

PRE EDICIÓN

ETAPA OBLIGADA

que se va a editar, para quienes se va a editar, con qué propósito, con qué recursos.

. **Es el cruce entre todos los aspectos involucrados en la actividad editorial la orientación estética, los costos de producción, perfil de los autores y estrategias de comercialización.**

. Es una actividad proyectual porque supone el análisis de demandas y experiencias anteriores con el fin de la elaboración de una propuesta definitiva que dispara una serie de actividades bien pautadas que permitirán llevar a cabo dicha propuesta.

. La etapa de elaboración de un proyecto, se da tanto para el proyecto general de una editorial, el proyecto de una colección o el de un título en particular. En tanto aspectos económicos, publicitarios, distribución y los estrictamente editoriales.

. Cuanto más afinado esté un proyecto, más previsibles serán las etapas posteriores.

. Si el trabajo de la preedición es respetado las células producidas, tanto colecciones como títulos, tendrán una consonancia a nivel macro.

. La etapa de preedición requiere tiempos relativamente largos, especialmente cuando hay maqueta compleja, pero todo el tiempo empleado en ellas redundará en ahorro de tiempo y dinero en las etapas posteriores.

. Si la preedición se ha llevado a cabo de forma completa evitará los problemas evitables, que son los que suelen aparecer en entornos de edición no profesionalizados o cuando se saltan pasos de la preedición.

. Decidir qué se va a publicar puede estar concentrado en determinada época del año o distribuido a lo largo de este, aunque en general, hay un momento en el que se sistematizan avances para definir el plan editorial/catálogo del año siguiente.

. la preedición dura desde las primeras ideas, muchas veces confusas, contradictorias, inabarcables, poco analizadas, hasta la elaboración del **proyecto definitivo**.

-> **responsables**: en editoriales grandes o medianas, las decisiones se suelen tomar de manera colegiada por un comité de responsables y un gerente general, en las editoriales pequeñas son decisiones que se toman por el editor junto con sus colaboradores más cercanos.

-> **Selección o encargo de originales**: evidentemente la tarea relacionada con publicar un libro es seleccionar originales o autores.

-> **Primeras aproximaciones al proyecto:** el proyecto definitivo deberá contestar las siguientes preguntas, que también son buenos disparadores para pensarlo, *quienes son nuestros lectores?*

¿Existe un mercado para este tipo de libros?

¿Qué esperan los lectores de una publicación como esta?

¿En qué género editorial específico se puede englobar esta publicación?

dónde, cómo y con qué objetivo se leerá esta publicación?

¿Habrá versiones alternativas?

¿Cómo llegará a los lectores?

¿Cuál es el costo del prototipo?

¿Cuales son los pagos a los colaboradores, derechos de autor, etc?

¿Cuál es el costo industrial? los de desarrollos digitales?

-> **Fórmulas editoriales:**

. Una determinada temática y un particular abordaje para ella

. Autores con cierto perfil: jóvenes, consagrados, nuevos autores, grandes filósofos, etc.

. Determinadas características del libro como objeto, tamaño, cantidad de páginas, tipo de impresión.

. PVP, se determina un rango.

-> **La ficha descriptiva:** permite a quienes participan en el proceso tener en mente el mismo libro, debe ser clara y explícita, además de lo más concisa posible. Al realizarla el editor tendrá la oportunidad de evaluar de qué manera tradujo, en términos editoriales, las ideas del proyecto, al confeccionarlo pueden surgir cuestiones no resueltas o vaguedades que deberán ser resueltas.

Existen fichas técnicas para las colecciones y para cada título en ellas.

Puede estar organizada en:

- identificación: nombre de la editorial, nombre de la colección, nombre del editor a cargo, los títulos que integran la colección, los autores, los ISBN, la tirada de cada título, los profesionales que participan en el proyecto.
- Atributos: características generales de la colección, atributos competitivos e innovadores, el público al que se dirige, pvp, la competencia en el mercado.
- Características físicas: número de páginas, o rango, formato, tipos de papel, cantidad de tintas, características de la encuadernación.
- Organización general, distribución de páginas preliminares, cuerpo y finales y características de las secciones.

-> **La maqueta:** documento que fija las decisiones de diseño de una colección de libros, se elaboran maquetas de las partes externas (cubierta y sobrecubierta) de las pág. preliminares (portada, índice, legales, etc) de las páginas finales (índices, glosarios) del arranque de capítulo y de una doble página del texto.

Es una reproducción 1 a 1 con textos e imágenes que pueden no ser los definitivos. Es la elaboración del proyecto gráfico y estético, que formará parte de la personalidad del título y lo distinguirá de los otros. En ella están todas las decisiones desde cubiertas a interiores. Está formada por una combinación de elementos fijos y elementos variables.

. Para el cuerpo del libro la maqueta incluirá un modelo de una doble página, un arranque de capítulo, y si es necesario de una portadilla interna.

en una doble página de maqueta compleja podemos encontrar el título del capítulo, subtítulos de =/= jerarquías, texto principal, textos complementarios, citas, notas, folios, y además podría incluir imágenes, tablas y gráficos.

Recomendaciones:

- Incorporar al diseñador en una etapa temprana: para que la maqueta esté bien planeada y el proyecto tenga una unidad conceptual.
- Hacer una maqueta completa y que prevea: el editor debe prever que futuros libros pueden incluir algún elemento no contemplado hasta el momento para que cuando llegue la ocasión no se necesite hacer parches a la propuesta inicial. Tener un diseño homogéneo transmite solidez y coherencia a la serie.
- Al encargar la maqueta brindar textos similares a los oficiales.
- Recordar que el diseño realza la estructura pero no la crea.
- recordar que la maqueta no es un muestrario
- respetar la coherencia de las propuestas gráficas: elaborar con retazos de diferentes planteos hechos por el diseñador no suele ser efectivo.
- Distinguir el orden de los problemas y expresarlos dejándole la resolución al diseñador.
- Cuando los textos sean a pedido en maqueta compleja, indicar la cantidad de caracteres con espacio que debe haber en cada bloque.

