

PROGRAMA DIPLOMATURA EN SABERES Y PRÁCTICAS DE LA EDICIÓN Y LA LECTURA

PROGRAMA 2026

Directores académicos: Alejandra Giuliani y Martín Gómez

Coordinador académico: Alejandro Kaufman

Equipo docente: Gustavo Ciuffo, Hebe Dato, Susana de Luque, Carolina De Volder, Alejandrina Falcón, Alejandra Giuliani, Martín Gonzalo Gómez, Viviana Martinovich, Viviana Román, Alejandro Schmied.

Fundamentación

La diplomatura brinda una actualización sobre los estudios disciplinares y las prácticas profesionales vinculadas a los productos editoriales y las experiencias de lectura, a escala local y regional, desde una perspectiva histórica y sociológica. Con esta propuesta se procura brindar herramientas para la actualización, el enriquecimiento y la profesionalización en ámbitos de producción y circulación del libro y los diversos productos editoriales, en sus posibles soportes materiales y plataformas tecnológicas. Se trata de un área de vacancia que se nutre de saberes propios de las ciencias sociales y que dado su carácter transversal, resulta de interés desde un amplio cruce en relación a la historia y la sociología, la gestión cultural, la comunicación, la traducción y la bibliotecología, entre otras especialidades.

En el desarrollo de esta propuesta formativa se consideran las funciones profesionales, políticas, socioculturales e históricas que cumplen quienes se involucran en actividades editoriales, a partir de la producción y socialización de obras, proyectos, colecciones, catálogos, en los más diversos ámbitos: empresas privadas y organizaciones civiles, instituciones públicas, organismos estatales, escuelas, universidades, bibliotecas y emprendimientos emergentes. La propuesta de la Diplomatura surge entonces de la necesidad, también, de asistir a quienes provienen de éstos y otros ámbitos de trabajo e interés, vinculados a prácticas editoriales.

La diplomatura ofrece saberes básicos de la historia y la sociología del libro y la edición, la gestión de recursos tecnológicos en la actividad editorial, la coordinación editorial (corrección, diseño y producción), y la circulación y distribución de productos editoriales. Estos conocimientos fundamentales se profundizan a partir de las problemáticas de la traducción editorial, la edición científica y la circulación del conocimiento, las intervenciones políticas estatales en la edición y las del libro político, las prácticas de lectura, bibliotecas y accesibilidad, el ecosistema del libro y el mercado editorial, y la administración de instituciones y empresas editoriales.

Con este recorrido integrador y tomando sus diversos contenidos como insumos, en el taller final cada estudiante elegirá su tema de trabajo en virtud de sus necesidades e intereses (laborales, profesionales, académicos, etc.), para desarrollar su propuesta para la finalización de la cursada.

La construcción social de la cultura hoy se encuentra atravesando cambios profundos, tanto tecnológicos como profesionales y disciplinares. La actividad editorial se ha diversificado en las últimas décadas y participa en múltiples espacios sociales y culturales sobre el acceso a determinados contenidos e información, y las instituciones educativas propician nuevos debates y producciones intelectuales en torno al trabajo editorial. En ese campo en expansión existen carreras de grado y posgrados con una marcada impronta o bien epistemológica o bien técnica. Para completar este panorama se requiere un espacio formativo dedicado a saberes y prácticas transversales y con sus propias historicidades y problemáticas. En ese espacio se inscribe la Diplomatura.

Destinatarios

La participación en la Diplomatura está abierta a la comunidad y orientada especialmente a trabajadores, profesionales, educadores y estudiantes vinculados a los libros y las revistas, la edición en general y las prácticas de lectura: bibliotecarios, docentes, traductores, editores y estudiantes de edición, correctores, escritores, diseñadores, periodistas y gestores culturales, entre otras diversas áreas disciplinares y profesionales.

