

Feria Universitaria del Libro: perspectivas de los estudiantes

College Book Fair: Student Perspectives

Gladys Hernández Romero^{1*} <https://orcid.org/0000-0002-9045-2937>

¹Universidad Juárez Autónoma de Tabasco, México.

*Autor para la correspondencia: doctoragladys@hotmail.com

RESUMEN

La Feria del Libro es uno de los eventos culturales más importantes realizados por la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco (UJAT). El objetivo de la presente investigación es dar a conocer la perspectiva de los alumnos la División Académica de Ciencias Económico Administrativas sobre la Feria del Libro, implementando el método analítico bajo un enfoque cualitativo, aplicando 50 cuestionarios a estudiantes de la Licenciatura en Mercadotecnia con un avance curricular superior al 50 %. Los resultados demuestran que del 100 % de los encuestados que han asistido a este evento, el 40 % ha asistido a 3 celebraciones y el 50 % asiste por la venta de libros. De igual manera, el 70 % tenía conocimiento de este evento aún sin ser estudiante, y el 70 % está satisfecho con la organización del mismo. En conclusión, la feria trasciende las instalaciones universitarias dado que es de suma importancia para el intercambio cultural de toda una sociedad,

Palabras clave: difusión de la cultura, mercadotecnia, estudiante universitario, literatura.

ABSTRACT

The book fair is one of the most important cultural events held by the Universidad Juárez Autónoma de Tabasco [UJAT]. The objective of the present investigation is to present the perspective of the students of the Academic Division of Administrative Economic Sciences on the Book Fair, implementing the analytical method under a qualitative approach, applying 50 questionnaires to students of the Marketing degree with an advance curriculum higher than 50 %. The results show that of 100 % of the

respondents who have attended this event, 40 % have attended 3 celebrations and 50 % attend for the sale of books, in the same way 70 % were aware of this event even without being student, and 70 % are satisfied with the organization of the event. In conclusion, the book fair transcends the university facilities since it is of the utmost importance for the cultural exchange of an entire society,

Key words: *Diffusion of culture, marketing, university student, literature.*

Recibido: 22/4/22

Aceptado: 15/11/22

INTRODUCCIÓN

La Universidad Juárez Autónoma de Tabasco se ha destacado por crear un escenario para el impulso de nuevos talentos, en su oferta educativa integra licenciaturas relacionadas con el arte, por lo cual la celebración de la Feria del Libro se presenta como una plataforma cultural en la que de igual manera, solistas o bandas emergentes tienen la oportunidad de hacer demostración de su pasión artística.

Ramírez (2015) señala que «Una feria del libro es un evento cultural que constituye un punto de encuentro entre la oferta [...] y la demanda» (p. 47). Esta relación se da sin importar lugar geográfico, características particulares o gustos de quien o quienes asisten a ella, ya que su mayor objetivo es unir a las personas con el ambiente cultural y literario del lugar donde esta se lleva a cabo.

De igual manera, la Feria Universitaria del Libro es un evento considerado de gran importancia, pues permite el acercamiento de estudiantes del nivel básico, medio superior y superior a las obras literarias de alto sentido para la sociedad, en la historia o en la actualidad. Rescata la diversidad cultural existente en nuestro país invitando a artistas locales, regionales y nacionales a compartir su arte, sea literario o musical.

Por ejemplo, «La feria del libro de Frankfurt es un espacio de relevancia a nivel mundial en relación con el mercado del libro» (Bayardo y Mihal, 2012, p. 10), lo que significa que los intercambios culturales definen los materiales, los autores, los formatos y la manera de percibir este evento al entender que la industria del libro es objeto de las culturales.

A su vez Reyes (2009) argumenta que «La Feria del Libro convoca a todo el sector editorial y está pensada para todas las personas: niños, adolescentes, adultos y adultos mayores» (p. 88). De igual forma este evento hace hincapié en la riqueza cultural del país invitado, mostrando al público la gastronomía típica, los libros representativos y cuestiones relevantes, actuando como un acercamiento a las diversas formas de arte del mundo.

En la actualidad los jóvenes han ido modificado su forma de leer, al existir la posibilidad de descargar los libros en versiones virtuales disminuye notablemente la necesidad de adquirir una obra literaria en físico, motivo por el que este festival se considera imprescindible, puesto que acerca al lector electrónico a un panorama diferente en el cual mantiene una estrecha relación con la sensación de las páginas mientras se realiza la lectura.

