

Materia: Introducción a la actividad editorial

Departamento:

Edición

Profesor:

Katz, Alejandro. García, Horacio

1° Cuatrimestre - 2015

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 FILOSOFIA Y LETRAS

DEPARTAMENTO : CARRERA DE EDICION

ASIGNATURA : INTRODUCCION A LA ACTIVIDAD EDITORIAL

PROFESOR: ALEJANDRO KATZ , HORACIO GARCIA

CUATRIMESTRE: 1º Aprobado por Resolución

AÑO: 2015

Nº (Q) 1556/16

PROGRAMA Nº:0902

MARTA DE PALMA
Directora de Despacho y Archivo General

INTRODUCCIÓN A LA ACTIVIDAD EDITORIAL

1er Cuatrimestre 2015

FINALIDAD DE LA ASIGNATURA

Se espera que los alumnos conozcan, comprendan e interrelacionen los principales sujetos, procesos y objetos intrínsecos a la actividad editorial, en su perspectiva histórica, en su complejidad actual y ante los desafíos que proponen los cambios tecnológicos en curso.

OBJETIVOS

Se espera que los alumnos:

Conozcan la génesis de la profesión del editor, así como su proceso de profesionalización desde sus inicios vinculados con la Revolución Industrial hasta la actualidad.

Adquieran una idea sistemática y coherente de la actividad de una empresa editorial y de la profesión del editor, estructurada sobre la base de las principales lógicas del sector. Se entiende que, por ser la única materia no técnica de la carrera, en ella deben plantearse, de modo claro y coherente, todos los aspectos relevantes que hacen a la actividad.

Comprendan y utilicen las categorías de análisis y los principales procesos del mundo de la edición: el doble carácter del libro y su situación en tanto bien cultural; semejanzas y diferencias de la empresa editorial en relación con otro tipo de empresas industriales y culturales; construcción del catálogo; diseño de plan editorial y proyectos editoriales; modos de producción industrial de libros y nuevos soportes de edición; canales comerciales; formas de promoción y difusión del libro; perspectivas de la industria editorial en el mediano plazo.

Conozcan las características y analicen las funciones principales de cada uno de los actores del sector editorial

Desarrollen su capacidad de análisis, interpretación y crítica de la bibliografía utilizada para comenzar a manejarse con ductilidad ante otras lecturas y temas específicos del mundo editorial.

Igualmente, la materia ha introducido un capítulo dedicado a la edición digital, dado el desarrollo de esta dimensión de la actividad. Se presentan, para introducir en el tema, los aspectos centrales vinculados con la producción, la circulación y la utilización de los textos, las creaciones de nuevos géneros discursivos asociados al medio digital, las características de los diferentes dispositivos de lectura y los posibles nuevos roles del editor en ese ambiente, en sus continuidades y rupturas con la edición tradicional.

Unidad 1. Los sujetos y los actores de la actividad editorial

1.1. Cultura y escritura. La aparición del libro. El surgimiento del editor moderno: los inicios del capitalismo y la Revolución Industrial. Ilustración y revolución: el libro como agente y producto de los cambios históricos. Ampliación del lectorado. Masificación del libro. La actividad editorial y librera en la historia argentina.

El libro en el campo cultural: su especificidad frente a otros bienes culturales, perspectivas acerca de su futuro.

1.2. El doble carácter del libro: producto cultural y producto industrial, significación y mercancía. El aspecto cultural de la actividad editorial. El libro y los editores, su influencia en la cultura en Argentina y en el mundo. Las cuatro lógicas de la actividad editorial.

1.3. Los actores de la actividad editorial: el proceso de profesionalización del editor moderno, su rol en la sociedad y en la cultura. Los actores del proceso de edición: el editor (Publisher - editor), el director de colección, el traductor, el ilustrador, el diseñador, el diagramador, el corrector los agentes o intermediarios culturales. La necesidad de formación profesional. El autor como figura intelectual y como contraparte contractual. Los actores de la reproducción industrial.

Unidad 2. Las empresas y los procesos en la producción editorial

2.1. El campo editorial y el posicionamiento de las empresas. Grado de viabilidad teórica de la categoría de "campo editorial". El editor y la empresa editorial: sus objetivos, su ubicación entre el polo cultural y el polo comercial. Las lógicas de la actividad editorial: articulación entre los distintos aspectos involucrados en la empresa editorial: editorial, comercial, financiero e industrial.

2.2. Catálogo, plan editorial y proyecto editorial categorías inclusivas y progresivas. Libros de fondo, libros de choque y listas de novedades. Diversos tipos de productos editoriales: publicaciones periódicas (revistas y fascículos), los libros infantiles, los libros de referencia, los libros científicos y técnicos, los libros de arte, las obras literarias, etc.

2.3. El aspecto industrial de la actividad editorial. La producción editorial en el mundo y en la Argentina. Nuevos soportes de edición: la edición electrónica. Características tecnológicas. Semejanzas y diferencias con la edición tradicional. Mercado actual y perspectivas de desarrollo. Perspectivas de la industria editorial en su conjunto, importancia actual del sector; sus principales problemas.

