

Cultura y epistemología de la edición. Un estado de la cuestión

Martín Gonzalo Gómez / *Facultad de Filosofía y Letras (UBA)*

Resumen

El campo de la edición atraviesa actualmente un proceso de conformación disciplinar en el que se construye como un ámbito particular de debates y avances que, partiendo del cruce entre la cultura y la comunicación, impulsa un proceso de autonomización que lo perfila como un espacio de saber humanístico y social. En esta línea de reflexión interdisciplinaria, la propuesta es presentar una síntesis preliminar de la situación epistemológica de este campo, para profundizar en el conocimiento de herramientas conceptuales y en la comprensión del potencial de la edición en la cultura contemporánea.

Introducción

En el marco de los equipos de docencia e investigación en que trabajamos dentro de la carrera de Edición, y en diálogo permanente con otros campos como el diseño y la comunicación, tenemos la oportunidad de explorar cada vez con mayor profundidad los fundamentos y márgenes epistemológicos, lo dicho y lo implícito en nuestro emergente campo de conocimientos. El ámbito de las primeras Jornadas de Investigación en Edición resulta un espacio propicio para trazar un recorrido preliminar de su situación, profundizar en el conocimiento de herramientas conceptuales y en la comprensión del potencial de la edición en la cultura contemporánea, y desde allí invitar a la reflexión y el debate.

Empecemos por notar que en el ámbito de la gestión y la producción editorial se reconoce extensamente que la actual parece ser una época de cambios. El fenómeno del *ebook*, la producción en tiradas a medida, la reformulación de las intermediaciones, nuevas estrategias de inserción en comunidades de lectura, etcétera: toda una serie de fenómenos, algunos relativamente novedosos y otros no tanto, que en conjunto pueden verse como pujantes para el sector. Pero no suponen nada nuevo para nuestro campo epistemológico en el caso de que se consideren simplemente como un conjunto

variopinto de desarrollos aprovechables enmarcados en lo que vagamente se ha caracterizado como “el mundo de la edición”.¹

En este contexto, la pregunta que nos interpela es: ¿qué hacer frente a estos y otros cambios? Bien se puede observar y atender el *epifenómeno*: buscar sencillamente adaptarse, correr detrás de la novedad. O bien —o además—, *repensar el objeto*, y por lo tanto preguntarse (o volver a preguntarse): ¿Qué es la edición? ¿Cómo entender, pensar, definir o interpretar su objeto? ¿Qué función social y cultural cumple la edición? ¿Los cambios involucran al objeto, al contexto, o son directamente otra cosa? La primera opción nos conduce a una *tecnificación*; la segunda, a una *reflexión epistemológica*.

Entendemos la reflexión de tipo epistemológico como una vía para comprender no una teoría, sino un entramado teórico complejo y dinámico que es propio de disciplinas relacionadas con la producción cultural (Gómez, 2012c). Por esto mismo, la segunda opción propuesta es la que hemos seguido en diversos trabajos de investigación desarrollados en los últimos años y es la que se expondrá a continuación, en pos de hacer un aporte concreto a la construcción de un pensar epistémico sin restringirse al pensar teórico precedente —retomando la distinción de Zemelman (2001)—. Asumir la complejidad de la edición y su inscripción en el ámbito de las ciencias sociales y las humanidades es un primer paso necesario para generar una apertura a un debate fundacional.

La edición en contexto

Al poner a la edición en contexto, se puede observar que, en la actualidad, los procesos de producción, distribución, mediación y consumo cultural y comunicacional están en el centro de nuestras sociedades contemporáneas. Sobre esto hay un reconocimiento

¹ A la fecha, aún se sigue instruyendo a los estudiantes de la carrera de Edición, en buena parte de sus asignaturas, con un compilado de textos anecdóticos que ya ha cumplido una década y que a esta altura ha adquirido un carácter de manual *sui géneris*, llamado precisamente *El mundo de la edición de libros* (Buenos Aires, Paidós, 2003). Allí los autores restringen el campo de la edición principalmente a cuestiones técnicas relativas a la factura de libros y a problemáticas empresariales referidas a la colocación en el mercado de esos objetos. Ambas improntas se fundamentan con un positivismo rudimentario: se trataría ni más ni menos que de hacer de forma correcta la cosa-libro (eliminar el “ruido” en términos comunicacionales) y venderla al consumidor-receptor de la forma más ventajosa económicamente para el oferente. Una lectura aparte merecen otros detalles de época, como los “temores” de los editores —frente a los *readers* o la “tinta electrónica”—, que se exorcizan en el primer capítulo.

transversal. En el ámbito de la teoría social, se hace evidente cuando se indica que la actual es una *sociedad del conocimiento y la información*, que adquiere una forma de organización donde, en el marco de nuevas condiciones tecnológicas, la generación, el procesamiento y la transmisión de la información son fuentes principales de producción y poder (Castells, 2001). En el derecho, al observar la actual revisión del marco de la legalidad en la difusión y el acceso a la cultura y la comunicación.² En la gestión empresarial y gubernamental, desde el momento en que se aplica de manera positiva, ya no crítica, el concepto de *industrias culturales* (Mattelart y Piemme, 1982). En el ámbito del diseño, cuando se comprende su rol en la configuración de la información socialmente necesaria como forma intersubjetiva del conocimiento entretejido por innumerables experiencias comunicativas (Gómez, 2010a). Y desde luego, en el campo educativo y científico, con toda una serie de nuevos espacios formativos sobre la cultura, donde conviven distintas especializaciones en carreras tradicionales con carreras de grado específicas y formación de posgrado.

En este contexto, encontramos el desarrollo del campo de la edición en una encrucijada entre la cultura y la comunicación. En efecto, la edición aparece como un conjunto de saberes específicos pero aun potenciales, que retoma a su vez problemáticas de las ya institucionalizadas *ciencias de la comunicación* y el campo relativamente más reciente de la *gestión cultural*. Esta potencialidad puede traducirse en un proceso de autonomización institucional como el que se perfila en nuestro ámbito (la Facultad de Filosofía y Letras de la Universidad de Buenos Aires), donde la edición como carrera inicia el pasaje de la tecnicatura (asentada a finales del siglo XX) a la licenciatura.³ Ahora

² Los hechos se suceden, en el plano global y local. La Ley de Propiedad Intelectual 11.723, sancionada en la primera mitad del siglo XX, al igual que el resto de las legislaciones de cada país, queda en evidencia en cuanto a sus limitaciones y su sesgo frente a fenómenos globales como la irrupción del *copyleft* y el alcance masivo de Internet desde finales del siglo XX. Asimismo, el Decreto-ley 22.285, de la última dictadura cívico-militar, se reemplaza en el 2009 por la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual 26.522, confirmada como constitucional en el 2013. Y este mismo año se presenta al Congreso Nacional el proyecto de Ley de Promoción de la Producción Independiente y Autogestiva de Comunicación Cultural por Medios Gráficos y de Internet, impulsada por la Asociación de Revistas Culturales Independientes de Argentina (ARECIA), respaldada institucionalmente, entre otras, por la Facultad de Filosofía y Letras (UBA) a partir de la declaración (expte. 888.719/13) impulsada por representantes de graduados de Edición. Cfr. <<http://masparamas.org/2013/05/apoyo-al-proyecto-de-ley-de-promocion-de-la-produccion-independiente-y-autogestiva-de-comunicacion-cultural/>>.

