

# Una visión

## de las editoriales universitarias en las ferias del libro



**Sandra Álvarez Marín**  
*Directora editorial, Universidad  
del Norte, Barranquilla, Colombia*

Indudablemente, las ferias del libro se han convertido en un espacio gratificante y enriquecedor para todos los protagonistas que interactúan en un mismo espacio: lectores, autores, editores, librerías, diseñadores, traductores, distribuidores, ilustradores, impresores, gestores culturales y bibliotecarios. Todos y cada uno desempeñan un papel relevante en la promoción y circulación del libro.



Los editores, en particular, no solo valoran y disfrutan de la lectura de un buen libro y tienen la responsabilidad de editarlos con los más altos estándares de calidad, sino que conocen y han vivido de manera cercana cómo el libro recorre una larga —y, en ocasiones, compleja— “travesía”, con el propósito de ser acogido por un interesado lector.

El sector editorial espera con entusiasmo este escenario que dinamiza su industria. Esto implica diversas actividades: la comercialización y construcción de nuevos mercados, el lanzamiento de novedades, la negociación de derechos de autor, al igual que la capacitación en las nuevas tendencias y tecnologías aplicadas al diseño, edición, divulgación y distribución de los libros. Además, en las ferias se llevan a cabo ruedas de negocio con la participación editores, libreros, escritores, agentes comerciales, agentes de derechos y *scouts*. Todos ellos, profesionales de distintas latitudes, que facilitan la negociación de derechos de traducción y coedición, así como el intercambio de experiencias. Por supuesto, la editorial universitaria, como miembro de este gran sector, propende a todo lo anterior; pero, también, busca crear vasos comunicantes entre académicos e investigadores de diferentes instituciones, a fin de contribuir a fortalecer la investigación, el trabajo colaborativo y la creación de redes de conocimiento científico, sin perder su misión de llegar a la sociedad con contenidos que aporten a su desarrollo, generen reflexión e impacten en su transformación.

En estas importantes ferias del libro, que se llevan a cabo en diversos lugares, los sellos editoriales universitarios pretenden acceder a una mayor visibilidad de la



producción académica y científica, así como a que se reconozca la calidad de los contenidos que publican. Promueven encuentros de los profesores-autores con sus pares y contribuyen no solo a la difusión de conocimiento, sino que abren espacios de diálogo de saberes y vínculos interinstitucionales que generan proyectos académicos y de investigación.

La participación en una feria es un trabajo arduo para las editoriales, porque conlleva muchos meses de planeación; implica identificar las novedades que se presentarán, organizar con suficiente antelación el catálogo de publicaciones, asegurar una buena exhibición de los libros en el *stand*, definir una agenda de trabajo que incluya citas con representantes de bibliotecas, visitar editoriales, buscar coeditores y distribuidores, entrevistarse con librerías, elaborar un plan de divulgación en medios previo a la feria, preparar el lanzamiento de novedades, entre otros. Paralelamente, debe convocar nuevos lectores, identificando sus necesidades, a fin de orientar su búsqueda de contenido, y ofreciendo publicaciones en diversos formatos, con distintas opciones de adquisición.

No obstante, no podemos perder de vista que una feria, “además de un espacio de difusión y comercialización, debe orientarse a la promoción de la lectura y su formación en sus diversos soportes. En ese sentido, su programación debe enfocarse en una atención redoblada a ofrecer ambientes que promuevan el contacto directo con los libros y la creación de situaciones lúdicas, fruitivas y pedagógicas para la formación de lectores” (Piúba, 2012).

Precisamente, un reto de la editorial universitaria es lograr conciliar su misión académica con estrategias efectivas que promuevan la lectura y trasciendan los espacios exclusivamente formativos.

## Referencia

Piúba, F. dos S. (2012). Las ferias del libro: espacios de educación, cultura, economía y ciudadanía. En *Las ferias del libro: manual para expositores y visitantes profesionales* (pp. 45-54). Madrid: Cerlac-Unesco.

