

Seminario: Libros en el mercado: editoras y editores de la idea a la acción

Departamento:

Edición

Profesor:

Aime, Susana M.

2° 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 FILOSOFÍA Y LETRAS

Departamento: **Edición**

Seminario: **“Libros en el mercado: editoras y editores de la idea a la acción”**

Profesora: **Susana M. Aime**

Cuatrimestre: **2º**

Año: **2015**

Programa N°:

Aprobado por Resolución

N° **(C) 2281/15**

MARTA DE PALMA
Directora de Despacho y Archivo General



Universidad de Buenos Aires
FACULTAD DE FILOSOFÍA Y LETRAS

CARRERA DE EDICIÓN

Seminario de grado: “Libros en el mercado: editoras y editores de la idea a la acción”

Profesora: Susana M. Aime

Fundamentación

La propuesta de este seminario es continuar, actualizar y profundizar las líneas de trabajo iniciadas en el seminario de verano que dictó este mismo equipo: “Editoras y editores que influyen: análisis y producción de planes editoriales en la Argentina”, surgido como parte de los avances y resultados del proyecto de investigación “Los usos de la Edición como objeto de conocimiento”, en el marco de los Proyectos de Reconocimiento Institucional (PRI) de esta facultad.

Si la hipótesis de trabajo del seminario de verano fue que había inquietudes en el alumnado respecto de la “puesta en acción” de los saberes —sobre todo conceptuales— adquiridos en la carrera (más allá de las prácticas profesionales en el espacio de las Pasantías, a las que se arribaría con estas mismas inquietudes), luego de finalizado el seminario y a través de los registros de observación de la experiencia que se realizaron (dos meses de trabajo intensivo) y de la devolución que hicieron quienes cursaron, la hipótesis se habría probado acertada, para este equipo, y el seminario habría sido conceptualizado como muy positivo como espacio de formación y reflexión por el conjunto de sus participantes, alumnos y docentes.

Para el programa del verano, se había establecido así el trabajo del editor: “...editar, como lo entendemos, lo entendimos y como lo requieren los tiempos, es infinitamente más complejo que hacer que “esto” se transforme en “esto”: este rol hoy es continente de sentidos no solamente porque lo haya dispuesto la industria sino porque el editor debe diseñar, establecer y pelear su rol humano en un campo duro, muy duro desde la producción y comercialización, debe pulsar entre las tercerizaciones salvadoras y el milagro tecnológico”. Al finalizar, se concluyó que la revisión de los temas que rodean la edición tal como fueron planteados resultaron interesantes y satisficieron inquietudes a las que se enfrenta el futuro graduado.

Pero es fundamental destacar que lejos de encontrar todas las respuestas, el espacio del Seminario habilitó multiplicidad de preguntas, explicitación de tensiones, contradicciones, que se propone abordar en esta nueva propuesta. Por ello, “Libros en el mercado: editoras y editores de la idea a la acción” recoge esa cierta zozobra, esa tensión entre la idealidad de una profesión elegida y cargada con el deseo de intervenir culturalmente en la sociedad y la realidad del producto/objeto libro puesto en un mostrador físico o virtual, expuesto y azotado por otras leyes, que también resulta atractivo (hacerse ver, ser comprado, ser leído). Esa tensión estuvo encarnada en el seminario previo en el interés que tuvieron los asistentes al revisar propuestas editoriales del pasado y del presente y la necesidad de “clasificarlas” en independientes o no, en culturales o comerciales, en saber dónde pararse como (futuros) editores.

Como dice Gabriel Zaid*, “el comercio del libro parte del templo y desde ahí crece con la revolución comercial y prefigura la industrial (el libro impreso con tipos intercambiables es una de las primeras manufacturas que se abaratan al estandarizarse), favorece la revelación independiente por la que aboga el protestantismo (que detesta la venta de indulgencias pero vende la Biblia hasta convertirla en *best-seller*) y también la Revolución francesa (que nace vendiendo enciclopedias). (...) ¡La cultura liberal, las profesiones independientes y el libro impreso nacen al mismo tiempo!”. Esta relación *indisoluble e insoluble*, como lo plantea Drucaroff, entre mercado (comercio) y libros, esta ambivalencia frente a la industria cultural, resulta ser esa inquietud que marca la relación cultura y comercio.