³ Un proyecto de los primeros graduados agrupados, en un principio resistido por sectores conservadores mayoritarios ligados a los orígenes de la carrera, pero al fin aprobado por amplio consenso en la comunidad de la Facultad, y cuya implementación el gobierno de la Universidad de Buenos Aires aún nos debe. Cfr. <<http://masparamas.org/2008/08/licenciatura-aprobada-por-el-consejo-directivo-de-ffyl/>>.

bien, atravesando este paso institucional —que resultará ser, llegado el caso, una coronación formal de lo epistemológico—, ¿qué ocurre en el campo disciplinar?

Un campo de conocimientos ya constituido se desarrolla en torno a una serie de *paradigmas* explícitos y en disputa, tanto en un sentido *sociológico* —conjunto de creencias, valores, técnicas y demás compromisos compartidos—, como *filosófico* —al incluir soluciones modélicas que funcionan como reglas— (Kuhn, 2004). Tal es el caso, en cierta medida, de las ciencias de la comunicación. Por su parte, un campo de conocimientos emergente y en formación como es la edición, antes que en paradigmas, se reúne primeramente en torno a un *campo epistémico* implícito (Foucault, 1979). Esto implica una relación en la que algún precepto paradigmático del campo de origen o mayor (comunicación) se proyecta hacia el campo en desarrollo (edición), donde se asume como natural e incide en la formación de las representaciones colectivas de sus actores.

Tal es lo que ocurre con el paradigma informacional, rebatido ampliamente en los estudios sobre comunicación y cultura, pero aun asumido y reproducido acríticamente en nuestro campo. Conocer su articulación teórica y su historia ayudará a explicitarlo y debatirlo, como primer paso para articular una cartografía de las miradas encontradas sobre la edición.

Más allá de las premisas implícitas: desnaturalizar el objeto

En efecto, el primer paradigma constituido como tal en la comunicación, hacia mediados del siglo XX, fue el informacional, centrado en la calidad de las transmisiones comunicativas mensurada con métodos cuantitativos. Se inicia con la *teoría matemática de la comunicación* de Shannon y Weaver (1948), producto de trabajos relacionados con el perfeccionamiento de las telecomunicaciones. Los elementos constitutivos de este modelo técnico-informacional son la *fuentes de información*, que produce un mensaje; el *transmisor* o codificador, que transforma el *mensaje* en signos para hacerlo transmisible; el *canal*, que es el medio para transportar los signos; el *receptor* o decodificador, que reconstruye el mensaje a partir de los signos; y el *destino*, la persona o la instancia a la que se transmite el mensaje.

El problema ha sido que, desde entonces y de manera especular, cada especialidad que surge dentro del campo de la comunicación y la cultura asume primero ese mismo

enfoque, que originalmente refiere a un artefacto particular: el teléfono. Esto parece irremediable cuando el hecho que se observa implica circunstancialmente un determinado vehículo o soporte. En el caso de la edición, el libro. Pero, puesto en un contexto histórico, se descubre lo insuficiente que puede ser asumir que el análisis de los objetos culturales que se producen y analizan desde la edición se puede limitar a las vicisitudes técnicas de un artefacto circunstancial.

Además de esta analogía fundacional que resulta incongruente o insuficiente, el paradigma técnico-informacional conlleva un concepto de neutralidad que ya ha sido desmontado por los críticos de la comunicación. En efecto, ¿es posible limitar la experiencia de la comunicación social al hecho de reproducir en un punto dado un mensaje seleccionado en otro? Esto implicaría un presupuesto de neutralidad de las instancias de emisión y recepción. Quienes adoptan tal postura se circunscriben a la meta de cuantificar el costo de un mensaje, corrigiendo el “ruido” o las “perturbaciones”. El problema es que, al considerar la comunicación como evidente, como dato en bruto, se desconoce el *sentido* que el destinatario atribuye a los signos y a la *intención* de la emisión.

En el campo de la edición, este paradigma técnico-informacional se asume como natural: se lo actúa y reproduce sin necesidad de discutirlo ni hacerlo explícito. Se suele considerar la comunicación editorial como la producción de un paquete que viaja de un emisor a un receptor, condicionada a su vez por el beneficio que el intermediario debe obtener. Ello explica el énfasis limitado a dos cuestiones: la *edición técnica* para “limpiar” el contenido del objeto y darle un sentido único, y la *mercadotecnia* para adiestrar al oferente en la búsqueda de ese beneficio.⁴ Semejante “teoría del paquete postal” (Scolari, 2008) resulta ser un modelo insuficiente para representar de forma integral un proceso en el cual lo que sale (*emisor*) nunca es igual a lo que llega (*receptor*) y, en conjunto, lo que se produce depende muy estrechamente de factores sociales, culturales y políticos.

A través de esta comprensión limitada llegamos a tener hoy el objeto técnico delineado desde una perspectiva informacional, donde solo podemos preguntarnos por el “ruido”, que en términos editoriales sería una hoja mal impresa, una imagen con *moiré* y otros detalles (Alonso Erasquin, 2004). La proyección contextual de ese mismo objeto técnico llega hasta el entorno mercantil, donde el objeto pasa a ser la industria editorial,

⁴ Al respecto, remitimos nuevamente al libro sobre “el mundo de la edición de libros” comentado en la primera nota.

la cual, según cálculos de previsión y demanda, apunta su producción cultural a una sociedad de consumo estratificada en niveles (alto, medio, bajo). Este modelo, límite conceptual de la perspectiva informacional aun predominante, se cierra sobre un pasado utilizado como *stock* cultural (un canon) y un futuro que se agota en proyecciones presupuestarias (Gómez, 2011b).

La apertura, el enriquecimiento, la maduración de nuestro campo es un proceso que implica ir más allá de este primer estadio técnico-empresarial, de estos condicionantes que nos impiden ver el trasfondo social y cultural de la producción editorial no como un mero complemento, sino como parte sustancial de nuestro objeto de conocimiento. En ese camino se va logrando desarrollar las distintas especialidades de la comunicación, cuando sus actores logran ver más allá de lo evidente, que resulta ser lo circunstancial. Los objetos que transportan símbolos se agotan y cambian con el tiempo: lo que hoy es una extensión para la transmisión de la cultura, ayer lo era la persona misma, en la oralidad. Homero era él mismo un “libro”. En la modernidad, es el libro impreso; en la posmodernidad se “virtualiza”, se hace digital, trasciende aun más el espacio. A su vez, los sistemas económicos que rigen las transacciones también cambian: el “beneficio” puede estar en el grupo, luego en el individuo, y en ambos nuevamente. Lo que debemos intentar ver es lo que a cada momento entra y construye la existencia de nuestro campo, lo que da coherencia a todas estas formas cambiantes, lo que sigue en la repetición y en la diferencia, y constituye nuestro corpus en la diversidad cultural, y también nuestros olvidos. Esto, junto con los derechos y las posibilidades que se disputan a cada momento. Las líneas que siguen van en ese sentido.

