

Visibilitat acadèmica de les fires del llibre

nuvibo dv., 28/02/2020 - 10:50



Bosshard, Marco Thomas; García Naharro, Fernando (eds.). *Las ferias del libro como espacios de negociación cultural y económica*. Vol. 1, «Planteamientos generales y testimonios desde España, México y Alemania». Madrid: Iberoamericana; Frankfurt am Main: Vervuert, 2019. 296 p. ISBN 978-84-9192-028-1. 29,80 €.

Fa uns mesos es va publicar el primer volum de *Las ferias del libro como espacios de negociación cultural y económica*, un conjunt d'articles fruit del simposi inaugural del projecte d'investigació homònim que es duu a terme a la Universitat de Flensburg (Alemanya) des de l'any 2017. Com el seu nom indica, la publicació pretén analitzar les fires del llibre des d'una perspectiva política, sociocultural, econòmica, mediàtica i fins i tot estètica, i es centra en casos significatius de fires que s'organitzen a Espanya, Mèxic i Alemanya.

Aquest volum conté una introducció més tretze capítols dividits en dues parts: els vuit primers aborden plantejaments de caire acadèmic i els cinc restants mostren testimonis i discursos. Totes les contribucions cerquen construir ponts entre els diferents actors del món del llibre i visitants potencials de les fires, tals com llibreters, editors, distribuïdors, autors, lectors, així com altres agents del sector cultural, i debaten la presència del «país convidat d'honor» com un element estratègic a les fires per augmentar la visibilitat cultural i el desenvolupament econòmic del país o la regió protagonista.

Des de quan existeixen fires dedicades al món del llibre? Com han evolucionat al llarg del temps? Quins eren els objectius a assolir? El primer text introductori analitza l'evolució de les fires del llibre tant a Europa com a Llatinoamèrica i mostra les diferències entre la Fira del Llibre de Frankfurt (Alemanya), nascuda al segle XV, i la Fira Internacional del Llibre de Guadalajara (Mèxic), inaugurada el 1924. El tema guarda relació amb el següent article: «Los orígenes de las ferias del libro en México en el siglo XX», al qual es fa una

retrospectiva política sobre les pràctiques editorials i les polítiques públiques que incentivaren la producció i difusió del llibre al país americà des de l'inici de la seva fira de capçalera. També documenta la quantitat de fires existents arreu del país, així com els seus orígens diversos (classificades com universitàries, locals, regionals, per temes...). A més, fa èmfasi en alguns dels valors que suposen per a la societat i el circuit del llibre, com per exemple l'accessibilitat del producte com a fenomen cultural, l'exercici de les fires com a punts de venda amb el fenomen comercial que suposa, i l'alfabetització com a fenomen educatiu. Aquesta descripció del context històric i l'estudi de la recent situació en la qual es troben les fires del llibre a Llatinoamèrica de ben segur que serviran de referència per a futurs estudis i anàlisis.

Sense sortir del segle XX, la concepció de *fira del llibre* s'estenia més enllà de l'exposició i venda de llibres, i es consolidava com un esdeveniment amb una programació cultural extensa, on s'organitzaven exposicions, concerts, exhibicions de dansa, teatre i cinema, entre d'altres. Així ho relata l'article «México, un libro abierto. La exposición central del país invitado en la 44.ª Feria del Libro de Frankfurt (1992)», el qual pretén reconstruir aquesta fita. Aleshores, la participació d'un «país convidat d'honor» era una oportunitat per promocionar la cultura d'aquest país i revifar l'interès polític. En el cas de Mèxic es van organitzar tertúlies literàries, esdeveniments culturals, vetllades gastronòmiques i venda de menjar i productes típics al centre comercial de Frankfurt. Oi que no queda gaire lluny de la imatge que tenim de *fira del llibre* en l'actualitat? Vint-i-cinc anys més tard, aquest concepte continua sent un model a seguir pels organitzadors i els agents involucrats a les fires del llibre.

