

## PROGRAMA

**1. Denominación completa del Seminario: Edición para comunicadores**

**2. Carga horaria total del seminario:** tres horas semanales, 45 horas totales

**3. y 4. Profesores a cargo del dictado del curso:** Profesoras Ana Laura Pérez y Flavia Costa

### **6. Objetivos Generales de la asignatura**

a. Objetivos específicos (saberes que van a adquirir los estudiantes)

#### **Generales**

Ofrecer a los estudiantes de la carrera de Ciencias de la Comunicación un panorama actualizado del campo editorial en sus niveles local, regional, internacional y global, de los distintos actores que participan en la cadena de producción y circulación de libros y de los espacios institucionales que los reúnen, tanto para identificar posibles ámbitos de desempeño profesional como para diseñar investigaciones acerca del ecosistema del libro.

Brindar herramientas para una comprensión general de las tareas que integran el proceso de preproducción (documentación, traducción, *editing*, revisión, corrección de estilo, diseño de tapa, etc.) y posproducción editorial (comunicación, comercialización, marketing editorial).

Aportar herramientas prácticas y una descripción actualizada y precisa de un nuevo espacio de desarrollo profesional poco difundido aun en la carrera de Ciencias de la Comunicación.

#### **Específicos**

Proporcionar información que permita a los estudiantes elaborar un panorama del ecosistema del libro argentino, considerando su historia y su presente, e identificar los desafíos y debates del campo editorial.

Brindar a los estudiantes criterios para comprender el proceso de desarrollo de un catálogo, así como la tarea de selección de contenidos editoriales (originales de autor, obras por encargo, traducciones).

Entrenar a los estudiantes en la detección de tendencias (enfoques, autores y temas), la creación de textos para diversos públicos, el desarrollo veloz de proyectos integrales (que incluye estructura, estilo y gráfica de interior y tapa) y la formulación de estrategias de comunicación de las novedades editoriales.

Propiciar una lectura analítica de los catálogos editoriales concebidos como objetos culturales complejos; promover la inquietud acerca de los distintos actores del campo editorial (proyectos editoriales, editores, traductores, librerías), su historia y sus procesos de desarrollo, como potenciales objetos de investigación.

Aportar a los estudiantes un panorama de las tecnologías digitales disponibles hoy en el mundo editorial (audiolibros, *e-books*, *booktrailers*, creación de contenidos comunicacionales, entre otros) cuya particularidad reside en la articulación de estrategias editoriales, de prensa y de marketing basados en el análisis de datos y en las redes sociales desde la génesis del proyecto (autor, libro, colección, sello, etcétera).

## 7. Contenidos desglosados por unidades y bibliografía (general y específica) dentro de cada unidad

### Unidad 1

**Cartografía del ecosistema editorial. Territorios:** nacional, regional, internacional, global. **Actores:** editoriales (*tanques*, medianas, independientes, pequeñas, universitarias); editores (*publishers*); *scouts*, agentes, lectores evaluadores; editores de escritorio, traductores; correctores, diseñadores, imprenteros, libreros; comerciales, equipo de marketing y prensa editorial. **Ámbitos profesionales e institucionales:** asociaciones y cámaras del sector, ferias nacionales e internacionales.

Geopolíticas de la edición. Fuerzas desiguales de países y lenguas. Transformaciones contemporáneas de la edición: concentración, financiarización, cambios tecnológicos. Análisis de la edición argentina: estadísticas generales y estudios por segmentos del mercado editorial. Desafíos y debates actuales del sector.

