

Materia: Edición de publicaciones periódicas

Departamento:

Edición

Profesor:

Dobruskin, Mauro

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 FILOSOFIA Y LETRAS**

DEPARTAMENTO Edición

ASIGNATURA: Edición de Publicaciones Periódicas

PROFESOR/ES: Mauro Dobruskin

CUATRIMESTRE: 2°

AÑO: 2015

PROGRAMA N°: 0922

Aprobado por Resolución

N° 023320/15

MARTA DE PALMA
Directora de Despacho y Archivo General



Universidad de Buenos Aires
Facultad de Filosofía y Letras
Departamento de Edición

Programa de la Materia
Edición de Publicaciones Periódicas
2º Cuatrimestre de 2015

Nº de código de Materia: 0922

Prof. Adjunto a cargo: Lic. Mauro Dobruskin

Introducción

Durante los últimos años, el dictado de la Cátedra ha estado inscripto en un contexto de confrontación política de gran envergadura entre los medios de comunicación más importantes y concentrados, y el poder político del Estado, el poder ejecutivo.

Esta situación ha puesto en acto, como pocas veces, una de las líneas fundamentales que la Cátedra viene sosteniendo, es decir, entendemos a la prensa como un actor político privilegiado y desestimamos su pretendida independencia.

Los últimos años estuvieron marcados por un crecimiento cualitativo del conflicto, signado fundamentalmente por la confrontación entre el gobierno y los multimedios por la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual (Ley 26.522) y la titularidad de Papel Prensa S.A..

El salto en el nivel de conflicto ha producido entre otros fenómenos el de la generación de un metalenguaje periodístico, logrando que el conflicto entre el gobierno y los multimedios se vea reflejado en el campo discursivo de la prensa, esto ha puesto en cuestión de manera pública la autonomía e independencia de la prensa como expresión de la realidad.

En tal sentido, dado que los objetivos centrales de la materia se orientan a transmitir y analizar críticamente los conceptos e información básica para comprender el desarrollo histórico y el estado de situación de la prensa periódica, propiciamos una apropiación crítica de este proceso, en su relación con las dinámicas sociales e intelectuales que operan en el presente. Se procurará que el alumno construya una visión compleja, fundamentada y reflexiva, tanto de su futura profesión como de los problemas y conflictos que enfrenta la actividad del editor de prensa.

La lucha en el campo del poder, ostensible, por parte de algunos grandes medios de comunicación -sobre todo a partir de la resistencia opuesta por el poder político- ha promovido como pocas veces en la historia de la comunicación de masas en Argentina, el debate y el surgimiento de espacios de reflexión y análisis del fenómeno de la comunicación: el Observatorio de Medios, la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, el surgimiento de periodistas especializados en "medios", programas radiales y de televisión que incorporan

espacios de análisis críticos de las noticias de los medios textuales, etc. Incluso, el debate es de tal envergadura que la crítica se filtra en muchos medios, en especial en los de mayor tirada y circulación.

Todo este complejo entramado compromete a la Cátedra a no descuidar el necesario debate, no solo coyuntural en el marco del conflicto señalado, sino teórico y de política de medios, en tanto consideramos a los editores actores significativos en el proceso de producción de las industrias culturales basadas en el texto.

En primer lugar, es menester analizar la estructura conceptual -argumental- que subyace y da sentido a los ejes temáticos y la selección bibliográfica propuesta para la materia. Incluso, dentro de tal estructura, la perspectiva teórica y epistemológica para analizar e interpretar los procesos de **producción y construcción de la actualidad** en la sociedad moderna capitalista en general y los relativos a la constitución del campo profesional en particular, partimos de un conjunto de ejes conceptuales de diferente complejidad analítica que permiten comprender la articulación -conflictiva y cambiante- entre:

(a) **La producción social de información como actualidad** a partir de la cual es posible analizar y poner en acto la auto-representación de la sociedad como un conjunto de campos diferenciados, especializados y que tienden a una creciente fragmentación. Por otra parte, distinguir con claridad los conceptos de **realidad, acontecimiento, noticia y actualidad** que suelen ser subsumidos aun por especialistas e incorporar un concepto proveniente de la antropología como es el de **eficacia simbólica**, a los fines de deconstruir los conceptos precedentes.

