



## La feria del libro y su rol principal de promoción del libro y la lectura

María Matilde Ramírez Alvarado<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Profesora Titular. Escuela de Ciencias Biomédicas y Tecnológicas, Facultad de Ciencias de la Salud, Universidad de Carabobo, Venezuela. Doctora en Biología. Miembro del Comité Organizador de la Feria Internacional del Libro UC. mramirez@uc.edu.ve

---

### RESUMEN

El sector cultural abarca un complejo entramado de expresiones y manifestaciones que van desde la creación hasta el consumo de bienes y servicios que resultan ser, en cada uno de sus componentes, de gran importancia en el desarrollo social de los países. Dentro del sector cultural encontramos el área de la literatura y la edición, donde la actuación de la gestión cultural comprende la realización de ferias del libro, la planificación y otorgamiento de premios literarios, la gestión de editoriales, y la difusión y venta del producto editorial. Una feria del libro es un evento cultural que constituye un punto de encuentro entre la oferta (prestadores de productos editoriales) y la demanda (lectores-compradores). Este trabajo tiene por objetivo analizar la feria del libro desde su rol principal de promover el acercamiento de la población al libro y la lectura, en base a la experiencia acumulada durante la planificación y ejecución de la Feria Internacional del Libro de la Universidad de Carabobo, con un método cualitativo y descriptivo. Las ferias del libro son importantes herramientas de comunicación que se constituyen en espacios de promoción de la lectura, de valorización de la literatura y del conocimiento, de acceso al libro y de formación de lectores y promotores de lectura como vía principal para lograr el desarrollo personal y comunitario.

**Palabras clave:** feria del libro, promoción de la lectura, lectura, cultura, libro.

## Book fair and its role in promoting books and reading

### ABSTRACT

---

The cultural sector comprises a complex set of expressions and manifestations ranging from creation to consumption of goods and services that are being of great importance in the social development of countries. Within the cultural sector, find the area of literature and publishing, where the performance of cultural management involves performing of book fairs, planning and awarding of literary prizes, editorial management and distribution and sale of editorial product. A book fair is a major cultural event, which is a meeting point between supply (editorial product providers) and demand (buyers-readers). This work aims to analyze the book fair considering its principal role of promoting people's approach to books and reading, based on the experience gained during the planning and implementation of the International Book Fair of the University of Carabobo, with a qualitative descriptive method. The book fairs are important communication tools that constitute spaces of reading promotion, valorization of literature and knowledge, access to books and training of readers and promoters of reading as the main way to achieve personal and community development.

**Keywords:** book fair, reading promotion, reading, culture, book.

### Introducción

En las últimas décadas son múltiples las definiciones de cultura que se han desarrollado, pero es la definición de la UNESCO<sup>1</sup> la más ampliamente aceptada ya que establece un vínculo entre la cultura y el desarrollo humano:

La cultura puede considerarse como el conjunto de los rasgos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan una sociedad o un grupo social. Ella engloba, además de las artes y las letras, los modos de vida, los derechos fundamentales inherentes al ser humano, los sistemas

de valores, las tradiciones y las creencias.

Basados en esta definición, se comprenderá que el sector cultural abarca un complejo entramado de expresiones y manifestaciones que van desde la creación hasta el consumo de bienes y servicios que resultan ser, en cada uno de sus componentes, de gran importancia en la economía y el desarrollo social de los países. Dentro del sector cultural encontramos el área de la literatura y la edición, donde la actuación de la gestión sociocultural comprende la realización de ferias del libro, la planificación y otorgamiento de premios literarios, la gestión de editoriales, y la difusión y venta del producto editorial.

Una feria del libro es un evento cultural que constituye un punto de encuentro entre la oferta (prestadores de productos editoriales) y la

---

<sup>1</sup> UNESCO, 1982: 1. [En línea]. *Declaración de México sobre las políticas culturales*. <[http://portal.unesco.org/culture/es/files/35197/11919413801mexico\\_sp.pdf/mexico\\_sp.pdf](http://portal.unesco.org/culture/es/files/35197/11919413801mexico_sp.pdf/mexico_sp.pdf)>

demanda (lectores-compradores o consumidores) de un municipio, región o país, pudiendo incluso romper las fronteras y acercarse a nuevos posibles demandantes a nivel internacional.