Del objeto técnico a las funciones-instituciones sociales

El ámbito de las ciencias sociales y las humanidades, en el cual participa la edición, ofrece herramientas elementales para salir de esta encerrona. Desde la historia cultural y la sociología de la lectura, ya se ha visto cómo un término aparentemente transparente como “cultura impresa” conlleva un determinismo, en este caso tecnológico. En efecto, en él se confunden el desarrollo de un *medio* de producción cultural (la publicación escrita) y el devenir de un *modo* de producción cultural, el cual ha sido trabajado ya extensamente, por ejemplo, como *civilización del libro*, por Roger Chartier, o como *moderno sistema literario* (Hesse, 1998). Se observa entonces que la mirada histórico-

social nos lleva a distinguir entre el medio y el modo de la edición, dos fenómenos históricos distintos y a la vez interrelacionados. Esto ha sido complementado con otra distinción sustancial, entre *técnicas de transmisión y modalidades de lectura* (Chartier y Hébrard, 2002), que lleva a reconocer que los caracteres de la imprenta no han cambiado por sí mismos las modalidades de la lectura (reconocer el contexto de creación de un libro, avanzar por páginas, renglones y capítulos, etcétera). Con el paso del rollo al códice, la lectura ya comenzaba a moldearse en los gestos y las estrategias sobre cuyo fondo luego aparece la imprenta en Occidente.

Esta historia parece estar compuesta por libros, autores, editores y lectores. Tales elementos constituyen en todo momento y lugar un modo particular de producción cultural, y por lo tanto se pueden representar como *funciones* que se institucionalizan de una determinada manera en una sociedad y un momento histórico. Así sucede, por ejemplo, con la transformación de la función autor en el pasaje de la Edad Media a la Modernidad tal como la ha descrito Foucault (2005). En el campo científico, la función autor, que en la Edad Media era indispensablemente explícita como indicador de la veracidad de sus obras canónicas, comienza a reinstitucionalizarse a partir del siglo XVII como un indicador de los elementos internos de dichas obras: un teorema, un caso ejemplar, un síndrome, etcétera. Mientras este declive sucede en la ciencia, en el campo literario (otro orden del discurso), la función autor se consolida en sus obras: los poemas, dramas o comedias que antes circulaban en un relativo anonimato, comienzan a requerir la inscripción visible del autor para completar su sentido —un índice no solo de lectura, sino también de imputabilidad—.

Esta dinámica de la institucionalización de las funciones de la edición puede observarse en cada uno de sus elementos. Por ejemplo, en el propio libro, función que del papiro a la digitalización vehiculiza la transmisión intelectual entre generaciones y que nuestra comunidad resuelve haciendo del objeto un símbolo cultural cuya apoteosis es el mercado anual de la llamada “feria del libro” (Gómez, 2010b). Es más que un paseo de variedades: congrega a la comunidad en un sistema feriante montando al objeto canónico de transmisión cultural en un rito a mitad de camino entre la ilustración y el consumo, en el que el ciudadano deambula en busca de esparcimiento y sentido. Periodicidad sistemática, emplazamiento regular e interés público: toda una institución en términos de Bastide (2006), que concibe una síntesis jurídica tradicional con creencias y modos instituidos de forma colectiva.

Desde una perspectiva sociológica, se trata entonces de funciones-instituciones, que la historia a su vez describe en sus pormenores y sucesos desencadenantes. Su funcionamiento conjunto ya ha sido expuesto por Bourdieu (2002), al desentrañar las relaciones sociales en las cuales se realiza la *creación intelectual* como acto de comunicación que comprende a la obra intelectual y a su creador, a sus lectores y a diversos mediadores (editores, periodistas, educadores, etcétera). Un acto de comunicación que implica un campo intelectual-cultural relativamente autónomo, constituido como un sistema de actores y relaciones que configuran una estructura específica en cada tiempo y lugar.

La dimensión histórica y la sociológica son así auxiliares de todo pensamiento que se desarrolle en el campo de las ciencias sociales y las humanidades. Todo lo observable sucede en un momento histórico particular y en un espacio social determinado. De olvidarse esto, se reifica lo coyuntural. Esto implica pensar nuestro objeto social e históricamente, pero sin hacer de la historia o la sociología un objeto en sí. Un campo adyacente puede hacer una “historia de la edición”; el otro, una “sociología de la edición”, pero ninguno de ellos *es* ni agota la edición.⁵ Nuestro campo de saberes debe desarrollar su propio y particular objeto, y debatirse en torno a sus propios paradigmas en el cruce entre la cultura y la comunicación.

Desde la edición, valiéndonos de aquella evidencia socio-histórica, podemos tomar estos elementos en su cualidad de procesos que a su vez son constitutivos de un proceso mayor que los incluye a todos y que da forma en su complejidad a nuestro objeto de estudio. Lo que estudiamos en edición es, en consecuencia, un *proceso* antes que un simple *objeto* (sea lo que fuere que se ponga en este lugar: el libro, la empresa editorial, etcétera).

Este pasaje del objeto técnico circunstancial al complejo sistema de funciones-instituciones sociales que lo incluyen y exceden es un movimiento teórico fundacional para una epistemología de la edición. Tenemos entonces un objeto no cerrado y simple,

⁵ Ejemplos de estas aproximaciones periféricas abundan, desde los recorridos históricos puntuales —por ejemplo: *Editores y políticas editoriales en Argentina (1880-2000)*, coordinado por J. L. De Diego (Buenos Aires, Fondo de Cultura Económica, 2006)— hasta las tradicionales visiones bibliológicas —por ejemplo: *El dédalo y su ovillo. Ensayos sobre la palpitante cultura impresa en la Argentina*, de A. Parada (Buenos Aires, Instituto de Investigaciones Bibliotecológicas, FFyL-UBA, 2012)—, pasando por diversos encuentros e intercambios académicos que reproducen desde lo socio-histórico la sublimación del objeto técnico, inscribiéndolo de forma elocuente en su propio nombre —por ejemplo: el “Coloquio Argentino de Estudios sobre el Libro y la Edición”, realizado en La Plata en el 2012—. Este tipo de trabajos, por su propia concepción, resultan ser auxiliares —no centrales, pero tampoco totalmente ajenos— para nuestro propio y específico campo.

sino complejo, compuesto por elementos y relaciones que discurren en un cambio continuo y que depende de factores no solo tecnológicos, sino primordialmente políticos y culturales, dado que suceden como resultado de prácticas concretas de los actores culturales y decisiones que se toman sobre su uso y configuración, sus posibilidades y su distribución.

Estos elementos relacionales son entonces la *lectura*, el *discurso*, su *concepción* y su *mediación*. Conceptos que, desde luego, no son definitivos, sino que abren un debate necesario. La lectura puede observarse en el *público* o estudiarse en la figura de la *recepción*; el discurso, en las formas del *libro*, la *obra*, el *texto* y sus diversas formas de vehiculización; la concepción, en el *autor* o la función que lo contiene: la *autoría*; y la mediación, en el *editor* o el proceso de *edición*. Cuatro relaciones que anudan funciones-instituciones que podrán nombrarse de diversas maneras según el enfoque particular que se adopte; lo importante para nuestra epistemología es no confundirlas con actores sociales individuales ni roles esenciales o ideales.