(b) **La actuación política**, capaz de afectar el proceso de toma de decisiones en el sistema político y en cuanto campo de atención sea mediatizado.

(c) **La generación de un lectorado audiencia** susceptible de ser comercializado bajo la forma de superficie publicitaria. En este nivel de análisis se atenderá especialmente a las tendencias a la monopolización y las estrategias para minimizar este fenómeno

(d) **La deontología profesional**, que establece, en el presente, la libre circulación de las ideas y el derecho a la información. Este eje se desarrollará a partir del rol de los medios gráficos durante la última dictadura genocida y las última aportaciones del derecho.

En el contexto de tales articulaciones se intenta comprender el proceso mismo de la actividad del EDITOR de publicaciones periódicas, fundamentalmente, de diarios y revistas.

Señalada la estructura conceptual, es menester distinguir:

(a) **La función epistemológica estratégica** que tiene esta asignatura, en cuanto a favorecer la apropiación de una *lógica de análisis* que sea de utilidad para estudiar simultáneamente los procesos comunicacionales con énfasis en los medios masivos con soporte textual, y aproximarse a la interpretación e investigación de procesos cognitivos del lectorado de la prensa.

(b) Los **desafíos pedagógicos** implícitos en una asignatura que pone en cuestionamiento todo el saber de la *"actualidad"*.

Concebimos la **actualidad** como un concepto que engloba una mercancía cultural, producida socialmente en forma intersubjetiva, bajo sistemas altamente complejos de las industrias culturales en un contexto histórico determinado y que logra, por las características de su soporte, autor y penetración, un alto nivel de eficacia simbólica.

Esta mercancía naturalizada como contexto social total fragmenta el campo de la opinión pública en una polifonía de múltiples actualidades. (Verón E. 1987)

Concebir la actualidad como **mercancía** implica reconocer procesos de producción racionales en un mercado de actualidad o, en un sentido habermasiano, un mercado de la opinión pública.

Esta actualidad se presenta al sujeto cognoscente como parte de su bagaje de experiencias y conocimientos, interviniendo en la composición de su clausura simbólica y determinando consecuentemente su potencialidad como "opinador" y su selección especular. (Magariños de Morentin J. A., 1984; y Habermas J., 1990)

La realidad social no solamente está mediatizada por lo que solo es accesible por y en los medios (Verón E. 1987), sino que actúa bajo una doble mediación, ya que su **financiamiento no está determinado directamente por su consumo**, sino por la capacidad de captura de audiencia, convirtiendo al **mercado publicitario y de opinión pública** en el verdadero sostenedor de la actividad.

Más allá de la tensión y conflicto que expresa esta contradicción desarrollada por varios autores, dada la dependencia estructural de esta actividad con la inversión publicitaria, la problemática publicitaria es parte constitutiva de la actividad profesional del editor de medios periódicos, y en tal sentido los mismos se abordan desde distintas perspectivas ya que mucha de la prensa periódica no tiene fines de lucro o se sustenta exclusivamente en la venta pura de actualidad.

Como emprendimiento económico la empresa periodística pretende lucrar, sin embargo, a diferencia de otros emprendimientos económicos, ese no es su único objetivo y en muchos casos ni siquiera está entre ellos. La influencia del campo social es un poderoso acicate a la actividad editora, no importa cuán grande o cuán simple sea el segmento de opinión pública a interpelar, la influencia en el segmento se torna motivante de la inversión. En tanto que los medios pretendan la influencia, su contexto de actuación es la actuación política. (Borrat H., 1989)

Inmerso en estos campos de fuerza, el rol del editor de prensa periódica es el de mediador entre los intereses de la empresa editora y el público lector, para ello debe interpretar los deseos, motivaciones y gustos de su audiencia. (Zabaljáuregui y Dobruskin, 2006)

Finalmente, en el marco de la pretensión deontológica los productores de actualidad propenden a la mayor libertad de circulación, de modo que al eliminar la mayor cantidad de trabas a la accesibilidad, se valorice de la mejor manera la superficie publicitaria.