En tal sentido, la UNESCO<sup>2</sup> declara que las ferias son industrias culturales y creativas, incluyendo en este caso a las ferias del libro:

Las ferias son espacios concentradores que reúnen a compradores y vendedores profesionales de forma periódica, durante un lapso acotado (por ejemplo una o dos semanas cada año o cada dos años). La mayoría están abiertas al público en general. La potencialidad de cada espacio suele estar perfectamente identificada por los actores sectoriales, quienes conocen la modalidad comercial particular en la que se desenvuelve cada una. La actuación del sector público se produce de dos maneras: 1) mediante la presencia directa del Estado a través de stands u otro tipo de participación oficial, y 2) facilitando la presencia de empresas privadas en el evento..

En Latinoamérica, existen varias universidades con tradición en ferias del libro y tenemos un ejemplo claro de la importancia de la creación de una feria del libro por parte de una universidad: la Feria Internacional del Libro de Guadalajara (FIL). La FIL fue creada en 1987 por iniciativa de la Universidad de Guadalajara, y actualmente constituye el mayor mercado mundial de publicaciones en español siendo uno de los eventos culturales más relevantes de América Latina. En Venezuela, la Universidad de los Andes lleva a cabo la Feria Internacional del Libro Universitario (FILU), mientras que la Universidad de Carabobo planifica la Feria Internacional del Libro de la Universidad de Carabobo (FILUC).

---

<sup>2</sup> UNESCO, 2010: 118. *Políticas para la creatividad. Guía para el desarrollo de las industrias culturales y creativas.*

La creación de las ferias del libro como industrias culturales por parte de las universidades latinoamericanas establece un factor decisivo en la transformación de la universidad en una universidad innovadora y capaz de generar una vinculación entre el sector editorial productivo, el sector universitario y la sociedad, donde la consecuencia directa es la difusión de los saberes, de las ciencias y la cultura en nuestras sociedades.

La universidad ha evolucionado del estadio tradicional, como reproductora y preservadora de cultura, a la universidad moderna, como productora de conocimientos necesarios para generar las grandes transformaciones económicas y sociales. Como un ente productor de conocimientos, la universidad debe constituir la plataforma socio-institucional que garantice la difusión de conocimiento en la población a través de la feria del libro, lo que permite acentuar el carácter social de la misión de la feria del libro universitaria.

Por otro lado, la mayoría de los trabajos que encontramos en la literatura abordan la temática ferial desde la perspectiva del expositor (CERLARC, 2012a), centrándose sobre todo en sus objetivos y motivaciones, así como en la forma de medir los resultados de su inversión ferial, y el planificar correctamente cada evento (ProMéxico, 2010). Las ferias del libro no se deben restringir únicamente al aspecto comercial, donde la programación cultural sea inexistente, o un aspecto secundario y poco importante en la feria.

Este trabajo tiene por objetivo analizar la feria del libro desde su rol principal de promover el acercamiento de la población al libro y la lectura, como instrumento para el desarrollo personal y comunitario, en base a la experiencia acumulada durante la planificación y ejecución de FILUC, Venezuela, a lo largo de sus quince ediciones.

La presente es una investigación cualitativa y descriptiva, siendo un estudio observacional donde la recolección de datos se ha basado en el registro de comportamientos y de lo observado, sumado a un elemento interpretativo del significado e importancia de lo que se describe.

### La feria del libro y su programa cultural

Una feria del libro tiene unos objetivos muy claros:

- La exhibición de fondos editoriales nacionales e internacionales.
- Promover el acercamiento de la población al libro y la lectura, como instrumento para el desarrollo personal y comunitario.
- Lograr la compra y/o venta del producto editorial. Ofrecer variedad y diversidad de obras de interés del público asistente, a precios accesibles.
- Conocer las características de la competencia editorial, así como los estándares de calidad y evaluar la reacción del lector ante la oferta.
- Investigar el potencial de mercado editorial.
- Lograr un gran número de contactos en un tiempo breve.
- Conocer precios para lograr la inserción en un mercado editorial.
- Hacer alianzas estratégicas.

