

La Javeriana en la FILBo. La historia más allá de los resultados

La Editorial PUJ presenta una breve reseña histórica sobre su participación en la Feria Internacional del Libro de Bogotá, en la que cuenta cómo se ha adaptado a las exigencias del evento y del gremio librero.

Rafael Nieto Roca*

La participación de la Pontificia Universidad Javeriana en la Feria Internacional del Libro de Bogotá no sólo está relacionada con el crecimiento de la actividad editorial más importante del país, sino con el desarrollo de la publicación académica, la evolución de los instrumentos de promoción de las instituciones universitarias, los cambios en las formas de sociabilización del conocimiento y de los mecanismos para hacer visible la producción intelectual e investigativa de una comunidad universitaria.

La Javeriana participa en la FILBO desde principios de la década de los noventa. Hasta el año 92, el espacio asignado a la Universidad fue coordinado por la Oficina de Relaciones Públicas, bajo la dirección de la comunicadora María Isabel Reyes. Su objetivo era promover los programas académicos de la institución y establecer vínculos con estudiantes y egresados; también contaba con algunas publicaciones que las facultades editaban de forma independiente, antes de la creación del Centro Editorial Javeriano -CEJA-, y la exposición al público visitante de documentos especiales de las colecciones de la Biblioteca Alfonso Borrero Cabal, S.J.

Cambios geográficos y filosóficos

En los años siguientes, debido a un incremento constante en el número de visitantes y una muestra cada vez mayor de expositores, la geografía de la feria

cambió para atender las necesidades de compradores y oferentes: uno de los esfuerzos más importantes se enfocó en facilitar la navegación por el recinto ferial y, en este sentido, una de las primeras medidas fue agrupar a los participantes por su especialidad. La Javeriana, al igual que muchas de las universidades que participaron

en las primeras ediciones de la FILBO, estaba ubicada en el segundo piso del pabellón 3; por tal razón, en el año 97, Corferias decidió instalar a las instituciones educativas públicas y privadas, y algunos institutos de investigación en ese espacio.

Inicialmente, el *stand* de la Universidad tenía un área de 30 metros cuadrados y se encontraba en el costado occidental, cerca a las escaleras de salida, pero, atendiendo a la necesidad de tener cada vez más visibilidad y mantener su posicionamiento dentro de las instituciones acreditadas más importantes del país, en 1999 se trasladó a la ubicación en que se encuentra actualmente (primer corredor, frente a la puerta principal del pabellón), con alrededor de 160 metros cuadrados, uno de los de mayor tamaño entre las instituciones universitarias.

En 1993, y con el apoyo irrestricto del rector de la época y su fundador, el padre Gerardo Arango, S.J., el CEJA

se estableció como entidad central responsable de las publicaciones de la Universidad. Coherente con esta misión, el enfoque principal del *stand* de la Javeriana debía ser una vitrina de los libros y revistas de la Universidad para la comunidad académica e investigadora nacional. Esta óptica tuvo como

efecto inmediato un cambio en el diseño arquitectónico con el que fuera posible presentar un catálogo cada vez más amplio y diverso, que incluía manuales, revistas científicas y libros

académicos. La idea del P. Arango requirió el diseño de un espacio que evidenciara una universidad con una producción potente y en contacto con las diferentes regiones del país y sus problemáticas. Esta filosofía ha permitido que la Editorial pueda hacer ajustes año a año en la arquitectura del *stand* y adaptarse a las diferentes tendencias del sector editorial universitario y la promoción institucional. Casos como la migración del contenido de las revistas científicas indexadas, de fascículos impresos semestralmente a plataformas en acceso abierto, no sólo han obligado a la Editorial a enfocar su exhibición en libros: se han implementado mecanismos de visibilidad que permitan que las personas interesadas

La Javeriana produjo 19 eventos con distintas modalidades, e hizo parte del comité organizador de 'FILBo Debates' en el que profesores universitarios dialogan con escritores invitados por la Feria.



