesión producida por la pandemia se hacen más evidentes en los indicadores del mercado laboral y en los datos sobre la inflación”.

En este panorama nada halagüeño, un sector particularmente vulnerable es el de la industria del libro y las industrias culturales en general. Desde mediados de marzo cuando en la mayor parte del mundo cerraron las librerías y muchos otros puntos de venta del libro, los editores comenzaron a sufrir pérdidas en su facturación de la que aún no se pueden reponer. Lamentablemente muchos de los más pequeños no conseguirán sobrevivir

o lo harán con infinitas dificultades. Aunado a esto, las ferias de libro y festivales literarios de toda índole en todo el globo paulatinamente han tenido o bien que clausurarse o mudar al escenario virtual, lo que agranda la crisis porque, aunque se cuente con plataformas potentes y un buen programa de contenidos, la magia de pasear a lo largo y ancho de pasillos atiborrados de posibilidades de lectura y de múltiples ofertas en todos los géneros editoriales no podrá nunca suplirse.

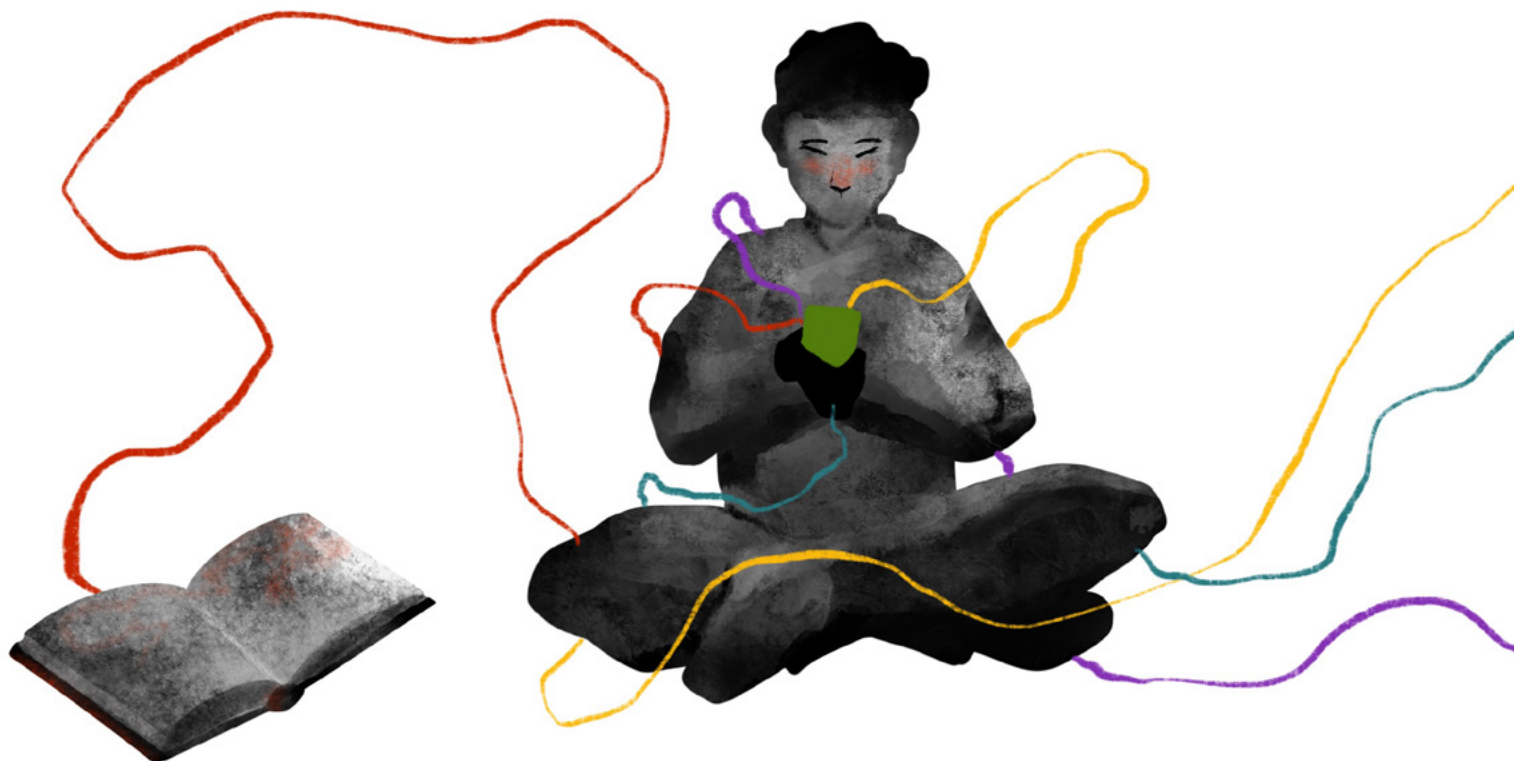
Todos los sectores de la llamada cadena del libro han tenido que modificar su *modus operandi*, y aunque en el primer trimestre del año se tenía la esperanza de controlar la epidemia en otoño, la realidad nos ha hecho darnos de bruces con el panorama más pesimista. En Latinoamérica la situación sigue descontrolada en la mayor parte de nuestros países, mientras que Europa se enfrenta a la furia de la segunda ola.