Estos objetivos reflejan la responsabilidad que una feria de libro debe asumir al constituirse en un espacio para la lectura, la cultura y la educación. En este sentido, encontramos el derecho a leer y escribir como un derecho básico y una práctica social, y a la lectura como un derecho humano que permite el ejercicio pleno de la ciudadanía y la democracia. De allí parte la importancia de la feria del libro como ente de acceso al libro y a la lectura como factores culturales y educativos vitales para la inclusión social y para el desarrollo humano.

Para lograr ser un ente promotor del libro, la lectura y la cultura, una feria del libro debe ir acompañada de un programa cultural con unos objetivos basados en su función promotora del libro y la lectura:

- Crear un ambiente favorable para el encuentro de los visitantes con el libro y la lectura.
- Diseñar una programación académica y cultural de interés para la colectividad.
- Propiciar el encuentro del público con escritores nacionales e internacionales.
- Generar propuestas culturales que motiven la discusión, la disertación y el intercambio de ideas.

El programa cultural debe ser un espacio estratégico, destacado y especialmente promocionado en las ferias del libro, y su planificación y ejecución es un trabajo arduo, pero que indudablemente todo comité organizador debe realizar, para garantizar la función social de la feria del libro. Para poder desarrollar el programa cultural, se debe contar con el recurso financiero, técnico y humano. En cuanto al recurso humano, se debe contar con profesionales que estén relacionados con el desarrollo del sector editorial, con experiencia en la promoción de la lectura y la escritura, en el área de la literatura y de la gerencia cultural, que en conjunto deben planificar, ejecutar y evaluar el programa cultural.

El programa cultural y cada actividad realizada durante la feria deben incluir desde su diseño un componente de control que da cuenta de su éxito o fracaso, basados en los siguientes ejes:

- Si el programa contó con un diseño previo de objetivos y metas estructurados, coherente con las actividades realizadas.
- Si se contribuyó a la formación de diferentes públicos, teniendo en cuenta su diversidad.

- Si contó con herramientas virtuales de apoyo.
- Si se realizó un registro cuantitativo de la población beneficiada y su aumento potencial.
- Si se formaron multiplicadores del programa.

Para aquellas ferias del libro que no cuentan con una programación cultural, se les aconseja comenzar con una programación sencilla que incluya una sola sala donde se realicen las actividades programadas tales como conferencias, jornadas y simposios. Poco a poco, los organizadores deben monitorear el apoyo al programa cultural mostrado por los visitantes a la feria, el éxito o fracaso de cada una de las actividades programadas, y siempre planificar el crecimiento y mejoras del programa cultural edición tras edición de la feria.

En un estudio realizado en los visitantes en la VI Feria del Libro de la Biblioteca Central en la Universidad Nacional Autónoma de México (Pérez de Alba de Almada; 2008), el 96% de los encuestados afirmó conocer el programa cultural y académico de la feria, lo que refleja el interés del visitante en las actividades culturales que planifica y ejecuta durante una feria del libro.

### **Las ferias del libro y los espacios para la lectura**

Otro aspecto muy relevante de las ferias es su capacidad para constituir, en sí misma, una actividad cultural, una forma de pasar el tiempo solo o acompañado. Los visitantes asisten a una feria del libro con una actitud positiva porque la decisión de visitarla es autónoma, sin ningún tipo de obligatoriedad ni presión externa. La posibilidad de estar ante multitud de libros simultáneamente es fascinante para el visitante, y más aún para acceder a ciertos libros muy específicos. Son muchas y variadas las razones que llevan a los visitantes a acudir a una feria del libro como su ubicación cercana, la

posibilidad de adquirir los libros con descuento, la posibilidad de tener un contacto directo con los escritores presentes en la feria y la posibilidad de participar en el programa cultural que acompaña a la feria.

Siendo el visitante un punto importante en la feria, una buena forma de incitar a la lectura es multiplicar el número de espacios y lugares en que pueda darse en el recinto ferial, que permita al visitante de la feria la apropiación temporal de un lugar para dedicarlo a la lectura individual o colectiva. Los organizadores de una feria del libro deben asegurar la aparición de lugares exprofesos de lectura a lo largo del recorrido del recinto ferial. Estos lugares de lectura deben ser espacios informales, bien iluminados, agradables y cómodos que deben estar dotados de sillas, bancos y mesas altas o bajas.

