

PROGRAMA DE PROCESOS EDITORIALES						
I.- DATOS GENERALES						
Nombre de la Carrera o Programa: COMUNICACIÓN SOCIAL						
Nombre de la Asignatura: Procesos Editoriales						
Departamento y/o cátedra: Periodismo						
Régimen: <i>Semestral</i>				Número de Unidades Crédito: 5		
Ubicación en el plan de estudios: Sexto semestre						
Tipo de asignatura:				N° horas semanales:		
Obligatoria		x	Electiva	Teóricas:	2	Prácticas/Seminarios 2
Prelaciones/Requisitos:				Asignaturas a las que aporta: De la concentración <u>Producción Editorial</u> : Marco Legal y Ético de la Producción Editorial; Mercadeo Editorial; Producción Ejecutiva Editorial; Teoría del Diseño Gráfico; Políticas Editoriales; Producción y Edición de Publicaciones Periódicas; Producción y Edición de Libros; Producción de Medios Digitales; Convergencia Tecnológica Editorial.		
Fecha de aprobación del Programa por el Consejo de Facultad: 28/9/2015						

II.- JUSTIFICACIÓN	
<p>La industria editorial tiene diferentes actores que trabajan en conjunto para un mismo fin: autores, periodistas, traductores, editores, diseñadores, correctores, fotógrafos, ilustradores, impresores, agentes literarios, distribuidores, entre otros. Siendo las publicaciones periódicas y digitales los espacios naturales en donde se desenvuelve el comunicador social, esta asignatura le brindará al estudiante herramientas para gestionar todas las fases de producción de una publicación. De esta manera, el estudiante conocerá los formatos de medios impresos y cibernéticos, los procesos de impresión, así como también los procesos administrativos y legales para creación de empresas o unidades editoriales.</p> <p><i>Procesos Editoriales</i> le ofrece al futuro comunicador social una formación integral, puesto que aplicará conocimientos adquiridos en otras asignaturas, entre ellas <i>Comprensión y Producción de Textos Escritos, Fundamentos de Gramática, Comunicación Escrita, Producción de Contenidos para Medios, Comunicación Gráfica y Mercadeo</i>. Asimismo, esta asignatura es la base para el área de concentración Producción Editorial, de la mención Periodismo.</p>	
III.- CONTRIBUCIÓN DE LA ASIGNATURA AL DESARROLLO DE LAS COMPETENCIAS	
Esta unidad curricular contribuye al desarrollo de las competencias generales, profesionales básicas y específicas siguientes:	
Competencia general: Aprender a trabajar con el otro	
Participa y trabaja en equipo	1. Identifica roles y funciones de todos los miembros del equipo

	<ol style="list-style-type: none"> 2. Realiza las tareas establecidas por el equipo 3. Cumple diversos roles dentro del equipo 4. Utiliza formas de comunicación que favorecen las relaciones de interdependencia 5. Coordina las acciones del equipo hacia el logro de la meta común
Motiva y conduce a otros hacia metas comunes	<ol style="list-style-type: none"> 1. Identifica claramente objetivos, metas y propósitos comunes 2. Dialoga directa y respetuosamente con los otros para favorecer su identificación con las metas 3. Promueve la construcción conjunta de planes y estrategias para el logro de las metas 4. Conduce la participación de los otros en actividades orientadas hacia el logro de las metas 5. Aplica estrategias para superar limitaciones en el logro de las metas
Toma decisiones efectivas para resolver problemas	<ol style="list-style-type: none"> 1. Identifica el problema 2. Analiza el problema 3. Plantea alternativas de solución 4. Ejecuta la opción que considera más adecuada para la solución del problema 5. Promueve los cambios necesarios para asegurar la calidad de los resultados en el tiempo
Actúa eficazmente en nuevas situaciones	<ol style="list-style-type: none"> 1. Identifica los cambios que ocurren en su entorno 2. Analiza las demandas y los recursos disponibles para afrontar la nueva situación 3. Propone diversas opciones para abordar nuevas situaciones 4. Ejecuta exitosamente acciones para afrontar nuevas situaciones 5. Valora el impacto de su acción en sí mismo y en otros
Se comunica, interactúa y colabora con el otro	<ol style="list-style-type: none"> 1. Expresa en sus propias palabras lo que otras personas le comunican 2. Valora las ideas y opiniones de otras personas 3. Defiende sus derechos y opiniones en sus comunicaciones sin agredir al otro



