

**PROGRAMA DE UNIDAD CURRICULAR (Pregrado)**

**I.- DATOS GENERALES**

Nombre de la Facultad: *Facultad de Humanidades y Educación*

Nombre de la Carrera o Programa: *Comunicación Social*

Mención: *Periodismo*

Nombre de la Unidad Curricular: *Procesos Editoriales*

Departamento y/o cátedra: *Departamento de Periodismo*

Régimen: *Semestral*

Número de Unidades Crédito: *5*

Taxonomía: *TA 2*

Régimen de Evaluación:

Evaluación Continua

Evaluación Continua con Reparación

Evaluación Final y Reparación

Código de la Unidad Curricular: *00514*

Tipo de Unidad Curricular:	Obligatoria	X	Electiva	N° horas semanales:	Teóricas	2	Prácticas	2
							Seminarios	
							Laboratorio	

Categoría de la Unidad Curricular:	Intra-Facultad		N° horas semanales de acompañamiento docente (HAD)	4	N° horas semanales trabajo independiente (HTI)	6
	Inter-Facultad					
	Institucional					
	Escuela / Programa					

Ubicación en el plan de estudios: <i>Cuarto semestre</i>	Modalidad	Presencial		Virtual	x
		Semipresencial		En línea	

Prelaciones/Requisitos: Unidades curriculares a las que aporta: *Producción de Contenidos Editoriales*

Responsable(s) de diseño del Programa: *Adriana Rodríguez, Carmen Verde, Sixta Adrián y Ricardo Tavares.*

Fecha de aprobación del Programa en el Consejo de Facultad:

## II.- JUSTIFICACION

La industria editorial (industria gráfica y empresas editoriales) 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 el lugar natural en donde se desenvuelve el periodista, esta asignatura le brindará al estudiante la base para conocer todas las etapas de producción editorial y sus implicaciones, así como también los procesos administrativos y legales para creación de empresas o unidades editoriales.

Procesos Editoriales forma parte de la opción Periodismo y sus contenidos son introductorios para la asignatura Producción de Contenidos Editoriales, enfocada en las publicaciones periódicas y nuevos medios digitales.

La asignatura desarrolla las competencias generales de aprender a trabajar con el otro y aprender a intructuar en el contexto global, así como también la competencia profesional básica de generar y difundir contenidos destinados a una audiencia.

## III.- CONTRIBUCION DE LA ASIGNATURA AL DESARROLLO DE LAS COMPETENCIAS

### Competencia general (CG3): **Aprender trabajar con el otro**

*Interactúa con otros en situaciones diversas y complejas para alcanzar objetivos comunes, en un entorno donde el equilibrio de los roles - colaborador o líder- y la fluidez comunicativa procuran resultados beneficiosos para todos.*

UNIDADES DE COMPETENCIA	CRITERIOS DE DESEMPEÑO
<b>CG3-U1. Participa y trabaja en equipo.</b>  <i>Se integra en equipos asumiendo diversidad de roles y tareas, orientado hacia el logro de una meta común.</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Identifica roles y funciones de todos los miembros del equipo.</li> <li>2. Realiza las tareas establecidas por el equipo.</li> <li>3. Cumple diversos roles dentro del equipo.</li> <li>4. Utiliza formas de comunicación que favorecen las relaciones de interdependencia.</li> <li>5. Coordina las acciones del equipo hacia el logro de la meta común.</li> </ol>
<b>CG3-U3. Toma decisiones efectivas para resolver problemas.</b>  <i>Aplica un proceso sistemático de toma de decisiones para elegir la mejor alternativa en la resolución de problemas en beneficio propio y de los otros.</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Identifica el problema.</li> <li>2. Analiza el problema.</li> <li>3. Plantea alternativas de solución.</li> <li>4. Ejecuta la opción que considera más adecuada para la solución del problema.</li> <li>5. Promueve los cambios necesarios para asegurar la calidad de los resultados en el tiempo.</li> </ol>
<b>CG3-U6. Organiza y planifica el tiempo.</b>  <i>Gestiona el uso del tiempo a corto, mediano y largo plazo para planificar y desarrollar actividades individuales y colectivas.</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Determina el tiempo idóneo para cumplir con objetivos individuales y colectivos.</li> <li>2. Jerarquiza las actividades en el corto, mediano o largo plazo.</li> <li>3. Ejecuta las actividades planificadas de acuerdo con el cronograma establecido.</li> <li>4. Evalúa sistemáticamente el cumplimiento del cronograma.</li> <li>5. Ajusta el cronograma de acuerdo con los resultados de la evaluación.</li> </ol>
<b>CG3-U7. Formula y gestiona proyectos.</b>  <i>Diseña, dirige y evalúa la realización de proyectos en diversos contextos y en colaboración con otros, para garantizar el logro de los propósitos del proyecto.</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Diagnostica necesidades que pueden ser abordadas por proyectos.</li> <li>2. Formula proyectos de acuerdo a las necesidades del contexto.</li> <li>3. Gestiona las acciones del equipo para ejecutar el proyecto.</li> <li>4. Evalúa los resultados del proyecto.</li> <li>5. Comunica a otros las lecciones aprendidas en el desarrollo del proyecto.</li> </ol>