Objetivo

s

Que los
estudiantes:

- Obtengan herramientas teóricas y conocimientos prácticos sobre procesos, actividades y obras editoriales del pasado y del presente para la formación y actualización laboral y profesional.
- Logren capacitarse en prácticas profesionales y editoriales concretas a partir de abordajes críticos y multidisciplinarios propios de los saberes y los estudios sobre la edición y la lectura.
- Se familiaricen con los circuitos de producción, circulación y recepción de libros y otras obras editoriales materiales y virtuales reconociendo sus principales actores y tensiones desde una perspectiva histórica y sociológica.
- Incorporen categorías y saberes de la historia y la sociología del libro, la edición, la traducción y la lectura para el análisis crítico en contextos profesionales y laborales concretos.
- Participen de un espacio formativo personalizado para la elaboración de proyectos laborales y profesionales del mundo del libro, la edición y la lectura.

Perfil del egresado

Al completar el diplomado, quienes participen habrán logrado una formación con la que accederán a los principales saberes, prácticas y problemáticas actualizadas de los trabajos editoriales y de las prácticas de lectura. En este sentido, con esta formación integral sustentada en los principales desarrollos de los estudios y las prácticas editoriales habrán enriquecido sus capacidades para diseñar lineamientos de trabajo y participar en proyectos tanto laborales como profesionales y académicos del mundo del libro, la edición y la lectura.

Modalidad de cursada

La cursada es de modalidad virtual en su totalidad, desarrollada en diez módulos temáticos a cargo de profesores y profesionales especializados en cada área. Se desarrollará a través de diversos espacios del aula del campus virtual de la Facultad, con escritos y/o grabaciones audiovisuales subidas por los profesores, actividades participativas en sus foros y la oferta de recursos bibliográficos y audiovisuales. Habrá encuentros sincrónicos, en los que los estudiantes participarán en base a sus posibilidades horarias y, en la medida de lo posible, se ofrecerán sus grabaciones. Así, se desarrollarán diversas estrategias didácticas: exposiciones orales, discusiones sobre bibliografía específica, análisis de casos y de trabajos editoriales, en diversos tipos de recursos, incluidos los audiovisuales con guías de visionado. La duración total de la Diplomatura es de 8 meses. El último mes está dedicado a la realización de una actividad final que se formulará y desarrollará con una modalidad de encuentros de tutoría.

Módulos

Historia y sociología del libro y la edición; Coordinación editorial y gestión de recursos tecnológicos; Sociología de la circulación y distribución de productos editoriales; Prácticas de lectura en perspectiva editorial; Problemas de la traducción editorial; Producción científica y circulación del conocimiento; Ecosistema del libro y mercado editorial; Dirección organizacional y desarrollo del catálogo; Políticas de acceso abierto al conocimiento; Políticas estatales y libros de intervención política.

Módulo Historia y sociología del libro y la edición

Se propone que los estudiantes conozcan categorías, enfoques y fuentes de la historia y la sociología del libro y la edición relevantes para el abordaje crítico de proyectos de formación profesional. Asimismo, que exploren y

problematicen casos de políticas, prácticas y obras editoriales situadas en los procesos históricos y en los campos editoriales en los que se desplegaron.

Contenidos

Los enfoques actuales en los estudios sobre el libro y la edición. Introducción a sus problemáticas: políticas y géneros editoriales, principales factores que intervienen en las actividades editoriales tales como mediadores culturales, redes intelectuales, políticas culturales y económicas estatales, redes empresariales y de asociacionismo. La categoría de campo editorial y las editoriales como agentes de legitimación. El caso del campo editorial argentino del período 1936-1955.

Presentación y análisis de fuentes documentales: el catálogo editorial y la materialidad de los libros como documentos. Cómo reconstruir un catálogo, una colección y una editora situada en un campo editorial. Los catálogos de la editorial Nascimento en Santiago de Chile y de la Colección La Siringa de Peña Lillo, editor. La colección Tierra Firme del Fondo de Cultura Económica.

La materialidad de las obras: de las tablillas a las pantallas. Cómo las materialidades nos hablan de la edición y la posible recepción. La creación de sentidos, las prácticas de lectura, los lectores implícitos. La materialidad como resultado de la articulación de trabajos colectivos. Análisis de casos: las tablillas y la cultura escrita en las sociedades de la antigüedad y los libros del editor Aldo Manuzio. Autores y lectores humanistas. Los cambios tecnológicos aplicados a la producción editorial: la industria del papel y la imprenta de Gutenberg.