A nueve meses de la pandemia la situación sanitaria global impide la celebración de eventos multitudinarios como las feria del libro, verdaderas fiestas de la cultu-

ra, donde se congregan cientos de miles de personas convocadas por esa energía positiva que es el afán por encontrarse con algún autor interesante o con algún título que probablemente nos transformó.

Quienes hemos dedicado la vida a esto, a los libros y la lectura en sus muy distintos formatos, sabemos por experiencia propia que asistir a una conferencia, a un panel o a la presentación de una obra nos puede cambiar la vida. Las anécdotas en mi caso se cuentan por cientos.

Ahora bien, ¿qué ocurrirá con las ferias del libro en 2021 y los años venideros? Imposible saberlo. El 2020 nos ha dejado muchas enseñanzas y ha asestado, como ya lo indiqué, golpes contundentes. Ahora sabemos que en muchas ocasiones no es necesario viajar para asistir a un programa de calidad o a un diálogo esclarecedor, pero también sabemos que lo que más añoramos es el encuentro personal, la magia de toparse año con año con colegas, abrazarlos, asentir o discutir sobre los temas más diversos en un ambiente que solo las ferias



del libro propician. Este 2020 ha traído junto con la pandemia una sobreoferta de actividades virtuales y muchos dolores de espalda por las horas que debemos estar sentados frente a la pantalla de la computadora. ¿Tendrá que repetirse esta modalidad en 2021?

En una declaración conjunta que lanzaron en septiembre de este año, los directores de las ferias de Gotemburgo, Frida Edman, y de Frankfurt, Juergen Boos, sostienen: “Las ferias del libro mundiales nos recuerdan año con año la importancia de la lectura, la literatura y la libertad de expresión. Las ferias del libro son un prerequisite para la sobrevivencia de la historia en el futuro. Sin ferias de libro habría menos editores y menos autores. Con menos autores se perderían los lectores. Sin lectores no puede haber democracias fuertes. El mundo sería más pobre sin las ferias del libro”.

