

Seminario: Semántica y Pragmática

Departamento:

Edición

Profesor:

García Negroni, María Marta

1ºcuatrimestre- 2017

Programa correspondiente a la carrera de Edición de la Facultad de Filosofía y Letras de la Universidad de Buenos Aires

Programas



UNIVERSIDAD DE BUENOS AIRES
Facultad de Filosofía y Letras

Departamento: Edición

Seminario: Tecnologías y proyectos de comunicación social y cultura editorial

Profesor: Martín Gonzalo Gómez

Cuatrimestre: Segundo

Aprobado por Resolución N° (CD) 3788/17

Año: 2017

Programa N°:

MARTA DE PALMA
Directora de Despacho y Archivo General



Universidad de Buenos Aires
FACULTAD DE FILOSOFÍA Y LETRAS

Seminario de Grado 2do cuatrimestre 2017:

TECNOLOGÍAS Y PROYECTOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y CULTURA EDITORIAL

Prof.: Martín Gonzalo Gómez

CARRERA DE EDICIÓN

Fundamentación

La propuesta del seminario es profundizar el desarrollo de un espacio de formación, debates y proyectos específicos orientados al estudio, el análisis epistemológico y la aplicación práctica de la comunicación social y la cultura editorial. Esto implica un trabajo con la praxis, los cánones y los géneros editoriales desde una perspectiva especializada e integradora de diversos saberes de la Edición, con el objetivo de propiciar el avance interdisciplinario de la investigación en este campo de saberes aun en gran medida vacante. En este sentido, como antecedentes hemos dictado desde el año 2010 a la fecha numerosos seminarios donde hemos realizado este recorrido interdisciplinario propuesto en torno a la ampliación del campo de la edición: sobre historia del libro y políticas editoriales (2016), conocimiento social y cultural (2015) y producción de géneros editoriales (2014), cultura y memoria social (2013), fundamentos para la investigación (2013) y objetos, teorías y métodos (2012), cultura y tecnología (2012), gestión de la información (2012), recursos y herramientas en el ámbito editorial (2011) y diseño de información (2010).

Las problemáticas vigentes en esta disciplina requieren del conocimiento de los diferentes enfoques teóricos y metodológicos, explicitar el objeto de estudio, desarrollar sus variables y ampliar el campo de los proyectos posibles. El libro como objeto ha sido estudiado en relación con sus especificaciones técnicas y en su rol de dispositivo clave en procesos sociales e históricos relacionados con la experiencia de lectura y el acceso de nuevos grupos sociales a las posibilidades educativas y culturales abiertas por esta tecnología.

En este seminario se procura integrar estos avances en una trayectoria más amplia que permita observar la participación de los procesos editoriales en el diálogo social y el intercambio comunicacional, como así también en la transmisión cultural, a partir de la conformación de los géneros editoriales y las transformaciones tecnológicas.

Los géneros y los cánones como tema de estudio tienen una larga tradición dentro del campo del análisis literario, con especial énfasis en el estudio discursivo. La mirada editorial aporta una dimensión material y productiva concreta que permite incluir y contextualizar lo discursivo, y complementarlo con el trabajo social y profesional que realizan los productores editoriales en el marco de las industrias culturales.

A partir del corpus bibliográfico especializado y de casos editoriales específicos, se hará especial hincapié en temáticas y problemáticas relativas a la constitución del sistema editorial en su conjunto, la variable tecnológica y los proyectos, la formación conceptual y material de los géneros editoriales, su carácter de dispositivo formador de subjetividad y vehículo del discurso social, y la relación entre transmisión cultural y comunicación social.

El punto de partida es la observación del rol sociocultural que cumple la edición, situada en la encrucijada de las mediaciones comunicativas contemporáneas, en la producción y socialización de contenidos y conocimientos tanto especializados como generales. Esta forma de incidir, dialogar y participar en la construcción del entorno cultural se encuentra inscrita en profundos cambios tecnológicos y epistemológicos. Mientras que, por un lado, la actividad editorial se diversifica y participa, activamente o por omisión, del debate sobre el derecho al acceso a la información, las instituciones educativas propician nuevos debates y producciones intelectuales en torno a la “gestión cultural” y las “industrias culturales”.