**Competencia general (CG4): Aprender a interactuar en el contexto global**

*Actúa y se integra a los escenarios globales mediante el dominio de otros idiomas y de las tecnologías de la información y comunicación, esenciales para su interacción en el escenario global.*

UNIDADES DE COMPETENCIA	CRITERIOS DE DESEMPEÑO
<p><b>CG4-U1. Se desempeña eficazmente en contextos internacionales.</b></p> <p><i>Interactúa exitosamente con personas de distintas culturas en escenarios académicos y sociales, en situaciones reales o simuladas, bajo la modalidad presencial o virtual.</i></p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Describe la realidad internacional actual.</li> <li>2. Valora la diversidad cultural en escenarios globales.</li> <li>3. Se integra a los distintos contextos internacionales.</li> <li>4. Participa en grupos multiculturales. cooperativamente bajo la modalidad presencial o virtual.</li> <li>5. Transfiere prácticas culturales efectivas a otros contextos.</li> </ol>

**Competencia Profesional Básica (CPB1): Genera y difunde contenidos destinados a una audiencia**

*Genera contenidos con diferentes propósitos y de distinto tipo, que sean claros, coherentes, adecuados al contexto y acordes a los principios éticos de la profesión, y los divulga a través de varios medios y plataformas.*

UNIDADES DE COMPETENCIA	CRITERIOS DE DESEMPEÑO
<p><b>CPB1-U3. Determina las especificidades del contexto y del tipo de texto.</b></p> <p><i>Aplica un proceso sistemático de análisis del propósito de un texto, la audiencia a la que está dirigido y las características que debe adoptar según su género.</i></p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Determina las características de la audiencia objetivo</li> <li>2. Identifica clases de contexto en términos de formalidad y otras características de la situación comunicativa</li> <li>3. Reconoce las especificidades de los medios tradicionales y digitales</li> <li>4. Diferencia tipos de contenido textual: narrativo, descriptivo, expositivo, argumentativo</li> <li>5. Diferencia las características y convenciones de los géneros utilizados en la comunicación social</li> </ol>
<p><b>CPB1-U8. Divulga contenidos.</b></p> <p><i>Diseña acciones para la difusión de contenidos.</i></p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Utiliza diferentes medios para la difusión de contenidos</li> <li>2. Organiza contenidos para programar su difusión</li> </ol>

**IV.- UNIDADES TEMÁTICAS**

<p><b>UNIDAD I</b></p> <p>Tipos y clases de productos editoriales</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Publicaciones unitarias y periódicas               <ol style="list-style-type: none"> <li>1.1. Semejanzas y diferencias entre libros, folletos, hojas sueltas, diarios, semanarios y revistas</li> </ol> </li> <li>2. Estructura de las publicaciones               <ol style="list-style-type: none"> <li>2.1. Publicaciones en papel y/o digitales</li> </ol> </li> <li>3. Publicaciones digitales (portales web)</li> <li>4. Tipos de publicaciones y su proceso de producción               <ol style="list-style-type: none"> <li>4.1. Formatos, periodicidad, productos, entre otros.</li> </ol> </li> </ol>
<p><b>UNIDAD II</b></p> <p>Edición de productos editoriales y convergencia tecnológica editorial</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Fases de la producción editorial               <ol style="list-style-type: none"> <li>1.1. Organización de los contenidos: Corrección de estilo, diseño, diagramación y montaje, corrección ortotipográfica, impresión y distribución.</li> <li>1.2. Actores: director editorial, editor de proyectos o coordinador, autor, periodista, diseñador editorial, fotógrafo, infógrafo, corrector, impresor, distribuidor.</li> </ol> </li> </ol>