El acto de leer incluye ámbitos tan diversos como una biblioteca, una playa, un parque o una feria del libro, entendiéndose que la lectura puede ocurrir en espacios de concentración y distracción. Habría que tener en cuenta que, si bien el espacio de la concentración es aquel en general más adecuado para la lectura, independientemente de su carácter individual ó colectivo, también es posible la lectura en el espacio de la distracción. En el caso de la feria del libro, probablemente el espacio de distracción sea el más común, debido a la presencia de otros visitantes y distractores que reclaman la atención del lector, pero que no interfieren para nada en el desarrollo de una experiencia gozosa de lectura durante su visita a la feria del libro.

### **La feria del libro y la promoción de la lectura**

La promoción de la lectura es una práctica social dirigida a transformar positivamente las maneras de percibir, sentir, valorar, imaginar, usar, compartir y concebir la lectura como construcción sociocultural. Desde esta perspectiva, la promoción de la lectura relaciona al hombre con la lectura (Morales, 2005). La

promoción de la lectura implica todas aquellas actividades que propician, ayudan, impulsan y motivan un comportamiento lector favorable, o en algunos casos más intenso del que se acostumbraba. Promover la lectura es introducir a los niños, adolescentes y adultos a una mayor familiaridad y naturalidad en el acercamiento a los textos escritos. Es transmitir pasiones, curiosidades; es ofrecerles la idea de que entre toda la literatura disponible, entre todo el conjunto de lo escrito, habrá alguna obra que sabrá decirles algo a ellos en particular. Es proponer al lector múltiples ocasiones de encuentros y de hallazgos (Petit, 1999).

El libro, la lectura y la literatura ocupan un espacio restringido en la mayoría de la población latinoamericana y caribeña (Oropeza, 2005). Los indicadores de lectura, de comportamiento lector y de comprensión de lectura en esta región son aún bastantes críticos tanto en adultos, como en jóvenes y niños (CERLARC, 2012b). Por ello, se entiende que la feria del libro ocupa un espacio pedagógico y de comunicación importante para la valorización de la lectura en la formación cultural de un pueblo. Una feria del libro es un evento que puede llamar la atención de los ciudadanos a la lectura, pautando e introduciendo ese tema en la agenda cultural y en las intervenciones del espacio público en las ciudades de la región.

Los sujetos de una feria del libro —escritores, lectores, editores, libreros, distribuidores— son actores sociales que tienen un papel en la valorización y en la creación de una conciencia sobre el valor social del libro y de la lectura. En ese sentido, cuando estamos realizando una feria del libro en cualquier ciudad, debemos estar conscientes que la feria forma parte de una estrategia de comunicación y de una campaña amplia de promoción de la lectura en región donde se realiza.

Además de un espacio de difusión y comercialización, la feria del libro debe

orientarse a la promoción de la lectura y su formación en sus diversos soportes. En ese sentido, su programación debe enfocar una atención redoblada a ofrecer ambientes que promuevan el contacto directo con los libros y la creación de situaciones lúdicas, gozosas y pedagógicas para la formación de lectores.

A través de una programación cultural y educativa la feria puede ofrecer a los niños, jóvenes, adultos, padres e hijos, profesores y alumnos, momentos con actividades dinámicas para despertar el interés y el gusto por la lectura, tomando el universo literario como objeto (Tabla 1). Esas actividades pueden ser realizadas de diversas maneras, como ruedas de lecturas compartidas, presentaciones artísticas, dramatizaciones de textos literarios, talleres de producción textual, talleres de ilustración, cuenta cuentos, lecturas en voz alta y de juegos lúdico-pedagógicos que se enfoquen en el poder transformador y movilizador de las palabras para la lectura del mundo.

En otras palabras, podemos decir que una feria del libro es, en sí misma, una especie de libro abierto que invita a que los visitantes retornen a sus casas maravillados de esa experiencia lectora.