Funciones sociales de la edición: De la preservación de la palabra escrita en las sociedades antiguas a la edición como articulación entre los ámbitos de producción del conocimiento y el mercado de bienes culturales. Los regímenes de edición: el antiguo régimen de la edición y la edición en las sociedades desde la modernidad. La edición para las mayorías. El caso de las ediciones de la literatura de cordel en el nordeste brasileño.

El circuito de la comunicación de Robert Darnton: editores, autores, traductores, impresores, lectores y otros actores del mundo de los libros situados históricamente. El caso del libro infantil en el primer peronismo y la deconstrucción de una investigación sobre la Biblioteca Infantil General Perón.

Módulo Coordinación editorial y gestión de recursos tecnológicos

Su objetivo es que los estudiantes analicen los procesos básicos del trabajo editorial con el propósito de aplicar las herramientas necesarias para su coordinación. Asimismo, que conozcan los recursos tecnológicos principales que se necesitan en la actividad editorial para poder gestionar proyectos en el entorno profesional.

Contenidos

Estrategias de coordinación de los procesos implicados en el trabajo editorial. Fundamentos de la creación, selección, corrección, diseño y producción. La coordinación editorial a partir de la gestión de proyectos en el marco de programas de trabajo y la planificación editorial. Factores estratégicos, operativos y soporte implicados

en la dinámica de proyectos. Actores principales: gestores, equipo e interesados (internos y externos). Estimación del alcance, los requisitos, el cronograma, los costos y posibles riesgos, la comunicación y la calidad de la gestión. Etapas básicas para la organización: inicio, planificación, ejecución, control, cierre. Recursividad de las etapas según las necesidades de cada proyecto y los recursos disponibles.

Elementos principales de cada función implicada en el trabajo editorial. El ingreso al circuito a partir de la gestión de los informes de lectura. El trabajo de corrección de estilo: particularidades según el género editorial, herramientas y pautas de estilo. Desarrollo y aplicación de guías de estilo. Articulación del trabajo con los autores. Control de textos y paratextos según el género editorial. Tipología y parámetros del diseño editorial: el desarrollo de la interfaz del libro. Características de la edición digital. Ejecución técnica de las pautas de diseño: maquetación y diagramación. Herramientas y actores implicados. Disposición de los productos editoriales para los diversos canales de distribución.

Gestión general de recursos tecnológicos para la actividad editorial. Las tecnologías de la información y las comunicaciones y su impacto en el campo editorial. Identificación de los requerimientos tecnológicos en la empresa: flujo de bienes y servicios, red de actividades, recursos, entradas y salidas, información para la toma de decisiones. Niveles de información: de diseño, de registro, de operación y de evaluación. El enfoque sistémico y la convergencia. Modularización en subsistemas para la especificación de los requerimientos tecnológicos. Requisitos y programas para el trabajo de preproducción y producción. La traducción del producto virtual en cantidad de información, volumen de datos y espacios de almacenamiento. Equipamiento por actividades: tareas administrativas, coordinación y edición editorial, diseño editorial. Tecnologías para la gestión de volúmenes de datos: big data, minería de datos e inteligencia artificial. Su aplicación en diversas actividades y procedimientos editoriales.

Módulo Sociología de la circulación y distribución de productos editoriales

Se propone que los estudiantes comprendan las particularidades de la circulación de productos editoriales tanto impresos como digitales desde una perspectiva sociológica que incluya la identificación de sus actores, sus principales tensiones y problemáticas. También busca que los estudiantes incorporen elementos que contribuyan a la formación profesional a partir del conocimiento de las prácticas locales de circulación del libro impreso, las lógicas y problemáticas de la distribución interna e internacional, y las particularidades de la circulación en los entornos digitales globalizados.