LA HOJA DE ESTILO:

cumple una función técnica dentro del proceso de edición, pretende velar por la calidad de las publicaciones.

Se elabora junto con la maqueta.

Tiene como objetivo asegurar la consistencia del estilo editorial, es el conjunto de decisiones que ha tomado la editorial con respecto a cuestiones del idioma:

mayúsculas, topónimos, palabras en otro idioma, itálicas, citas bibliográficas, números, abreviaciones, etc.

Es de carácter acumulativo, a lo largo del proceso de edición se va completando con nuevas entradas. Puede combinarse con el uso de un manual de estilo ya sea de la editorial, o no.

Es necesaria porque la normativa del español no es tan exhaustiva como para librarnos de todas las dudas. Verbos que admiten flexiones alternativas, palabras que tienen más

de una escritura correcta, diacríticos que pueden cumplir la misma función, opciones para las traducciones y transliteraciones, tecnicismos no contemplados en los diccionarios, formas de citar textos y puntuar referencias bibliográficas. Sirve para homogeneizar los textos, las correcciones y el estilo editorial.

-> **La pauta de presentación de originales:** es el documento que establece qué características formales deben cumplir los originales a presentar para facilitar el proceso de edición.

LIBRO: publicación impresa (o no) NO periódica que consta como mínimo de 49 páginas sin contar cubiertas. *UNESCO*

Deja afuera a libros infantiles, es imposible ya que las páginas siempre son en número par, sólo toma al libro con formato de código

TÍTULO: término que designa a una publicación impresa que constituye un todo único, tanto si consta de uno o varios volúmenes, sinónimo de publicación. *UNESCO*

CICLO DE LA VIDA DE UN LIBRO adams y barker

1- La decisión de publicar

influencias políticas, legales y religiosas

2- Manufactura/ Elaboración

presiones comerciales

3- Distribución

4- Recepción

comportamiento social y gusto

5- **Supervivencia**

influencias intelectuales para comenzar un nuevo ciclo

Es un ciclo por que los que sobrevivan pueden iniciar otros ciclos

1. PUBLICACIÓN (decisión de publicar): PUBLICAR → DECISIÓN DE PRODUCIR El esquema de valor de un libro. El original: → Puede ser publicado luego de escrito o ilustrado o cientos de miles de años después, muchos textos no se transforman en libro. → Puede ser inédito o llegar a una editorial, un concurso, editado o no.

→ Puede no estar escrito a la hora de decidir publicarlo, se tienen pautas de entrega.

→ Puede surgir de material preexistente.

→ Puede estar incompleto por haber presentado solo una sinopsis o algunos capítulos

edere: dar a luz, hacer público. El libro comienza con la decisión de ser publicado, no existe un puente automático entre la escritura y la publicación. RAZÓN PARA PUBLICAR: hacer conocer una obra, beneficios económicos o simbólicos.

2. ELABORACIÓN (producción): PROCESO DE EDICIÓN→PROTO DE PUBLICACIÓN→PRODUCCIÓN INDUSTRIAL

Gran peso de la tecnología y las cuestiones económicas. Incluye el proceso de edición que da como resultado el prototipo de publicación.

3. DISTRIBUCIÓN:

PUBLICAR→ HACER PÚBLICO Abastecimiento de librerías. Para Adams y Barker→ la gestión de los almacenes editoriales, ventas en bibliotecas, trámites de exportación, venta a domicilio y mercado del usado. Por demanda se puede reimprimir más ejemplares, en el caso de que no necesita modificación alguna, de lo contrario sería una reimpresión

Para hacerlo público es necesario que llegue a potenciales lectores. abastecimiento de librerías y puntos de venta

4. RECEPCIÓN: El lector se encuentra con el libro. →Evaluación de que harán, experiencia de usuario, del lector. Preguntas y decisiones desde la perspectiva del lector. →Que funciona y que no para el receptor, INDAGACIÓN SISTEMÁTICA **Encuentro del lector con el libro, los editores evalúan y trabajan en función de la lectura que harán los destinatarios, si no probablemente fracase.**

5. SUPERVIVENCIA:

PUBLICACIÓN→MATERIALES→TAMAÑOS→TIRADA→LA POPULARIDAD DE LA OBRA.

Cuando un libro deja de ser consultado y va a parar a una biblioteca personal MUERE. →Persisten en bibliotecas públicas. →Sobreviven si se siguen imprimiendo o lanzando nuevas ediciones. →Sobreviven los clásicos.