Por otro lado, la feria puede dedicar todo un plan de actividades de formación en mediación de lectura para educadores, bibliotecarios, promotores de lectura, por medio de seminarios, congresos, simposios, cursos y talleres. Igualmente, puede crear espacios para el intercambio de experiencias educativas y sociales, que son desarrolladas por esos diversos actores promotores de la lectura en ambientes escolares, comunitarios, familiares, centros culturales y en espacios no convencionales. Por tanto, se vuelve fundamental, también, que las ferias del libro sean plataformas de formación y de comunicación de esas experiencias.

**TABLA 1.** Guía de actividades de promoción de la lectura y escritura en distintos públicos durante la feria del libro.

PÚBLICO	ACTIVIDAD
JÓVENES	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Conferencias sobre literatura juvenil y temáticos</li> <li>▪ Talleres de lectura y escritura</li> <li>▪ Talleres de ilustración</li> <li>▪ Talleres y conferencias según programación</li> <li>▪ Capacitación en lectura y escritura digital</li> <li>▪ Encuentro con el escritor</li> </ul>
ADULTOS	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Lectura de poesía y otros géneros literarios en voz alta (recomendado para adultos de la tercera edad)</li> <li>▪ Tertulias temáticas</li> <li>▪ Talleres y conferencias en torno a los temas de la programación</li> <li>▪ Talleres de lectura y escritura</li> <li>▪ Encuentros con el escritor</li> </ul>
Maestros, bibliotecarios y promotores de lectura	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Talleres y conferencias especializadas en torno a los temas de la programación de la feria</li> <li>▪ Espacios para el intercambio de experiencias educativas y sociales</li> <li>▪ Encuentros con el escritor</li> <li>▪ Charlas de capacitación</li> </ul>

### El pabellón infantil de la feria como espacio de promoción de la lectura.

En una perspectiva más amplia orientada a todas las personas que recurren a ese tipo de eventos, se entiende que una feria del libro debe ser un espacio vital para la mediación de la lectura en los niños, y para esto debe contar con un pabellón infantil. El pabellón infantil es una construcción ligera generalmente semicerrada que debe estar adjunto a la feria del libro, y su decoración debe ser agradable y planificada en base a su función promotora de lectura en niños.

La función de pabellón infantil es propiciar la apropiación del libro como objeto, el aprendizaje de la lectura de imágenes y la familiarización con los diferentes tipos de textos que están dirigidos a los niños; así como

fomentar hábitos lectores, promoviendo una relación de afecto y goce con libros de buena calidad, en espacios cómodos y lúdicos, propiciando un emotivo encuentro niño-libro fuera del marco habitual de las bibliotecas y el aula escolar (Figura 1).

**FIGURA 1.** Actividades de promoción de la lectura en el pabellón infantil de FILUC.



Fuente de las fotografías: prensa FILUC.

En el pabellón infantil se deben desarrollar actividades que conjuguen la lectura y la

diversión a través del desarrollo de dinámicas, talleres, concurso y presentaciones artísticas, facilitadas por un equipo altamente calificado de promotores de lectura. El objetivo es incentivar la afición a la lectura y facilitar la amistad con los textos. En este proceso, también se incorpora a los padres y maestros para que generen herramientas que extiendan al hogar y la escuela la vivencia del pabellón infantil (Tabla 2).

Un pabellón infantil resultaría un fracaso sin la visita de gran cantidad de niños a sus instalaciones. Es por esto que el comité organizador de la feria debe establecer contactos con todas las escuelas públicas y privadas de la región, con el fin de planificar visitas guiadas de las escuelas al pabellón infantil, garantizando de esta manera la asistencia de niños y niñas desde el nivel preescolar hasta sexto grado de educación básica.

La feria es una plataforma del libro en la región donde se realiza, por lo que se debe aprovechar el conocimiento que tiene la población de la existencia de la feria, e intentar involucrar a toda la población en las actividades. Como parte de estas actividades, en la feria se recomienda organizar concursos abiertos a toda la comunidad, donde se fomente la lectura y la escritura. Por ejemplo, organizar en el pabellón infantil un concurso de cuentos infantiles con el fin de estimular la escritura en los niños, con premios para los niños ganadores y reconocimiento para todos los niños participantes en el concurso.