Contenidos

Identificación de los actores que intervienen en la circulación, difusión y recepción del libro impreso así como los nuevos actores vinculados con la circulación digital (editores, distribuidores, libreros, lectores, comunidades de lectores y bibliotecas, autores-editores, grandes empresas, entre otros). Análisis de las relaciones de poder y

desigualdades en la distribución y circulación editorial. Concentración y globalización. Editoriales, pensamiento hegemónico y circulación. Espacios alternativos.

El libro impreso: modalidades de comercialización en los distintos canales y flujo en el mercado interno e internacional. Distribuidores, cadenas de librerías, librerías, grandes superficies, kioscos y placismo. Libros nacionales e importados, exportaciones. Los costos de impresión, y las problemáticas vinculadas con la logística y el almacenamiento. Las economías de escala. Análisis estadístico del mercado editorial argentino y latinoamericano. Publicaciones no comerciales.

El paradigma digital y el libro electrónico en red. Las características de la circulación en los entornos digitales. Rasgos estructurales de la red: concentración y segmentación. Las empresas GAFAs, la autoedición y las comunidades de lectores. Desintermediación y derechos de autor. Nuevas problemáticas jurídicas y económicas. Nuevas formas de venta y consumo electrónico. Globalización, neoliberalismo y sociedad de control.

Difusión de productos editoriales. Ferias del Libro internacionales y locales. El fondo y las “novedades”. Lanzamientos: promoción, prensa y publicidad en medios de comunicación. Promoción del libro de texto escolar y universitario. Convivencia y retroalimentación en la circulación entre los espacios impresos y virtuales. Productos híbridos. Públicos y audiencias en la red. Publicaciones no comerciales.

Módulo Prácticas de lectura en perspectiva editorial

Se propone que los estudiantes conozcan y problematicen los aportes recientes sobre la lectura en tanto práctica cultural y que obtengan herramientas para vincular la creación de sentidos en la lectura con la edición de textos.

Contenidos

Los debates acerca de las formas de leer y de las transformaciones en la lectura en perspectiva histórica, social y profesional. Distinción entre técnicas de transmisión y modalidades de recepción. Las relaciones entre las revoluciones tecnológicas y las revoluciones de la lectura. Las comunidades de lectores y la creación de sentidos. Confluencias de las prácticas de lectura con las técnicas y modos de producción y reproducción editorial. Los lectores destinatarios y los lectores implícitos, los géneros editoriales. Las relaciones entre soporte, texto-información y lectura. Experiencias de lectura y relación entre medios. Vinculaciones entre tecnología y experiencia de lectura. Campo perceptivo y marcos de lectura. Los espacios de libros y la promoción de la lectura en la era digital, las bibliotecas estatales y populares.

Módulo Problemas de la traducción editorial

Se propone que los estudiantes se familiaricen con el haz de temas y problemas presentes en los procesos de traducción y de la circulación internacional de las obras y que adquieran herramientas teóricas para el análisis

crítico de esa problemática en contextos profesionales concretos. Asimismo, su objetivo es que les estudiantes sean capaces de caracterizar los principales actores de la traducción editorial en la Argentina con una perspectiva histórica, así como describir los rasgos que la definen en el presente.

Contenidos

Introducción a los Estudios de Traducción con orientación descriptiva, polisistémica, sociológica y sociocrítica. Articulación entre estudios de traducción y estudios sobre el libro y la edición. La noción de “traducción editorial” como conjunto de prácticas y como zona de reflexión interdisciplinaria. Prácticas de traducción editorial: estrategias de traducción y estrategias editoriales. La traducción como lectura y reescritura; mercado editorial y producción de sentidos. El lugar de la traducción en el diseño de colecciones y catálogos. Paratextos del traductor y paratextos del editor.

Funciones sociales de la traducción: democratización del conocimiento, renovación de repertorios, acumulación de capital lingüístico-literario, consagración internacional. La traducción como intercambio desigual: lenguas centrales y periféricas en el sistema mundial de traducciones; desigualdad de los flujos de traducción y diversidad cultural; culturas relevo y traducciones directas e indirectas. Rol de los organismos internacionales privados y públicos en la promoción y financiamiento de traducciones de lenguas y literaturas periféricas.