Es la intención, entonces, reabrir este espacio de formación y debate, en donde entramar los conocimientos específicos de las diferentes materias de la carrera en un hacer cotidiano del editor, para pensar y repensar los roles, centrándose en cómo el mercado le “habla” al editor —libreros, mediadores, lectores, promotores del libro, precio, competencia, crítica— y trabajar en establecer la distancia entre proyecto y realización, los caminos rectos y los desvíos, profundizar el análisis de proyectos y planes editoriales, en un espectro amplio, desde propuestas consolidadas (“independientes” o no) a propuestas alternativas, estableciendo la necesidad del futuro editor de leer, saber y decidir.

Objetivos

- a) Poner en discusión el rol del editor, hoy, en la Argentina, para generar un debate crítico sobre esta figura en el cambiante contexto actual, tanto técnico como cultural.
- b) Explorar una definición de este rol en toda su amplitud: desde las funciones meramente técnicas a la intervención en la toma de las decisiones fundamentales, como espacios posibles de acción para el graduado de la carrera.
- c) Analizar en profundidad la relación entre libros y mercado, para establecer los modos de intervención desde el rol del editor, desde las propias decisiones, ante el trabajo concreto en empresas e instituciones reales.
- d) Revisar los estilos de trabajo de los alumnos como aprendices, detectar zonas fuertes y zonas débiles, con el fin de tomar el control de su formación hacia la inserción laboral como editoras y editores.

Contenidos

Los contenidos del seminario se estructuran en cuatro unidades, cada una de ellas con sus problemáticas y bibliografía específica. Partiendo de una construcción historizada del rol de editor en nuestro país y el campo internacional de la edición, se recorrerán/pondrán en discusión las definiciones de los principales conceptos del *metier* editorial: editor, proyecto editorial, catálogo, modelos de editoriales, modelos de inserción en el mercado/campo cultural, para poder entramar y poner en juego los diferentes saberes aprendidos en la carrera, camino a una definición propia del rol del graduado y su inserción en el campo de acción.

Unidad 1: Introducción

Presentación del marco teórico del seminario. Construcción de un glosario editorial. Contexto histórico de la industria editorial argentina; relación con el contexto internacional (análisis de casos

* Zaid, Gabriel *Los demasiados libros*, Barcelona: Anagrama, 1996.

† Drucaroff, Elsa. “Mercado y literatura. una relación que molesta”, ponencia leída en las XXI Jornadas de Investigación del Instituto de Literatura Hispanoamericana de la Facultad de Filosofía y Letras, UBA, marzo de 2007.

relevantes; exploración de materiales). Contexto actual de la industria editorial argentina (análisis de casos relevantes; exploración de materiales).