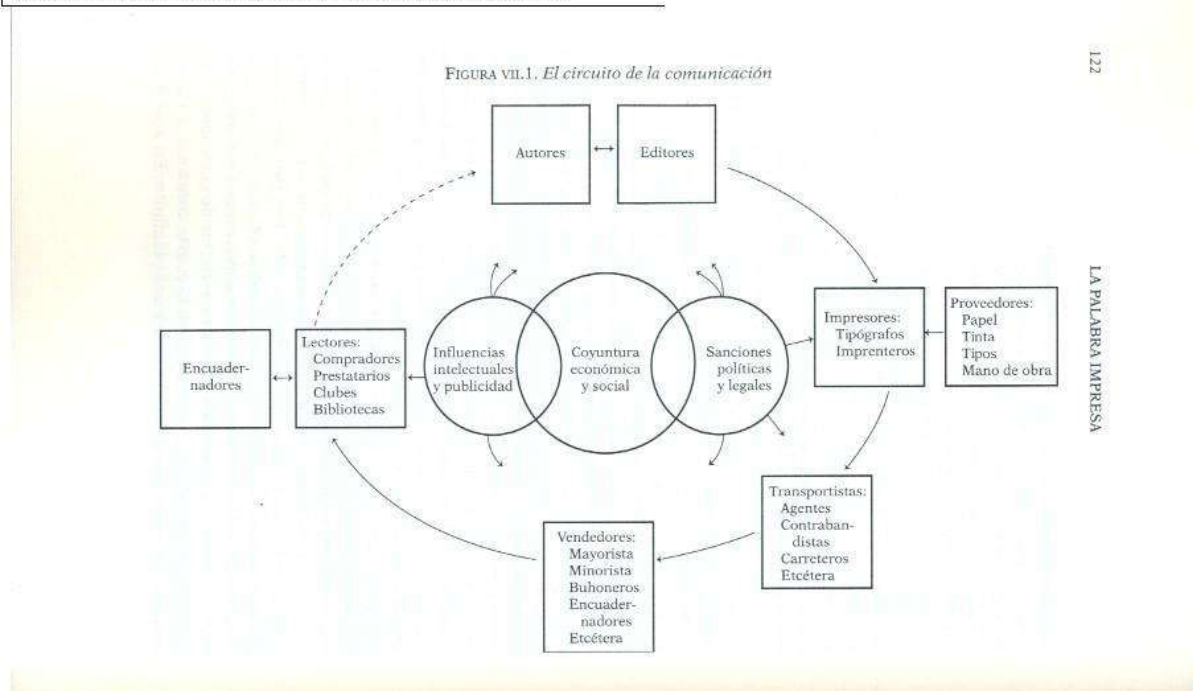
El libro sigue estando disponible para posteriores, circulación limitada, HABLAR DE LIBROS QUE HAN SOBREVIVIDO IMPLICA QUE OTROS NO LO HAN HECHO Y SE PERDIERON PARA SIEMPRE.

hay más probabilidades de que sobreviva un título en una institución que en una biblioteca particular.

El que sobrevive es el que vuelve a ser *descubierto* y alguien toma la decisión de reeditarlo.

CIRCUITO DE DARNTON: ESLABONES EN LA CADENA DEL LIBRO DEL AUTOR AL LECTOR

Extraído de: Robert Darnton: "¿Qué es la historia del libro?", en *El beso de Lamourette. Reflexiones sobre historia cultural*. Bs. As.: Fondo de Cultura Económica. 2010.



Es un modelo aplicable a todos los periodos del libro impreso.

La difusión de la palabra impresa afecta el pensamiento y la conducta de la comunidad.

ESLABONES PRINCIPALES: autor, editor, impresor, transportistas, libreros, lectores (completa el circuito porque influye en el autor tanto antes como después de la composición)

CIERRA EL CIRCUITO: transmite mensajes, transformándolos en el camino. cuando pasan del pensamiento a la escritura.

1. El libro surge de un original de autor que un editor decide publicar. (en este esquema).

Si bien en esa época no se diferenciaba, se diferencian los roles entre el Publisher se refiere al editor empresario, y el editor que está al cuidado de un libro de o de una colección. El editor está solo en el segundo eslabón del circuito porque todos los procesos del libro están incluidos en el del impresor.

2. En la actualidad el segundo eslabón: debería tener editores, correctores de estilo, diseñadores, responsables de prensa y de marketing. Aunque a veces un editor en pequeñas editoriales puede desempeñar todas estas funciones.

3. Los impresores, tienen varios actores: los que componen el texto, los impresores y encargados de los almacenes.

En la actualidad tienen menos trabajo, la tipografía la hace el diseñador y tiene un avance tecnológico.

4. Encuadernadores: Eslabón aparte de la imprenta (aunque actualmente ella lo hace).

Mismo eslabón que los

libreros o lectores porque a veces ellos lo mandaban a encuadernar.

5. Transportistas: generaban dificultades y costos adicionales, o las pérdidas que ocasionaban las largas

distancias. En la actualidad es menos peligrosa. Siempre está presente para que los libros lleguen a los

lectores.

6. Comercio mayorista (distribuidores que abastecen librerías y librerías virtuales) y minorista: Se considera al librero como agente cultural intermediario entre la oferta y la demanda. Es un individuo que pertenece a dos mundos, cultura y negocios. Debe atender tanto a la relación con los editores y distribuidores, como el perfil del local. Estrategias para organizar cobros y pagos como a la organización de actividades con fomentos de librerías.

7. Lectores individuales, Bibliotecas, clubes de lectura, entre otros: Los lectores tienen distintas formas de

relacionarse con los libros. Hasta al editor experimentado suele llevarse tiempo entender las lógicas del

público. Siempre habrá lectores en toda su diversidad

DIFERENCIA ENTRE PUESTA EN TEXTO Y PUESTA EN LIBRO

Es el **sentido**, la materialidad crea mutaciones en la significación, se construye entre:

1- el texto y *las expectativas del lector*

2- el objeto que lo da a leer

3- la práctica de lectura

Cada texto puede tener \neq existencias materiales y esas diferencias pueden provocar mutaciones en la significación. **Los textos son objetos.**

GÉNEROS EDITORIALES

- Familias en las que se dividen los libros

DOS TIPOS:

Generales: centradas en la narrativa, los ensayos y la actualidad. Se dirigen al lector general, suelen ser de maqueta simple.

Especializadas: Se dirigen a lectores muy específicos.

Para diferenciar los tipos de géneros editoriales existen varios puntos a considerar:

FICCIÓN: si el texto es ficcional o no, influirá mucho en el proceso de edición.

PÚBLICO: Si se dirige el título a un lector específico este deberá contar con determinadas características, ser elaborado de det. manera y tener un proyecto de difusión y distribución especial. Suelen realizarse en mano de editores especializados.

