

Congreso Internacional «En los márgenes de la noticia: la literatura española en los anuncios e imágenes de la prensa decimonónica».

-Proyecto SILEM III “La institución del Siglo de Oro. Procesos de construcción en la prensa periódica (1801-1868)”-.

23 y 24 de enero de 2025. Universidad de Córdoba.
Aula Magna de la Facultad de Filosofía y Letras.

Primera Circular



La Universidad de Córdoba acogerá el primer congreso internacional sobre anuncios de venta de libros de autores del Siglo de Oro publicados en la prensa periódica decimonónica. En este evento, también se abordará el imaginario iconográfico áureo mediante ilustraciones, como una de las actividades programadas del proyecto de investigación SILEM III.

Los participantes están invitados a investigar los anuncios publicitarios de obras de la considerada Edad de Oro de nuestra literatura como fuente de información bibliográfica para calibrar los derroteros editoriales y comerciales del siglo XIX a través de la prensa periódica, y de esta forma pulsar los gustos de los lectores decimonónicos.

Desde los primeros anuncios comerciales aparecidos en la prensa en el siglo XVIII, estos se consolidaron como parte fundamental de los periódicos en la centuria siguiente. Por ejemplo, solo en la *Gaceta de Madrid*, a comienzos del siglo XIX, se publicaban más de 2.000 anuncios anuales, siendo los anuncios literarios una parte relevante. Así, se inició una verdadera estrategia comercial moderna, desarrollando una política publicitaria coherente y organizada que consideraba al libro como un producto comercial de primer orden.

Mediante el análisis de los anuncios de obras literarias se puede conocer el público destinatario, las cualidades del autor (sociales y profesionales), el interés por la obra, así como datos más concretamente bibliográficos, como el impresor, el lugar de venta y las condiciones de suscripción y precio de venta.

Para ello, los participantes podrán proponer comunicaciones sobre:

- El canon que se vende: anuncios de venta y suscripciones de libros de autores del Siglo de Oro.
- Venta de libros de autoras del Siglo de Oro.
- Suscriptoras y suscriptores de obras de la literatura del Siglo de Oro.

- Mercado editorial: tipología de anuncios, librerías, puestos de venta, imprentas.
- Reseñas y críticas literarias en los anuncios de venta de libros.
- Imaginario iconográfico: ilustraciones y literatura en la prensa decimonónica.

La inscripción y participación en el seminario será gratuita. Este congreso cuenta con el aval científico de la Asociación Internacional Siglo de Oro.

Conferenciantes invitados:

- Dr. Jean-Marc Buigués (Catedrático emérito, Université de Bordeaux).
- Dr. José Manuel Rico García (Profesor titular de la Universidad de Huelva).
- Dr. Jaime Galbarro García (Profesor Permanente Laboral de la Universidad de Sevilla).

Envío de propuestas:

Las propuestas, que no deberán superar los 3.000 caracteres, se enviarán a la siguiente dirección: ccollantes@uco.es.

Plazo de envío:

15 de octubre de 2024.

Comité científico:

Dr. Pedro Ruiz Pérez (Universidad de Córdoba).
Dra. Mercedes Comellas Aguirrezábal (Universidad de Sevilla).
Dr. Adrián J. Sáez (Università Ca' Foscari Venezia).
Dr. Antonio Sánchez Jiménez (Université de Neuchâtel).

Dirección:

Dr. Carlos M. Collantes Sánchez (Universidad de Córdoba).

Secretaría:

Dra. Emre Özmen (Universidad de Sevilla).

