

Publicado en: <https://fima.ub.edu/edl/ca/nous-estudis-sobre-les-fires-del-llibre>

**Anastasio, Matteo; Bosshard, Marco Thomas; Cervantes Becerril, Freja I. (eds.). *Las ferias del libro como espacios de negociación cultural y económica*. Vol. 2, «Conclusiones y nuevas trayectorias de estudio». Madrid: Iberoamericana; Frankfurt am Main: Vervuert, 2022. 503 p. ISBN 978-84-9192-280-3. 44 €.**

En aquest segon volum de l'obra col·lectiva *Las ferias del libro como espacios de negociación cultural y económica*, es vol continuar l'estudi encetat l'any 2017 amb el projecte d'investigació homònim. El 2019 n'aparegué un primer lliurament, que [ja va ser ressenyat en aquest blog](#). Aquesta nova publicació conté, a més de la introducció, un total de dinou capítols dividits en tres seccions.

Una primera part formada per cinc articles, que comprenen els resultats del projecte, així com nous aspectes teòrics i metodològics sobre les fires del llibre. La segona part consta de deu treballs que conviden a reflexionar sobre l'anomenat «fenomen firal» (en referència a les fires del llibre) i que gira entorn de tres eixos: cultural, social i mediàtic. La tercera i última secció inclou quatre articles que contribueixen a la recerca amb testimonis i discursos.

Fa tres anys ens trobàvem davant d'un primer volum acadèmicament revelador. Aquest segon volum és el punt conclusiu de la investigació, realitzada entre els anys 2017 i 2020, on s'aborda la consolidació de les fires del llibre i s'analitza la seva complexitat, sense oblidar que hem fet front a una pandèmia global (la COVID-19) que n'ha fet replantejar el futur.

En la primera part de l'obra, s'amplia la perspectiva sociopolítica, cultural, econòmica i estètica-mediàtica amb treballs de camp i d'arxiu, considerant noves pràctiques, noves fires i diferents regions del món per assolir més pluralitat (centrats en l'espai alemany, espanyol i llatinoamericà). D'entre la varietat d'esdeveniments firals objecte d'estudi, els autors fan un apropament teòric sobre la seva classificació segons les seves funcions i els agents que hi intervenen: fires internacionals del llibre (FIL), locals, populars, professionals, generalistes, dedicades a la infància, a la indústria «independent», a institucions acadèmiques...

L'autor Fernando García Naharro es pregunta «Què és una fira?» i fa un repàs als avantpassats per concloure que no són simples emplaçaments comercials, sinó també espais de trobada de professionals (agents literaris, editors, distribuïdors, impressors, llibreters, escriptors, bibliotecaris i altres agents del sector cultural) amb públic lector.

Pel que fa a la segona part d'aquest volum, es torna a posar en relleu la importància de les fires per donar visibilitat a la cultura d'un país mitjançant el terme «convidat d'honor». En aquest cas, l'autora M. Carmen Villarino Pardo reflexiona sobre la presència de la ciutat de Santiago de Compostel·la com a convidada d'honor de la Feria Internacional del Libro (FIL) de Buenos Aires l'any 2016. I precisament fa èmfasi en el concepte de «ciutat convidada» i no «país convidat», ja que difereix de manera exponencial el fet que una ciutat, capital administrativa i cultural amb identitat pròpia, sigui la representant d'una comunitat, país o regió a la qual pertany.

Així mateix, trobem aportacions amb diversos articles que tracten l'aspecte social i estètic de les fires del llibre, com el que manifesta l'estat del món de l'edició independent a l'Argentina mitjançant petites editorials d'esquerres i el seu públic lector, a cura d'Ezequiel Saferstein, o l'anàlisi del perfil específic de la FIL Zócalo de la Ciutat de Mèxic com un cas particular que exerceix una funció social, per Alejandro Gaspar Guadarrama. Aquest [vídeo promocional de l'edició del 2022](#) és un exemple de la seva filosofia i magnitud (no us recorda la Setmana del Llibre en Català, però sobredimensionada?)

En l'eix estètic i mediàtic, l'autor Matteo Anastasio ens parla de l'exemple performatiu d'«arbre» que l'estand alemany va presentar a l'edició 2011 de la FIL de Guadalajara. Un repte expositiu ple de simbologia, metàfores i referències a la literatura alemanya que Timo Berger ja va testimoniar en un article del primer volum d'aquesta obra. En definitiva, per a l'optimització d'estratègies de màrqueting (quant a visibilitat i difusió), és gairebé obligatori pensar en la creació d'una imatge de marca, funcional i atractiva, per afavorir una cobertura mediàtica adequada als seus interessos.

La tercera part del volum va dedicada a testimonis que relaten les seves experiències en el marc organitzatiu de diferents fires del llibre. Manuel Gil, director fins fa molt poc de la Feria del Libro de Madrid; Marisol Schulz, directora de la FIL de Guadalajara, i Oche Califa, director de la Fundación El Libro i de la FIL de Buenos Aires, manifesten que les fires del llibre presencials s'han vist amenaçades per la pandèmia de la COVID-19 i cal replantejar-se de manera urgent una transformació. Cal treballar davant el repte de la digitalització per elaborar un perfil virtual alternatiu? Les direccions de les fires es plantegen aquesta i altres qüestions per fer front al present i al futur. També l'acadèmia i els acadèmics col·laboren presentant escenaris i idees que propicien noves pràctiques i accions futures.

Podem concloure que aquest segon volum, amb conclusions i noves trajectòries d'estudi de les fires del llibre, consolida el projecte i els coneixements manifestats des de l'inici, convertint-se en una (segona) obra de referència en la matèria.

**Cristina Guzmán**