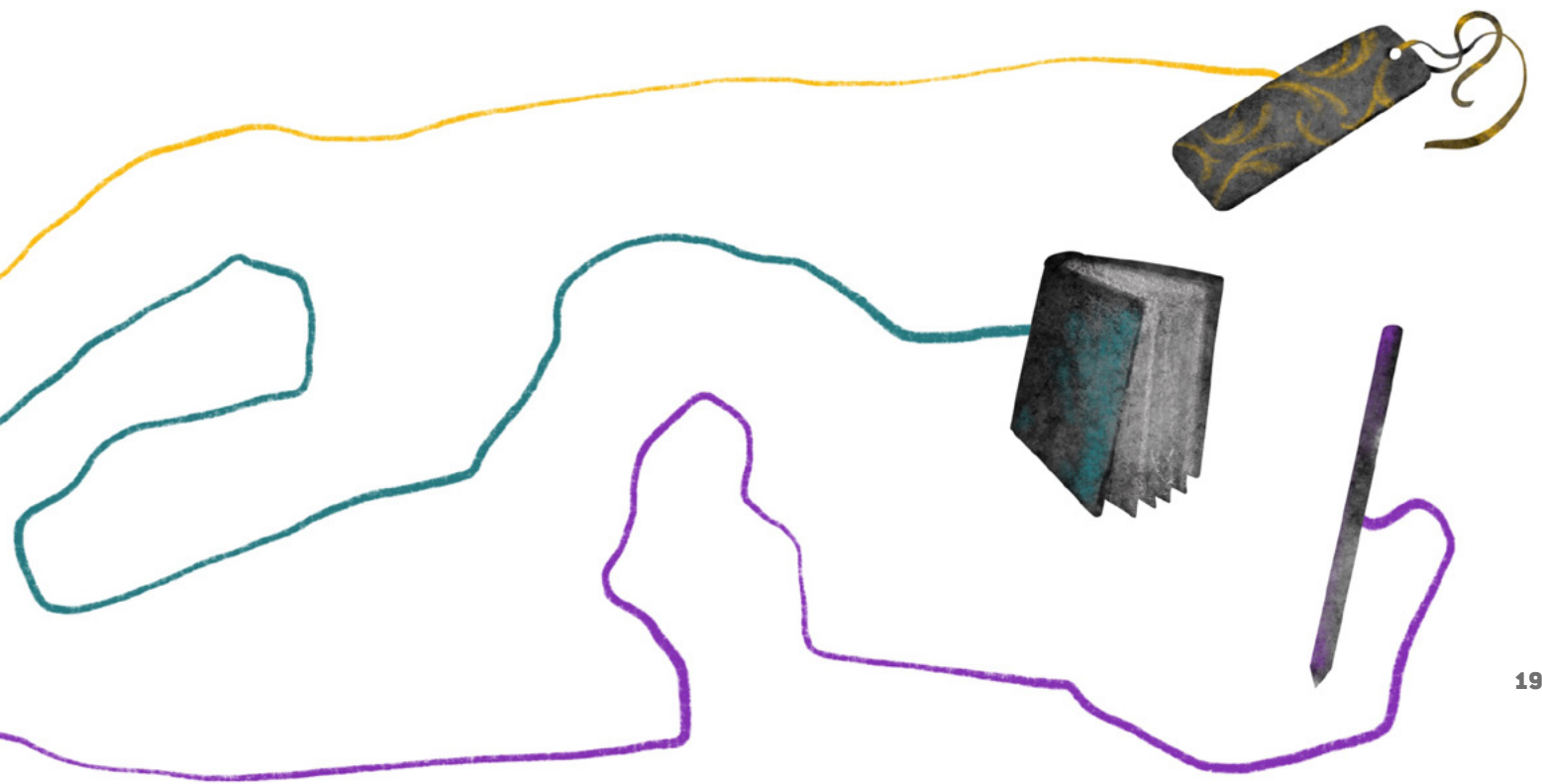
Suscribo completamente esta declaración.

Este 2020 para la Feria Internacional del Libro de Guadalajara, que me honro en dirigir, ha sido un año lleno de retos y dificultades. Hasta hace relativamente

poco abrigábamos la esperanza de poder realizar una feria presencial, con todos los controles de asistencia y sanitarios que dicta el protocolo en estos casos. Lamentablemente la situación del Covid-19 en México no es propicia y sigue fuera de control, por lo que a principios de octubre nos vimos en la penosa necesidad de migrar a un formato virtual, como tantas otras ferias y festivales literarios han venido haciendo durante este año. Una decisión tan dolorosa como sensata. Pero esperamos con ansias que estas circunstancias se reviertan y a fines de noviembre de 2021 recibir a todos con los brazos abiertos, y con un abrazo colectivo tan necesario en estos tiempos.

Después de todo, como dice el escritor y dibujante español Ángel de la Calle, “los festivales [y ferias de libro] por internet son como los aviones aparcados en tierra. Son muy bonitos, pero los aviones no se hicieron para eso, se hicieron para volar...”.

Espero que todos en 2021 podamos desplegar nuevamente nuestras alas.