La proyección de este nuevo objeto de saber resulta muy diferente de la de aquel modelo mercadotécnico. En esta nueva concepción, las relaciones entabladas *en* y *entre* estas funciones-instituciones (y no ya meramente el libro o sus vendedores) proyectan un sistema que se constituye como una formación social que adquiere la forma de un proyecto cultural cuya misión es mediar socialmente la producción intelectual de la comunidad. Un movimiento central del devenir socio-histórico, puesto que con él, el pasado se actualiza como construcción social (la cultura es socializada) y el futuro se presenta como un proyecto de producción colectiva.

Tal reformulación epistemológica se presenta como una necesidad conceptual y metodológica para quien quiera pensar y trabajar el campo de la edición en un nuevo escenario disciplinar. Concretamente, nos permite salir del paradigma técnico-informacional, para poder concebir y aceptar las diversas perspectivas que confluyen en torno a nuestro nuevo objeto. Esta distancia crítica entre los conceptos y su concepción, entre la información y su afirmación, es la brecha donde es posible construir un conocimiento reflexivo.

Las dimensiones que proyectan el análisis editorial

Una vez reconocida la complejidad concreta de nuestro objeto, las dimensiones de análisis que van constituyendo el campo editorial se entrelazan y pueden leerse en la continua dialéctica entre los cambios político-culturales y tecnológicos (¿cómo sucede y se decide el hecho editorial?) y el pensamiento científico-social (¿cómo se piensa ese hecho?). De esta forma, se pasa del pensamiento tradicional de la *reproducción* (cómo multiplicar un “original” de la forma más prolija y eficaz), a una concepción *cartográfica* de los itinerarios de la edición, con la cual se busca trazar un *mapa* de sus recorridos a lo largo de la historia, dentro y fuera de la sociedad: una construcción desde el propio acto reflexivo abierto a una multiplicidad de concepciones (Gómez, 2011a).

En este desarrollo entran en juego entonces las problemáticas comunicacionales en las que participa la edición, que han tomado un creciente y marcado protagonismo en nuestras sociedades desde los comienzos del siglo XX hasta la actualidad. Un breve recorrido por estas dimensiones nos permitirá dar cuenta de las bases conceptuales sobre las cuales la edición se está erigiendo como un campo de saber con sus problemáticas específicas y sus diálogos necesariamente interdisciplinarios, como se ha visto.

Tomando como punto de partida los elementos relacionales que componen la edición, podemos comenzar por delinear, desde una mirada comunicacional, ciertas dimensiones básicas que individualmente colocan a uno u otro elemento como punto de entrada a las problemáticas editoriales. Se trata de una distinción que no pretende reproducir el hecho editorial en sí, sino responder a las necesidades de un primer movimiento analítico para la investigación.

De esta forma, concentrándonos principalmente en el *discurso*, podemos iniciar una línea de análisis en torno a las formas, el desarrollo y la sistematización del discurso social. Si el punto de partida es la *lectura*, podemos abordar nuestro objeto a través de los procesos culturales-comunicacionales de la subjetividad, entendida tanto en un plano individual como colectivo. Si se parte de la *mediación*, entramos al plano de la economía y la política de los medios de comunicación y cultura. Finalmente, a partir de la *concepción*, bien puede la investigación adentrarse en una dimensión mucho más vasta que la mera “escritura” de un libro, para comprender que en los factores de

creación inciden también la predisposición tecnológica, la transmisión cultural y la memoria social.

Previamente, es preciso reconocer los aportes de una perspectiva no tanto comunicacional sino histórico-cultural, principalmente a partir de los aportes de Roger Chartier en torno a la historia de las prácticas de lectura. Una dimensión que se abre al juego de la materialidad, en relación asimismo a la lectura pero no enfocada sobre la formación de subjetividad sino centralmente en la experiencia misma del acceso a la lectura y la sociabilidad que construye en cada lugar y momento histórico.

La materialidad y la experiencia de la lectura

Distinguiéndose de lo que llaman la “semántica del texto”, por un lado, y la “historia del libro”, por otro, G. Cavallo y R. Chartier definen en la introducción de su *Historia de la lectura en el mundo occidental* (1998) un campo de análisis propio para la comprensión de los objetos escritos y su puesta en circulación social, así como también para la identificación de las prácticas y la reconstrucción de las palabras lectoras. Se trata de la relación entre la tecnología editorial y lectura en el marco de la historia cultural, donde las formas a través de las cuales se escribe y se lee producen sentido.

A partir de estas premisas se observa que la relación personal con el producto de la edición se realiza a través de técnicas y gestos particulares, lo cual involucra una operación intelectual tanto como una puesta corporal, en un lugar específico y generando una relación del lector consigo mismo y con sus prójimos. Un ejemplo histórico para pensar el campo de observación desde esta perspectiva es la función múltiple que cumple o ha cumplido la lectura en voz alta: comunica la palabra escrita a quienes no conocen sus formas y, al mismo tiempo, propicia ciertas formas de sociabilidad y modalidades de convivencia.

El análisis socio-histórico da cuenta de la formación de grupos específicos que ponen en común sus hábitos en torno al desarrollo de la lectura, a su vez en relación con determinados géneros. En este sentido, la expansión social y la diversidad productiva en el uso de una tecnología de difusión y transmisión como la imprenta pueden incidir en la expansión de nuevos grupos de lectores, tal como mostró, por ejemplo, Lyons (1998), sea siguiendo una variable de género (mujeres), de edad (niños) o bien de clase

(obreros). Son distintos puntos de entrada sociológicos para la problemática de la lectura y la formación social de grupos de lectores.

Luego, los métodos y recursos pueden ser tanto cualitativos, por ejemplo, entrevistas u observación participante si los casos son contemporáneos, como cuantitativos, por ejemplo, la distribución de los usuarios según profesión que Lyons toma de los datos recabados por las bibliotecas populares parisinas de fines del siglo XIX. Siempre puede resultar provechoso mostrar correlaciones cuantitativas con cambios cualitativos. La finalidad, en este caso, es mostrar la forma en que nuevos lectores del libro impreso generan nuevas experiencias de lectura, y cómo los cambios dejan huellas en diversos campos de la producción cultural y en las relaciones sociales de los distintos grupos. Así, por ejemplo, la jerarquía hombre-mujer en el siglo XIX expresada en relación con el acceso a la lectura, por la cual el primero regula el acceso (por ejemplo, en torno a la lectura familiar del periódico) y la segunda comienza a incorporarse masivamente a partir del desarrollo de géneros como la novela.

En suma, desde esta perspectiva, las normas y convenciones de lectura en cada comunidad de lectores definen usos legítimos del libro, modos de leer, instrumentos y procedimientos de interpretación. Y esto debe contextualizarse a su vez en una mirada histórica de largo alcance, más allá del libro impreso, para comprender que el recurso tecnológico ha variado desde los tiempos de la oralidad hasta los actuales, de medios “digitales” o “electrónicos”, y nada indica que no lo seguirá haciendo. Por esto mismo, a través de esta dimensión, pero puesta en perspectiva, se puede concebir la edición como un ámbito de revelación de la existencia de una misma matriz que conforman la tecnología y la cultura, ni contrapuestas ni complementarias, sino imbricadas en sucesivas esferas productivas a su vez con sus propias genealogías (Kaufman, 2007).