MAQUETA: Si la maqueta es compleja o no el proceso de edición será más o menos complejo.

TIPO DE PROYECTO: Si el título es de proyecto de autor o de proyecto editorial también sentará bases para la manera de trabajarlo.

TIPO DE LECTURA: fragmentaria o no, de principio a fin, con saltos, son todas variantes que cambian por completo la manera de editar un libro.

LOS TRES POLOS DE LA EDICIÓN:

Edición Literaria: proyecto de autor, autor escritor, ficción, maqueta simple, de comienzo a fin.

Edición Técnica: proyectos editoriales, autores que no son escritores, no ficcional, maqueta compleja, lectura fragmentaria.

Intermedia: comparte características de los dos polos.

LOS TRES SECTORES DE LA INDUSTRIA:

Libros científicos y para profesionales.

Libros educativos NO universitarios (niñxs, padres, docentes)

Libros Generales (lectores generales, pueden estar *orientados*)

ETAPAS DE UN PROCESO DE EDICIÓN PROFESIONAL:

Preedición:

Selección o encargo de originales: Pensar en el catálogo, acompañar a los autores.

Editing de originales: Potenciar el texto poniéndose en lugar de los lectores.

Corrección de estilo: Unificar al estilo de la editorial, correcciones MICRO

Armado de páginas/ Puesta en página: A cargo del DG siguiendo la maqueta.

Corrección de pruebas: corregir los errores, vuelve atrás y otra vez se corrige.

ENTREVISTA A ROGER CHARTIER

Gutenberg revolucionó la modalidad de reproducción y producción de los libros.

-Revolución de la lectura: comenzó en la edad media, se desarrolló en un marco de estabilidad morfológica y de reproducción.

-Revolución digital: transformó la técnica de composición, inscripción y comunicación de los textos, dió un nuevo soporte, sugiere nuevas maneras de leer.

-IMPACTO DE LO DIGITAL:

Las enciclopedias encuentran en el mundo digital su soporte ideal, de búsqueda rápida y actualización inmediata.

Periódicos o libros tienen una identidad propia expresada en la composición de c/ número. Coexistencia textual cuando el lector puede percibir el proyecto intelectual de un periódico.

El libro electrónico permite y favorece las lecturas temáticas destructoras de las lógicas narrativas.

Censuras: la posibilidad de una comunicación libre, gratuita y universal no borró la capacidad de censurar contenidos.

Construcción colectiva del saber, a la vez que asegura la proliferación de errores, falsificaciones y la propaganda.

La red promete una comunicación universal y la construcción de un espacio público en el cual c/u puede hacer uso de su razón.

REGLAS BÁSICAS DEL PROCESO DE EDICIÓN

1. El futuro libro necesita de alguien que lo cuide durante todo el proceso
2. Todos los libros deben recorrer las etapas troncales del proceso de edición (predicción, selec. originales, editing, corrección de est, puesta en pág. correc. de pruebas)
3. Cada etapa debe desarrollarse en forma completa antes de pasar a la siguiente
4. Desde el original, los productos obtenidos en cada etapa se convierten en el insumo de la siguiente.

LAS CARACTERÍSTICAS DE LA EDICIÓN TÉCNICA

-Los autores no son escritores, en vez son personas elegidas por el editor por el dominio que tienen de una disciplina o campo específico del conocimiento. Esto muchas veces supone un trabajo arduo de corrección sobre los originales y sobre la escritura. También son muy frecuentes los equipos de autores.

- Contienen un volumen significativo de información: predomina la intencionalidad informativa, están conformados por textos convencionales, cuadros, estadísticas, tablas, epígrafes, notas, índices, etc.

-Los originales se suelen elaborar a pedido de los editores, por lo que se denominan de proyecto editorial. Existen pautas muy detalladas con especificaciones sobre la extensión, la temática a tratar, el registro de escritura, la manera de presentar la información.

- Suelen ser de maqueta compleja
- Se dirigen a públicos acotados, lectores especializados en un campo, alumnos de cierto año de cierta materia, usuarios de una herramienta, etc. Se necesita adecuar la información a los conocimientos previos del lector, no darse por sentado de más ni explicar excesivamente.
- Pueden ser de lectura fragmentaria, por lo que no es lineal. Para ello es necesario considerar como unidad de trabajo a los capítulos o unidades en vez de al libro completo.

Problemáticas: si no se atiende a estas demandas con estrategia, y experiencia, pueden surgir problemas en el proceso de edición como: retrasos en el cumplimiento de tiempos, textos que no se adecúan a la maqueta, problemas de pertinencia y adecuación, pruebas de página defectuosas, dificultades en la relación entre el equipo de diseño y el equipo editorial.

EL EDITING DE NO FICCIONALES:

Es una lectura profesional, consiste en un trabajo de lectura, el editor lo hace poniéndose en el lugar de los destinatarios y se ocupa de que cumpla el propósito con el que ha sido escrito, interviniendo cuando sea necesario. Su núcleo de trabajo es hacer que el texto diga lo que el autor quería decir.

Macroediting NO ficcionales:

Propósitos: evaluar la conveniencia, calidad y pertinencia. asegurar su calidad global, la organización del texto y adecuación a las pautas.

1. que pueda integrarse a la colección
2. contenido de calidad
3. texto bien organizado
4. recursos más adecuados en función del tipo de libro
5. imágenes armónicas y pertinentes
6. autorizaciones correspondientes
7. que las actividades sugeridas puedan realizarse

en textos a pedido:

8. que el autor haya desarrollado el tema encargado
9. extensión acordada
10. que responda a la maqueta
11. en autoría colectiva, que no afecte la unidad del libro.