Son espacios emergentes en un contexto sociocultural que requiere un pensamiento complejo que incluya la participación de distintas miradas y enfoques en torno a objetos y formas culturales que atraviesan, cambiantes y heterogéneas, una gran variedad de medios e instituciones sociales. En ello actúan la construcción y reconstrucción de relatos, diálogos y mediaciones que forman activamente la trama de sentido del conjunto de la sociedad.

Desde esta perspectiva, los equipos de cátedra que desarrollan las propuestas plasmadas en estos seminarios trabajan en el sentido de abrir el campo de la Edición al debate interdisciplinario dentro del ámbito de las Ciencias Sociales y las Humanidades, integrando problemáticas concretas de la actividad editorial, con marcos teóricos que permiten comprender y operar sobre dichas problemáticas. En el espacio académico de Edición no existe aun una comunidad científica establecida, ni un corpus intelectual y bibliográfico que reconozca estas problemáticas en toda su extensión y complejidad. Tal como sucediera a lo largo de la historia del conocimiento con disciplinas ya reconocidas, Edición aun atraviesa la transición del oficio a la disciplina, del mero hacer a la reflexión activa. De aquí la importancia de seguir avanzando en esta línea, integrando los distintos actores del campo, y generando espacios de participación y formación académica para los estudiantes de grado.

Objetivos

- a) Analizar producciones a partir del conocimiento crítico del rol profesional de la edición, sus lenguajes, sus tecnologías de producción y su potencial sociocultural.
- b) Reconocer procesos de transmisión cultural y comunicación social donde participa el sistema de producción editorial como mediador activo.
- c) Conocer los enfoques teóricos y epistemológicos vigentes sobre la edición, sus conceptos fundamentales y sus diversos ámbitos de inserción social.
- d) Observar de forma reflexiva las prácticas de lectura y la disposición de la información a partir de proyectos vinculados con géneros editoriales específicos.
- e) Revisar procesos narrativos y materiales del discurso social a partir del desarrollo de diversos proyectos y géneros editoriales dentro del campo cultural.

Contenidos

Unidad 1: Introducción al conocimiento editorial

Introducción a las problemáticas fundamentales de la definición del campo editorial. Diversas formas de plantear los ejes del campo disciplinario. Los fundamentos de la producción de conocimiento y la especialidad de la mirada editorial. Recorridos de la historia, la memoria y la comunicación. La situación epistemológica frente a las ciencias sociales y las implicancias para la edición. La reestructuración del conocimiento social. Proyecciones técnicas y empresariales dentro del campo de la edición. La representación instrumental de la edición. Factores de apertura: tecnología, industria y lectura. Cultura, producción y acceso tecnológico al conocimiento y la información.

Bibliografía:

- ALONSO ERAUSQUIN, M. (2004). "Introducción", en *El libro en un libro*. Madrid, Ediciones de la Torre.
- FOUCAULT, M. (1979 [1969]). "Ciencia y saber", en *Arqueología del saber*. Buenos Aires, Siglo XXI.
- GÓMEZ, M. G. (2013). "Cultura y epistemología de la edición. Un estado de la cuestión", en *I Jornadas de Investigación en Edición*. Buenos Aires, Facultad de Filosofía y Letras (UBA).
- MARTÍN-BARBERO, J. (1993). *De los medios a las mediaciones*. Barcelona, Gustavo Gili.
- SCOLARI, C. (2008). "Las teorías de la comunicación de masas", en *Hipermediaciones. Elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva*. Barcelona, Gedisa.
- SLOTERDIJK, P. (2000). *Normas para el parque humano*. Madrid, Siruela.
- WALLERSTEIN, I. (2001 [1996]). "Las estructuras del conocimiento, o ¿de cuántas maneras podemos conocer?", en *Conocer el mundo, saber el mundo: el fin de lo aprendido. Una ciencia social para el siglo XXI*. México, Siglo XXI - UNAM.
- ZEMELMAN, H. (2001). *Pensar teórico y pensar epistémico. Los retos de las ciencias sociales latinoamericanas*. México, Universidad Autónoma de la Ciudad de México.