	<ol style="list-style-type: none"> <li>2. Migración de contenidos y documentos en papel a los soportes digitales             <ol style="list-style-type: none"> <li>2.1. Cambios en la composición de los textos.</li> <li>2.2. Cambios en los hábitos de consumo: lectura y comprensión.</li> </ol> </li> <li>3. Herramientas digitales: realidad aumentada, inteligencia artificial.</li> </ol>
<p>UNIDAD III</p> <p>Marco legal y ético de la producción editorial</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Derechos de autor             <ol style="list-style-type: none"> <li>1.1. Leyes</li> <li>1.2. Licencias Creative Commons</li> <li>1.3. Dominio público</li> <li>1.4. Cesión de derechos</li> </ol> </li> <li>2. Registro de las obras             <ol style="list-style-type: none"> <li>2.1. ISBN</li> <li>2.2. ISSN</li> <li>2.3. Depósito Legal</li> <li>2.4. Registro de marca</li> </ol> </li> <li>3. Plagio, reediciones sesgadas</li> </ol>
<p>UNIDAD IV</p> <p>Mercadeo y gerencia editorial</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Fundamentos del mercadeo             <ol style="list-style-type: none"> <li>1.1. Análisis de públicos meta, misión y visión de los proyectos editoriales, gestión de recursos financieros, vías y formas de distribución en formatos físicos y electrónicos.</li> <li>1.2. Organización y planificación del tiempo de cada proyecto.</li> </ol> </li> <li>2. El papel del editor editorial o director editorial en la organización de los planes editoriales.</li> </ol>
<p>UNIDAD V</p> <p>Política editorial</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. El proceso de creación: Originales, revisión, adecuación, corrección 1, diseño, corrección 2, derechos.</li> <li>2. El manual de estilo como instrumento que rige los criterios de redacción y organización de los contenidos.             <ol style="list-style-type: none"> <li>2.1. Tipos de manuales de estilo según el tipo de publicación.</li> </ol> </li> </ol>
<p>UNIDAD VI</p> <p>Diseño editorial</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. El manual de identidad gráfica como instrumento que rige los criterios de la visualización de los contenidos.             <ol style="list-style-type: none"> <li>1.1 Logotipo, composición, (formatos /tamaños, manchas / márgenes, retícula), tipografía, guía de color, imagen, íconos.</li> </ol> </li> </ol>

#### **V.- ESTRATEGIAS DE ENSEÑANZA Y DE APRENDIZAJE**

Las actividades docentes deberán conducir al desarrollo de las unidades de competencia y, por consiguiente, estarán diseñadas de forma tal que el o la estudiante tengan una participación activa en su propio aprendizaje, redirigiendo la función del docente al acompañamiento y orientación del proceso. En tal sentido, tales actividades comprenderán estrategias variadas. En las unidades de naturaleza práctica, incluirán el diseño de ejercicios, simulaciones y elaboración de productos comunicacionales reales, y en las de naturaleza teórica utilizarán técnicas como asignación de lecturas guiadas, análisis de textos, formulación de preguntas y problemas, estudio de casos y clases magistrales con o sin apoyo audiovisual, entre otras.

#### **VI.- ESTRATEGIA DE EVALUACIÓN**

La evaluación por parte del docente podrá ser de índole diagnóstica, formativa, formadora o sumativa y comprenderá estrategias variadas tales como la observación y registro de información en listas de cotejo, escalas de estimación y rúbricas para las actividades de naturaleza práctica, y para los contenidos teóricos, exámenes o pruebas cortas, exposiciones, comprobaciones de lectura y otras estrategias, a criterio del profesor.

Aparte de la evaluación docente, podría haber actividades de autoevaluación y coevaluación por parte de los estudiantes, sobre la base de criterios objetivos y válidos previamente establecidos, que les permitan determinar su avance en la asignatura.