El derecho a la información no está solo soportado en la posibilidad de expresarse libremente o aun de publicar libremente; el derecho a la información exige accesibilidad a los medios de manera equitativa y económica, y esto requiere como precondition sistemas de circulación y comercialización que garanticen la accesibilidad de todas las publicaciones a los puntos de venta, además de eficiencia y flexibilidad logística a fin de minimizar el costo de distribución, erradicando intermediación parasitaria, la cual no agrega valor al sistema. (Zabaljáuregui y Dobruskin, 2006).

Objetivos de la Materia

- Brindar los recursos teóricos, técnicos y prácticos necesarios a fin de abordar la actividad editorial de publicaciones periódicas.
- Transmitir a los alumnos los conceptos e información básica a los fines de introducirlos en la problemática y peculiaridades editoriales de las publicaciones periódicas, tanto desde una perspectiva de producción técnica y gerenciamiento editorial, como desde el proceso cognitivo que requiere la acción editorial.
- Propiciar una apropiación crítica de este proceso en su relación con las dinámicas históricas, sociales e intelectuales en los contextos considerados, incentivando el interés por el análisis semiótico de los recursos gráficos: diseño, fotografía, organización, grilla, etc. y favoreciendo el proceso de desmontaje de las estructuras narrativas.
- Procurar la construcción de una visión compleja y fundamentada en relación con la futura profesión e identidad profesional, promoviendo la reflexión acerca de la práctica de la edición gráfica en la comunicación social, a través de publicaciones periódicas en el contexto de los media y las nuevas tecnologías de la información y su relación con la construcción de la opinión pública. Políticas de prensa y circulación de los productos periódicos.

Contenidos a desarrollar

Unidad 1: Financiamiento de la prensa y marco regulatorio

¿El doble financiamiento de la prensa?

Circulación y accesibilidad.

Análisis comparativo del comercio de publicaciones periódicas en otros países.

Publicidad. El mercado publicitario. Estrategias de comercialización y promoción de la venta.

Los proveedores: agencias de publicidad y agencias de noticias.

Los consumidores: definición de tipologías, investigación y segmentación de consumidores.

El Instituto Verificador de Circulación (IVC).

El Estatuto del Periodista, su importancia y vigencia.

Marco regulatorio constitucional y convencional

Bibliografía obligatoria Unidad 1

AAVV: Los Diarios en la Encrucijada del Siglo XXI. Clarín, Buenos Aires, 2006 (Mesa Redonda 3, El desafío de la prensa gratuita, págs. 69 a 87).

Bauman, Zygmunt: *Vida de consumo*, Buenos Aires, Fondo de Cultura Económica, 2008 (págs. 43 a 76).

Dobruskin, Mauro: *Análisis de la Inversión Publicitaria en los Medios Gráficos*. Buenos Aires, 2014

Lipovetsky, Gilles: *El imperio de lo efímero, la moda y su destino en las sociedades modernas*, Barcelona, Anagrama, 1993 (págs. 21 a 75).

Loretí Damián y Lozano Luis: *El derecho a comunicar*. Buenos Aires, Siglo Veintiuno Editores, 2014 (43 a 67 y 141 a 173).

Magariños de Morentín Juan A.: *El mensaje publicitario*, Buenos Aires, Edicial, 1991 (págs. 69 a 113).

Reglamento de Tareas de Circulación. Centro de distribución de Revistas, Buenos Aires, 1997.

Zabaljáuregui E. y Dobruskin M: *Historia y crítica de la circulación de publicaciones periódicas*, Buenos Aires, 2006.

Ley 12.908 Estatuto del Periodista Profesional
Constitución Nacional

Unidad 2: La prensa, su campo de actuación

Contexto histórico de surgimiento de la prensa. Elementos para su historia.

La constitución de su campo de actuación y los discursos de su legitimación.

Las particularidades de su doble "naturaleza", cultura / mercado.

Aproximaciones al campo de la prensa

La prensa en la construcción social de la realidad.

Introducción a la problemática de las publicaciones periódicas. Tecnologías y principales líneas de desarrollo de esta tipología editorial.

Bibliografía obligatoria Unidad 2

AAVV: Ponencias y Conferencias del Seminario Internacional. Desafíos del Periodismo real: Los Diarios en la Encrucijada del Siglo XXI. Clarín, Buenos Aires, 2006, Mesa Redonda 1 El desafío de la verdad, (págs. 27 a 45) y Mesa Redonda 7, El desafío de la independencia, (pag. 157 a 178).