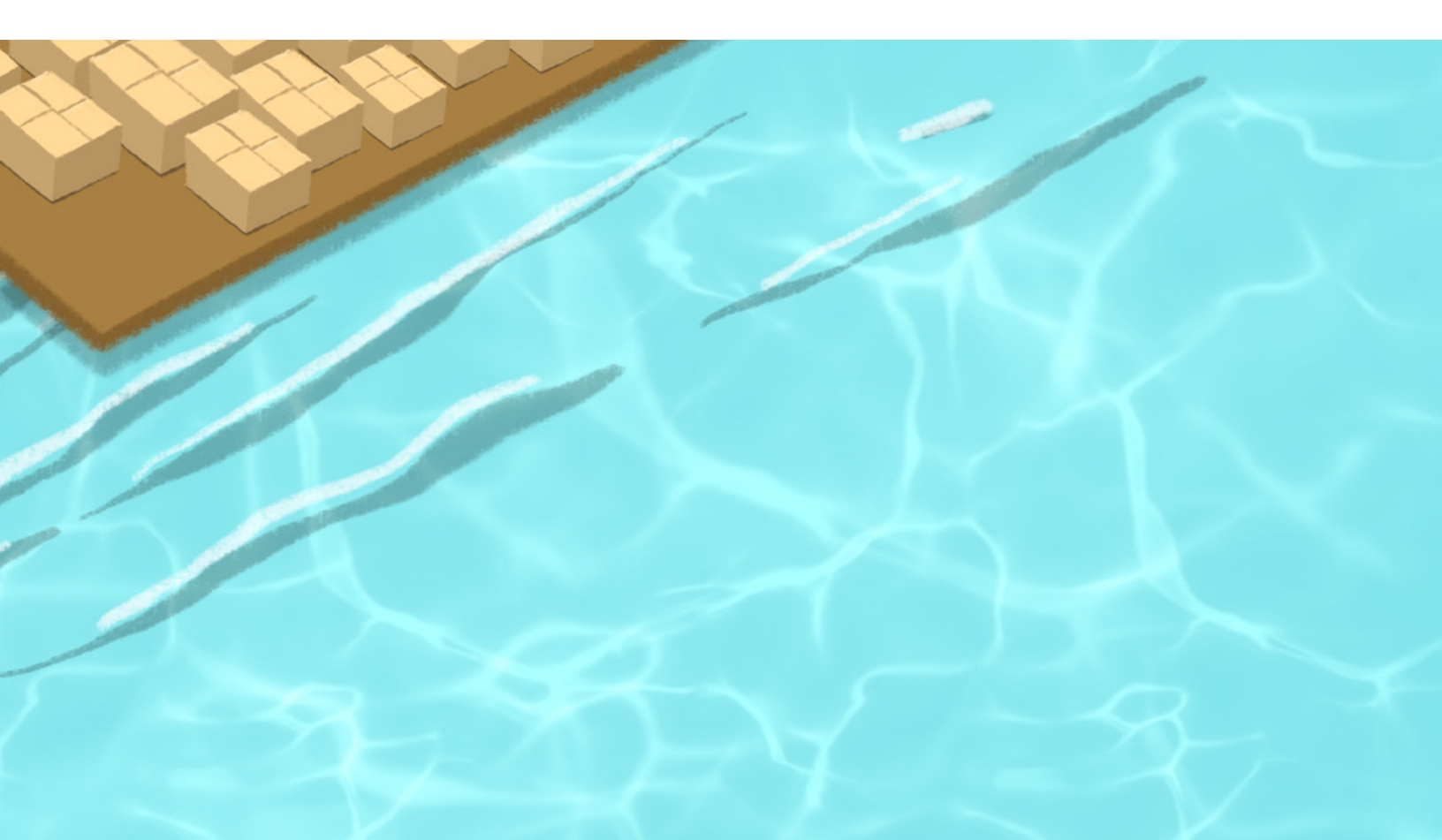
Las ferias del libro ante su

# ARMAGEDÓN



**Manuel Gil**

*Nacido en Albacete (España), es licenciado en Psicología por la Universidad Complutense de Madrid; máster en Dirección Comercial y Marketing por el Instituto de Empresa de Madrid; miembro de la primera promoción del Programa Avanzado de Dirección y Gestión de Empresas Editoriales del Instituto de Empresa; y dirige el blog <http://antinomiaslibro.wordpress.com>*



La pandemia ha irrumpido en el mundo del libro como un tsunami, poniendo a las ferias del libro en un brete, podemos convenir que el virus mató a la estrella de las ferias. También hemos podido comprobar en estos meses que, aunque el mundo se ha paralizado, la gente siguió leyendo. Llegados a este punto debemos reflexionar sobre si es posible seguir realizando las ferias con rigurosos protocolos de seguridad o si es cauto y responsable cancelarlas. Es obvio que el miedo convierte el vértigo en pánico, y esta situación pesa sobre las decisiones por tomar, sobre todo al observar que los rebotes mantienen la actividad del virus. Parece razonable en cualquiera de los casos huir de la valentía extrema y aceptar que la prudencia y la responsabilidad sean lo que predomine en la toma de decisiones.