## VII.- REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

### Textos

- Barr, C. (2010). *The Yahoo! Style Guide. The ultimate sourcebook for writing, editing, and creating content for the digital world*. Nueva York: St. Martin's Griffin.
- CERLALC. Kovač, M. y van der Weel, A. (2020) La lectura en una era posttextual. *Dossier. Lectura en papel vs. Lectura en pantalla. Los artículos fueron publicados originalmente en la revista First Monday, vol. 23, n.º 10 (octubre 2018), de la Universidad de Illinois en Chicago.*
- Convenio de Berna
- De Buen Unna, J. (2008). *Manual de diseño editorial* (3ª ed.). Gijón: Trea.
- De Sagastizábal, L. y Esteves Fros, F. (Comps.) (2009). *El mundo de la edición de libros*. Buenos Aires: Paidós.
- Eguaras, M. (2008). *Cómo desarrollar un proyecto editorial*. MarianaEguaras ediciones
- Eguaras, M. (2014). *Lo editorial no se relaciona solo con libros sino con contenidos*. Marianaeguaras.com
- Eguaras, M. (2021). *Pinceladas sobre propiedad Intelectual*. Mariana Eguaras ediciones
- El Nacional. *Manual de estilo* (6ª ed.) (2014). Caracas: Los Libros de El Nacional. El País. *Libro de estilo* (16ª ed.) (2014). Madrid: Aguilar.
- Iglesias, F. (2001). *Marketing periodístico*. Barcelona: Ariel.
- Lepe Pineda, Carlos (2020). Libro físico y libro digital ¿la batalla decisiva? En: Generación Anahuac Disponible en: <https://www.anahuac.mx/generacion-anahuac/libro-fisico-y-libro-digital-la->
- Manfredi, J. (2000). *Manual de producción periodística*. Sevilla: MAD.
- Martínez de Sousa, J. (2004). *Diccionario de bibliología y ciencias afines* (3ª ed.). Gijón: Trea.
- Nadal Badal, O. (2011). *Manuales tipográficos para compositores, correctores e impresores*. Madrid: Unión de Correctores de España.
- Orozco, E. (2003). *Edición de diarios: una estrategia para el diseño de periódicos*. Caracas: Autor.
- Polo, M. (2007) *Creación y gestión de proyectos editoriales*. Barcelona: Universidad Autónoma de Real Academia Española, Asociación de Academias de la Lengua Española (2005). *Diccionario panhispánico de dudas*. Bogotá: Santillana.
- Real Academia Española, Asociación de Academias de la Lengua Española (2010). *Nueva gramática de la lengua española (manual)*. Madrid/Bogotá: Espasa/Planeta.
- Real Academia Española, Asociación de Academias de la Lengua Española (2010). *Ortografía de la lengua española*. Madrid: Espasa.
- Schavelson, G. (2016). Seis problemas del mundo del libro y la edición. En: [elblogdeguillermoschavelzon.wordpress.com](http://elblogdeguillermoschavelzon.wordpress.com)
- Schavelson, G. (2019). Los escritores no hacen testamento. En: [elblogdeguillermoschavelzon.wordpress.com](http://elblogdeguillermoschavelzon.wordpress.com)
- Schavelson, G. (2020). Ante la emergencia, una propuesta concreta para los escritores y todo el ecosistema del libro. En: [elblogdeguillermoschavelzon.wordpress.com](http://elblogdeguillermoschavelzon.wordpress.com)
- Schavelson, G. (2020). El fin del concepto de publicación tal y como lo entendíamos hasta Barcelona ahora. En: [elblogdeguillermoschavelzon.wordpress.com](http://elblogdeguillermoschavelzon.wordpress.com)
- 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.

Tavares Lourenço, R. (2018). *La redacción en internet. Tendencias, normas y desafíos de la escritura en la sociedad de la información y del conocimiento*. Caracas: abediciones.

Tavares Lourenço, R. (2019). *El estilo de abediciones. Cómo ponemos nuestros libros en tus manos*. Caracas: abediciones.

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**

Recursos multimedia desarrollados por el Centro de Estudios en Línea