Microediting:

Propósitos: asegurar la calidad y fluidez de la exposición, corrección de datos calidad y pertinencia de imágenes, adecuación al público. Verificar y corregir.

1. esponga con claridad
2. que fluya sin obstáculos y tenga un tono adecuado
3. datos correctos y precisos
4. imágenes de calidad y se relacionen de manera consistente
5. que se adecue a las competencias de los lectores
6. instrucciones precisas y bien ordenadas
7. respete la maqueta

LOS PÚBLICOS DE LA EDICIÓN TÉCNICA:

Público LEGO:

no saben mucho sobre el tema, hay que evitar términos poco conocidos y referencias a procesos y equipamientos desconocidos.

ritmo lento, que desarrolla cada punto antes de avanzar al siguiente, pecar por exceso más que por defecto.

El público lego podría no estar motivado a leer por lo que se deberían considerar maneras de despertar su curiosidad.

Gráficos simples.

Público Medio:

Hay una dificultad en la variación de lo que saben y lo que no del tema. Se debería proveer información básica, usar comparaciones simples y evitar términos desconocidos o largas explicaciones sobre procesos o equipamientos desconocidos.

Público Experto:

No necesitan información básica. Mantener la prosa sencilla pero presentar ecuaciones y fórmulas según sea necesario. Deberían mostrarse todos los datos y el trabajo hecho con ellos. Ritmo rápido y sólo presentar explicaciones en relación a equipamiento y procesos oscuros.

Público combinado:

Se deberían indicar claramente los contenidos de las secciones en el índice, y adecuar la información y desarrollo en cada sección. La introducción debería proveer un panorama claro y específico sobre todo el contenido.

EL EDITOR COMO LECTOR:

Primera dimensión: imaginar un todo material y a su lector. Pensar el libro

Segunda dimensión: Los problemas del texto, detectar sus falencias y comunicarlas.

Tercera dimensión: Colocarse como destinatario final, no subestimar al lector.

Luego de estas dimensiones ya se ha asegurado la calidad global del libro, ahora deberá abocarse a las lecturas parciales y localizadas para detectar problemas específicos.

PARTES DEL LIBRO:

ORGANIZACIÓN EXTERNA:

Faja: carácter publicitario, rodea al libro

Cubierta: protege al conjunto, identifica el libro, atrae al lector.

Anterior: título, nombre del autor

Lomo: información básica, *latina* la información se lee de arriba hacia abajo, *inglesa* se lee de abajo hacia arriba.

Posterior: podría no llevar texto, suele tener un comentario sobre la obra que orienta al lector, ISBN y cod. de barras

Solapas:

Sobrecubierta: al igual que la cubierta, se diseña en conjunto.

Guardas

PARTES INTERNAS:

preliminares: sirven de guía de lectura, los más externos anteceden a los que se relacionan estrechamente.

obligatorias: portada, disposiciones legales, créditos, índice.

-Pág. de cortesía: dos páginas en blanco que se colocan al comienzo y al final.

-Portadilla: lleva título solamente, se diseña en conjunto con la portada.

- Reverso de portadilla: tradicionalmente llevaba un frontispicio.

-Portada: se reiteran los datos de cubierta

-Page Legales: historia de la edición, identificación de la obra, ISBN, ficha de catalogación, titulares de los derechos y profesionales

-Dedicatoria: breve

-Índice: solo si ayudan en la búsqueda, deben figurar todas las secciones que se encuentren a continuación de él.

-Listas de ilustraciones y tablas

-Prólogo: escrito por una persona que no es el autor.

-prefacio: escrito por el autor, suele exponer las razones para hacer el libro

-Agradecimientos:

-Cronología:

-Listas de abreviaturas

CUERPO DEL LIBRO:

Debe ser entendido sin el auxilio de las pág. preliminares o finales.

-Introducción: plantea la cuestión que va a abordar, debe referirse a la materia tratada.

-Epílogo y conclusiones: el autor cierra el tratamiento de la obra, en las conclusiones el autor retoma cuestiones que fue planteando a lo largo del libro.

-Arranque de capítulo: tratamiento gráfico particular. no tiene folio explicativo y si lleva foliado es en un lugar \neq . Suele empezar en páginas impar (derecha)

-Portadillas internas: página impar y reverso blanco.

PÁGINAS FINALES:

-Agradecimientos

-Apéndices: en libros técnicos, documentos que no forman parte del texto, hay que evaluar su relevancia.

-Cronología: al final si es material complementario.

-Lista de abreviaturas

-Notas

-Glosario

-Bibliografía

-Lista de Autores

-crédito a las imágenes

- Índices analíticos

-Colofón: información sobre la imprenta e impresión.

-Páginas de cortesía: SIEMPRE DOS

Atributos básicos, competitivos e innovadores:

Los atributos básicos son las características esperadas de un producto, si faltan, decepcionan al cliente. Indispensables.

atributos competitivos: características “que aumentan la satisfacción del cliente con el producto y significan una mejoría respecto de los productos que han estado usando.

Los atributos creativos o innovadores: características que “cuando son incluidas provocan sorpresa, deleite y emoción reales en el mercado” son aquellos en los que los lectores nunca pensaron, convendrá elegir cuidadosamente sólo uno o dos.

PROCESO DE COMPOSICIÓN

En el proceso de la expresión escrita, se debe saber utilizar el **código escrito** y para eso haber desarrollado buenos procesos de composición de textos.

ESTRATEGIAS DE COMPOSICIÓN:

1- conciencia de los lectores: a quienes va destinado el texto, cuáles son sus características. Pensar la situación de la comunicación ayuda a generar ideas durante la composición.

2- planificar la estructura: hacer un esquema, pensar en todos los aspectos antes de empezar a redactar.

3- releer: mientras se relea se descansa para planificarlo que se escribirá a continuación, repasar para comprobar si el texto se ajusta a lo planeado, reformular lo planeado.