Encuentre aquí la versión ampliada del artículo en la revista digital de la Editorial Javeriana.



Presentación del *stand* de la Editorial Pontificia Universidad Javeriana en la Feria Internacional del Libro de Bogotá, 2012.

en revistas científicas puedan acceder a ellas fácilmente gracias a la señalética del *stand*.

La edición universitaria ha tenido que seguir la pauta a la forma en que la academia se ha adaptado a los cambios en su entorno: pensar libros que den cuenta de la interdisciplinariedad de las investigaciones y reflexiones de sus docentes, mejorar sus procesos editoriales para alcanzar públicos cada vez más amplios y pensar sus espacios de divulgación como puntos de encuentro con sus lectores (cada más generales), comunidades de egresados y alumnos potenciales. Estos lugares deben reflejar la filosofía de cada universidad y dar cuenta de la constante evolución de las instituciones académicas.

Nuevas formas de divulgación


Los eventos de presentación de las publicaciones y los programas editoriales también han cambiado. De dos o tres que se realizaban en los noventa, hoy las parrillas de eventos pueden llegar a tener más de 15, ya que el número de novedades cada vez es más alto. Pero no sólo en número: su dinámica también ha cambiado. Además de los lanzamientos tradicionales de los libros académicos, los eventos de las universidades han adoptado diversos formatos: debates, lecturas de poesía, conversatorios, exposiciones, presentaciones con inter-

venciones musicales o apoyo de piezas audiovisuales que tienen lugar tanto en auditorios de gran capacidad de público como en áreas especiales en los *stand* que se montan pocos minutos antes del evento. En la pasada edición de la FILBo, Javeriana Bogotá produjo 19 eventos con distintas modalidades, hizo parte del comité organizador de 'FILBo Debates' (una franja en la agenda cultural central en el que profesores universitarios entran en diálogo con escritores invitados por la organización de la feria) y, junto con cinco universidades más, coordinó la exposición 'De la naturaleza, un libro abierto', inspirada en la obra 'Humboldtiana Neogranadina' (2018). Por su parte, el Sello Editorial Javeriano, de la Seccional Cali, coordinó 17 eventos. Este aumento en la intensidad de la agenda cultural abre un espacio para mostrar la diversidad de disciplinas y enfoques en el trabajo académico e investigativo de la Javeriana; al mismo tiempo, permite visibilizar los diferentes tipos de publicaciones para darles un mayor alcance entre la comunidad académica y el público lector general.

Colaboración entre unidades y personas

Son muchas (y cada vez son más) las unidades que participan el *stand* de la feria: la Oficina de Promoción Institucional, la Tienda Javeriana, Educación Continua y,

desde hace cuatro años, Javeriana Estéreo. Cada una desde su misión y objetivo contribuye a sostener y mejorar la imagen y posicionamiento de la Universidad. Pero el músculo fundamental de la presencia de la Javeriana en la feria son sus estudiantes, y este es un punto diferencial frente a otras instituciones educativas. Desde las primeras participaciones, la presencia de estudiantes se ha constituido como un sello distintivo que le da dinamismo a la atmósfera que se siente en feria; su compromiso con la Universidad y su energía son vitales para dar la mejor cara de la institución. Como equipo de apoyo librero, promotores de programas académicos, autores de publicaciones o visitantes, la presencia de estudiantes de la Javeriana es clave para conseguir cada vez mejores resultados y fortalecer el sentido de pertenencia de la comunidad.

Una vez más, la participación de la Universidad en la FILBo deparó grandes satisfacciones: las ventas superaron los 68 millones de pesos, la cifra más alta que se ha registrado en ingresos a hoy. Este resultado es gracias al aprendizaje del quehacer editorial, a la adaptación permanente a un entorno que cambia constantemente y a un trabajo colaborativo entre múltiples unidades de la Universidad y los equipos que hacen parte de ellas .

*Coordinador de Promoción y Mercadeo de la Editorial Pontificia Universidad Javeriana