La pandemia ha atacado el activo crítico de las ferias presenciales de público, su capital circulante, que no es otro que las personas. El público lector visitante, centro gravitatorio de las ferias, la pandemia lo convierte en un punto altamente vulnerable. Si convenimos que las ferias tienen hoy tres características esenciales: inteligentes, digitales y sostenibles, hoy hay que añadir seguras. Los controles de aforo y distanciamiento merman la capacidad de las ferias de generar datos y construir algoritmos de mejora. Unas ferias ancladas en lo analógico del libro acaban por ser esclavas de los soportes tangibles. La pandemia ha llevado a las ferias a ponerse en 'modo control de daños', y a repensar sus modelos.

La emergencia de su impacto en marzo atenazó a todas las ferias, en ese momento estas tenían ya desarrolla-

da su programación y modelo presencial, y tuvieron que revisar con urgencia la posible viabilidad económica, la conveniencia para la industria y la probable incidencia sanitaria a la hora de tomar una decisión. Puede resultar interesante analizar lo que ha supuesto la irrupción de la pandemia en las ferias del libro echando la vista atrás, analizando y reflexionando sobre su evolución y desarrollo durante los últimos años.

### **Evolución de los modelos**

Las ferias, como espacios de intercambio y negociación cultural y económica, han entendido que su ámbito estratégico está altamente globalizado y proyectan su influencia de manera transnacional, siguiendo lógicas globales de internacionalización. Se alejan de la contex-

tualización nacional para abrirse a miradas transnacionales. El libro está globalizado y las ferias también. Las ferias ya no tienen patria ni país, son transnacionales. Poder seguir *online* lo que ocurre en Fil Guadalajara, en Fil Bogotá, en Fil Buenos Aires o en Fil Lima es ahora posible, y todas las industrias del libro serán muy receptivas a los proyectos futuros bajo estas dinámicas. La madurez de las ferias, incluso como mercado, así lo determina. Es cierto que en esta maduración *online* hay todavía brechas nacionales, sobre todo en lo referido a insuficiencias de banda ancha en fibra.

Durante la última década, las ferias del libro, en especial las que tenían un modelo B2C (público visitante y comprador), han estado creciendo ininterrumpidamente, tanto en público como en expositores y magnitudes comerciales. Incluso durante la crisis financiera de 2008, mientras las editoriales sufrían el descenso del consumo de libros en sus cuentas de resultados, las ferias siguieron imparable. Parecía que las ferias con público habían conseguido dividir el átomo. En paralelo, los salones del libro enfocados a modelos B2B (comercio entre empresas) tuvieron que especializarse para subsistir debido a la irrupción de internet, la web 2.0, el consumo digital a través de *smartphones*, la mensajería instantánea, etc.

Estas herramientas conllevaron la desestacionalidad de las compras y la prescindibilidad física del encuentro de compradores y vendedores a nivel de empresas.

Muchos de estos factores podían hacer pensar en que las ferias ya no eran necesarias, fueron muchos los que defendieron este análisis, pero el tiempo demostró su equivocación. Las ferias enfocadas a público supieron añadir a su modelo tradicional lo que aportaba internet en cuanto a mejorar la experiencia del visitante recurriendo a herramientas digitales de apoyo a la visita y teniendo en cuenta la modificación de hábitos de consumo cultural. Integraron internet en apoyo de un modelo esencialmente analógico y presencial, y los resultados fueron un crecimiento continuo y una mejo-

ra de la sofisticación del modelo. Ferias que se podían conceptualizar como ‘inteligentes’ (aprender de la gran cifra de visitantes mediante algoritmos y construir un *big data*, medir para mejorar), ‘digitales’ (introduciendo herramientas digitales al servicio de la información al visitante) y ‘sostenibles’ (crear modelos de gran implicación medioambiental y de medición de impacto en huella de carbono) transitaron hacia una evolución de su modelo. Este *mix* conseguía vender emociones y no producto, esta fue la clave. Las ferias se perciben a través de los sentidos, y gracias a estos creamos emociones y generamos experiencias. Podemos pensar incluso en una ‘erótica’ de las ferias. El visitante no compra productos (que también), invierte en experiencias. Si una feria no genera emociones en el visitante, este dejará de asistir. ¿Cómo interactuar con el visitante? A través de una estrategia omnicanal (*offline/online*), estimulando los sentidos y las emociones para crear en ellos una experiencia única. Los últimos años vieron una espectacularización enorme de las ferias, glamurosos *show rooms* del libro, en los que la innovación de cada edición era una constante (cada edición era distinta). Se abrieron a introducir un *marketing* experiencial cuyo objetivo era estimular los sentidos para despertar un sinfín de emociones y sentimientos positivos. Las ferias gozaban de una salud de hierro, equilibrando el modelo entre mercado y cultura. Conjugaban a la vez huir del gigantismo comercial para abrazar dinámicas vertiginosas de cultura.