Bibliografía

- Abraham, Carlos: *La editorial Tor. Medio siglo de libros populares*, Buenos Aires: Tren en Movimiento, 2002.
- De Diego, José Luis (dir.): *Editores y políticas editoriales en Argentina, 1880-2010*, México: Fondo de Cultura Económica, 2015.
- García, Eustacio A.: *El Ateneo. Vida y obra de Pedro García*, Buenos Aires: Dunken, 2004.
- Giuliani, Graciela Alejandra: "La dimensión política de la edición de libros. El caso de la Colección La Siringa, en la Argentina de los años 60", en *II Jornadas de Investigación en Edición. El campo editorial y las industrias culturales*, Buenos Aires: Facultad de Filosofía y Letras, 2014.
- Gociol, Judith: *Más libros para más. Colecciones del Centro Editor de América Latina*, Buenos Aires: Biblioteca Nacional, 2007. Disponible en: www.bn.gov.ar/descargas/publicaciones/catalogo_ceal.pdf.
- Gudiño Kieffer, Eduardo: *Losada, Gonzalo Losada, el editor que difundió el libro argentino en el mundo*, Buenos Aires: Dunken, 2004.
- Guerra González, Jenny Teresita: "Grupos multimedia y ciencia: La concentración de la divulgación científica en Latinoamérica por parte de los sellos editoriales Macmillan, Mc-Graw Hill y Santillana". Disponible en: www.imultimedia.pt/ibercom/comunicacoes/ibercom2011/comunica_ibercom_en_pdf/Ponencias%20GT8%20Eco%20Pol%20de%20la%20Com/ponencia%20GT8_Guerra%20Teresa.pdf.
- Invernizzi, Hernán: *"Los libros son tuyos"*, Buenos Aires: Eudeba, 2005.
- León, Gonzalo: "El oficio del editor en Hispanoamérica", en diario *Perfil*, 23 de noviembre de 2013. Disponible en: www.perfil.com/cultura/El-oficio-de-editor-en-Hispanoamerica-20131123-0073.html.
- López Llovet, Gloria: *Sudamericana. Antonio López Llausás, un editor con los pies en la tierra*, Buenos Aires: Dunken, 2004.
- Mangieri, José Luis: *Es rigurosamente cierto*, Buenos Aires: Libros del Rojas, 2004.
- Maunás, Delia: *Boris Spivacow. Memoria de un sueño argentino*, Buenos Aires: Colihue, 1995.
- Olarra Jiménez, Rafael: *Espasa-Calpe. Manuel Olarra, un editor con vocación hispanoamericana*, Buenos Aires: Dunken, 2003.
- Peña Lillo, Arturo: *Los encantadores de serpientes. Mundo y submundo del libro*, Buenos Aires: A. Peña Lillo, 1965.
- Peña Lillo, Arturo: *Memoria de papel*, Buenos Aires: Continente, 2005.
- Sagastizábal, Leandro de y Giuliani, Alejandra: *Un editor argentino. Arturo Peña Lillo*, Buenos Aires: Eudeba, 2014.
- Schavelzon, Guillermo: "El nuevo rol del editor, y el futuro del libro y la industria editorial" en revista *Trama & Texturas* n° 21, septiembre de 2013. Disponible en: www.revistas culturales.com/xrevistas/PDF/127/1671.pdf.

Unidad 2: El catálogo editorial (política y proyecto)

El catálogo editorial, sus características. Construcción de una definición. El catálogo como "cara" de la política editorial del proyecto (análisis de casos relevantes; exploración de materiales).
Conversatorios con editorxs/publishers de empresas "independientes" y de empresas globales.

Bibliografía

-Blanco, Raquel: “Silvia Querini: ‘Una de las leyes fundamentales del mundo de la edición es la discreción’”, en revista *Jotdown.es*, febrero 2015. Disponible en: www.jotdown.es/2015/02/silvia-querini-una-de-las-leyes-fundamentales-del-mundo-de-la-edicion-es-la-discrecion/.

-Calasso, Roberto: *Cien cartas a un desconocido*, Barcelona: Anagrama, 2007.

-Cassini, Marco: *Erratas. Diario de un editor incorregible*, Madrid: Trama editorial, 2010.

-Díaz Caviedes, Rubén: “Claudio López de Lamadrid: ‘Si los editores nos moviésemos por codicia, no estaríamos en el negocio de los libros’”, en revista *Jotdown.es*, noviembre 2012. Disponible en: www.jotdown.es/2012/11/claudio-lopez-de-lamadrid-si-los-editores-nos-moviesemos-por-codicia-no-estariamos-en-el-negocio-de-los-libros.

-Gross, Gerald: *Editors on editing. What writers need to know about what editors do*, New York: Grove, 1993.

-Herralde, Jorge: *El observatorio editorial*, Buenos Aires: Adriana Hidalgo, 2004.