Unidad 3. Los procesos de distribución y de comercialización en la actividad editorial

3.1. La estructura comercial: distribuidores y librerías. Relaciones, afinidades y conflictos entre editores, distribuidores y librerías. Los canales no tradicionales de distribución: puestos de periódicos, grandes superficies. Redes no comerciales de

distribución: bibliotecas e instituciones. La comercialización de los nuevos soportes y los problemas que plantea al sector editorial. Los nuevos actores del comercio digital.

3.2. El comercio nacional e internacional de libros. Importaciones y exportaciones de libros. Factores que promueven o restringen la circulación del libro.

3.3. Prensa, marketing y promoción: los suplementos literarios y las revistas especializadas, los medios masivos de comunicación, la publicidad y la propaganda, las Ferias nacionales e internacionales. Blogs, redes sociales y estrategias de Internet para la promoción del libro y los autores.

Unidad 4. Las organizaciones vinculadas a la actividad editorial y el Estado.

4.1. Organizaciones vinculadas con la actividad editorial: las cámaras empresariales, las sociedades de escritores. Las relaciones internacionales de los editores y demás actores del sector. Las reuniones profesionales: ferias y congresos. El mercado de derechos.

4.2. El rol del Estado. Políticas de promoción de la lectura. Legislación actual. La Ley del Libro; Ley de precio único, sus fundamentos y problemas. Reprografía: su impacto en la industria, ilegalidad vs. Legitimidad.

Unidad 5. La edición en la era digital

4.1. Las prácticas. Rupturas y continuidades: los cambios en los géneros discursivos, las mutaciones de la lectura. Redefinición de roles: el editor, el autor, los intermediarios de la circulación. Nuevas cadenas de valor y nuevos modelos de negocios. Derechos de edición digital.

4.2. Las técnicas. Dispositivos para la lectura. Dispositivos de tinta electrónica. Tabletas. Otras pantallas: computadoras y teléfonos. Semejanzas y diferencias entre dispositivos de tinta electrónica y de pantalla de cristal líquido: su impacto en la creación y utilización de contenidos. E-books, e-books enriquecidos y aplicaciones: especificidad de cada uno en función del contenido, la utilización y el usuario.

4.3. El comercio de contenidos digitales: actores y canales. La mutación de las fronteras, los territorios y los idiomas.

4.4. Situación internacional y perspectivas nacionales. Estados Unidos, Europa, España, América Latina y Argentina: grados de adopción de dispositivos y cambio en los hábitos lectores.

BIBLIOGRAFÍA

BIBLIOGRAFÍA GENERAL

La bibliografía aquí indicada se irá complementando a lo largo del curso con materiales que den cuenta de las tendencias y los problemas inducidos por los cambios tecnológicos.

- Cavallo, Guglielmo, *Libros, editores y público en el Mundo Antiguo*, Madrid, Alianza, 1995.
- Chartier, Roger, *El orden de los libros*, Barcelona, Gedisa, 1994.
- Chartier, Roger, *El mundo como representación*, Barcelona, Gedisa, 1995.
- Chartier, Roger, *Escuchar a los muertos con los ojos*, Katz Editores, Buenos Aires, 2008.
- Epstein, Jason, *La industria del libro. Pasado, presente y futuro de la edición*, Barcelona, Anagrama, 2002
- Nunberg, Geoffrey (comp.), *El futuro del libro. ¿Esto matará eso?*, Barcelona, Paidós, 1998.
- Vandendorpe, Christian, *Del papiro al hipertexto. Ensayo sobre las mutaciones del texto y de la lectura*, México, Buenos Aires, Fondo de Cultura Económica, 2003
- Ferreiro, Emilia, *Pasado y presente de los verbos leer y escribir*, Buenos Aires, Fondo de Cultura Económica, 2001.
- Schiffrin, André, *La edición sin editores*, Madrid, Destino, 2000.
- Zaid, Gabriel, *Los demasiados libros*, Barcelona, Anagrama, 1996
- Unseld, Siegfried, *El autor y su editor*, Madrid, Taurus, 1985.
- Cavallo, G. y Chartier, R., *Historia de la lectura en el mundo occidental*, Madrid, Taurus, 1998

BIBLIOGRAFÍA ESPECÍFICA

Unidad 1

- Chartier, Roger, "Introducción a las prácticas de la lectura en la era moderna (siglos XVI-XVIII)", en *El mundo como representación*, Barcelona, Gedisa, 1992. (1.1)
- Rivera, Jorge B., *El escritor y la industria cultural. El camino hacia la profesionalización (1800-1900)*, Buenos Aires, Atuel, 1998.