Barrera, Carlos (comp): *Historia del Periodismo Universal*. Ariel Comunicación, Barcelona, 2004 (pag. 43 a 117),

Blaustein, Eduardo y Zubieta Martín: *Decíamos Ayer: La prensa argentina bajo el Proceso*. Buenos Aires, Colihue, 1998 (págs. 13 a 59).

Borrat A.: *El periódico como actor político*. Madrid, G. Gilli Edit., 1994 (págs. 9 a 94).

Habermas, Jurguen: *Historia y crítica de la opinión pública*. Madrid, G. Gilli Editorial, 1991 (págs. 209 a 274).

Ramonet, Ignacio: *La tiranía de la comunicación*. Madrid, Debate, 1998 (págs. 7 a 44 y 205 a 222).

Rotenberg, Abrasha: *Historia confidencial, La Opinión y otros olvidos*. Buenos Aires, Sudamericana, 1999 (págs. 48 a 82).

Serrano Pascual: *Desinformación. Cómo los medios ocultan el mundo*. Madrid, Península, 2009.

Escobar P. y Finvarb D.: *La crisis causó dos nuevas muertes*. Los medios de comunicación en la masacre de Avellaneda. Cortometraje documental, 85 minutos. Buenos Aires, Foco Producciones, 2006.

Bibliografía Recomendada Unidad 2

AAVV: *Periodismo y Ética, Jornadas sobre Periodismo y Ética del Diario La Nación*. Bs. As. Espasa, 1997 (págs. 17 a 60).

Bourdieu, Pierre: *El sentido Social del Gusto*. Bs. As., Siglo XXI Editores, 2010 (págs. 85 a 152).

Zukernik, Eduardo: *Hechos y Noticias, Claroscuros de la prensa gráfica en la Argentina*. Buenos Aires, La Crujía, 2006 (págs. 15 a 43).

Unidad 3: Funciones de la prensa

Prensa, el derecho a la información y a la opinión.

La censura periodística y los derechos humanos.

Deontología profesional del editor

Verdad y realidad, su relación con el poder

La construcción de la agenda.

Bibliografía obligatoria Unidad 3

Borrat, A.: *El periódico como actor político*. Madrid, G. Gilli Editorial, 1994 (págs. 95 a 153).

Bourdieu, Pierre: *Cuestiones de Sociología*. Madrid, Istmo, 2008 (págs. 112 a 119 y 195 a 204).

D'Adamo, O, Beaudoux, V.G. y Freidenberg, F.: *Medios de comunicación, efectos políticos y opinión pública*. Buenos Aires, Ed. De Belgrano, 2000 (págs. 207 a 260).

Martini, Stella: *Periodismo, noticia y noticiabilidad*. Buenos Aires, Norma, 2000.

Siebert F. y Peterson T.: *Tres teorías sobre la prensa en el mundo capitalista*. Buenos Aires, De la Flor, 1967 (págs. 49 a 123).

Verón, Eliseo: *Construir el acontecimiento*. Barcelona, Gedisa, 1983 (págs. 1 a 73).

Videos

Tinta Roja: de Marcelo Céspedes y Carmen Guarini. Buenos Aires, Cine Ojo, 1997.

Bibliografía Recomendada Unidad 3

Wolf, Mauro: *La investigación de la comunicación de masas: Crítica y perspectivas*. Buenos Aires, Paidós, 2004 (págs. 155 a 290).

Unidad 4: El proceso cognitivo de la acción editorial y la tarea del editor

La narración de la actualidad como producto e instrumento de la modernidad. Su carácter perenne como constructor de la realidad social y como medio para fomentar el consumo de bienes y servicios.

El proceso de conversión de la actualidad en información, de la información en mercancía y de la mercancía en actualidad.

Análisis de la estructura de la narración periódica y la producción periodística.

Bibliografía obligatoria Unidad 4

Bastenier, Miguel Ángel: *Cómo se escribe un periódico*. Bogotá, FCE, 2009 (págs. 133 a 238)

Camps, Sibila y Pazos, Luis: *Así se hace periodismo: Manual práctico del periodismo gráfico*. Buenos Aires, Paidós, 2003 (págs. 129 a 168 y ejemplos págs. 181 a 256).