-VV. AA: Entrevistas públicas a editores en el marco del seminario “Editoras y editores que influyen: análisis y producción de planes editoriales en la Argentina”, verano 2015, Facultad de Filosofía y Letras. Entrevistados: Carlos Díaz (13/2), Gloria López Llovet de Rodríguez (18/2), Walter Binder y Judith Wilhelm (25/2), Gustavo Canevaro (6/3), Sebastián Lidijover (11/3), Leonora Djament (13/3), Matías Cordo (18/3), y Silvia Lanteri (20/3).

Unidad 3: El plan editorial

Contexto editorial: el mercado de bienes simbólicos y las tensiones del campo. El plan editorial: definición, características, elementos imprescindibles; del borrador al objeto: decisiones, puesta en marcha, ajustes. Análisis y evaluación de planes editoriales reales. El plan a corto y a largo plazo, y su relación con el proyecto editorial. El plan local e internacional de la editorial multinacional y el plan del pequeño y mediano editor autogestivo.

Conversatorios con editores independientes (empresas jóvenes, pre y pos crisis de 2001).

Conversatorios con directorxs editoriales.

Conversatorios con librerxs y con promotorxs de texto escolar.

Bibliografía

-Calasso, Roberto: *La marca del editor*, Barcelona: Anagrama, 2014.

-Calvino, Italo: *Los libros de los otros*, Madrid: Siruela, 2014.

-Davies, Gill: *Gestión de proyectos editoriales. Cómo encargar y contratar libros*, México: Fondo de Cultura Económica, 2005.

-Drucaroff, Elsa: “Mercado y Literatura, una relación que molesta”, XXI Jornadas de Investigación del Instituto de Literatura Hispanoamericana de la Facultad de Filosofía y Letras, UBA, Buenos Aires, marzo de 2007.

-Poloni, Noelia y Visentín, Juan: “Estrategias de las editoriales autogestivas en un contexto socioeconómico cambiante”, en II Jornadas de Investigación en Edición. El campo editorial y las industrias culturales, Buenos Aires: Facultad de Filosofía y Letras, 2014.

-Saferstein, Ezequiel A. y Szpilberg, Daniela: “El espacio editorial ‘independiente’: heterogeneidad, posicionamientos y debates. Hacia una tipología de las editoriales en el período 1998-2010”, Primer Coloquio Argentino de Estudios sobre el Libro y la Edición, La Plata, 31 de octubre al 2 de noviembre de 2012. Disponible en www.academia.edu/9178489/EL_ESPACIO_EDITORIAL_INDEPENDIENTE_HETEROGENEIDAD_POSICIONAMIENTOS_Y_DEBATES_HACIA_UNA_TIPOLOGIA_DE_LAS_EDITORIALES_EN_EL_PERIODO_1998-2010.

-Salazar, Diego: "Conversando sobre edición con André Schiffrin", en revista *Letras Libres*, junio 2008. Disponible en: www.letraslibres.com/revista/letrillas/conversando-sobre-edicion-con-andre-schiffrin?page=0,1

-Vanoli, Hernán: "Sobre editoriales literarias y la reconfiguración de la cultura", en revista *Nueva Sociedad* n° 230, noviembre-diciembre 2010.

-Yuste, Javier: "Jorge Herralde. El editor tiene que tener cintura para adaptarse a los nuevos tiempos", en revista *El Cultural*, diario *El Mundo*, 2 de febrero de 2015. Disponible en: www.elcultural.com/noticias/buenos-dias/Jorge-Herralde/7336.

-Zaid, Gabriel. *Los demasiados libros*, Barcelona: Anagrama, 1996.

Unidad 4: El editor y su catálogo en acción

Cómo funciona el catálogo en el mercado. "Promesas" editoriales y realización. "Éxito" y "fracaso" en la edición. Espacios tradicionales y alternativos. Asociacionismo. Análisis de casos. Intervención del editor graduado en el campo.

Conversatorios con editores graduados.

Conversatorios con representantes de espacios de acción editorial (asociaciones, ferias, festivales).