Agentes de la traducción. La división del trabajo editorial en la actividad de importación literaria: editores, asesores literarios, lectores editoriales, traductores, correctores, críticos y agentes literarios. El traductor y el proyecto de traducción. Mercado editorial, condiciones laborales y profesionalización del traductor. Asociacionismo y formación de traductores con orientación editorial. Aspectos legales de la traducción de libros: contratos y derechos de traducción.

Políticas de traducción y políticas editoriales en Argentina. Traducción editorial en perspectiva histórica: continuidades y cambios en la actividad traductora. Su rol en el proceso de nacionalización del público lector. Grandes colecciones de literatura traducida. Debates contemporáneos en torno a las políticas de traducción: concentración y bibliodiversidad. Pequeñas editoriales, lenguas minoritarias, traducciones libres de derechos y dependencia de subsidio.

Módulo Producción científica y circulación del conocimiento

Su objetivo es que les estudiantes reconozcan las particularidades de la edición científica y la relevancia de las publicaciones en las prácticas de investigación, circulación y legitimación del conocimiento científico. Asimismo, que analicen críticamente entornos productivos científico-editoriales con distintos grados de industrialización, y reconozcan las ventajas y desventajas de las prácticas nacionales en edición científica.

Contenidos

La relevancia de las publicaciones científicas dentro del diálogo de las ciencias. Antecedentes históricos: las

publicaciones científicas antes de la Segunda Guerra Mundial, el proceso de industrialización de la ciencia y el crecimiento de las grandes compañías editoriales científicas. La conformación de entornos productivos científico-editoriales con distintos grados de industrialización.

De la era del papel a la era digital: cambios en prácticas, procesos, instituciones y actores involucrados en el trabajo editorial. Era del papel: el rol de la imprenta, la circulación impresa, el intercambio de publicaciones como forma de actualización científica, las revistas de resúmenes, los catálogos impresos de publicaciones científicas. La era digital: pérdida de soporte editorial, digitalización de procesos, plataformas de gestión editorial, concepto de interoperabilidad de la información científica, distribución electrónica, interacción con actores no humanos.

Entornos productivos científico-editoriales no industrializados. Esquemas de producción, actores involucrados en el flujo de trabajo científico-editorial. Definición de políticas editoriales y estrategias de gestión editorial. La organización de la gestión editorial: módulos de trabajo y actores involucrados en cada proceso. La tecnología al servicio de la edición científica: los nuevos equipos informático-editoriales.

Circulación y legitimación: Bases de datos de bibliografía científica. El movimiento de acceso abierto y las disputas políticas por la propiedad del conocimiento. Los sistemas de categorización de revistas científicas y de libros científico-académicos. El concepto de ciencia abierta: la desintermediación y la apertura y transparencia de procesos de trabajo.

Módulo Ecosistema del libro y mercado editorial

Se busca que los estudiantes se apropien de categorías de análisis para construir interpretaciones críticas del mercado editorial actual desde el proceso de concentración del sector en la Argentina, identificando diversas estrategias empresariales. Asimismo, que obtengan una visión integral del mercado del contenido editorial en Argentina a partir de las voces de diversos actores del mundo de la producción y comercialización de contenidos editoriales en diversos soportes y formatos.

Contenidos

La reconfiguración del mercado editorial a partir del proceso de concentración y extranjerización del sector en Argentina de fines del siglo XX. La polarización del sector editorial: sellos editoriales en grupos empresariales fundamentalmente multimedia, la heterogeneidad de empresas micro, pequeñas y medianas. La aceleración de la multiplicación desde el 2002/2003 en adelante de un conjunto significativo de editoriales micro y pymes, sellos de referencia para un segmento del mercado. La bibliodiversidad en el marco de la concentración y de la extranjerización de la industria en cuestión.