Pero esto no es todo. La contextualización debe ser también respecto de la propia experiencia que pueden generar la edición, la comunicación, el diseño, en los procesos de lectura. Actos que son mediaciones culturales, desde las cuales es posible aunar esfuerzos para promover la visibilidad de determinados hechos históricos y la recuperación de su memoria (Gómez y Rico, 2011). Por eso es posible distinguir una multiplicidad de “lugares” de la edición que confluyen en momentos específicos para generar determinadas experiencias: el lugar de la lectura, que se cruza con el lugar de aquello que se lee, ese otro momento al cual se accede, el cual se comparte y se resignifica por medio de acciones específicas: editar, leer, reescribir.

Es que todo texto de la cultura existe en un espacio físico que permite leerlo, un espacio que es su soporte y también el lugar donde se conecta con la lectura, donde a partir de una interacción humana varía según los tiempos, lugares y ámbitos. Varias preguntas abre, en fin, esta perspectiva para el análisis de la edición: ¿Cómo se relacionan los significados, las formas y las circunstancias a través de las personas que los reciben y apropian? ¿Cómo circulan los objetos editoriales y qué tipo de prácticas los ponen en juego? ¿Cuáles son las regularidades y transformaciones identificables en las prácticas de la lectura y cuál es su relación con cada tecnología editorial?

La mirada editorial no se agota en estas cuestiones sino que se complementa con otras que se abren al análisis a través de las siguientes líneas: la forma, el desarrollo y la sistematización del discurso social, los procesos culturales-comunicacionales de la subjetividad, la economía y política de los medios de comunicación y cultura, y la mediación tecnológica, la transmisión cultural y la memoria social.

Del discurso social y la subjetividad a la economía política y la transmisión cultural

Por su parte, el análisis del discurso social ha tenido su propia trayectoria dentro del campo general de la comunicación, desde lo que podría denominarse paradigma semiótico-discursivo (Scolari, 2008), estructuralismo o teoría lingüística (Mattelart y Mattelart, 2003), según se tome un período, una escuela o un conjunto de ellas. La riqueza de matices dentro de esta dimensión da cuenta de la amplitud de temas y problemas factibles de ser investigados desde la edición, y demuestra con ello que la posibilidad de una epistemología propia está, en relación con el lenguaje, en la posibilidad de ver más allá de las meras “normas” de su corrección y estilo, para abarcar sus profundas relaciones e implicancias socioculturales.

El discurso social comprende en un sentido amplio todo aquello que se imprime, se habla públicamente y se representa en los medios de comunicación, y por lo tanto se narra y argumenta, siendo estas dos acciones los dos grandes modos de puesta en discurso (Angebot, 2012). Esta vasta esfera discursiva compone sistemas genéricos que organizan socialmente lo *decible* y actúan como reguladores globales y fondo sobre el cual —sea por acuerdo o disenso— es posible toda nueva producción. Se forman con elementos significantes como pueden ser los conceptos, centrales en los sistemas discursivos disciplinares tales como las humanidades, donde sus recorridos y

transformaciones entre especialidades constituyen toda una metodología para la comprensión de las disciplinas (Bal, 2002).

Hacia dentro de estos sistemas, el producto editorial puede discernirse como compuesto por un sentido de *obra* y a la vez de *texto* (Barthes, 2002). La obra es ese fragmento sustancial e inmediatamente visible que se inscribe en el espacio de los libros —en una biblioteca, en las librerías, en un listado bibliográfico—, mientras que el texto discurre, se expresa, en relación con ciertas reglas del lenguaje, a partir de las cuales adquiere existencia en el devenir de un discurso.

El acto de la publicación reúne estas instancias y se articula sobre una estructura informacional cuya función es hacer visible y pautar la interacción con el sentido y el contenido de la “obra”. Esta estructura se articula gráficamente, de forma interactiva e hipertextual, según el entorno de transmisión. Un proceso técnico pero que diseña la forma del discurso que vehiculiza, y esto implica una acción compositiva intencional que configura la presentación y el sentido del dispositivo de lectura, transformando un trayecto del discurso social en un objeto cultural y un instrumento simbólico (Gómez, 2009b).

En lo que respecta a los procesos culturales-comunicacionales de la subjetividad, estos han sido abordados desde el paradigma interpretativo-cultural (Scolari, 2008), también entendido como movimiento intersubjetivo (Mattelart y Mattelart, 2003). Desde la edición, la investigación sobre esta dimensión puede ir incluso más allá de lo que ha ido la comunicación en general, y reponer el complejo trasfondo explicativo que puede faltar en una lectura positivista de lo que se ha llamado, en el campo de la educación, “promoción de la lectura”.⁶

En esta dimensión, resulta central la relación conceptual entre cultura y comunicación. En el horizonte de esta comunión se halla la búsqueda de una racionalidad diferente de la instrumental, mejor orientada a la experiencia intersubjetiva de socialidad comunicativa (Habermas, 1986). Central es asimismo el aspecto local, en virtud de que las discontinuidades culturales median la significación de los discursos masivos y el sentido de sus usos sociales (Martín-Barbero, 1993), poniendo en juego, además de

⁶ Una concepción que suele encontrarse en este sentido difundida académicamente sobre una articulación teórica a mitad de camino entre lecturas parciales de De Certeau y traslaciones acriticas de especialistas del tema de otras latitudes, como Michèle Petit. Puede observarse luego su inserción de lo académico a lo político y viceversa cuando se habla y declama —y por lo general poco se hace— sobre las llamadas “políticas de lectura”.

capital e innovaciones tecnológicas, profundas transformaciones en la cultura cotidiana. Por ello el interés se desplaza del sentido técnico-instrumental de la comunicación hacia un sentido de tipo antropológico, constituyente de lo humano (Schmucler, 1997), en el que comunicar sería comulgar en un sentido ético-político.

Por su parte, la economía y política de los medios de comunicación y cultura constituye actualmente, tomando los medios en general, una especialidad dentro de la comunicación, que cobra particular relevancia a partir del reconocimiento de la importancia que tienen los factores político-económicos en relación con la tenencia y distribución de los medios.