Por lo que, siendo los alumnos de la Licenciatura en Mercadotecnia con un porcentaje mayor al 50 % de avance curricular, los elegidos como portavoces para mostrar el impacto que este evento literario y cultural ha traído a su vida estudiantil, pues al haber presenciado más de 3 ediciones de dicho evento tienen noción de los beneficios que trae consigo el tener contacto con actividades de recreación destinadas a resaltar el arte de ciertos países ricos en gastronomía, literatura y poesía.

FERIA UNIVERSITARIA DEL LIBRO

Antecedentes

A través de la historia de la humanidad siempre ha existido la necesidad de intercambio comercial, y las ferias han jugado un papel preponderante en ello (Rodríguez et al., 2012, p. 449). En México, el origen de las ferias de libro se remonta en agosto del año 1924, fecha célebre en la que profesores, estudiantes e intelectuales de la época se dieron cita para disfrutar de la lectura. Este evento se llevó a cabo con el objetivo de fomentar la publicación y distribución de libros dentro del proyecto general de educación impulsada por el gobierno, para beneficio de los mexicanos, es decir, empezándose a hacer una labor editorial proporcionando a la población la oportunidad de alfabetizarse (Marsiske, 2013, p. 188).

La Feria Universitaria del Libro (FUL) nace como una iniciativa para impulsar el conocimiento e intercambio del acervo bibliográfico universitario, promocionar la

lectura, avivar el amor a los libros y propiciar un mayor acercamiento a la literatura y a sus creadores, incentivando la formación de públicos interesados en las diversas expresiones de la ciencia y la cultura. Una vez definido esto, se le da fuerza a la publicación de los libros, así como los círculos de lectura en las bibliotecas de las Divisiones Académicas, paralelamente en Dirección de Difusión Cultural. A partir de entonces, cada 23 de abril se empieza a conmemorar el Día Internacional del Libro y los Derechos de Autor.

Desde el 2004 cada 23 de abril, de igual manera, se ha realizado en la explanada de la biblioteca «Manuel Bartlett Bautista» una especie de bazar o expolibro, en donde se vendían los libros publicados por la universidad. Cada año se observó el interés en ascenso del público, no solo de la universidad, sino también de población en general, pues se publicitaba 15 días antes que habría libros muy económicos y ofertas. «Esto representa una gran oportunidad para las empresas de transmitir sus mensajes y contactar de manera directa con un gran auditorio; además, los visitantes acuden al recinto ferial con una actitud positiva, sin ninguna presión por comprar» (Munuera y Fenollar, 2008, p. 95).

Durante la celebración del 50 aniversario de la UJAT, en el 2008, se realizó la primera Feria Universitaria del Libro, después del éxito obtenido se comienza a realizar en la plaza cívica de la universidad y a partir del 2009 se crea la figura del escritor homenajeado. En el 2014 se hacen 2 planteamientos para enriquecer la feria: añadir la figura del país invitado y dar el estatus internacional (Tabla 1).

Tabla 1. Escritores homenajeados y países invitados en cada edición de la Feria

Año	Escritor homenajeado	País invitado
2009	Juan Villoro (México)	-----
2010	Héctor Aguilar Camín (México)	-----
2011	Mónica Lavín (México)	-----
2012	Federico Reyes Heróles (México)	-----
2013	René Avilés Fabila (México)	-----
2014	Daína Chaviano (Cuba)	Portugal
2015	Martín Moreno (México)	Brasil
2016	Rodrigo Rey Rosa (Guatemala)	Israel
2017	Guadalupe Loaeza (México)	Italia
2018	-----	-----

Fuente: elaboración propia a partir de FUL Tabasco Internacional (2019).

Los estudiantes de Mercadotecnia en la Feria del Libro

De acuerdo con Kotler (2002) «Los mercadólogos son hábiles para estimular la demanda de los productos en una empresa» (p. 3). Vender es sin duda una tarea implícita dentro de todos los esfuerzos del marketing, sin embargo, dar a conocer un evento o posicionar en la mente del público a una institución que se preocupe por el realce de los libros de investigación científica que han sido publicados por los propios maestros investigadores, es una actividad que toda universidad debería realizar.