Unidad 2: El rol de la edición en la comunicación social y la transmisión cultural

La edición y los géneros en la perspectiva comunicativa. El libro, la edición y la lectura: el enfoque histórico. La diversidad de enfoques culturales y comunicacionales. Del paradigma informacional a la puesta en contexto social y cultural. Las problemáticas de la cultura en el devenir de la ciencia social y las especializaciones de la edición. Perspectivas de la comunicación: instrumentalismo y antropología. Procesos sociales de constitución del sistema editorial: las funciones y las instituciones. Géneros y productos de alcance social (como los periódicos), y de desarrollo en la transmisión cultural (como los cánones de las literaturas). Proyectos editoriales y mediación intelectual. El pasaje del libro a la obra y el texto: transmisión cultural y comunicación social en los confines de la modernidad.

Bibliografía:

- ASSMANN, J. 2007 “¿Qué es la ‘memoria cultural’?” en *Pensamiento de los Confines*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica. N° 21, diciembre, pp. 197-216.
- CHARTIER, R. (2007). *La historia o la lectura del tiempo*. Barcelona, Gedisa.
- DARNTON, R. (2008a [1982]). “¿Qué es la historia del libro?”, *Prismas*. Revista de historia intelectual, núm. 12, pp. 135-155.
- DEBRAY, R. (2002). “Más que comunicar: transmitir”, en *Introducción a la mediología*. Barcelona, Paidós.
- GÓMEZ, M. G. (2014). “Del discurso social al proyecto cultural. Construcción y devenir de los géneros editoriales”, en *II Jornadas de Investigación en Edición*. Buenos Aires, Facultad de Filosofía y Letras (UBA).
- HESSE, C. (1998). “Los libros en el tiempo”, en NUNBERG, G., *El futuro del libro*. Barcelona, Paidós.
- MATTELART, A. & M. (2003). *Historia de las teorías de la comunicación*. Fragmentos y conclusión. Barcelona, Paidós.
- SCHMUCLER, H. (1997). “Comunicación, cultura y desarrollo”, en *Memoria de la comunicación*. Buenos Aires, Biblos.

Unidad 3: Géneros y cánones en la producción y la praxis editorial

Ubicación del contexto económico, político y social de la producción editorial. Formación y función social de los géneros editoriales. El espacio interaccional de la transmisión y el rol social de la edición. El cruce de discursos sociales e industrias culturales. Géneros y escritura de la modernidad a la posmodernidad. Cultura, ideología e industria editorial. Géneros, estilos y mecanismos de transposición. Dispositivos de interacción en la formación de imaginarios y representaciones colectivas. Formas de organización editorial: organicista y mecanicista. El rol del editor moderno en las sociedades contemporáneas.

Bibliografía:

- ANGENOT, M. (2012). “El discurso social: problemática de conjunto”, en *El discurso social*. Buenos Aires, Siglo XXI.

- BAITÍN, M. (2002 [1979]). "El problema de los géneros discursivos", en *Estética de la creación verbal*. Buenos Aires, Siglo XXI.
- CHRISTIE, F. (1989). "Genres and Writing: A Response to Michael Rosen", en *English in Australia*, n° 90, pp. 3-12.
- DELEUZE, G. (2007). "Sobre los nuevos filósofos y sobre un problema más general", en *Dos regímenes de locos. Textos y entrevistas*. Valencia, Pre-Textos.
- GEERTZ, C. (1980). "Géneros confusos. La refiguración del pensamiento social", en *American Scholar*, vol. 49, n° 2, pp. 165-179.
- GOCIOL, J. (2009). "El Rompecabezas CEAL. Una posible guía de lectura", en *Más libros para más. Colecciones del Centro Editor de América Latina*. Buenos Aires, Biblioteca Nacional.
- GÓMEZ, M. G. (2016). "Repensar la edición. Nuevos conocimientos a la vanguardia en ciencias sociales y humanidades". En *Cultura Editorial*, núm. 1. Buenos Aires, Facultad de Filosofía y Letras de la UBA.
- PAYNE, M. 2002 (1996) "Canon" en *Diccionario de teoría crítica y estudios culturales*. Barcelona: Paidós.