Encuentro 1	<p><b>Presentación. El ecosistema del libro</b></p> <p><b>Bibliografía:</b> Colleu, Gilles, <i>La edición independiente como herramienta protagónica de la bibliodiversidad</i>, 2008, Buenos Aires, La Marca Editora.</p>
Encuentro 2	<p><b>Geopolíticas de la edición</b></p> <p><b>Bibliografía:</b> Saferstein, Ezequiel y Szpilbarg, Daniela, "<i>La industria editorial argentina 1990-2010: entre la concentración económica y la bibliodiversidad</i>", en <i>Alternativas. Revista de estudios culturales latinoamericanos</i>, Ohio State University. Center for Latin American Studies, 2014. En internet: <a href="https://alternativas.osu.edu/es/issues/autumn-2014/essays2/saferstein-szpilbarg.html">https://alternativas.osu.edu/es/issues/autumn-2014/essays2/saferstein-szpilbarg.html</a></p> <p>Schiffrin, André, <i>La edición sin editores</i>, Barcelona, Destino, 2000.</p> <p>Sorá, Gustavo (2002). "Frankfurt y otras aduanas culturales entre Argentina y Brasil. Una aproximación etnográfica al mundo editorial", <i>Cuadernos de antropología social</i>, 15. Pp. 125-143</p>
Encuentro 3	<p><b>La edición en Argentina</b></p> <p><b>Bibliografía:</b> Cámara Argentina del Libro (2017) <i>Informe de producción del libro argentino. 2017</i>, Buenos Aires, CAL. Disponible en línea: <a href="http://www.camaradellibro.com.ar/index.php/panorama-editorial/estadisticas">http://www.camaradellibro.com.ar/index.php/panorama-editorial/estadisticas</a></p>

	<p>Cámara Argentina de Publicaciones (2017). <i>El libro blanco de la industria editorial argentina</i>, Buenos Aires, CAP. Disponible en línea: &lt;  <a href="http://www.publicaciones.org.ar/LIBRO%20BLANCO%202017.pdf">http://www.publicaciones.org.ar/LIBRO%20BLANCO%202017.pdf</a></p> <p>De Sagastizábal, Leandro y Quevedo, Luis, <i>Optimistas seriales. Conversaciones con editores</i>, Buenos Aires, Eudeba, 2015.</p> <p>Esteves, Fernando, <i>Manual de supervivencia para editores del siglo XXI</i>, Buenos Aires, Eudeba, 2014.</p>
--	--

## Unidad 2

**Construcción de un catálogo** ("La obra del editor es su catálogo": Roberto Calasso). Distinción entre *publisher* y editor. ¿Cómo se forma un editor? Tipos de editor. Línea editorial, adquisición y selección de contenidos. Entre el gusto y la ocasión: decisión editorial, *scouting* y evaluación o arbitraje. Qué elige, y eventualmente compra, un editor: un proyecto de libro, un libro ya escrito, un libro ya editado. Éxitos editoriales y éxitos comerciales, *long-sellers* y *best-sellers*. El fenómeno de los libros "autoeditados". Colecciones y series: qué es una colección. El papel del director de colección. Análisis de catálogos.

Encuentro 4	<p><b>¿Cómo se forma un editor?</b></p> <p><b>Bibliografía:</b>  Calasso, Roberto, <i>La marca del editor</i>, Barcelona, Anagrama, 2014.</p> <p>Feltrinelli, Carlo, <i>Senior service. Biografía de un editor</i>, Barcelona, Tusquets, 2001.</p> <p>Granados Salinas, Tomás, <i>Sobre la (in)utilidad de la formación en el mundo del libro</i>, conferencia inaugural III Jornadas de Edición Universitaria-Feria Internacional del Libro de Buenos Aires 2013, Santa Fe, Ediciones UNL, 2014.</p> <p>Weidhass, Peter, <i>Memorias de un alemán atípico. Los años de formación de un manager de la cultura</i>, Buenos Aires, De La Flor, 1999.</p>
Encuentro 5	<p><b>Decisión editorial: entre el gusto y la ocasión</b></p> <p><b>Bibliografía:</b>  Herralde, Jorge, <i>El observatorio editorial</i>, Buenos Aires, Adriana Hidalgo, 2004.</p> <p>Salinas, Jaime, <i>El oficio de editor</i>, Buenos Aires, Alfaguara, 2013.</p> <p>Zaid, Gabriel, <i>Los demasiados libros</i>, Barcelona, Anagrama, 1996.</p> <p>Williams, Emily: "Inside the Secret World of Literary Scouts", en: <i>Publishing Perspectives</i>, diciembre de 2009.  <a href="http://publishingperspectives.com/2009/12/inside-the-secret-world-of-literary-scouts/">http://publishingperspectives.com/2009/12/inside-the-secret-world-of-literary-scouts/</a></p>
Encuentro 6	<p><b>Las editoriales universitarias</b></p> <p><b>Bibliografía:</b></p>