Los mercadólogos del futuro son aquellos estudiantes que aún están matriculados en las diversas universidades, aquellos que siguen teniendo contacto con las actividades ofrecidas por las facultades donde asisten a clase. Por ello es imprescindible la creación de espacios recreativos en pro de mostrar la esencia personal de los estudiantes; pues durante su paso en la vida universitaria van identificando el camino que quieren elegir.

La Feria del Libro, dentro del enfoque estudiantil, tiene relevancia, pues diversas editoriales que integran los stands dentro del evento muestran obras referentes a temas importantes dentro del ámbito del marketing, así como ediciones especiales, nuevas ediciones, o libros de los que no se habían escuchado, pero que sin duda tienen referencia con las diversas ramas en las que se puede desenvolver un mercadólogo.

De igual forma, asistir a las actividades sirve como método para evaluar lo aprendido en el aula, pues dentro del Plan de Estudios de la licenciatura en Mercadotecnia se encuentran materias relacionadas a la promoción y comercialización de productos y servicios, por lo que estudiar la organización del evento podría verse como caso de estudio.

La Feria Universitaria del Libro en 2018

En el año 2018, en el marco de la celebración de los 60 años de la División Académica de Ciencias Económico Administrativas, la extensión y organización de la Feria Universitaria del Libro tuvo una reducción de días, ya que en esta edición se llamó El Día del Libro y fue celebrada del 12 al 14 de noviembre. Se contó con un stand de la Biblioteca Universitaria ubicada en el lobby del Centro de Vinculación y Enseñanza en donde se pusieron a la venta materiales literarios, educativos, científicos y demás, pertenecientes a los acervos del Fondo Editorial Universitario y al Fondo de Cultura Económica.

Por causas de fuerza mayor, los festejos de los 60 años de la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco se llevaron a cabo de forma interna, es decir en cada División Académica. Se realizó una serie de eventos de manera económica, como el Día del Libro, en el cual se hicieron lecturas, presentaciones de libros, eventos alusivos y en la Biblioteca «José Martí» se exhibió un libro del año 1600.

MATERIALES Y MÉTODOS

Se realizó un estudio cualitativo, mediante la herramienta de recolección de datos se aplicaron 50 encuestas de 10 preguntas cerradas con opción múltiple a estudiantes de la Licenciatura en Mercadotecnia con un avance curricular mayor al 50 % ya que, al haber asistido a más de 3 celebraciones de la Feria, tienen el poder de comparar la organización y amplitud de estas. El criterio para determinar la muestra se basó en la elección al azar de los estudiantes, sin tomar en cuenta edad, ciclo que cursaban, género o estado civil.

RESULTADOS

Participar en una feria de libro es fundamental, ya que pone en contacto al libro con la sociedad que a ella acude (Martínez, 2003, p. 226), en este caso, los estudiantes universitarios. En las siguientes tablas y gráficas se muestran los resultados obtenidos en la aplicación de las 50 encuestas aplicadas a estudiantes de la Licenciatura en Mercadotecnia. De acuerdo con las respuestas de los encuestados se obtuvo que la mayoría, el 40 % han asistido a más de 3 celebraciones de la Feria (Tabla 2).

Tabla 2. Número de Ferias Universitarias del Libro a las que han asistido

Ninguna	10 %
1	20 %
2	20 %
3	40 %
Más de 4	10 %

Fuente: elaboración propia.

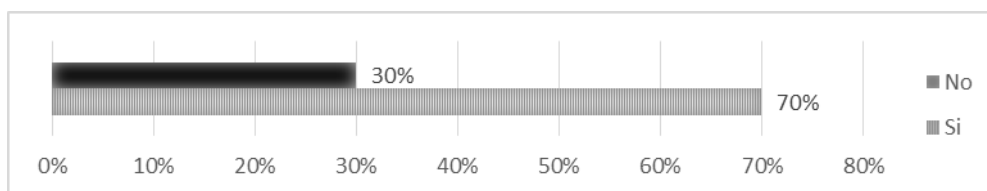
El 50 % de los estudiantes encuestados asiste por la venta de libros, y es que uno de los propósitos de las ferias del libro es precisamente conocer las novedades editoriales y poner en contacto directo a los editores, libreros y representaciones editoriales, con el usuario que utiliza los materiales que ellos venden y los trabajadores que los manejan (Pérez, 2006, p. 70), mientras un 25 % consideró estar encantado por la gastronomía del país invitado (ver tabla 3).