En relació amb aquesta figura, són dos els articles que conviden a reflexionar sobre els valors econòmics, polítics i culturals que intervenen quan un país és convidat a una fira internacional. Les relacions internacionals, les notícies i la cobertura mediàtica o les influències intel·lectuals són exemples que permeten analitzar i mesurar l'impacte d'aquests valors. Un aspecte també destacable és el que mostra l'estudi «The impact of book fairs on book sales», que relaciona el volum de vendes del mercat editorial amb l'època de fires del llibre a Alemanya, tot analitzant la fira de Frankfurt. En aquest sentit, no es pot generalitzar que totes les fires del llibre vagin relacionades amb un augment de les vendes, igual que un país convidat no té la mateixa visibilitat segons el tipus de fira del llibre a la qual assisteix.

Més reflexions interessants són les que planteja l'autor del text «Actores anejos al campo editorial: el caso de la Feria del Libro de Madrid», relacionades amb l'impacte als mitjans de comunicació: quantes notícies es publiquen, quina és la repercussió als mitjans, quantes mencions tenen a les xarxes socials... El fet que aquesta fira sigui de caràcter comercial, orientada al públic, a l'aire lliure i amb una durada superior a 15 dies, la caracteritza com un esdeveniment cultural que ha de centrar esforços a gestionar i optimitzar les estratègies de visibilització, tant dins com fora de la fira. Torna a sortir a la llum la importància d'acompanyar les fires amb una àmplia agenda d'activitats culturals i d'incitar el públic potencial, especialment jove. Aquesta fira també és protagonista d'un treball de camp on es mesura l'acceptació i recepció del format dels països

convidats d'honor que acudeixen anualment a la fira per part dels visitants no professionals i llibreters, així com la comparació entre la Fira del Llibre de Frankfurt i la Feria del Libro de Madrid respecte a les vendes de literatura del país convidat: la primera ven al públic només durant un dia i la segona durant més de quinze, amb una quantitat de vendes similar. Una bona raó per posar en dubte l'eficàcia i conveniència de promoció de literatura estrangera amb un país convidat d'honor a una fira considerada d'oci, comercial i de caràcter local.

La segona part del volum, dedicada a testimonis que versionen amb objectivitat experiències en el marc organitzatiu de diferents fires del llibre, posa de manifest la importància del país convidat d'honor per aconseguir un impacte cultural, econòmic i polític. Els objectius primordials són:

1. Promocionar la llengua i cultura a través de la literatura.
2. Donar suport al desenvolupament de la indústria editorial.
3. Afavorir la publicació en altres llengües d'obres literàries i de pensament originàries d'un país o regió.
4. Fomentar la circulació i difusió exterior dels autors.
5. Facilitar diàleg i intercanvi entre assagistes i investigadors.
6. Promoció d'esdeveniments i la participació en programes especials a fires internacionals i festivals literaris.

Tot això no seria factible sense estratègies, eines d'actuació, plans de promoció i programes de foment. Un exemple és l'Institut Ramon Llull, un ens actiu que fomenta la presència de la literatura i cultura catalanes a fires del llibre internacionals i a més treballa com a informador i prescriptor. En l'àmbit estatal tenim el cas de la Feria Internacional del Libro LIBER, que fora del seu caràcter de fira internacional i professional sense espai de venda al públic, fa la funció de portaveu dels problemes del sector editorial espanyol i del món del llibre als mitjans de comunicació. També impulsa les polítiques públiques a favor de la promoció de la lectura, del sistema bibliotecari i defensa una bona legislació de la propietat intel·lectual.

En definitiva podem dir que davant l'escassa bibliografia sobre fires del llibre, aquest volum ja s'ha convertit en una obra de referència en la matèria. Esperem amb ganes el segon volum del projecte per continuar ampliant coneixement sobre les fires del llibre.

[Cristina Guzmán](#)

Graduada en [Informació i Documentació](#) (UB)