	<p>4. Propicia la comunicación para conciliar posturas opuestas</p> <p>5. Ayuda al otro a comunicarse efectivamente</p>
Organiza y planifica el tiempo	<p>1. Determina el tiempo idóneo para cumplir con objetivos individuales y colectivos</p> <p>2. Jerarquiza las actividades en el corto, mediano o largo plazo</p> <p>3. Ejecuta las actividades planificadas de acuerdo con el cronograma establecido</p> <p>4. Evalúa sistemáticamente el cumplimiento del cronograma</p> <p>5. Ajusta el cronograma de acuerdo con los resultados de la evaluación</p>
Formula y gestiona proyectos	<p>1. Diagnostica necesidades que pueden ser abordadas por proyectos</p> <p>2. Formula proyectos de acuerdo a las necesidades del contexto</p> <p>3. Gestiona las acciones del equipo para ejecutar el proyecto</p> <p>4. Evalúa los resultados del proyecto</p> <p>5. Comunica a otros las lecciones aprendidas en el desarrollo del proyecto</p>
Actúa creativamente ante diversas situaciones	<p>1. Identifica, personal o colectivamente, situaciones que requieren soluciones creativas</p> <p>2. Propone opciones novedosas de solución</p> <p>3. Analiza críticamente las opciones propuestas</p> <p>4. Aplica la solución de mayor beneficio-costeo</p> <p>5. Evalúa, individual o colectivamente, la solución aplicada en términos de novedad, valor y eficacia</p>
Competencia general: Aprender a interactuar en el contexto global	
Se desempeña eficazmente en contextos internacionales	<p>1. Describe la realidad internacional actual</p> <p>2. Valora la diversidad cultural en escenarios globales</p> <p>3. Se integra a los distintos contextos internacionales</p> <p>4. Participa en grupos multiculturales cooperativamente bajo la modalidad presencial o virtual</p> <p>5. Transfiere prácticas culturales efectivas a otros contextos</p>



Competencia profesional básica: Se comunica efectivamente	
Se expresa correcta y adecuadamente	<ol style="list-style-type: none"> 1. Produce mensajes adecuados a la situación comunicativa 2. Elabora textos coherentes de distinto orden o género 3. Estructura frases y oraciones según las convenciones gramaticales 4. Escribe textos ortográficamente adecuados 5. Utiliza técnicas de expresión oral 6. Utiliza adecuadamente la comunicación no verbal para acompañar un mensaje 7. Evalúa la idoneidad de un mensaje
Comprende textos orales o escritos	<ol style="list-style-type: none"> 1. Reproduce textualmente y parafrasea información obtenida de fuentes orales o escritas 2. Realiza inferencias a partir de informaciones obtenidas de fuentes orales o escritas 3. Relaciona informaciones sobre la base de sus conocimientos previos o de la intertextualidad 4. Evalúa críticamente un texto oral o escrito
Utiliza el lenguaje visual	<ol style="list-style-type: none"> 1. Interpreta un mensaje a partir del análisis del código visual 2. Transmite un mensaje en imágenes 3. Utiliza adecuadamente elementos visuales para acompañar un mensaje verbal 4. Valora mensajes visuales con base en el manejo de la composición
Utiliza las tecnologías de la información y la comunicación	<ol style="list-style-type: none"> 1. Utiliza adecuadamente las TIC para la obtención y procesamiento de información 2. Utiliza adecuadamente las TIC para la difusión de contenidos comunicacionales 3. Se actualiza permanentemente en relación con las TIC 4. Valida la información que obtiene de Internet
Emplea las teorías de la comunicación	<ol style="list-style-type: none"> 1. Demuestra en su actuación que conoce cómo opera el fenómeno comunicacional 2. Utiliza las técnicas y herramientas de la comunicación social para la obtención y procesamiento de datos 3. Analiza el impacto de mensajes comunicacionales sobre una comunidad



	4. Evalúa tanto la eficiencia como la orientación ética de sus intervenciones
Competencia profesional básica: Interpreta la realidad social	
Investiga la realidad cultural y social	<ol style="list-style-type: none"> 1. Identifica problemáticas pertinentes desde el punto de vista comunicacional 2. Obtiene información de fuentes confiables mediante métodos de investigación y procesos documentales propios de la comunicación social 3. Evalúa la calidad de la información a la luz de los principios teóricos, éticos y legales de la profesión

IV.- CONTENIDOS	
Unidad I. Producción y edición de productos editoriales	<ol style="list-style-type: none"> 1. Publicaciones unitarias y periódicas <ol style="list-style-type: none"> 1.1. Semejanzas y diferencias entre libros, folletos, hojas sueltas, diarios, semanarios y revistas 2. Publicaciones según plataformas <ol style="list-style-type: none"> 2.1. Publicaciones en papel y/o digitales 3. Publicaciones digitales (portales web) 4. Tipos de publicaciones y su proceso de producción <ol style="list-style-type: none"> 4.1. Formatos, periodicidad, productos, entre otros 5. Fases de la producción editorial <ol style="list-style-type: none"> 5.1. Organización de los contenidos, diseño, corrección, impresión y distribución 5.2. Actores: director, editor, autor, periodista, diseñador, fotógrafo, corrector, impresor, distribuidor
Unidad II. Convergencia tecnológica editorial	<ol style="list-style-type: none"> 1. Adaptación, convergencia y reorganización de los productos editoriales impresos y digitales
Unidad III. Marco legal y ético de la producción editorial	<ol style="list-style-type: none"> 1. Conocimientos jurídicos y deontológicos de la producción editorial en Venezuela y en el mundo <ol style="list-style-type: none"> 1.1. Ley del libro, derechos de autor, código de ética del periodista venezolano, ISBN, ISSN, depósito legal, entre otros
Unidad IV. Mercadeo y gerencia editorial	<ol style="list-style-type: none"> 1. Análisis de públicos meta, misión y visión de la empresa editorial, gestión de recursos financieros, vías y formas de comercialización y distribución de productos editoriales 2. El papel del editor en la organización de la empresa editorial
Unidad V. Política editorial	<ol style="list-style-type: none"> 1. El manual de estilo como instrumento que rige los criterios de redacción y principios éticos para distintos productos editoriales
Unidad VI. Diseño editorial	<ol style="list-style-type: none"> 1. El manual gráfico como instrumento que rige los criterios de la visualización de los contenidos <ol style="list-style-type: none"> 1.1. Isologotipo, formato, tamaño, mancha, márgenes, retícula, tipografía, diagramación 2. Manejo de programas informáticos de diseño editorial