Tabla 3. Actividades con mayor atracción

Venta de libros	50 %
Lectura guiada	0 %
Gastronomía del país invitado	25 %
Presentación de libros escritos por investigadores de la UJAT	10 %
Ágora pop	5 %
Entrega Premio Malinalli	0 %
Muestra cinematográfica	10 %

Fuente: elaboración propia

Según los resultados, el 70 % de los estudiantes está satisfecho con la forma en la que se ha organizado la Feria Universitaria del Libro; esto engloba las sedes, la forma de promocionarla, las editoriales que exponen sus publicaciones, y las muestras gastronómicas, cinematográficas, literarias y musicales (Figura 1).

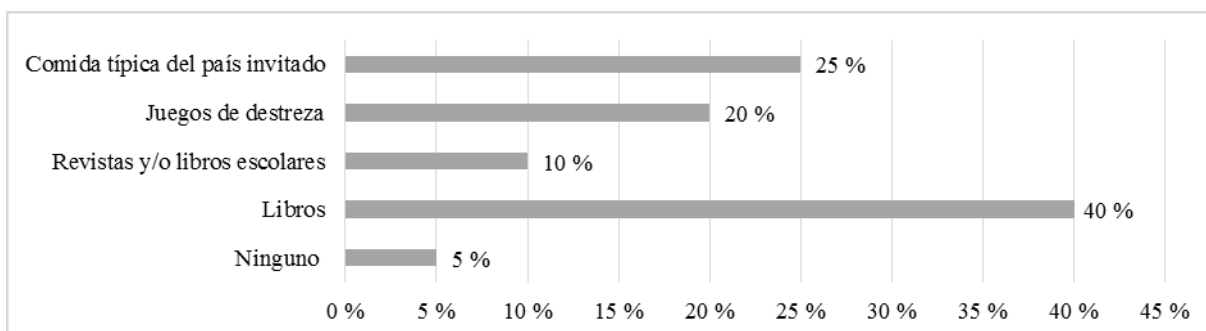


Fuente: elaboración propia.

Figura 1. Satisfacción con la organización.

Se obtuvo, además, que de los estudiantes encuestados, el 40 % compra libros que se comercializan en la feria, el 25 % prueba los platillos populares de la gastronomía del país invitado y el resto adquiere revistas escolares, así como se interesa por asistir a la entrega del Premio Malinalli el cual «Se otorga a aquellos hombres y mujeres, instituciones u organismos, cuyos esfuerzos y trabajos de investigación, obra creativa o labor intelectual en estos campos, hayan contribuido al enriquecimiento de nuestra

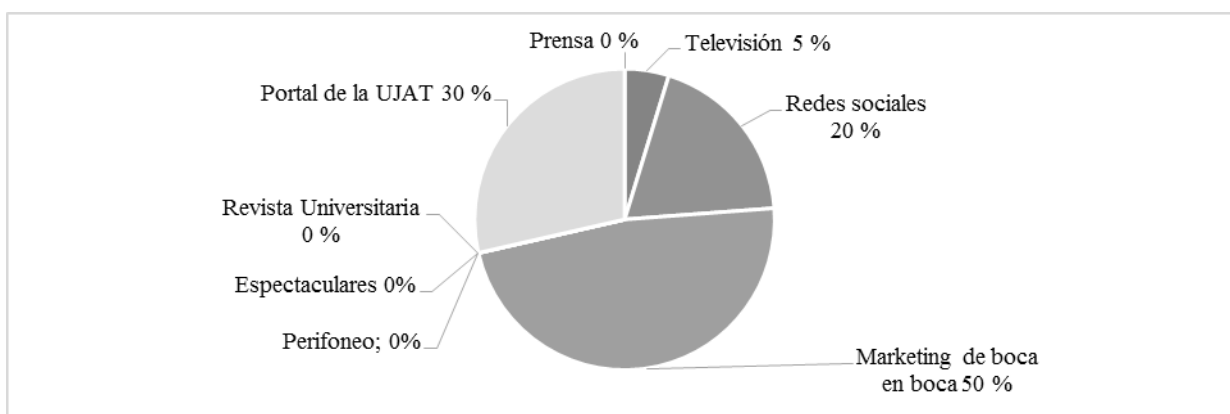
cultura» (Universidad Juárez Autónoma de Tabasco, 2016), como se muestra en la Figura 2.