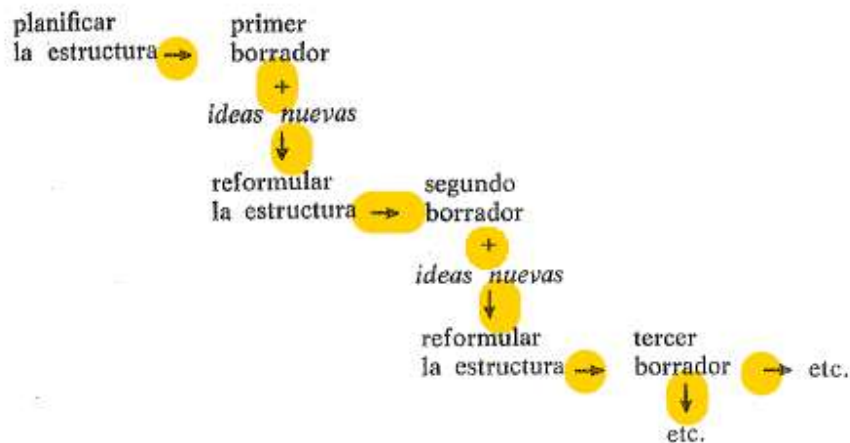
4- corregir: revisar y retocar el texto, de manera que se afecte el contenido, las ideas expuestas y la ordenación.

5- recursividad: el proceso de composición no es lineal. es recursivo, cíclico y puede interrumpirse en cualquier momento para volver a empezar.

PROCESO LINEAL



PROCESO RECURSIVO



TIPOS DE DEFICIENCIAS AL ESCRIBIR:

1- Gramaticales o léxicas: todas las que afectan algún punto de la gramática o el léxico de la lengua.

Estrategias para combatirlas:

- usar el código adquirido: recurrir a nuestro propio código para intentar llenar sus propios vacíos.
- usar reglas aprendidas.
- consultar una fuente externa (diccionario, vocabulario)

2- Deficiencias textuales: coherencia, cohesión, adecuación y disposición del espacio. cuando no conocemos la estructura del texto a escribir, los usos lingüísticos de este tipo de comunicación. El consejo es consultar fuentes externas.

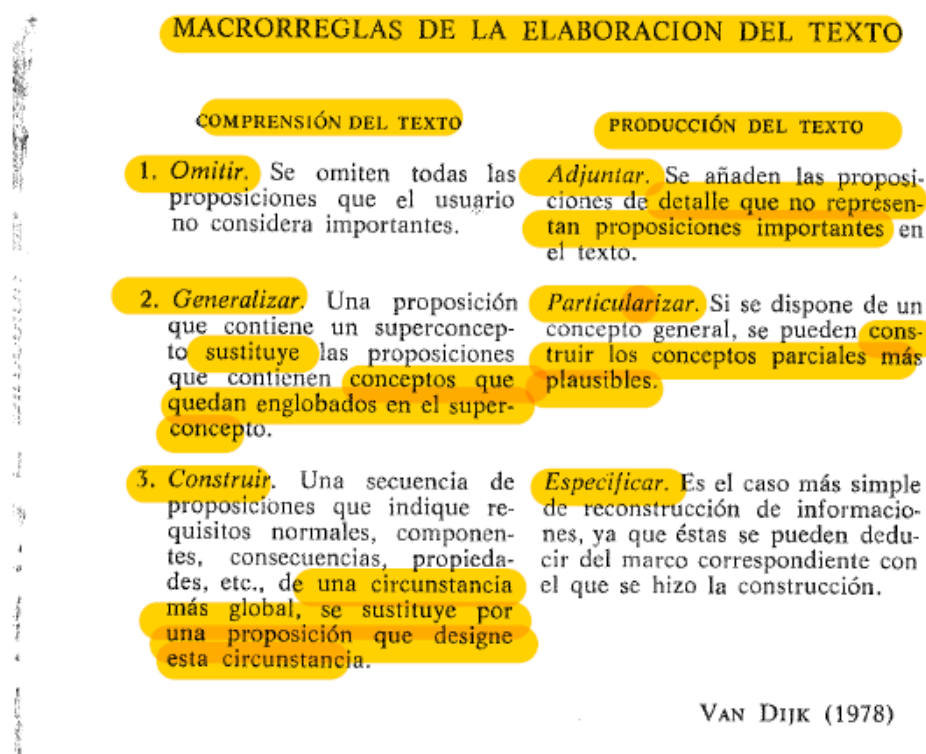
3- Deficiencias de contenido:

- a) desarrollar y crear ideas: actos creativos en los que el autor crea significado.
- b) consultar una fuente externa: para encontrar información que hace falta.

UN BUEN PROCESO DE COMPOSICIÓN:

- tomar conciencia de la audiencia
- planificar el texto
- releer los fragmentos escritos
- revisar el texto
- utilizar estrategias de apoyo

EL MODELO PROCESADOR DE TEXTOS



PROCESO DE COMPOSICIÓN

-pre-escribir:

- clasificar, sintetizar, interpretar y adaptar la información.
- aprovechar la experiencia, seleccionar la información y relacionarla
- relacionar los conceptos procedentes de lecturas con la exp. personal
- realizar estudio de campo. definir el problema y las hipótesis, recoger datos, analizarlos e interpretarlos.
- leer críticamente un texto
- obtener y organizar la información, skimming y scanning
- refundir datos e ideas recogidas.

- el primer borrador:

- aplicar un proceso de composición eficiente. estar dispuesto a alterar los planes.
 - controlar los pasos del proceso.
 - tener conocimientos léxicos y semánticos y fluidez.
 - tener conocimientos morfosintácticos y fluidez.
 - conocer las convenciones del discurso.
 - conocer las convenciones mecánicas.
- revisar:**
- el contenido: que dice el texto y que quiere el autor que diga.
 - la estructura: adaptarse a la audiencia.
 - el vocabulario y estilo
 - los aspectos mecánicos.