	<p>Aguilar, Anna M., "Visibilidad en las editoriales universitarias. El encuentro con el lector", <i>Actas del Primer Coloquio Argentino de Estudios sobre el Libro y la Edición</i>, La Plata, noviembre de 2012. En internet:  <a href="http://primercoloquioedicion.blog.com/files/2013/02/Coloquio_Actas-b.pdf">http://primercoloquioedicion.blog.com/files/2013/02/Coloquio_Actas-b.pdf</a></p> <p>Centeno, Rafael: "Circulación y fronteras comerciales del libro universitario", <i>Actas del Primer Coloquio Argentino de Estudios sobre el Libro y la Edición</i>, La Plata, noviembre de 2012. En internet:  <a href="http://primercoloquioedicion.blog.com/files/2013/02/Coloquio_Actas-b.pdf">http://primercoloquioedicion.blog.com/files/2013/02/Coloquio_Actas-b.pdf</a>.</p> <p>Chartier, Roger, "Las editoriales universitarias: pasado, presente, futuro", en <i>Unilibros de Colombia</i>, 2015, pp. 60-68. En internet:  <a href="http://www.unq.edu.ar/advf/documentos/543ec5bed6100.pdf">http://www.unq.edu.ar/advf/documentos/543ec5bed6100.pdf</a></p> <p>Costa, Flavia y Gazzera, Carlos, "Políticas editoriales y universidades públicas", en <i>Voces en el Fénix</i>, año 4, nº 29, pp. 101-121, 2013. En internet:  <a href="http://www.vocesenelfenix.com/content/pol%C3%ADticas-editoriales-y-universidades-p%C3%ABlicas">http://www.vocesenelfenix.com/content/pol%C3%ADticas-editoriales-y-universidades-p%C3%ABlicas</a></p>
Encuentro 7	<b>Entrega y comentario de los Trabajos Prácticos (TP) nº 1 y 2</b>

### Unidad 3:

**Herramientas de editing.** Principales herramientas necesarias para el pasaje correcto y eficaz de un original a su forma final de libro. Etapas de documentación, traducción, corrección y revisión. Búsqueda, edición y tratamiento de imágenes (fotografías, ilustraciones, infografías). Guías y hojas de estilo. Pautas de presentación de originales. Etapas de intervención en el texto (interior y cubierta, diagramación y elaboración de cubierta). Revisión final.

Encuentro 8	<p><b>Del "original" al libro</b></p> <p><b>Bibliografía:</b>  AAVV, <i>Manual de edición. Guía para tiempos revueltos</i>, La Marca Editores, Buenos Aires, 2017.</p> <p>Piccolini, Patricia, "¿Quién quiere ser invisible?", en <i>Mora (B. Aires). Dossier Mujeres que hacen libros</i>, vol. 17, nº 2, Buenos Aires, septiembre de 2011.  <a href="http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&amp;pid=S1853-001X2011000200008">www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&amp;pid=S1853-001X2011000200008</a></p> <p>Moya, Misael, <i>Edición ordinaria y edición crítica de textos</i>, La Habana-Santa Clara, Félix Varela-Editorial Feijóo, 2013.</p> <p>Touza, Sebastián: "Consejos editoriales para publicar una tesis como libro".  <a href="http://www.ediunc.uncu.edu.ar/public/js/mfm/editor/pdf/Tesis_a_libro__noviembre_2012__1.pdf">www.ediunc.uncu.edu.ar/public/js/mfm/editor/pdf/Tesis_a_libro__noviembre_2012__1.pdf</a></p>
Encuentro 9	<p><b>Manual de corte y corrección</b></p> <p><b>Bibliografía:</b>  Cassany, Daniel, <i>La cocina de la escritura</i>, Barcelona, Anagrama, 1995.</p>