- Katz, Alejandro, "De la piedra al CD-Rom", 1er. Congreso de Promoción de la Lectura. Feria Internacional del Libro. Del Autor al Lector. 1997. Reproducido en *La Gaceta*, México, Fondo de Cultura Económica, 1998, y en *Letra Internacional*, Barcelona, 1999.
- Bourdieu, Pierre, *Las reglas del arte. Génesis y estructura del campo literario*, Anagrama, Barcelona, 1995.
- Hobsbawn Eric *La revolución industrial* en *La era de la revolución*, Cap. II, págs. Editorial Crítica, Buenos Aires, 1998.
- Henry-Jean Martin *De la imprenta a nuestros días* en *Historia de la Tecnología Vol II* Capítulo I compilador Williams Raymond Ed. Bosch, Comunicación, Barcelona, 1992.
- Bordieu, Pierre, *Campo intelectual y proyecto creador* en *Campo de poder. campo intelectual. Itinerario de un concepto*, Montessor, Buenos Aires, 2002.
- Cobo Borda, Gustavo (editor), *Historia de las empresas editoriales de América Latina, Siglo XX*, Colombia CERLALC, 2000.
- De Diego, José Luis (director), *Editores y políticas editoriales en Argentina, 1880-2000*, México, Fondo de Cultura Económica, 2006.

Unidad 2

- Altamirano, Carlos, y Sarlo, Beatriz, "Qué es un editor" y "Edición", en *Conceptos de sociología literaria*, Buenos Aires, Centro Editor de América Latina, 1980. (2.1)
- Epstein, Jason, "Decadencia y auge de las editoriales", en *La Gaceta*, México, Fondo de Cultura Económica, Nueva Época, Núm. 238, octubre 1990, pp. 44-50.
- Gèze, François, "¿Adónde van las editoriales francesas?", *La Gaceta*, México, Fondo de Cultura Económica, num. 238, octubre de 1990, pp. 29-32.
- Engelhardt, Tom, "Bottom Line Dreams", *Letra Internacional*, núm. 21-22, Barcelona, pp. 3-11.

Unidad 3

- Katz, Alejandro, "El libro y la lectura: un escenario para el 2005", en *El libro y la edición*, Bogotá, CERLALC, 2003.
- Sierra, Jorge Alfonso, *Manual de mercadeo para empresas editoriales*, Bogotá, CERLAC, 1989. (2.4).

- Yánover, Héctor, *Memorias de un librero*, Barcelona, Muchnik-Anaya, 1994.
- Rivera, Jorge B., *El periodismo cultural*, Piados, Buenos Aires, 1996.

Unidad 4

- Giuliani, Alejandra, La Cámara Argentina del Libro, ficha de cátedra.
- "Ley de defensa de la actividad librera" (ley de precio fijo de los libros), Congreso de la Nación, en www.editores.com/documentos/preciofijo.htm
- Proyecto de "Ley de fomento del libro y la lectura" (Ley del libro), Congreso de la Nación, en www.editores.com/documentos/Ley N°2025446.htm
- Arribas, Adriana, Actores institucionales del sector, ficha de cátedra.

Unidad 5

- Thompson, John, *Books in digital Age*, Polity Press, Cambridge, 2005
- Thompson, John, *Merchants of Culture. The Publishing Business in the Twenty-First Century*, Polity Press, Cambridge, 2010
- Harvey, Eric, "The Social History of MP3", en *Pitchfork*, 24 de agosto de 2009. Disponible en <http://pitchfork.com/features/articles/7689-the-social-history-of-the-mp3/>
- Kelly, Kevin, "Scan this book", en *The New York Times*, 14 de mayo de 2006. Disponible en <http://www.nytimes.com/2006/05/14/magazine/14publishing.html>
- Marlow, Martin, "E-volution or revolution: some observations on emerging trends in content, technology and service provision", en *Information Services & Use*, vol. 26, núm. 2, Special Issue: APE2006 Academic Publishing in Europe. *The Role of Information in Science and Society*
- Worlock, David R., "Changing Business Models in Technical, Medical and Medical Publishing Marketplace", OECD / WPIE Conference, Paris, 2004, en <http://www.oecd.org/dataoecd/58/32/32145392.pdf>
- Lloyd, Sara, *Manifiesto de una editora para el siglo XXI*, publicado originalmente en el blog El Digitalista. Se puede descargar en español en formato pdf desde <http://libros.soybits.com/blog/manifiesto-sara-lloyd>. Ver también el comentario de Alejandro Katz, "Falsos dilemas", en revista *Libros de México*, 2009.

METODOLOGÍA DE ENSEÑANZA

El desarrollo de la materia se estructura sobre la base de clases teóricas, en las que se exponen las ideas centrales de cada unidad, y clases prácticas, en las cuales,

con la ayuda de textos de apoyo, se plantean los problemas específicos. La regularidad en la materia se obtiene mediante la aprobación de dos exámenes parciales.

SISTEMA DE PROMOCIÓN Y EVALUACIÓN

La materia será de promoción regular. Los alumnos deberán asistir al 75% de las clases de Trabajos Prácticos y rendir dos parciales escritos y elaborar un trabajo práctico escrito. El promedio de los exámenes parciales deberá ser igual o superior a cuatro puntos. El alumno que reúna estos requisitos podrá presentarse en las mesas de exámenes finales

Alejandro Gabriel Katz
Profesor Adjunto Regular

Horacio García
Profesor Adjunto Interino



Lib. Mauro Dobruskin
Director
Carrera de Edición
Fac. Filosofía y Letras (UBA)