ORIGINALES EN LA EDICIÓN UNIVERSITARIA

REQUISITOS ELEMENTALES presentación del original:

extensión, NO artículos no publicados en revistas

Compleitud del material: las notas, listados bibliográficos, índices, imágenes, etc forman parte del original.

libre de plagios y auto plagios

vigencia del texto, debe estar protegido de una rápida desactualización

unidad del texto un original no es una mera colección de textos

autonomía el texto debe poder leerse de manera autónoma

CONDICIONES PARA SU PUBLICACIÓN

- El texto debe tener algo para decir a alguien que no sea su autor.
- el texto debe hacer un aporte original
- el libro debe poder integrarse a alguna de las colecciones existentes o poder iniciar una nueva
- el presupuesto debe permitir realizarlo de manera profesional
- debería poder asegurar si en el futuro será de interés para los lectores, asegurar ventas.

EDITAR FICCIÓN NARRATIVA

Todo editor debe pensar y alentar que el texto que tiene en sus manos es **perfectible** (posible de perfeccionar)

En la NO ficción existen normas de estilo que operan a favor de la objetividad del editor, un marco/normatividad pero siempre existe la posibilidad de la excepción. *SI EN LA OBRA EN CUESTIÓN HAY PODER BASTANTE PARA ANIMARNOS A SUSPENDER NUESTRA INCREDULIDAD ES PORQUE SU AUTOR SABE A DÓNDE VA* y al editor le corresponde contribuir a que llegue ahí.

- Cada página de la obra debe probarle al lector que el texto *lo desea*. Los lectores son nuestra razón de ser, hay quienes editan en el placer absoluto que la obra debería proporcionarles si fueran solo sus lectores.

LA MANO INVISIBLE

El editor también tiene un gusto personal, el asunto es que más de una vez le tocará trabajar con textos que no estén dentro de sus parámetros de preferencia y entonces le toca estar atentos a no *contaminarlos* y ser consciente que en ocasiones los textos que su gusto menos apreciaría son los que mejor edita.

EL OTRO EDITOR

Un editor es quien ayuda a encontrar la mejor estructura y mejor tono, compila, redacta, corrige, sugiere, corta y equilibra un texto. Su oficio es justamente el de señalar las debilidades de un texto y potenciar sus aciertos, tiene (debe tener) la distancia suficiente para sugerir todo lo que considere beneficioso para el texto. Su actividad se desarrolla dentro de la tensión entre autores y lectores a través de los textos, él debe ser sensible a las necesidades de los escritores y los intereses de los lectores. El lector tiene que **creer** en la historia para seguir leyendo.

Su máximo logro es dar con algo nuevo, que no se haya dicho hasta ahora o se salga de la norma.

Estar al tanto de los intereses de los lectores se ha convertido en algo esencial, el editor también debe pensar temas atractivos y decidir quien escriba sobre ellos.

Una de las habilidades del editor es ser tan persuasivo que el autor no le quede más posibilidad que rendirse ante la evidencia del beneficio, el rol del editor es paradójico: *al mismo tiempo que los cambios que propone deben mejorar el original, su trabajo debe permanecer invisible*. Debe tener la capacidad de mimetizarse con el autor que está editando; adoptar el tono, la voz y el estilo.

COMO ILUSTRAR UNA PUBLICACIÓN

¿QUE ES LA IMAGEN??

- . No es en ningún caso una tapa para la falta de texto. Es portadora de sentido.
- . Es un mensaje, un medio de comunicación que debe tener su propio status.
- . toda imagen es *ambigua y polisémica* portadora de muchos sentidos
- . no constituye un lenguaje universal. Será interpretada en función de la historia y cultura de cada individuo y dependerá de la costumbre de cada uno de recibir y releer las imágenes.
- . no es objetiva ni una prueba de verdad, es fruto de subjetividades.
- . Es un medio de comunicación eficaz, de un golpe de vista permite recibir un mensaje visual a la vez que emocional.

descriptiva y sugestiva: la imagen muestra a la vez que sugiere.

inmediata y global: es percibida instantáneamente, todos los elementos de una sola vez. Domina la simultaneidad.

afectiva y emocional: impacto en la imaginación, fuerte poder de sensibilización. Provoca sentimientos.

FUNCIONES DE LA IMAGEN:

- a. INFORMATIVA: aportan información
- b. DOCUMENTAL: autentifica un acontecimiento o cosa
- c. SIMBÓLICA: tiene poder de evocación y sugestión, resumen por si solas un concepto o idea abstracta. Un símbolo de códigos simples y sin ambigüedad
- d. ESTÉTICA: ilustran o decoran, la belleza le confiere poder de atracción. Esta dimensión puede ser un objetivo y no sólo un medio.
- e. DIVERSIÓN: demandan menos atención, el lector puede aprovecharla para dejar fluir su pensamiento e imaginación.

LA RELACIÓN TEXTO-IMAGEN

(el texto es soporte de la reflexión y la imagen de la emoción)

El texto prima sobre la imagen: la prioridad está dada a la reflexión, la publicación se quiere austera. La imagen no debe perturbar la lectura.

El texto y la imagen tienen peso semejante: se refuerzan mutuamente, la imagen ayuda y colabora a la comprensión del mensaje.

La imagen prima sobre el texto: es la elección de la emoción, foros perturbantes o sensacionalistas, búsquedas estéticas. El texto se vuelve él mismo imagen.

ELEGIR LAS IMÁGENES

Se debe equilibrar:

- . los tipos de imágenes
- . las funciones
- . el grado de proximidad del texto.
- . el buen conocimiento del público.