La morfología del complejo editorial en perspectiva histórica. Los cambios y las permanencias que se han

registrado en él a lo largo del tiempo tanto en la producción como en las formas de consumo. Por ejemplo, la incorporación de la dimensión audiovisual, en cuanto a cambios y respecto de las permanencias, la persistencia de un soporte y formato tradicional: el libro en papel y su consumo en librerías físicas.

Los mecanismos de funcionamiento, el desempeño de las firmas editoriales en el contexto de la concentración y de la extranjerización y los roles empresariales en materia de producción y de comercialización. La vinculación entre el sector editorial local y la industria de los contenidos editoriales a nivel mundial. La participación de las firmas editoriales en las Ferias Internacionales y las relaciones establecidas entre las firmas locales de menor tamaño y las firmas de otros países de América Latina, la experiencia de algunas empresas a través de entrevistas a editores.

La construcción de una tipología: las estrategias empresariales en cuanto a producción y comercialización para el mercado interno y para el mercado externo en las voces de diversos actores del mundo del libro: empresarios editoriales, editores, librerías, distribuidores. La internacionalización de las pymes editoriales: A. Internacionalización por Etapas, B. Internacionalización por la Economía C. Internacionalización por Redes, análisis de casos y miradas sobre el proceso de internacionalización por parte de los protagonistas a través de entrevistas a informantes clave.

Módulo Dirección organizacional y desarrollo del catálogo

Se propone que los estudiantes reconozcan mecanismos básicos de dirección y administración de una iniciativa editorial en sus diversas modalidades organizativas. Asimismo, que se capaciten en la confección del catálogo y en las diversas estrategias para su desarrollo conceptual y económico.

Contenidos

Particularidades organizativas, de dirección y de desarrollo del catálogo en las empresas y las instituciones vinculadas con la actividad editorial en los diversos ámbitos: el sector privado (editoriales de diversa envergadura y modalidad comercial), en el sector público (instituciones, dependencias estatales, universidades, etcétera) y el llamado tercer sector (organizaciones de diversa índole). Editoriales emergentes, referenciales y masivas.

El funcionamiento editorial como sistema integrado basado en objetivos, en sus diversos niveles empresariales y organizacionales: desde su tarea de mediación cultural (selección, jerarquización y e inserción en el campo cultural) hasta su desenvolvimiento en un entorno específico de mercado (con sus procesos de mercadotecnia, distribución y comercialización tradicional y digital). Los procesos de integración relacionados con la escala de negocios: entre editoriales, entre partes de la cadena del negocio y entre diversos medios.

Dimensiones para el análisis empresarial y organizacional. Modalidades de organización: de lo organicista a lo

jerárquico. Las motivaciones del catálogo: de lo cultural a lo comercial. Las estrategias de desarrollo empresarial: entre la repetición y la diferencia. La vinculación con las comunidades de lectura: personalización y despersonalización. Modalidades y ritmos de producción: entre la dispersión y la concentración. Los ámbitos de proyección de la producción: de lo local a lo global. Articulación de las dimensiones según el emprendimiento. Niveles de planificación (económica, profesional, organizacional). El circuito administrativo. La administración orientada al cumplimiento de objetivos y el desarrollo del catálogo. Sistema integrado, evaluación de costos y rentabilidad. Formatos, plataformas y derechos de autor en el entorno digital. Licencias de código abierto o de libre acceso, tipos de licencias y características esenciales. Procesos internos y externos de legitimación. Diferentes tipos de catálogos editoriales: diseño y especialización temática. Planificación conceptual y económica del catálogo institucional y herramientas para su gestión. Recursos de producción y estrategias de difusión en función de las metas propuestas. La comunicación estratégica para la creación de comunidades de lectura en torno a la identidad editorial.

Módulo Políticas de acceso abierto al conocimiento

El Módulo tiene por objetivo que les estudiantes reconozcan el lugar y las funciones de las bibliotecas y los centros de documentación en el circuito de la comunicación científica para la construcción y ejecución de políticas públicas nacionales e institucionales de acceso abierto. Además, que analicen las diversas formas de edición científico-académica de libros y revistas así como los modelos de negocio de las publicaciones en acceso abierto.