Además, será necesario en el pabellón infantil, intensificar campañas pro-lectura atendiendo tanto la diversidad sociocultural del país como la realidad de los discapacitados, garantizando las visitas de las escuelas de niños con discapacidad al pabellón infantil. Todo el pabellón infantil se debe planificar como un área de libre acceso para personas con discapacidad con actividades de promoción de la lectura especialmente planificadas para ellos,

además, para los niños con discapacidad funcional visual se debe contar en el pabellón con cuentos en sistema Braille.

**TABLA 2.** Planificación y administración del pabellón infantil y de las actividades culturales en la feria del libro.

ACTIVIDAD	PLANIFICACIÓN Y ADMINISTRACIÓN
Construcción y diseño	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Localización físico-espacial en la feria.</li> <li>▪ Requerimientos y exigencias y físicas para la construcción del pabellón.</li> <li>▪ Diseño y planificación del espacio: amplio, espacios informales, bien iluminados, agradables y cómodos.</li> <li>▪ Dotación de los espacios para las actividades a realizar.</li> <li>▪ Área de libre acceso a personas con discapacidad.</li> <li>▪ Disponibilidad de recursos.</li> </ul>
Visita de niños al pabellón	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Establecer contactos y una base de datos con todas las escuelas públicas y privadas de la región, con el fin de enviarles la información referente a las actividades a realizar en el pabellón.</li> <li>▪ Planificar visitas guiadas de las escuelas al pabellón infantil.</li> <li>▪ Promocionar las actividades a realizar en medios de comunicación masivos, para garantizar la asistencia de niños junto con sus padres al pabellón infantil.</li> </ul>
Actividades de promoción de lectura y escritura	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Formar durante todo el año al equipo de promotores de lectura que trabajará en la feria.</li> <li>▪ Desarrollar actividades que conjuguen la lectura y la diversión a través del desarrollo de dinámicas, talleres, concursos y presentaciones artísticas, facilitadas por el equipo de promotores de lectura.</li> <li>▪ Planificar concursos de cuentos escritos por los niños.</li> <li>▪ Planificar actividades atendiendo tanto la diversidad socio-cultural del país como la realidad de los discapacitados.</li> </ul>
Formación de promotores de lectura	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Planificar actividades como seminarios, congresos, simposios, cursos y talleres para docentes y padres.</li> <li>▪ Establecer contactos con todas las escuelas públicas y privadas de la región, con el fin de planificar la asistencia de los docentes de las escuelas a las actividades.</li> </ul>



En cuanto a formar promotores de lectura, se dirigirán actividades como seminarios, congresos, simposios, cursos y talleres para docentes y padres, creando espacios que aseguren la adecuada preparación de formadores de lectores. En este caso, el comité organizador de la feria debe establecer contactos con todas las escuelas de la región para garantizar la asistencia de los docentes a las actividades de formación del pabellón.

Como ejemplo, a continuación se enumera algunas de las actividades dirigidas a docentes y padres desarrollados en FILUC en las dos últimas ediciones: Encuentros para docentes “Entre jóvenes lectores”, “Cuentos y cantos de faena”, “El humor escondido en las palabras”, “Espacios de reflexión en torno al lector”, “El lugar para los lectores más pequeños”, “Literatura y valores: la discusión de lo necesario”, “Selección de libros para niños”, “El aprendizaje por competencias a través de los textos escolares”, “Encuentro latinoamericano de Lectura, Escritura y literatura en el aula” (este encuentro se realiza anualmente, siendo que en el 2014 se realizó la 7.ª edición), Foros “Presente y futuro de la promoción de la lectura”, “Espacios de lectura”, y el Taller “Fabular con pocas palabras: Introducción al minicuento.”

Para cumplir con el objetivo de promoción de la lectura en niños durante los días de la feria se debe, entonces, aprovechar el pabellón infantil como espacio social y como potencial terreno de lectura, buscando ampliar los espacios de lectura más allá de los institucionalizados o convencionales, y así constituir a la feria en un factor que prepare a los futuros ciudadanos-lectores.

En conclusión, los fines de una feria del libro están estrechamente ligados con la posibilidad de construir una sociedad más sabia, más justa y democrática. El desarrollo cultural es un fin en sí mismo como lo reconoce la UNESCO (1997), y requiere para su florecimiento un marco de

libertad, la conjugación de políticas públicas, la acción de privados, de las universidades y de la sociedad civil.