Desgraciadamente la pandemia ha impuesto en algunos casos el aplazamiento a nuevas fechas, y posteriormente la cancelación, debido a que los rebrotes hacían que la situación empeorase elevando el nivel de incertidumbre y alarma. Un cierto pragmatismo virtuoso llevaba a tomar estas decisiones, obviamente dolorosas y amargas, dejando un poso de fracaso y desconsuelo en los equipos feriales, abandonando la esperanza vana de poder hacer las ferias de modo tradicional. Solo en Europa se calcula que las cancelaciones han afectado a



más de 7000 expositores y a varios millones de visitantes. Un duro golpe para las industrias del libro que se añade a la situación de estancamiento que el mercado del libro padece desde hace una década.

## Ferias digitales

Una vez canceladas las ferias y los festivales literarios, todas las entidades organizadoras comenzaron a trabajar en el desarrollo de alternativas digitales, más o menos efectivas, desde la feria física. Los ensayos de transmisiones por Zoom o Team y los videos en YouTube han sido el preludio de lo que puede llegar a ocurrir en próximas ediciones. Durante este año se trataba de mantener vivas ante la sociedad lectora las marcas feriales, pero muy probablemente ya para el año 2021 veremos soluciones mucho más sofisticadas, pese a que la tarea no es nada fácil.

Evocar en línea una feria presencial es muy complejo. De cara al futuro es muy probable que las ferias vuelvan a contemplar aglomeraciones de público, pero la enseñanza que nos deja la pandemia es clara. Integrar el concepto de feria presencial segura con feria virtual parece un camino de no retorno. El problema surge al pensar en lo que entendemos por feria virtual, y la estrategia subyacente al modelo.

Replicar una feria de público en una feria virtual supondrá incorporar un *software* digital que integre realidad virtual, realidad aumentada, inteligencia artificial y herramientas de *machine learning*. Este modelo no es barato, y tiene un punto heterodoxo, las ferias se verán afectadas por una densa niebla de ceros y unos. Se tendrá que huir de la ortodoxia, más propia del Ejército y la Iglesia, en cuanto al diseño de nuevas ferias. El resultado final: volverse virtual puede abrir nuevos mercados y nuevos canales para interactuar con los lectores a nivel transnacional. No es momento para desaprovechar las oportunidades de lo digital, como así nos ha revelado el período de confinamiento.

Se trataría de crear espacios interactivos de encuentro *online* entre autores, librerías, editoriales y compradores. Pensando en el futuro hay que considerar que los modelos venideros, con independencia de que se tenga vacuna, se verán afectados por tres componentes: modelo de negocio, formato y tecnología. La adopción tecnológica tiene una base sociológica, demográfica y generacional, lo que obliga a reconfigurar los modelos teniendo en cuenta estos parámetros. Las ferias que durante la última década han ido construyendo una sólida base digital de seguidores en distintas redes tienen una ventaja competitiva importante y sostenible para este rediseño del ecosistema ferial. La hibridación y las realidades mixtas en los formatos de ferias serán una realidad. Se incorpora así una tensión estratégica entre innovación digital, impulsada por los consumidores,

y el miedo de las ferias a tener que replantearse su modelo, no olvidemos que en la industria del libro todavía perdura un cierto discurso tecnófobo, apoyado en la relativa inadaptación del libro al ecosistema de internet. Las reglas han cambiado y nadie tiene la respuesta. Recalificar el terreno simbólico de las ferias añadiendo la vertiente *online* será el reto de las próximas ediciones. El ecosistema de una feria es inter-

dependiente, un cambio en un eslabón afecta al conjunto, desequilibrando las partes más débiles. Si el continente es importante en las ferias presenciales, al añadir la vertiente *online* el contenido será el centro gravitatorio de la propuesta ferial. Contenido antes que continente. Si hasta ahora las propuestas *online* eran un contenido accesorio de las ferias presenciales, los próximos años verán una transformación radical de los modelos feriales, serán híbridos y mixtos. En toda la industria del libro, y también en las ferias, queda mucho por hacer en términos de transformación digital. El reto será combinar dos coherencias que pueden parecer incompatibles entre sí, y es que enseña más la adversidad que la opulencia.