La expansión industrialista del siglo XIX se ha perfeccionado a lo largo del siglo siguiente y ha impulsado, al traducir su excedente y su reflujo de capital en un ingente sistema financiero global, la generalización del valor de cambio como medida universal de los intercambios sociales, tanto a nivel cultural como productivo. Es una circunstancia que condiciona la *praxis* de la edición como proyecto, en la que se materializa la relación entre la producción intelectual de una comunidad y su medio cultural, a través políticas editoriales concretas y la generación crítica del saber y el conocimiento (Gómez, 2009a). El origen de la perspectiva que acompaña este proceso se puede remontar al paradigma crítico, construido precisamente en torno a la teoría crítica de la industria cultural (Adorno y Horkheimer, 2007). Esta dimensión vuelve a tomar hoy una creciente relevancia dada por la propia fuerza de los hechos sociales, que comprenden los diversos debates públicos sobre la legalidad de la tenencia y distribución de medios hasta la reconstitución y expansión del sistema en torno a redes virtuales-globales.⁷

Por último, más allá de las dimensiones discursivas, subjetivas y político-económicas, que cuentan con una vasta trayectoria dentro del campo de la comunicación, comienzan a desarrollarse ya desde la segunda mitad del siglo XX otras perspectivas que podrían constituir una nueva dimensión, de tipo tecnológico-mediológico. Sin reconocer estos avances como propios de un paradigma en especial, se aprecian nuevas miradas —como

⁷ Hoy han quedado superadas, por esta propia evidencia de los hechos, las diversas críticas posmodernas a los sociólogos de Frankfurt, que se suceden principalmente desde la década de 1980 —*cfr. All That Is Solid Melts into Air. The Experience of Modernity*, de Marshall Berman (Nueva York, Simon & Schuster, 1982)—, respecto de su supuesta desesperación cultural, su modernismo marxista, su culturalismo elitista, etcétera. No es que fueran críticas erróneas, sino que sencillamente han esencializado lo coyuntural y lo han traspulado, haciéndolo trascendental, hasta su propio presente. Para la investigación actual en comunicación, queda lo relevante: el original descubrimiento y desentrañamiento, a comienzos del siglo XX, de una nueva fase industrial-cultural que el capitalismo global inicia entonces e instrumenta un nuevo paradigma tecnológico.

la mediológica— como parte de novedosos intentos transdisciplinarios (Scolari, 2008) que procuran una nueva jerarquía del saber (Mattelart y Mattelart, 2003). Para nosotros, constituyen sugerentes líneas de análisis, que para ser breves agrupamos de forma preliminar en esta misma dimensión.

Cabe indicar que la problemática de la transmisión y la disputa por el sentido y la memoria social puede analizarse tanto en el corto como en el largo plazo. Con la mirada puesta en proyectos específicos puede identificarse esta relación de una generación a otra. Así, por ejemplo, la tecnología del impreso ha facilitado la difusión de la publicación periódica, y con ella la posibilidad de reunir colectivos de intelectuales en torno al discurso que construyen en conjunto para dialogar en diversos planos: con aquellos grupos afines a sus intereses, otros grupos con los que discuten sus temas y la generación precedente con que acuerdan o a la que se contraponen. En esto y a cada paso vuelve a surgir inevitablemente la discusión sobre el objeto de la edición: la publicación periódica se suele pensar según su periodicidad, una marca de temporalidad ajena a la historia que solo indica su ritmo de difusión, lo cual excluye la dimensión cualitativa, que permite pensar los medios como vectores de este diálogo social. La revista de vanguardia, por ejemplo, como espacio para el debate generacional, con sus reciprocidades entre interlocutores presentes, pasados y futuros: para la historia del siglo XX es una producción cultural representativa que constituye el propio campo intelectual, y por tanto permite comprender a las generaciones que reúne y confronta (Gómez, 2012b).

Relaciones entre dimensiones y variables empíricas

A lo largo de este recorrido se pudieron observar dimensiones factibles de análisis que a su vez se abren en una multiplicidad de *indicadores* o *variables* que se pueden vislumbrar en relación con las distintas líneas o puntos de entrada a la investigación.

Consideramos primeramente la materialidad y la experiencia de la lectura. En este y en los demás casos, no como un enfoque en discusión con otro, sino como un ámbito de producción de un conocimiento parcial pero necesario para enriquecer el campo propio de la edición. Por eso mismo, más allá de las discusiones entre las perspectivas “materialistas” y las “discursivas”, pensar desde el campo de la edición implica ver más allá de estas discusiones entre paradigmas, para comprender que el objeto editorial es

un nodo en devenir dentro del espacio de la transmisión cultural, donde estos factores no se excluyen, sino que pueden ser diversas dimensiones que hacen a la construcción de dicho objeto.

Es así como encontramos luego el enfoque relativo a las formas, el desarrollo y la sistematización del discurso social. En él podemos a su vez encontrar diversas líneas de análisis: la función, la constitución y el funcionamiento discursivo de los géneros (Christie, 1989; Papalini, 2010); la transposición de los géneros a través de los medios de comunicación (Bajtín, 2002; Steimberg, 2013); las relaciones y la significancia de las obras a través de la transtextualidad (Genette, 1989); el carácter genealógico de la obra editorial en la formación del sentido social (Elias, 1987; Derrida, 2003); y las configuraciones simbólicas de la ideología en el discurso de los medios (Barthes, 2003; Said, 2006).

Por su parte, el enfoque de los procesos culturales-comunicacionales de la subjetividad vuelve a retomar algunos elementos de la experiencia de la lectura, pero en este caso en el desarrollo de otras tantas líneas posibles: la intersubjetividad, la participación y la pertenencia cultural en las prácticas de significado (Waisbord, 2009; Grimson, 2000); las estrategias de interpretación y significación desde la experiencia de lectura (Semán, 2007; Ginzburg, 2008); la autonomía y dominación por medio de usos y lecturas de obras culturales (De Certeau, 2000; Dussel, 1998); las prácticas culturales emergentes y alternativas desde los medios de comunicación (Williams, 2000; Giménez y Héau, 2007); y la mediatización de la subjetividad e identidad y las representaciones sociales (Giddens, 1997; Sabilia, 2008).

La praxis editorial en su conjunto es enfocada, por otro lado, por la economía y política de los medios de comunicación y cultura. En esta vertiente se pueden encontrar como posibles lineamientos los modos de funcionamiento económico-político de la edición como industria cultural (Moszczyńska, 2007; Métaillie, 2008); la mercadotecnia en la producción y distribución de productos culturales (Klein, 2005; Deleuze, 2007); las estrategias editorial-comunicacionales en torno al acceso al conocimiento (Gociol, 2009; Potel, 2010); la construcción ideológica de la realidad social en los medios (Hall, 1981; Jauretche, 2007); y las tensiones y diversas relaciones entre creatividad, contenidos y mercado en el contexto de la producción cultural en su conjunto (Adorno y Horkheimer, 2007; Miège, 2006).

Finalmente, es preciso mostrar la complejidad que se encuentra en un enfoque en el que confluyen la mediación tecnológica, la transmisión cultural y la memoria social, a partir de pensar diversos ejes de análisis que incluyen avances concretos: el funcionamiento de los medios como asiento y transmisión de la cultura (Debray, 2001; Le Goff, 1991); la relación entre medios de comunicación, conocimiento y percepción (Lowe, 1999; Scolari, 2009); las transformaciones de los lenguajes de los medios de comunicación (Ledesma, 2010; Bonsiepe, 2000); las determinaciones tecnológicas de los medios de comunicación (McLuhan, 1996; Manovich, 2002); y los modos de formación cultural y comunicacional de la memoria social (Candau, 2002; Osten, 2008).

Conclusión

En suma, hemos hecho hasta aquí un recorrido preliminar y posible de algunas dimensiones para el análisis editorial, para repensar y complejizar el acto mismo de la comunicación en el marco de la edición, como un acto humano y colectivo en el que se ponen en relación las personas en el trasfondo de una historia y un espacio social. Allí se gesta, se debate y circula el saber junto con pensamientos y sentimientos que dan sentido a la existencia en comunidad. Dentro de este sistema, el conjunto social discute sus significaciones por medio de los hechos de la cultura y se integra, de forma más o menos conflictiva, en su propia historia (Gómez, 2012a).