Fuente: elaboración propia.

Figura 2. Artículos que ha adquirido.

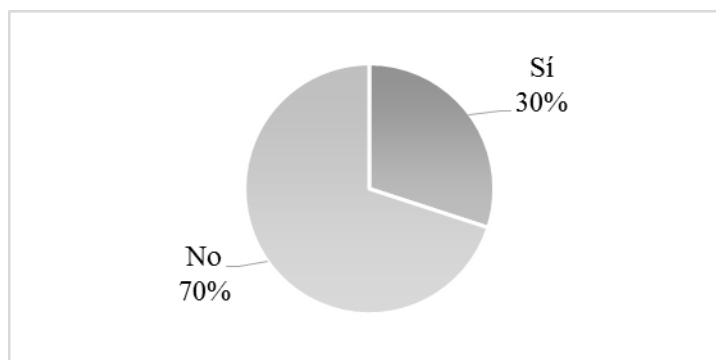
Según los resultados, el *buzz marketing* o marketing de boca a boca resultó ser el mejor medio de difusión para la Feria, pues el 50 % mencionó haberse enterado de este evento por esa vía (Figura 3).



Fuente: Elaboración propia.

Figura 3. Medios de difusión.

Antes de estar matriculados en la Universidad Juárez de Tabasco como estudiantes, el 70 % de los encuestados no conocía la celebración de la Feria Universitaria del Libro, sin embargo un 30 % sí tenía noción de esta, su organización y de cómo se realizaban todos los eventos que en ella se llevan a cabo (Figura 4).



Fuente: elaboración propia.

Figura 4. Conocimiento de la Feria antes de ser alumno de la UJAT.

DISCUSIÓN

Teniendo en consideración los resultados de investigación, se hace evidente que la mayoría de los estudiantes encuestados que ha asistido a más de dos celebraciones de la Feria Universitaria del Libro en la División Académica de Ciencias Económico Administrativas ha podido comparar la organización, calidad y actividades que se realizan dentro de este magno evento, por lo que aceptan estar satisfechos con la forma en que este evento se lleva a cabo. Sin embargo, han propuesto mejoras en la selección de editoriales que asisten a comercializar sus publicaciones, los medios por los cuales se promociona la fecha de duración de la feria, e implementar iniciativas que involucren a los estudiantes interesados en la literatura, composición literaria y poesía, ya que la lectura es de suma importancia.

Los estudiantes de Mercadotecnia mencionaron que las actividades que más le interesan son la venta de libros, ya que pueden acceder con mayor facilidad a títulos nuevos y nuevas impresiones de los recursos bibliográficos que requieren en clases. También les emociona conocer la gastronomía del país invitado en cada edición ya que se tiene acceso a degustaciones de los platillos más populares.

Al ser la UJAT una Universidad que impulsa el desarrollo literario de sus profesores y alumnado, es necesario incitar a los maestros investigadores a que participen de forma continua con la organización literaria de la feria, así como animar a los estudiantes universitarios para interesarse en las diversas actividades que se llevan a cabo en la Feria Universitaria del Libro.

CONCLUSIONES

La Feria Universitaria del Libro realizada por la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco es un evento lleno de cultura y recreación, adonde pueden asistir alumnos, personal académico y administrativo, y de igual manera, las puertas están abiertas al público en general.

Teniendo en consideración los resultados de investigación es notable que este evento trasciende más allá de las instalaciones universitarias, puesto que el 70 % de los estudiantes mencionaron que tenían conocimiento de la feria del libro realizada por la UJAT aún sin ser estudiantes de esta institución educativa, haciendo énfasis en el marketing boca a boca como estrategia importante de difusión con un 50 % de frecuencia, asimismo el 100 % de los estudiantes señalaron haber asistido a este evento y de ese total, el 40 % ha asistido a más de 3 celebraciones.

Por otra parte, este evento es de suma importancia para el desarrollo cultural de los asistentes, ya que el 50 % de los encuestados asiste por la venta de libros con la finalidad de tener conocimiento sobre las novedades literarias en sus diversos géneros, y en el caso de los estudiantes, se centran en los libros relacionados a sus estudios, por consiguiente, el 40 % de los estudiantes han realizado la compra de al menos un libro.