	<p>Cassany, Daniel. <i>Afilar el lapicero: guía de redacción para profesionales</i>. Barcelona: Anagrama, 2007.</p> <p>García Negroni, María Marta, <i>Escribir en español. Claves para una corrección de estilo</i>, Buenos Aires, Santiago Arcos editor, 2011 (2ª ed., rev.).</p>
Encuentro 10	<b>Debate con profesionales invitados y entrega del TP n° 3</b>

#### Unidad 4:

**¿Por qué los comunicadores son buscados como editores?** El comunicador como profesional clave del nuevo modelo empresario editorial afianzado en el siglo XXI (entre la concentración multinacional y la proliferación de editoriales independientes con catálogos específicos). Qué otorgan la práctica periodística y comunicacional a este nuevo editor: capacidad de gestionar catálogos eclécticos, detectar tendencias (enfoques, autores y temas), crear textos para públicos amplios, desarrollar con rapidez proyectos. En los últimos años los medios masivos proveyeron a las casas editoriales de profesionales altamente calificados y ejercitados en la capacidad de innovación (de dispositivos, de hábitos de lectura, de consumo, de lógicas narrativas provenientes de campos diversos), capaces de crear catálogos digitales online y experimentar con los formatos, así como de articular desde su génesis estrategias editoriales, de prensa y de marketing basados en el análisis de data y las redes sociales.

Encuentro 11	<p><b>Leer, escribir y editar en el mundo digital</b></p> <p><b>Bibliografía:</b>  Hutnik, Elizabeth y Saferstein, Ezequiel, "Las prácticas de lectura en el entorno digital: industria editorial, mercado y consumo", <i>Revista de Literaturas Modernas</i>, Universidad Nacional de Cuyo. Facultad de Filosofía y Letras. Instituto de Literaturas Modernas, 2014-06 . En internet:  <a href="http://bdigital.uncu.edu.ar/objetos_digitaes/6776/02hutniklitmod44-1.pdf">http://bdigital.uncu.edu.ar/objetos_digitaes/6776/02hutniklitmod44-1.pdf</a></p> <p>Darnton, Robert, "Old books and e-books", en <i>European Review</i>, Vol. 15, No. 2, 165–170, 2007. En internet: <a href="http://www.robertdarnton.org/publications">http://www.robertdarnton.org/publications</a></p>
Encuentro 12	<p><b>De la industria editorial a la industria creativa</b></p> <p><b>Bibliografía:</b>  Saferstein, Ezequiel Andrés, "Una cosa es mi biblioteca y otra cosa es mi plan editorial": Nuevas prácticas de los editores de los grandes grupos en Argentina, en <i>Intersticios. Revista sociológica de pensamiento crítico</i>, Universidad Complutense de Madrid, 2014-02. En internet:  <a href="http://www.ri.conicet.gov.ar/bitstream/handle/11336/34377/CONICET_Digital_Nro.40_375706-5496-40e5-8f73-68b30862262d_A.pdf?sequence=2&amp;isAllowed=y">www.ri.conicet.gov.ar/bitstream/handle/11336/34377/CONICET_Digital_Nro.40_375706-5496-40e5-8f73-68b30862262d_A.pdf?sequence=2&amp;isAllowed=y</a></p> <p>Szpilbarg, Daniela; Saferstein, Ezequiel, "De la industria cultural a las industrias creativas: un análisis de la transformación del término y sus usos contemporáneos", en <i>Estudios de Filosofía Práctica e Historia de las Ideas</i>, Instituto de Ciencias Humanas, Sociales y Ambientales, 2014-03. En Internet:  <a href="http://ri.conicet.gov.ar/bitstream/handle/11336/35152/CONICET_Digital_Nro.d3200879-dd91-4658-8446-0158dbb0d64a_A.pdf?sequence=2&amp;isAllowed=y">http://ri.conicet.gov.ar/bitstream/handle/11336/35152/CONICET_Digital_Nro.d3200879-dd91-4658-8446-0158dbb0d64a_A.pdf?sequence=2&amp;isAllowed=y</a></p>

