



De izquierda a derecha: Catalina Durán McKinster, Héctor Flores Magón, Antonio Rivera y Luis Rodríguez.

EN LA NOVIEMBRE GUA DALA JARA

Bernardo Ruíz
Dirección de publicaciones
y promoción editorial, UAM

MUCHO SE HABLA EN LA ACTUALIDAD de empresas culturales, un concepto que tardó varios lustros en comprenderse en nuestro país, donde las burocracias sólo pensaban en el turismo como “la industria sin chimeneas”, y se visualizaba como un hecho aislado con la imagen de Acapulco o Cancún o Los Cabos o Puerto Vallarta.

Con los años, sin embargo, una serie de esfuerzos en apariencia aislados, mostraron una evidencia que poco se comenta aun al momento de repartir presupuestos: la cultura en México alcanza una cifra de resultados del orden de 7% anual en el PIB (producto interno bruto) del país. Un poco menos de lo que el petróleo y el turismo, en ese orden, aportan a la economía nacional.

El cine, la música, los espacios culturales, algunos medios y la industria editorial son parte de ese amplio concepto —empresas culturales— que a través del comercio y del flujo de ideas genera riqueza y transforma a los países.

En particular, la industria del libro, que tiene como aliados indispensables al diseño y, recientemente, a las nuevas tecnologías es una de esas empresas que desde hace más de 30 años ha dado a México un particular prestigio. A partir de la Feria de Libro de Minería de la UNAM, que se internacionalizó al poco tiempo, se logró un modelo de negocio que basa su éxito y acierto en la difusión del conocimiento y de la cultura. El esquema, al reproducirse, ha permitido subsanar una antigua carencia en nuestro mapa cultural: la endémica escasez de librerías y de lectores en el país.

Derivada de este ejemplo y del modelo de la reconocida feria del libro de Frankfurt, la de más prestigio en el mundo, en 1987 se convocó a la Feria Internacional del Libro de Guadalajara por iniciativa de la Universidad de Guadalajara (U de G).

La FIL de Guadalajara se distingue por su formato: cada año se dedica a un país invitado y se desarrolla con dos modalidades: la dedicada a los profesionales del libro, durante los tres primeros de los nueve días de duración de la feria; y las actividades para el público, donde autores, editoriales y visitantes conviven y tratan de abarcar la pluralidad e imaginación que se multiplica bajo el libro y su concepción (hoy tanto como objeto tangible o como libro virtual, para formatos electrónicos, multimedia, interactivos y audibles).

Para quien llega por primera vez al espacio de la Expo, donde se hospeda a la FIL, la visión sorprende. Desde el acceso principal el sitio es impresionante por su amplitud y por el número de asistentes: sólo comparables a los espectadores cuantiosos que asisten a un encuentro deportivo de importancia o a alguna estación de confluencia del Metro de la Ciudad de México en horas pico.

En el vestíbulo se contempla entonces el espacio de exhibición que se dedica al país invitado (Chile, en 2012) y dos zonas con una serie de filas y pasillos

donde las diferentes editoriales despliegan su nombradía. No hay duda acerca de quienes son los grandes cachalotes y ballenas del mundo del libro por la proporción de sus espacios, y la elegancia de sus estands. Cada uno de ellos compite por su atractivo visual y escenografía, la distribución de sus espacios y la variedad de sus publicaciones más recientes. El sonido es propio de las grandes colmenas humanas, el reverberar de voces de todo tono.

Hay incluso una creciente competencia en algunos escenarios, donde hermosas jóvenes hacen más el papel de edecanes y hostess de restaurantes de lujo que de promotoras de lectura.



Estand con publicaciones de la UAM
Fotografías de Catalina Durán McKinster

Las secciones de la Feria están distribuidas con un orden preciso: la gran sala internacional y al fondo su centro de negocios; y a su alrededor algunos estands de revistas, o librerías incluso. En un costado los salones para las presentaciones internacionales de libros, y como eje, del lado opuesto, las salas de presentaciones de los libros nacionales.

La zona dedicada al país invitado es la más amplia: de hecho ocupa el trazo de la planta original del edificio de la Expo, que se ha ampliado casi al doble durante la última década con el área internacional.

Las editoriales mexicanas comerciales más fuertes ocupan el espacio frente a la salas de presentación y en los pasillos se distribuyen diversas secciones: infantiles y juveniles, el gran espacio de Conaculta, allá el del FCE; las universidades tienen también su zona específica, donde Alttexto, la UAM y la UNAM conviven cerca del IPN y otras instituciones de educación superior.

Asombra el número de especialidades y de editoriales de los gobiernos de estados, y la cada vez más creciente asistencia de editoriales independientes que se avecinan junto a las comerciales.

Hay también estands pequeños, donde algunos fabricantes de muebles para bibliotecas o servicios libreros buscan comercializar sus productos para editores y librerías. Coexisten cerca de editores maquiladores de tiros cortos y libros por encargo. En verdad, siempre se encuentra algún nuevo tipo de producto u oferta de servicios, como las empresas que se ofrecen a la elaboración de libros y bibliotecas

virtuales para la promoción de títulos y obras para comercializar en la nube.

Junto con el libro, está también la presencia de los autores: es el desfile de famosos y famosas; están también los espacios para los autógrafos, donde intempestivamente se reúne una turba para perseguir a Jis, el Fisgón; o a Savater o a Mónica Lavín (exalumna de la Unidad Xochimilco). Allá está Juan Villoro (hoy pocos saben que trabajó en la Unidad Iztapalapa, entonces recién estrenada).