La feria del libro es un espacio de promoción de la lectura, de valorización de la literatura y del conocimiento, de acceso al libro y de formación de lectores y promotores de lectura como vía principal para lograr el desarrollo personal y comunitario. El comité organizador de la feria, con el apoyo del estado y el sector privado debe hacer el esfuerzo para constituir la plataforma socio-institucional que garantice la difusión de conocimiento, el libro y la lectura en la población durante los días de la feria.

### Referencias Bibliográficas

- CERLARC (2012a) Las ferias del libro. Manual para expositores y visitantes profesionales. Recuperado el 30 de abril de 2014 de [http://cerlarc.org/wpcontent/uploads/2013/02/2f0015\\_Ferias\\_Digital.pdf](http://cerlarc.org/wpcontent/uploads/2013/02/2f0015_Ferias_Digital.pdf)
- \_\_\_\_\_ (2012b) Comportamiento lector y hábitos de lectura. Recuperado el 14 de enero de 2014 de [http://cerlarc.org/wpcontent/uploads/2013/03/fcbc1b\\_ComportamientoLector\\_Final.pdf](http://cerlarc.org/wpcontent/uploads/2013/03/fcbc1b_ComportamientoLector_Final.pdf)
- Morales, M.; Rincón G., JA.; Tona, J. (2005). Consideraciones pedagógicas para la promoción de la lectura dentro y fuera de la escuela. *Revista de Teoría y Didáctica de las Ciencias Sociales*, 10, 195-218.
- Oropeza G., A., (2005), Política pública y demanda cultural en Venezuela (pp 113-126). Caracas, Venezuela: Centro del Estudios del Desarrollo, Universidad Central de Venezuela.

## La feria del libro y su rol principal de promoción del libro y la lectura

Pérez de Alba de Almada, S. (2008). La VI Feria del Libro de la Biblioteca Central. Biblioteca Universitaria, 11, 69-75.

Petit, M., (1999), Nuevos acercamientos a los jóvenes y a la lectura. México DF, México: Fondo de Cultura Económica.

ProMéxico (2010). Cómo participar con éxito en Ferias y Exposiciones Internacionales. Recuperado el 30 de abril de 2014 de <http://www.atpmeetings.com/Como%20Participar%20con%20Exito%20en%20Ferias%20y%20Exposiciones%20Internacionales.pdf>

UNESCO (1982). Declaración de México sobre las políticas culturales. Recuperado el 01 de marzo de 2014 de [http://portal.unesco.org/culture/es/files/35197/11919413801mexico\\_sp.pdf/mexico\\_sp.pdf](http://portal.unesco.org/culture/es/files/35197/11919413801mexico_sp.pdf/mexico_sp.pdf)

\_\_\_\_\_ (2010). Políticas para la creatividad. Guía para el desarrollo de las industrias culturales y creativas. Madrid, España: Ediciones UNESCO.

\_\_\_\_\_ (1997). Nuestra diversidad creativa: informe de la Comisión Mundial de Cultura y Desarrollo. Madrid, España: Ediciones UNESCO.



¿Vive en permanente angustia?  
¿Posee herramientas para resolver su lucha interior entre el bien y el mal?  
¿Cree que la crisis personal, familiar y social es ética y moral?

**¡Aquí encontrará las mejores respuestas y estrategias!**

**Curso:**  
**“Formación de Facilitadores en Educación en Valores”**

**Objetivo:** Internalizar y vivenciar Teorías, Métodos, Estrategias y Actividades sobre Educación en Valores, para mejorar actitudes y conductas que le permitan una vida más plena y feliz, ayudando a otros desde su propia realidad de éxito.

**Curso Permanente**

<b>Dirigido a:</b> Profesionales Universitarios.	<b>Lugar:</b> Cátedra Rectoral Educación en Valores
<b>Duración:</b> 6 semanas.	<b>Horario:</b> Lunes y Miércoles de 4pm a 8pm.
<b>Certificado de aprobación.</b>	<b>Estacionamiento gratuito con vigilancia.</b>

**Lugar:** Urb. Prebo. Av. Andrés Eloy Blanco. Edif. Scorpio. Piso 3. Telefax: [0241] 8241077. E-mail [crevuc@gmail.com](mailto:crevuc@gmail.com)