Este debate no es ajeno al marco histórico y social actual en donde el sistema de conocimiento está en plena discusión y reformulación. La separación del conocimiento en el mundo moderno se ha especializado en tres grandes áreas: las *ciencias naturales*, con el foco en el estudio de la naturaleza (física, biología, química, etcétera); las *humanidades*, con el estudio de las creaciones humanas (arte, filosofía, letras, etcétera); y las *ciencias sociales*, centradas en el estudio del ser humano (sociología, política, historia, economía, etcétera). Cada una de ellas ha excedido el mero espacio institucional del saber: se han pensado cada vez más *culturalmente* (Wallerstein, 1996). Los actuales movimientos interdisciplinarios, de carácter epistemológico, ponen en discusión esta división trimodal; por ejemplo, en las humanidades, los llamados *estudios culturales*, con su crítica al análisis inmanente de las obras como encarnaciones canónicas y su propuesta de estudiar los textos de la cultura como fenómenos sociales. Por su parte, la

edición se embarca en estos movimientos construyéndose a sí misma al retomar elementos tanto de las humanidades como de las ciencias sociales.

En esta línea de pensamiento, la idea central de este trabajo ha sido abrir el juego a la multiplicidad de problemáticas relativas a nuestro campo, las cuales aun tenemos en gran medida pendientes para explorar y articular. La hoja de ruta, desde la mirada de la investigación, estará delineada en buena parte por el marco teórico sobre el cual luego sea posible adentrarse en una u otra cuestión o caso particular, destacando y poniendo en relación una u otra dimensión. De aquí la importancia de no perder de vista el objeto editorial como constructo teórico y práctico. Pensado como un aporte a esta construcción colectiva, este ha sido un repaso de algunas de las líneas posibles de conocimiento e investigación en edición, un espacio de saberes con destino de protagonismo en la cultura contemporánea.

Bibliografía

- Adorno, Th. y Horkheimer, M. 2007 [1944]. *Dialéctica de la Ilustración*. Madrid, Akal.
- Alonso Erausquin, M. 2004. *El libro en un libro*. Madrid, De la Torre.
- Angenot, M. 2012. *El discurso social*. Buenos Aires, Siglo XXI.
- Bajtín, M. 2002 [1979]. *Estética de la creación verbal*. Buenos Aires, Siglo XXI.
- Bal, M. 2002. *Travelling Concepts in the Humanities*. Toronto, University of Toronto Press.
- Barthes, R. 2002 [1984]. *El susurro del lenguaje*. Barcelona, Paidós.
- _____. 2003 [1957]. *Mitologías*. Buenos Aires, Siglo XXI.
- Bastide, R. 2006. *Arte y sociedad*. México, Fondo de Cultura Económica.
- Bonsiepe, G. 2000. "Una tecnología cognoscitiva. De la producción de conocimientos hacia la presentación de conocimientos", *Encuentro de Diseño*, junio. La Habana, Oficina Nacional de Diseño Industrial (ONDI).
- Bourdieu, P. 2002 [1966]. *Campo de poder, campo intelectual. Itinerario de un concepto*. Buenos Aires, Montessor.
- Candau, J. 2002. *Antropología de la memoria*. Buenos Aires, Nueva Visión.
- Cavallo, G. y Chartier, R. 1998. *Historia de la lectura en el mundo occidental*. Barcelona, Taurus.
- Chartier, A.-M., Hébrard, J. 2002. *La lectura de un siglo a otro*. Barcelona, Gedisa.
- Christie, F. 1989. "Genres and Writing: A Response to Michael Rosen", *English in Australia*, n° 90, pp. 3-12.
- Castells, M. 2001. *La era de la información*, vol. 1. Madrid, Alianza.
- Debray, R. 2001. *Introducción a la mediología*. Barcelona, Paidós.
- Deleuze, G. 2007. *Dos regímenes de locos. Textos y entrevistas*. Valencia, Pre-Textos.
- Derrida, J. 2003. *Papel máquina. La cinta de máquina de escribir y otras respuestas*. Madrid, Trotta.
- Dussel, E. 1998. "En búsqueda del sentido (Origen y desarrollo de una Filosofía de Liberación)", *Anthropos*, n° 180, septiembre-octubre, pp. 25-30. Barcelona.
- Elias, N. 1987 [1977]. *El proceso de la civilización*. Madrid, Fondo de Cultura Económica.
- Foucault, M. 1979 [1969]. *Arqueología del saber*. Buenos Aires, Siglo XXI.
- _____. 2005 [1970]. *El orden del discurso*. Buenos Aires, Tusquets.
- Genette, G. 1989 [1962]. *Palimpsestos. La literatura en segundo grado*. Madrid, Taurus.
- Giddens, A. 1997. *Modernidad e identidad del yo*. Barcelona, Península.
- Giménez, G., y Héau, C. 2007. "La lírica amorosa popular en tiempos de Don Porfirio". En Giménez, G., *Estudios sobre la cultura y las identidades sociales*, pp. 335-338. México, Instituto Coahuilense de Cultura.
- Ginzburg, C. 2008 [1976]. *El queso y los gusanos. El cosmos según un molinero del siglo XVI*. Barcelona, Península.
- Gociol, J. 2009. "El Rompecabezas CEAL. Una posible guía de lectura". En *Más libros para más. Colecciones del Centro Editor de América Latina*, pp. 11-16. Buenos Aires, Biblioteca Nacional.
- Gómez, M. G. 2009a. "El pensamiento editorial como crítica de la industrialización de la cultura", *Revista Espacios de Crítica y Producción*, n° 42, noviembre, pp. 15-22. Buenos Aires, Facultad de Filosofía y Letras de la Universidad de Buenos Aires.