V.- ESTRATEGIAS DE ENSEÑANZA Y APRENDIZAJE	
DOCENTES	ESTUDIANTES
1. Exposición de los contenidos 2. Estudio de casos 3. Presentación de ejemplos de diversos tipos de publicaciones 4. Uso de tecnologías de información y comunicación para brindar contenidos y materiales adicionales al estudiante	1. Lectura de los temas 2. Investigación en bibliotecas e internet 3. Recolección de datos 4. Levantamiento gráfico para la elaboración de una publicación 5. Redactar textos con corrección 6. Trabajar en equipo
VI.- ESTRATEGIAS DE EVALUACIÓN	
Las estrategias de evaluación sugeridas para la asignatura <i>Procesos Editoriales</i> son: <ol style="list-style-type: none"> 1. Portafolios. 2. Rúbricas. 3. Elaboración de un proyecto editorial en diferentes fases. 4. Exámenes. 	

VII.- REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS
<p>TEXTOS</p> <p>Bibliografía básica general:</p> <p>Barr, C. (2010). <i>The Yahoo! Style Guide. The ultimate sourcebook for writing, editing, and creating content for the digital world</i>. Nueva York: St. Martin's Griffin.</p> <p>De Buen Unna, J. (2008). <i>Manual de diseño editorial</i> (3ª ed.). Gijón: Trea.</p> <p>De Sagastizábal, L. y Esteves Fros, F. (Comps.) (2009). <i>El mundo de la edición de libros</i>. Buenos Aires: Paidós.</p> <p>El Nacional. <i>Manual de estilo</i> (6ª ed.) (2014). Caracas: Los Libros de El Nacional.</p> <p>El País. <i>Libro de estilo</i> (16ª ed.) (2014). Madrid: Aguilar.</p> <p>Iglesias, F. (2001). <i>Marketing periodístico</i>. Barcelona: Ariel.</p> <p>Manfredi, J. (2000). <i>Manual de producción periodística</i>. Sevilla: MAD.</p> <p>Martínez de Sousa, J. (2004). <i>Diccionario de bibliología y ciencias afines</i> (3ª ed.). Gijón: Trea.</p> <p>Nadal Badal, O. (2011). <i>Manuales tipográficos para compositores, correctores e impresores</i>. Madrid: Unión de Correctores de España.</p> <p>Orozco, E. (2003). <i>Edición de diarios: una estrategia para el diseño de periódicos</i>. Caracas: Autor.</p> <p>Real Academia Española, Asociación de Academias de la Lengua Española (2005). <i>Diccionario panhispánico de dudas</i>. Bogotá: Santillana.</p> <p>Real Academia Española, Asociación de Academias de la Lengua Española (2010). <i>Nueva gramática de la lengua española (manual)</i>. Madrid/Bogotá: Espasa/Planeta.</p> <p>Real Academia Española, Asociación de Academias de la Lengua Española (2010). <i>Ortografía de la lengua española</i>. Madrid: Espasa.</p>



Sullivan, K. D. y Eggleston, M. (2006). *The McGraw-Hill Desk Reference for Editors, Writers, and Proofreaders*. Nueva York: McGraw-Hill.

Tascón, M. (Dir.) (2012). *Escribir en internet. Guía para los nuevos medios y las redes sociales*. Barcelona: Fundéu BBVA, Galaxia Gutenberg.

Verde Arocha, C. (2013). *Cómo editar y publicar un libro. El dilema del autor*. Caracas: Eclipsidra.

PÁGINAS WEB

Fundéu BBVA (2010). Página web en línea. <http://www.fundeu.es>. Recuperado el 20 de febrero de 2012.

Fundéu BBVA (2011). *Estilo. Manual para nuevos medios* [página web en línea] <http://www.manualdeestilo.com>. Recuperado el 20 de febrero de 2012.

GUÍAS Y MATERIAL DE APOYO