Bibliografía

-Colleu, Gilles: *La edición independiente como herramienta protagonista de la bibliodiversidad*, Buenos Aires: La Marca, 2008.

-Ferguson, Will: *Felicidad MR*. Buenos Aires: Emecé, 2003.

-Lodge, David: *Trapos sucios*, Barcelona: Anagrama, 1999.

-Nadal, J. y García, Francisco: *Libros o velocidad. Reflexiones sobre el oficio editorial*, México: Fondo de Cultura Económica, 2005.

-Pennac, Daniel: *La pequeña vendedora de prosa*, Barcelona: Debolsillo, 2012.

-Saferstein, Ezequiel: "El 'sentido práctico del editor': transformaciones y tensiones en el rol del Director Editorial de las grandes empresas en Argentina", en *Prácticas de oficio. Investigación y reflexión en Ciencias Sociales*, n° 14, diciembre de 2014. Disponible en:

www.academia.edu/11207414/El_sentido_pr%C3%A1ctico_del_editor_transformaciones_y_tensiones_en_el_rol_del_Director_Editorial_de_las_grandes_empresas_en_Argentina.

-Sagastizábal, Leandro de y Quevedo, Luis: *Optimistas seriales*, Buenos Aires: Eudeba, 2015.

-Schiffrin, André: *La edición sin editores. Las grandes corporaciones y la cultura*, Barcelona: Destino, 2000.

-Wilhelm, Judith: "La LIJ en la cadena del autor al lector. La producción y circulación de la LIJ en Iberoamérica hoy", CILELIJ, Bogotá, marzo de 2013. Disponible en:

www.dondevivenloslibros.com/2014/09/la-lij-en-la-cadena-del-autor-al-lector.html.

-Woll, Thomas: *Editar para ganar. Estrategias de administración editorial*. México, Fondo de Cultura Económica, 2003.

Metodología/didáctica

Las clases del seminario se desarrollarán con una modalidad de teórico-práctico. En tanto espacio de investigación de un tema abierto, en desarrollo, el seminario se plantea como un espacio de aprendizaje en un marco de construcción colectiva del conocimiento.

Según los requerimientos de cada unidad, se plantearán casos concretos para analizar y debatir en clase, problematizando los conceptos en juego en relación con la bibliografía. Para cada uno de los diferentes temas se realizarán conversatorios con actores relevantes del campo editorial local, para acercar de primera mano experiencias reales a la discusión en marcha.

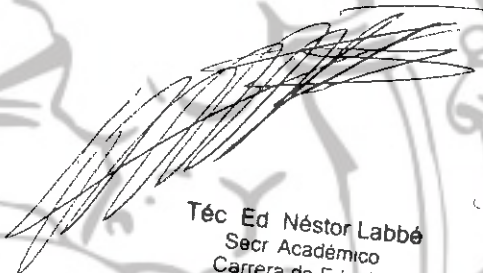
Cursada y evaluación

Las clases serán 1 (una) vez por semana, con una duración de 4 (cuatro) horas, cursando lunes de 17 a 21 hs. Para mantener la regularidad se deberá cumplir un mínimo del 80% (ochenta por ciento) de asistencia a clase.

Los alumnos deberán presentar 2 (dos) trabajos prácticos, de donde surgirá una nota parcial de cursada. La evaluación final constará de la realización de una monografía sobre la temática del seminario, que se entregará luego de la cursada y con la misma vigencia que los seminarios, según las prácticas habituales de la facultad. La calificación para la aprobación del seminario debe ser igual o mayor a 4 (cuatro).

Equipo docente

- Profesora a cargo: Susana M. Aime.
- Auxiliar docente (asignación de funciones desde la cátedra de Pasantía de Práctica Profesional en Instituciones Públicas u ONG): Ana Lucía Salgado.
- Adscripta (asignación de funciones desde la cátedra de Pasantía de Práctica Profesional en Instituciones Públicas u ONG): Ma. Dolores Giménez Zapiola.



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