Y siempre esa sensación de multitud. Particularmente los miércoles, los jueves y el viernes, cuando todas las escuelas del estado se acercan a la FIL para conocerla. Es como una marcha por Reforma hacia el Zócalo. Van y vienen chavitas y chavitos, las y los jóvenes por aquí y por allá; se meten a todos los estands, toman folletería, volantes, publicidad, y de pronto un libro los atrapa, y lo compran.

No sólo eso, por las mañanas y medias tardes son los más fieles asistentes a las presentaciones de libros, los muchachos entran a los salones donde ven lugares y atienden y toman notas. Necesariamente, no falta quien dormite o chacotee. Los de secundaria son un buen índice para que los presentadores

RESUMEN ESTADÍSTICO DE LA FIL GUADALAJARA DURANTE LOS DOS ÚLTIMOS AÑOS

Actividad	2011	2012
Público asistente	659,898	701,857
Editoriales	1,935	1,928
Países representados en editoriales	43	44
Profesionales del libro	17,800	20,363
Agentes literarios	188	256
Empresas que participaron en el Salón de Derechos	103	122
Asistentes a FIL Niños	150,201	157,355
Actividades de fil Joven	106	124
Medios	501	495
Representantes de medios acreditados	1,940	1,958
Presentaciones de libros organizadas por la FIL	529	550
Foros literarios	53	60
Foros académicos	22	20
Actividades artísticas y musicales	101	128
Actividades para profesionales	96	139
Premios y homenajes	14	14
Patrocinadores y auspiciantes	64 y seis empresas colaboradoras	62
Consultas al sitio web fil durante los nueve días	4,287,387	4,750,602



Feria Internacional del Libro de Guadalajara®

Logotipo de la FIL Guadalajara
<http://bit.ly/Wmggwr>

caigan en la cuenta de que son demasiado técnicos o aburridos; o, en cambio, están a las vivas con los presentadores simpáticos. Ésos son los tiburones. Promotores hábiles de sus textos que convencen: "Órale, llévenle a su abuelita el libro de la Bernardelli; oigan porque los van a adorar agradecidas. Barátito. A precio de feria. Un gran regalo de navidad".

Y los chavos le llegan al libro de Conchita Bernardelli, una mujer que quería estudiar y no sólo ser ama de casa hace un siglo.

Hay también preparatorianos que quieren estudiar arquitectura y no pierden palabra; o los entendidos, que llegan preguntando: "¿Aquí es donde presentan la sucesión presidencial". Ésos sí que consultaron el programa. No faltan los inocentes: "Qué, ¿no que venía la autora de Frankenstein?".

En especial, cuando son presentaciones entre pares, a la hora de las preguntas se pone buena la discusión, porque saben de qué hablan y cualquier curioso puede ver a dos grandes cruzando espadas.

La noche de los viernes es el mayor exceso: es la noche de las superofertas, cuando uno debe gastar sus pesitos en los Almadías ("Hay sabrosos libros oaxaqueños..."), o en los de Gustavo Gili que son,

como dice Eduardo Casar, "una chulada", pero cariñosos. Es noche de arrebatos.

Toda una experiencia más allá del Buen Fin. Pero quedan aún el sábado y el domingo, dos días de feria, más familiares y caudalosos, mientras aguante la quincena y el presupuesto.

La parte invisible de la FIL no es menos interesante. Comprar un stand implica, a partir de marzo, establecer las estrategias de los libros que quiere uno llevar a Guadalajara para noviembre. En la UAM, los distribuidores de Rectoría General, los libreros de las unidades, los coordinadores de extensión universitaria y las divisiones son consultadas a partir de entonces para hacer previsiones necesarias: ¿Cuántas presentaciones? ¿A quiénes invitar para presentar los títulos?; apartar boletos y reservar cuartos de hotel. Negociar cada metro cuadrado de stand y, conforme a ello, tabular los días y las horas para promover cada libro. En 2012, por ejemplo, la UAM utilizó 5% de los horarios de presentación de la feria, que se reparten entre los más de 1900 expositores.

Antes de septiembre se necesita tener el calendario para la folletería de la propia feria y los pro-

gramas; un bosquejo del diseño y ordenamiento del espacio, y el conteo del personal que durante 10 o 12 días vivirá sus días y sus noches en la atención de nuestro stand en la feria, tanto en las ventas en nuestro espacio, como en las salas de presentación. Durante meses se ajusta el catálogo de los libros de la universidad con los 180-220 títulos que produce anualmente la UAM. Y más o menos un esquema semejante se vive en cada editorial y entre los organizadores de la FIL, que ya avistan hoy la de 2013 y deben estructurar cada momento de esos días del próximo noviembre.

Los números de la FIL son cada vez crecientes. Los resultados preliminares de esta fiesta del libro apenas describen una realidad apabullante por el tamaño de la organización e infraestructura material y recursos humanos que entrama:

- La UAM participó con un stand de 82.5 metros cuadrados
- Se exhibieron 1100 títulos de nuestra producción editorial
- Se transportaron 5020 ejemplares.
- Se incluyeron las 184 novedades publicadas por la UAM en 2012.
- El espacio de la UAM en la FIL fue visitado por más de 1000 lectores al día.
- Se vendió 49% del material en exhibición.
- Nuestra casa de estudios presentó al público 32 novedades.
- Los videos de nuestra participación en la feria son accesibles a través de la página de la UAM, en <http://bit.ly/xZz6xZ>
- Por tercer año consecutivo se hizo una presentación especial en la Escuela de Escritores de la Sogem Jalisco, cuya sede está en Guadalajara.*

LOS TÍTULOS MÁS VENDIDOS EN EL STAND DE LA UAM EN LA FIL GUADALAJARA 2012