LA PUESTA EN PÁGINA:

- **Trabajar con el espacio:** en el conjunto de la publicación debe ser armonioso el desarrollo de las páginas.
en una pág. simple se evitará dejarla en la base.
Cuanto más alta y cerca del título esté, mejor se la percibe.
- **Trabajar con los formatos:** las idénticas se anulan. Contrastes de tamaño y forma.
- **Trabajar con los planos:** general/primer plano/plano medio, picado/contrapicado
- **Trabajar con los elementos:** vivientes/móviles/fijos
- **Relación título imagen.**
- **Cuidar el epígrafe:** la identificación de la imagen, guía del lector en la interpretación.

BURKE: LAS IMÁGENES COMO TESTIMONIO HISTÓRICO?

Las imágenes son un testimonio fiable del pasado? Independientemente de su calidad estética cualquier imagen puede servir como testimonio histórico.

La fotografía presenta un *efecto realidad* pero implica una contraposición entre la narración subjetiva y la fotografía “objetiva”

Los fotógrafos seleccionan qué aspectos del mundo real van a retratar, desde el momento que selecciona un tema, está trabajando sobre la base de una actitud sesgada, análoga a la que se aprecia en historiadores.

Las fotografías no son un testimonio de la historia, son algo histórico en sí mismas. Lo que recogen no es tanto la realidad sino las ilusiones sociales de la vida corriente. Una representación especial de ella.

Si las fotografías no son puros reflejos de la realidad, ¿como se pueden utilizar como testimonios históricos?

1. El arte puede ofrecer testimonio de algunos aspectos de la realidad social que los textos pasan por alto.
2. El arte figurativo es, a menudo, menos realista de lo que parece, más que reflejar la realidad, la distorsiona. Se deben tener en cuenta las intenciones de pintores o fotógrafos.
3. El propio proceso de distorsión constituye un testimonio de ciertos fenómenos, mentalidades, ideologías e identidades.

Es preciso recordar que las imágenes fueron producidas en un contexto especial, reproducen la vida social escogiendo individuos que creen representantes típicos. Lo que vemos es una *visión de la sociedad*.

ESTEREOTIPOS DE LOS OTROS:

Los grupos que se enfrentan a otras culturas tienden a dos reacciones:

- . Negar la distancia y diferencia: asimilar a los otros a nosotros, el otro como reflejo del yo, consciente o inconsciente.
- . la invención de otra cultura opuesta, convertimos en *otros* a nuestros congéneres.

DE LA VEROSIMILITUD AL INDEX:

La fotografía, ante la doxa y el sentido común, **no puede mentir** La necesidad de ver para creer se encuentra satisfecha, es una especie de prueba.

1. **La fotografía como espejo de lo real:** el discurso primero y primario. Es considerada como una imitación perfecta de la realidad, esa capacidad mimética la obtiene de su mismo procedimiento mecánico, sin que intervenga la *mano del artista*. FOTO vs OBRA DE ARTE
2. **La fotografía como transformación de lo real:** esta posición insiste sobre la parte de transformación de lo real necesariamente efectuada por el médium fotográfico. La fotografía ofrece al mundo una imagen determinada por el ángulo de visión elegido, por su distancia del objeto, por el encuadre y porque aísla un punto preciso del espacio tiempo y es puramente visual. Fija un aspecto de lo real que no es otra cosa que el resultado de una selección arbitraria; se retienen las cualidades visuales que se dan al instante y a partir de un punto de vista único.
3. **La fotografía como huella de la realidad:** la foto como perteneciente al orden del index (indicador), representación por contigüidad física del signo con su referente. Implica que la imagen está dotada de un valor singular, puesto que está determinada únicamente por su referente, y sólo por este: huella de UNA realidad.
Se torna inseparable de su experiencia referencial, del acto que la funda. La foto es ante todo INDEX; solo a continuación puede llegar a ser semejanza/icono y adquirir sentido/símbolo.

MAPAS: CUESTIONES BÁSICAS:

Los mapas brindan información previamente seleccionada. Hay que tener en cuenta la proyección, la escala, los símbolos y los textos.

balance entre cantidad de información y legibilidad

punto: carecen de dimensiones. solamente localizan.

línea: representan sólo la dimensión de longitud, el grosor no guarda relación alguna.

áreas: representa las dos dimensiones. Forma y tamaño.

El blanco en los mapas tiende a leerse como falta de información, por lo que tiene un uso restringido.

MAPAS, VARIABLES VISUALES Y SÍMBOLOS CARTOGRÁFICOS

La proyección plana y bidimensional de un mapa constituye un escenario para símbolos textuales y gráficos que representan lugares, límites y distintas características.

Se necesita texto en un mapa, pero es de poca ayuda para diferenciar entre varios tipos de características. Una estrategia consiste en codificar los puntos, las líneas y las áreas que señalan la posición y extensión de las características representadas en un mapa.

La codificación permite diferenciar planos o capas de información.

Los símbolos organizados permiten focalizar la atención en uno o dos planos de información.

Algunos símbolos cartográficos están asociados funcionalmente con un tipo específico de datos.

LAS VARIABLES VISUALES - BERTIN

Existen dos tipos: retinianas y de localización.

Localización: son las conocidas coordenadas horizontal y vertical el diagrama de dispersión. Fijan una marca gráfica en un punto plano.

Retinianas: Muestran al ojo un patrón de luminosidad diferente, elevando las marcas por encima del plano gráfico.

- forma

- tamaño

- orientación

- textura: refiere al tamaño de los pequeños y repetitivos elementos que componen un símbolo.

- tono: aspecto del color de la longitud de la onda captada por el ojo.

- valor: refiere a la densidad o al área relativa cubierta por puntos o líneas de grano fino.