- _____. 2009b. "La estructura informacional del objeto editorial como dispositivo de representación social y de reproducción ideológica", *VI Jornadas de Investigación en Comunicación*. Buenos Aires, Universidad Nacional de General Sarmiento.
- _____. 2010a. "Del objeto al contexto. La transversalidad del diseño en los itinerarios culturales de la información", *Revista de Investigación Taller 24 horas*, año 6, n° 12, pp. 19-28. México, Universidad Autónoma Metropolitana.
- _____. 2010b. "Mediaciones culturales públicas y privadas en la institución del libro", *Revista Espacios de Crítica y Producción*, n° 45, noviembre, pp. 38-45. Buenos Aires, Facultad de Filosofía y Letras de la Universidad de Buenos Aires.
- _____. 2011a. "El concepto de cartografía aplicado a la investigación en ciencias sociales, cultura y humanidades", *III Jornadas de Investigación y Enseñanza "Problemáticas Contemporáneas del Diseño"*. Buenos Aires, Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo de la Universidad de Buenos Aires.
- _____. 2011b. "El rol cultural de la producción simbólica como factor estructurante clave de las nuevas organizaciones editoriales", *Reflexiones en torno al proceso de investigación*. 1ª Jornada de Investigadores en Formación. Buenos Aires, Instituto de Desarrollo Económico y Social (IDES).
- _____. 2012a. "Dilemas contemporáneos de los roles comunicacionales del diseño y su integración en el ámbito epistemológico y social", *XXVI Jornadas de Investigación FADU-UBA (VIII Encuentro Regional de Investigación) - Proyecto Integrar*. Buenos Aires, Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo de la Universidad de Buenos Aires.
- _____. 2012b. "El debate generacional en el campo intelectual a través de las publicaciones culturales de vanguardia. Una lectura comparativa a partir del discurso político-literario de las revistas *Inicial* y *Martín Fierro* en torno a la figura de Leopoldo Lugones", *V Congreso Internacional "Transformaciones culturales. Debates de la teoría, la crítica y la lingüística"*. Buenos Aires, Facultad de Filosofía y Letras de la Universidad de Buenos Aires.
- _____. 2012c. "La investigación y el futuro del diseño social. Elementos para una teoría en devenir", *Revista de Investigación Taller 24 horas*, año 8, n° 15, pp. 5-14. México, Universidad Autónoma Metropolitana.
- Gómez, M. G. y Rico, E. J. 2011. "Diseño y Edición: formas de hacer visible la memoria", *III Jornadas de Historia, Memoria y Comunicación*. Bernal, Universidad Nacional de Quilmes.
- Grimson, A. 2000. *Interculturalidad y comunicación*. Buenos Aires, Norma.
- Habermas, J. 1986 [1968]. *Ciencia y técnica como ideología*. Madrid, Tecnos.
- Hall, S. 1981. "La cultura, los medios de comunicación y el «efecto ideológico»". En Curran, J. et al. (comp.), *Sociedad y comunicación de masas*. México, Fondo de Cultura Económica.
- Hesse, C. 1998. "Los libros en el tiempo". En G. Nunberg (comp.), *El futuro del libro*, pp. 25-40. Barcelona, Paidós.
- Jauretche, A. 2007 [1968]. "Los medios de información y de opinión". En *Los profetas del odio y la yapa (La colonización pedagógica)*, pp. 157-176. Buenos Aires, Corregidor.
- Kaufman, A. 2007. "Imaginarios, lecturas, prácticas", *La Biblioteca. Lectura y tecnología*, n° 6, primavera. Buenos Aires, pp. 76-83.
- Klein, N. 2005. *No logo. El poder de las marcas*. Buenos Aires, Paidós.
- Kuhn, T. 2004 [1962]. *La estructura de las revoluciones científicas*. Buenos Aires, Fondo de

Cultura Económica.

- Le Goff, J. 1991. *El orden de la memoria. El tiempo como imaginario*. Barcelona, Paidós.
- Ledesma, M. 2010. *El diseño gráfico, una voz pública*. Buenos Aires, Argonauta.
- Lyons, M. 1998. "Los nuevos lectores del siglo XIX: mujeres, niños y obreros". En Cavallo, G. y Chartier, R. (dir.), *Historia de la lectura en el mundo occidental*. Barcelona, Taurus.
- Manovich, L. 2002. "La vanguardia como software", *Mania, Revista de Pensamiento de la Facultad de Filosofía de la UB*. Barcelona, Universidad de Barcelona.
- Martín-Barbero, J. 1993. "La comunicación en las transformaciones del campo cultural", *Alteridades*, nº 3 (5), pp. 59-60.
- Mattelart, A. y Mattelart, M. 2003. *Historia de las teorías de la comunicación*. Barcelona, Paidós.
- Mattelart, A. y Piemme, J.-M. 1982. "Las industrias culturales: génesis de una idea". En *Industrias culturales: el futuro de la cultura en juego*. Fondo de Cultura Económica, México.
- McLuhan, M., 1996 [1964]. *Comprender los medios de comunicación. Las extensiones del ser humano*. Barcelona, Paidós.
- Métailie, A.-M. 2008. "Ser independiente". En Colleu, G., *La edición independiente como herramienta protagónica de la bibliodiversidad*. Buenos Aires, La Marca.
- Miège, B. 2006. "La concentración en las industrias culturales y mediáticas (ICM) y los cambios en los contenidos", *CIC, Cuadernos de Información y Comunicación*, vol. 11, pp. 155-166.
- Moszczyńska, K. 2007. *Cultura, ideología e industria editorial: la narrativa de mujeres en la España de los noventa*. Granada, Universidad de Granada.
- Osten, M. 2008. *La memoria robada. Los sistemas digitales y la destrucción de la cultura del recuerdo*. Madrid, Siruela.
- Papalini, V. 2010. "Libros de autoayuda: Biblioterapia para la felicidad", *Athenea Digital*, nº 19, pp. 147-169.
- Potel, H. 2010. "Las miserias contra la filosofía". En Busaniche, B., *Argentina copyleft: la crisis del modelo de derecho de autor y las prácticas para democratizar la cultura*, pp. 45-50. Villa Allende, Fundación Vía Libre.
- Said, E. 2006. *Orientalismo*. Barcelona, De Bolsillo.
- Schmucler, H. 1997. *Memoria de la comunicación*. Buenos Aires, Biblos.
- Scolari, C. 2008. *Hipermediaciones. Elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva*. Barcelona, Gedisa.
- Semán, P. 2007. "Retrato de un lector de Paulo Coelho". En Grimson, A. (comp.), *Cultura y neoliberalismo*, pp. 137-150. Buenos Aires, CLACSO.
- Sibilia, P. 2008. "El show del yo". En *La intimidad como espectáculo*. Buenos Aires, Fondo de Cultura Económica.
- Steimberg, O. 2013. *Semióticas. Las semióticas de los géneros, de los estilos, de la transposición*. Buenos Aires, Eterna Cadencia.
- Waisbord, S. 2009. "Participación cultural". En Szurmuk, M. y Mc Kee, I. (coord.), *Diccionario de estudios culturales latinoamericanos*, pp. 203-207. México, Siglo XXI.
- Wallerstein, I. 1996. *Conocer el mundo, saber el mundo: el fin de lo aprendido*. México, Siglo XXI / UNAM.
- Williams, R. 2000 [1977]. *Marxismo y literatura*. Barcelona, Península.
- Zemelman, H. 2001. *Pensar teórico y pensar epistémico. Los retos de las ciencias sociales latinoamericanas*. Conferencia magistral. México, Universidad de la Ciudad de México.

El autor

Martín G. Gómez es editor graduado de la Facultad de Filosofía y Letras de la Universidad de Buenos Aires. Especialista en Ciencias Sociales y Humanidades con orientación en Comunicación, posgrado otorgado por la Universidad Nacional de Quilmes. Docente regular de la UBA en materias de la carrera de Edición, dicta también seminarios sobre epistemología, metodología e investigación en edición. Investigador en proyectos UBACyT y PRI-FFyL. Ha presentado trabajos académicos en jornadas y congresos nacionales e internacionales, y ha publicado artículos en revistas de divulgación y con arbitraje, desde una perspectiva interdisciplinaria.

Casanovas, I., Gómez, M. G. y Rico, E. (ed.) (2013). *I Jornadas de Investigación en Edición: itinerarios de la edición en la cultura contemporánea*. Buenos Aires, Facultad de Filosofía y Letras de la Universidad de Buenos Aires. ISBN: 978-987-3617-62-1.