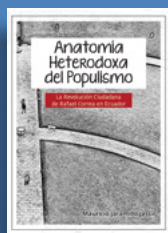


## Universidad del Rosario



**¡A esta santa Bárbara jamás me encomendé!**  
Los giros de la iconografía de santa Bárbara en la Nueva Granada

Francisco Gómez López  
Páginas: 188  
ISBN: 978-958-784-451-1  
ISBN-e: 978-958-784-450-4  
P.V.P.: USD \$5,48



**Anatomía heterodoxa del populismo.**  
La Revolución Ciudadana de Rafael Correa en Ecuador

Mauricio Jaramillo Jassir  
Páginas: 372  
ISBN: 978-958-784-473-3  
ISBN-e: 978-958-784-472-6  
P.V.P.: USD \$10,96



**Repensar la educación en derecho internacional en América Latina: avances y discusiones en 2019**

Enrique Prieto-Ríos, Paola Andrea Acosta-Alvarado y Daniel Rivas-Ramírez  
Páginas: 318  
ISBN: 978-958-784-513-6  
ISBN-e: 978-958-784-514-3  
P.V.P.: pendiente

## Universidad de Guadalajara



**Cantoras todas.**  
La generación del siglo 21

Enrique Blanc, Gabriela Robles y Humphrey Inzillo (coordinadores)  
Páginas: 248  
ISBN: 978-607-547-884-5  
PVP: USD \$15  
ISBN-e: 978-607-547-880-7  
PVP: USD \$11



**Museo portátil del ingenio y el olvido**

Juan Nepote  
Páginas: 280  
ISBN: 978-607-547-845-6  
PVP: USD \$15  
ISBN-e: 978-607-547-849-4  
PVP: USD \$11



**Minificciones desde el encierro**

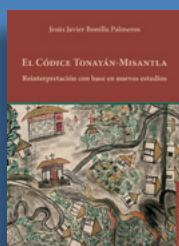
Varios autores  
Páginas: 112  
ISBN: 978-607-547-929-3  
PVP: USD \$13  
ISBN-e: 978-607-547-934-7  
PVP: USD \$10

## Universidad Veracruzana



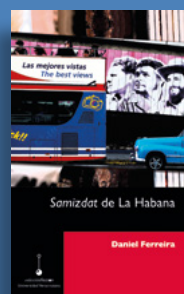
**Sonrisas de piedra y barro:**  
Iconografías prehispánicas de la Costa del Golfo de México

Sara Ladrón de Guevara  
Páginas: 268  
ISBN: 978-607-502-808-8  
P.V.P.: USD \$10



**El Códice Tonayán-Misantla.**  
Reinterpretación con base en nuevos estudios

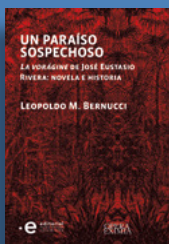
Jesús Javier Bonilla Palmeros  
Páginas: 193  
ISBN: 978-607-502-814-9  
P.V.P.: USD \$15



**Samizdat de La Habana**

Daniel Ferreira  
Páginas: 212  
ISBN: 978-607-502-816-3  
P.V.P.: USD \$10

## Pontificia Universidad Javeriana



**Un paraíso sospechoso**  
*La vorágine* de José Eustasio Rivera: novela e historia

Bernucci, Leopoldo M.  
Páginas: 254  
ISBN: 978-958-781-466-8  
ISBN-e: 978-958-781-467-5  
PVP: USD \$9,99



**Los animales desde el derecho**

Carlos Andrés Muñoz López  
Páginas: 154  
ISBN: 978-958-781-479-8  
ISBN-e: 978-958-781-480-4  
PVP: USD \$9,99



**Mundos de creación de los pueblos indígenas de América Latina**

Ana Cielo Quiñones Aguilar (editora académica)  
Páginas: 396  
ISBN-e: 978-958-781-551-1  
Acceso abierto