## Unidad 5

### Investigar en edición

Historia de la edición en la Argentina: periodizaciones (los pioneros, los años '60, la dictadura, la concentración, el *boom* de la edición independiente post-2001), sellos editoriales (desde Losada, Sudamericana, Siglo XXI, Eudeba y Continente hasta Mansalva, Caja Negra y Godot), personalidades destacadas del sector (Gonzalo Losada, Guillermo de Torre, Francisco Porrúa, Arturo Peña Lillo, Boris Spivacow, entre muchos otros), procesos de profesionalización. La emergencia de la Edición como campo de estudios y como tema de investigación: temas, problemas, enfoques. Temas aun poco explorados: lecturas en profundidad de catálogos, estudios comparativos, análisis de las profesiones y oficios asociados a la edición (traductores, correctores, librerías), compilación y análisis de informes de lectura, entre otros.

Encuentro 13	<b>Historia de la edición en la Argentina</b>  <b>Bibliografía:</b> De Sagastizábal, Leandro, <i>La edición de libros en la Argentina. Una empresa de cultura</i> , Buenos Aires, Eudeba, 1995.  De Diego, José Luis (dir.), <i>Editores y políticas editoriales en Argentina, 1880-2000</i> , México, FCE, 2006.  Spivacow, Boris, <i>Memoria de un sueño argentino</i> , Buenos Aires, Colihue, 1995.
Encuentro 14	<b>La emergencia de la Edición como campo de estudios</b>  <b>Bibliografía:</b> Costa, Flavia y De Sagastizábal, Leandro, "Las editoriales universitarias: los caminos de la profesionalización", en <i>Anuario del Centro de Estudios Económicos de la Empresa y del Desarrollo</i> , CEEED, Buenos Aires, 2016. En internet: <a href="http://bibliotecadigital.econ.uba.ar/?c=aceeed&amp;a=d&amp;d=aceeed_v8_n8_06">http://bibliotecadigital.econ.uba.ar/?c=aceeed&amp;a=d&amp;d=aceeed_v8_n8_06</a>  Darnton, Robert, "'What is the history of books?' revisited", en <i>Modern Intellectual History</i> 4(3): 495-508. En internet: <a href="http://www.robertdamnton.org/publications">http://www.robertdamnton.org/publications</a>  Sorá, Gustavo, "Editores y editoriales de ciencias sociales: un capital específico", en Neiburg, Federico y Plotkin, Mariano (comps.), <i>Intelectuales y expertos: la constitución del conocimiento social en Argentina</i> , Buenos Aires, Paidós, 2004.
Encuentro 15	<b>Devolución de los TP n° 4 y 5. Evaluación final</b>

## 8. Metodología de enseñanza

Se tratará de una reunión semanal de tres horas según la modalidad de una clase teórico-práctica, presencial. La primera hora y media del seminario estará dedicada a una exposición por parte de los docentes y la segunda al análisis y comentario de los TP de los estudiantes realizados o en curso.

## **9. Régimen de evaluación y promoción**

**9.a. Requisitos de regularidad:** La asistencia de los alumnos será obligatoria. Para alcanzar la regularidad en el seminario, el alumno deberá estar presente en al menos el 75 por ciento de las clases del cuatrimestre y aprobar el 75 % de los trabajos prácticos mencionados en 9.c.

**9.b. Promoción:** La promoción será sin examen final.

**9.c. Modalidad de evaluación de los estudiantes:** La modalidad de evaluación para acceder a la promoción consiste en aprobar el 75 % de los trabajos prácticos propuestos durante el recorrido de la cursada. El conjunto de dichos trabajos puede ser un insumo relevante para la elaboración de una tesina, que implique al menos dos niveles de trabajo concreto de investigación, esto es: la selección del objeto dentro del campo editorial a analizar (un conjunto de catálogos, por ejemplo), y la organización del proyecto: bibliografía, estado de la cuestión, objetivos de la investigación, hipótesis (si las hay) o al menos preguntas que guían el trabajo y un análisis preliminar o exploratorio del material.