Habermas, Jürgen: *Historia y crítica de la opinión pública*. Madrid, G. Gilli Editorial, 1991 (págs. 209 a 274).

Wiñazki, Miguel (comp.): *Puro periodismo*. Buenos Aires, Editorial de Belgrano, 2000 (págs. 261 a 282).

Videos

Teun Van Dijk: *Análisis crítico de las noticias. Conferencia 1998*. Diario La Nación, Buenos Aires, 1998.

Bibliografía Recomendada Unidad 4

Manual de Estilo. Buenos Aires, Ed. Clarín, 1997.

Manual de Estilo y ética periodística. Buenos Aires, Espasa, 1997.

Van Dijk, Teun: *La noticia como discurso*. Barcelona, Paidós, 2000.

Unidad 5: Elementos constitutivos en la edición de diarios y revistas

Su soporte tecnológico. Del plomo al offset y a la digitalización. La empresa periodística, su estructura organizacional.

Análisis del producto: secciones, suplementos y ediciones. Ciclo de vida del producto, comercialización, distribución, publicidad y venta. Agregados al producto: juegos, fascículos, videos, CD y premios.

Diseño

Fotoperiodismo, desarrollo histórico y la fotografía hoy.

Bibliografía obligatoria Unidad 5

AAVV: *Los Diarios en la Encrucijada del Siglo XXI*. Clarín, Buenos Aires, 2006 (Mesa Redonda 5, El desafío de las nuevas tecnologías, págs. 111 a 131).

Cohen, Daniel y Salera, Javier: *Manual de producción gráfica y diseño periodístico*. La Rioja, Universidad Nacional de La Rioja, 2005 (págs. 185 a 223).

Drueta, Santiago y Saur, Daniel: *Manual de producción de medios gráficos*. Córdoba, Comunicarte, 2003.

Freund, Gisèle: *La fotografía como documento social*. Barcelona, G. Gilli Editorial, 1993 (págs. 7 a 135).

Jute, André: *La estructura del diseño gráfico*. Barcelona, Rotovision, 1997.

Actividades planificadas

La materia se dictará en **clases teóricas semanales** de cuatro (4) horas, un **práctico** semanal de dos (2) horas.

El desarrollo de las clases teóricas está pensado como un espacio de análisis y reflexión de los ejes temáticos de las unidades a partir de un desarrollo teórico y análisis bibliográfico exhaustivo.

Está prevista durante las clases teóricas la participación de expositores destacados, tanto de diarios como de revistas.

En las clases prácticas se profundizará el análisis de los ejes temáticos a partir de la experimentación y confrontación tanto con estudios de casos como de la realización de experiencias de campo (en temas de circulación y de producción editorial).

Se promoverá la lectura reflexiva de revistas y diarios de circulación masiva y el análisis de objetivos y políticas editoriales.

Criterios para la evaluación

Como se detalla a continuación en el punto "Promoción", la cátedra dispone de instrumentos de evaluación teóricos y prácticos. En relación con los primeros, la cátedra hace hincapié en el seguimiento, la lectura y comprensión de los textos teóricos puestos a disposición de los alumnos.

Con respecto a las actividades prácticas, se evaluará el compromiso con la tarea y la creatividad en la resolución de los problemas que se les vaya proponiendo, la capacidad de trabajo en equipo y finalmente el trabajo final realizado.

Promoción

Para regularizar la materia los alumnos deberán asistir al 75 % de las clases prácticas y aprobar los trabajos prácticos con una nota, en promedio, no menor a cuatro puntos.

Las notas surgirán de:

1- Un parcial, presencial.


2- Tres producciones escritas domiciliarias individuales que den cuenta de la interpretación de la bibliografía indicada por la cátedra, las que se promediarán entre sí, dando por resultado una única nota.

3- La realización de un trabajo monográfico grupal: Dar cuenta, a partir del trabajo de campo, de la evaluación de un medio de circulación periódica, de sus objetivos editoriales y, en función de ellos, su eficacia en el logro de estos y su potencial mejora.

Una vez regularizada la materia, deberán rendir el examen final oral.

Lic. Mauro Dobruskin

Leg: 97.951



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