La presente investigación fue dirigida a los alumnos de mercadotecnia ya que dentro de su proceso de aprendizaje se imparten clases de promoción, comercialización de productos y servicios, así como de estrategias para la realización de una venta, por lo que analizar el entorno mercadológico de este evento sirve como practica para el desarrollo de su aprendizaje. Es importante mencionar que respecto a la organización de la FUL, el 70 % de los encuestados señalaron estar satisfechos con esta, ya que suele organizarse por géneros literarios, y la programación de conferencias es publicada con anticipación, por otra parte, los estudiantes encuestados sugirieron que es necesario invitar a más autores internacionales y a su vez, mencionaron que este evento es una oportunidad de promoción para aquellos profesores autores de libros.

Finalmente, la Feria Universitaria del Libro es considerada por los estudiantes más que un punto de compra y venta de libros, un evento de intercambio cultural donde las personas se reúnen para participar en diversas actividades recreativas tales como concursos de poesía, círculos de lectura, conferencias impartidas por autores, información importante sobre los países invitados, etc. Se recomienda que este evento sea realizado por más instituciones de educación superior ya que refuerza el hábito por

la lectura, la adquisición de conocimientos, la sana convivencia, la posibilidad de adquirir libros de ediciones especiales, libros de acuerdo a las carreras profesionales, hasta libros de segunda mano y en ofertas.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Bayardo, R.; y Mihal, I. (2012). Argentina en la Feria del libro de Frankfurt: Notas sobre política cultural. *Publicar*, 10 (13), 9-31. Recuperado de: https://www.researchgate.net/publication/341466580_Argentina_en_la_Feria_de_l_Libro_de_Frankfurt_Notas_sobre_Politica_Cultural
- FUL Tabasco Internacional (2019). Escritor homenajeado. *Feria Universitaria del Libro de Tabasco Internacional*. Recuperado de <http://www.fultabasco.ujat.mx/homenajeado.html>
- Kotler, P. (2002). *Dirección de marketing: conceptos esenciales*. Pearson Educación de México.
- Marsiske, R. (2013). Ecos de la primera Feria del libro del Palacio de Minería y el proyecto editorial vasconcelista. *Perfiles Educativos*, 35 (142), 188-201. Recuperado de <https://biblat.unam.mx/fr/revista/perfiles-educativos/articulo/ecos-de-la-primera-feria-del-libro-del-palacio-de-mineria-y-el-proyecto-editorial-vasconcelista>
- Martínez, A. (2003). La política del libro y las ferias del libro de Madrid (1901-1936). *Cuadernos de Historia Contemporánea*, 25, 217 - 234. Recuperado de <https://revistas.ucm.es/index.php/CHCO/article/view/CHCO0303120217A>
- Munuera, J.; y Fenollar, P. (2008). El consumidor hedonista: la oportunidad para las ferias. *ICE, Revista de Economía*, 1 (840). Recuperado de <http://www.revistasice.com/index.php/ICE/article/view/1114>
- Pérez, S. (2006). IV Feria del Libro de la Biblioteca Central. *Biblioteca Universitaria*, 9 (1), 69-75. Recuperado de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=28590110>
- Ramírez, M. (2015). La feria del libro y sus funciones. *Boletín de la Asociación Andaluza de Bibliotecarios*, 30 (109), 47-53. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?co>
- Reyes, S. (2009). *Estrategias de comunicación de tres ferias exitosas realizadas en Corferias (Expoartesanías, Feria Internacional del libro de Bogotá,*

International footwear & leather show ifls) (Tesis de grado). Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá, Colombia. Recuperado de <http://hdl.handle.net/10554/5386>

Rodríguez, A.; Muñoz, A.; y González, D. (2012). Historia, definición y legislación de las ferias comerciales. *Anuario Jurídico y Económico Escurialence* (46), 449-446. Recuperado de

<https://publicaciones.rcumariacristina.net/AJEE/article/view/163>

Universidad Juárez Autónoma de Tabasco (2016). Premio Nacional Malinalli. Recuperado de <http://www.fultabasco.ujat.mx/malinalli.html>

Conflictos de interés

La autora declara que no existe conflicto de interés.