Unidad 4: Materialidades y lenguajes del objeto editorial

Lenguajes de la comunicación editorial: texto, ilustración, fotografía, imagen y movimiento. La discursividad de los géneros: el texto y la autoría. La materialidad de los géneros: el libro y la lectura. La perspectiva semiótico-discursiva en las ciencias de la comunicación. El pasaje entre los medios y los géneros. El uso del dispositivo autor. Formas de acción a partir de las diversas posibilidades tecnológicas. La composición de la imagen en el discurso. La comunicación a través de imágenes y dispositivos de diseño de información. Cruces temáticos, tecnológicos y narrativos con los lenguajes visuales. El proceso de edición: la construcción del discurso en el objeto editorial. Legitimación y significado.

Bibliografía:

- BARTHES, R. (2003 [1957]). "El mito como sistema semiológico", *Mitologías*. Buenos Aires, S. XXI.
- CAVALLO, G., CHARTIER, R. (1998). "Introducción", en *Historia de la lectura en el mundo occidental*. Barcelona, Taurus.
- DERRIDA, J. (2003). "El libro por venir", en *Papel máquina*. Madrid, Trotta.
- ELIAS, N. (1987 [1977]). "La 'civilización' como transformación específica del comportamiento humano", en *El proceso de la civilización*. Madrid, Fondo de Cultura Económica.
- FOUCAULT, M. (2004). *El orden del discurso*. Buenos Aires, Tusquets.
- MANOVICH, L. (2006). *El lenguaje de los nuevos medios de comunicación*. Barcelona, Paidós.
- SÁNCHEZ, J. (2000). *De la literatura al cine. Teoría y análisis de la adaptación*. Barcelona, Paidós.
- STEIMBERG, O. (1993). "Libro y transposición", *Semiótica de los medios masivos*. Buenos Aires, Atuel.
- TODOROV, T. (1988). "El origen de los géneros", en Garrido Gallardo, M. A. (comp.), *Teoría de los géneros literarios*. Madrid, Arco/Libros.

Unidad 5: Discursividad y subjetividad en la lectura, el texto y la autoría

El objeto libro-texto y el sujeto lector-autor. Relación entre texto y paratexto. Formas de la intertextualidad. La dinámica constitutiva de las formas sociales y las identidades. Interculturalidad y dispositivos de subjetividad: mediatización de la cultura y la memoria social. Identificación de procesos constitutivos de subjetividad a partir de procesos

mediáticos y productos editoriales. Casos aplicados en géneros específicos orientados a las tecnologías de la percepción, y las narrativas para segmentos específicos (como la literatura infantil y juvenil). Proyecciones subjetivas e ingreso a la lectura desde la estructura paratextual. Transformaciones contextuales y procesos subjetivos-identitarios.

Bibliografía:

- BAL, M. (2002). "Viaje entre palabras y conceptos", en *Travelling Concepts in the Humanities*. Toronto, University of Toronto Press.
- CHARTIER, A.-M. (2009). "Los cuadernos escolares: Ordenar los saberes escribiéndolos", en *Cultura Escrita & Sociedad*, n° 8, pp. 163-182. Madrid, Alcalá de Henares, Universidad de Alcalá.
- DUSSEL, E. (1998). "En búsqueda del sentido (Origen y desarrollo de una Filosofía de Liberación)", en *Anthropos*, n° 180, septiembre-octubre, pp. 25-30. Barcelona.
- GENETTE, G. (1983). "Transtextualidades", en *Magazine Littéraire*, febrero. París.
- GINZBURG, C. (2008 [1976]). "Prefacio", en *El queso y los gusanos. El cosmos según un molinero del siglo XVI*. Barcelona, Península.
- GÓMEZ, M. G. (2011). "La interfaz del libro". En Rico, E. y Gómez, M. G., *Estudios críticos sobre diseño de información*, Cap. II.3. Buenos Aires: Facultad de Filosofía y Letras (UBA).
- RUIZ MARTÍNEZ, J. M. (2008). "El libro como objeto físico", en *La puerta de los libros*. Facultad de Filosofía y Letras de la Universidad de Granada.
- SCOLARI, C. (2004). "Paratexto y alrededores", en *Hacer clic. Hacia una sociosemiótica de las interacciones digitales*. Barcelona, Gedisa.

Unidad 6: Productos, acciones y proyectos de la cultura editorial

Proceso de desarrollo del proyecto editorial. Identificación y construcción de audiencias frente a la pluralidad de experiencias de lectura. Gestión del proyecto en la vinculación con autores. Plataformas para el desarrollo de productos editoriales en función de la segmentación. Los pasos de la producción y la distribución editorial. Casos específicos (book trailer, foto-libro, etc.). El diseño de proyectos: construcción del mensaje e inscripción (crítica o acrítica) dentro de un género. El proceso de investigación para el desarrollo narrativo y audiovisual. Relación entre paratextos y lectura.

Bibliografía:

- MARTÍN SERRANO, M. (2007 [1977]). "Prólogo para *La mediación social* en la era de la globalización", en *La mediación social*. Madrid, Akal.
- MÉTAILIE, A.-M. (2008). Ser independiente. En COLLEU, G., *La edición independiente como herramienta protagonista de la bibliodiversidad*. Buenos Aires, La Marca.
- GÓMEZ, M. G. (2015). "La praxis editorial: acciones y proyectos de comunicación social y transmisión cultural", *III Jornadas de Investigación en Edición*. Buenos Aires, Facultad de Filosofía y Letras (UBA)
- GRIMSON, A. (2000). "Tipos de comunicación", en *Interculturalidad y comunicación*. Buenos Aires, Norma.
- RICŒUR, P. (2006). *Del texto a la acción*. Buenos Aires, Fondo de Cultura Económica.
- SZIR, S. (2006). *Infancia y cultura visual. Los periódicos ilustrados para niños (1880-1910)*. Buenos Aires, Miño y Dávila.
- YÚDICE, G. (2002). *El recurso de la cultura*. Barcelona, Gedisa.

Metodología didáctica


La modalidad de enseñanza sigue las estipulaciones institucionales de la Facultad para un seminario de grado. Se expondrán en cada clase los conceptos y casos junto con prácticas de lectura argumentativa a fin de facilitar la adquisición de herramientas de comprensión y dominio de los temas. Para esto se facilitará el acceso al corpus textual a través de una selección de capítulos y fichas bibliográficas preparadas especialmente para el seminario. La exposición se complementará con el debate participativo acerca de las lecturas y los casos, y actividades en las que se pondrán en práctica los conocimientos compartidos en relación a productos editoriales específicos que resulten de particular interés de los estudiantes.

Cursada y evaluación

Las clases semanales son de 4 (cuatro) horas. A lo largo del seminario se realizarán las actividades de comprensión y producción indicadas. Del cumplimiento de las mismas surgirá una nota parcial de cursada. La evaluación final constará de la realización de una monografía sobre temáticas del curso, cuyos lineamientos se especificarán oportunamente. Para llegar a esta instancia se deberá cumplir un mínimo de 80% de asistencia. La calificación para la aprobación debe ser igual o mayor a 4 (cuatro).

Día y horario de cursada: viernes de 17 a 21 hs.

Profesor a cargo: Martín Gonzalo Gómez (Lég. 170.468).



Téc Ed Néstor Labbé
Secr Académico
Carrera de Edición
Fac Filosofía y Letras (UBA)