Contenidos

La edición científica. Las bibliotecas y los centros de documentación en el circuito de comunicación científica: búsqueda de información, citas y formatos bibliográficos, elaboración de resúmenes y reseñas, asignación de metadatos, identificación bibliográfica, asesoramiento en la publicación y difusión de las publicaciones. Construcción de políticas públicas para la conservación y difusión de las publicaciones científico-académicas. El Sistema Nacional de Repositorios Digitales (SNRD): Historia y evolución. Los repositorios como reservorio de las publicaciones científicas nacionales. La Ley 26899 “Creación de Repositorios Digitales Institucionales de Acceso Abierto, Propios o Compartidos”. Políticas institucionales de acceso abierto en Universidades Nacionales. La edición y publicación de libros y revistas en instituciones educativas. Alianzas con editoriales comerciales. Modelos de negocio. Edición de libros digitales en acceso abierto. Propiedad intelectual y acceso abierto a libros científicos. Licencias creative commons. Metadatos para la interoperabilidad. Portales de libros en acceso abierto. Editoriales

Módulo Políticas estatales y libros de intervención política

Se busca que los estudiantes reconozcan características de la edición del “libro político” y su inserción en el mercado, así como sus modos de hacer política en casos de coyunturas específicas. Asimismo, que problematicen la vinculación de las actividades editoriales con las políticas estatales a partir del análisis de modalidades concretas de intervención estatal y de la presentación de casos de edición estatal en Latinoamérica.

Contenidos

El libro político, un género editorial. El campo editorial en la posdictadura de la Argentina y el auge de las obras sobre el pasado reciente y sobre la coyuntura. Resistencia, retorno del exilio y el libro en el corazón de los procesos de memoria. Del Nunca Más al caso de la Editorial Contrapunto. Una constelación de libros entre la inflexión testimonial y la construcción de ciudadanía. Del discurso verosímil al éxito en el mercado cultural.

Las operaciones sobre el pasado en los catálogos editoriales: El best seller político. El caso de las obras de derechas en la Argentina desde el despliegue de los gobiernos kirchneristas y el caso de La novela de Perón (1985, Legasa), el proyecto del periodista Tomás Eloy Martínez en el despliegue de la teoría de los dos demonios.

Cuando editar es una política estatal en Latinoamérica. El Estado editor: la tradición en Venezuela, Monte Ávila y Biblioteca Ayacucho, y el más reciente proyecto de El perro y la rana. El proyecto de la editorial Quimantú en el Chile socialista y de Casa de las Américas en Cuba. Especificidades de la edición estatal universitaria.

Políticas económicas estatales y economía de la cultura. Legislación y fomento. Políticas estatales del libro y excepcionalidad de la cultura y los bienes culturales. Vínculos entre políticas sectoriales y estatales: La ley de Fomento del Libro y la Lectura (2001), la ley de precio único del libro (Ley de defensa de la actividad librera, 2002).

Casos a diferentes escalas territoriales: El Proyecto Sur de extraducción, el Fondo Editorial Neuquino; la Editorial Municipal de Rosario. Instituciones estatales sobre la edición y la lectura: la Conabip y su intervención en las bibliotecas populares. La experiencia del Mercado de Industrias Culturales de Argentina (MICA). El programa Libros y casas.

Tutorías de Trabajo Final

Se proponen orientar, acompañar y hacer un seguimiento a los estudiantes para que elaboren, a partir de la selección de una temática específica de su interés, un trabajo de cierre que recupere o integre saberes o prácticas desarrollados en la Diplomatura. Se desarrollará en encuentros con la modalidad de tutorías. A modo de ejemplo, los estudiantes podrán realizar la elaboración o el análisis de un catálogo editorial, formular un proyecto de algún aspecto del quehacer editorial, la formulación de una secuencia didáctica sobre un tema de historia o sociología del libro; la formulación de un proyecto sobre historia del libro, la edición, la traducción o la lectura, de investigación sobre una problemática de traducción editorial, de la historia de un emprendimiento

editorial; organización de un curso sobre algún aspecto del mundo editorial.