



UNIVERSIDAD DE BUENOS AIRES

Buenos Aires, 14 MAY 1997

Expte. N° 871.835/91 A.2

VISTO la resolución n° 3327/96 dictada por el Consejo Directivo de la Facultad de Filosofía y Letras 3 de diciembre de 1997, mediante la cual solicita la modificación curricular y la denominación de la carrera de Técnico en Edición, y

CONSIDERANDO:

Que por resolución 2160/91 este Consejo Superior aprobó la creación de la carrera de Técnico en Edición en el ámbito de la Facultad de Filosofía y Letras.

El informe de la Comisión de Evaluación de la carrera mencionada, aprobado por el Consejo Directivo de dicha Facultad.

Lo aconsejado por la Comisión de Enseñanza.

EL CONSEJO SUPERIOR DE LA UNIVERSIDAD DE BUENOS AIRES,
R e s u e l v e :

ARTICULO 1°.- Modificar la denominación de la carrera de Técnico en Edición de la Facultad de Filosofía y Letras por la de carrera de Edición.

ARTICULO 2°.- Aprobar el plan de estudios para la carrera de Edición que corre como Anexo I de la presente resolución.

ARTICULO 3°.- El presente plan de estudios rige para todos los alumnos que inicien su carrera a partir del 1 de agosto de 1997.

ARTICULO 4°.- Los alumnos del plan de estudios aprobado por resolución (CS) 2160/91 pasarán automáticamente al nuevo plan, excepto aquéllos que expresamente comuniquen por escrito y antes del 31 de diciembre de 1998 su decisión de permanecer en dicho plan de estudios.

BASILIO RICHARDS



UNIVERSIDAD DE BUENOS AIRES

Expte. N° 871.835/91 A-2

-1-

ARTICULO 5°.- El plan de estudios aprobado por resolución (CS) 2160/91 caducará definitivamente el 31 de diciembre del año 2000.

ARTICULO 6°.- Los alumnos que concluyan esta carrera a partir del 1 de agosto de 1997 recibirán el título de Editor.

ARTICULO 7°.- Aprobar la tabla de equivalencias entre el plan de estudios a que se refiere el artículo 2° y el aprobado por resolución (CS) N° 2160/91 que corre como Anexo II de esta resolución.

ARTICULO 8°.- Regístrese, comuníquese, notifíquese a las Direcciones de Títulos y Planes, de Despacho Administrativo y de Orientación al Estudiante. Cumplido, archívese.

RESOLUCION N° 5294

DIRECCION GESTION
CONSEJO SUPERIOR

MAB.

OSCAR J. SHUBEROFF
RECTOR

DARÍO F. RICHARTE
Secretario General



UNIVERSIDAD DE BUENOS AIRES

Expte. N° 871.835/91 A.2

-a-

ANEXO I

Carrera de Edición

1. Fundamentación

Desde que fue posible y se volvió imprescindible registrar el conocimiento y la obra creativa del hombre para transferirlos y comunicarlos a otros hombres, el proceso necesario para llevar a cabo esta misión esencial para la supervivencia de la sociedad - constituida por toda una gama de actividades intermedias- se hizo complejo, volviéndose cada vez más diversificado y multifacético.

Las actividades relacionadas con la edición, distribución y venta de impresos pudieron desarrollarse durante mucho tiempo sobre esquemas empíricos de transferencia de los conocimientos y pericias inherentes a las diferentes tareas. Así fue como imperó el aprender haciendo e imitando, o el maestro enseña al aprendiz que, con el transcurrir de los años deviene maestro y reinicia el ciclo. El acelerado ritmo de las mutaciones e innovación tecnológica, característico de la segunda mitad de nuestro siglo, requiere otro tipo que retroalimenta desde otra perspectiva a la actividad editorial en su conjunto.

Así lo han comprendido los Estados Unidos de América y numerosos países europeos, encarando diversas alternativas de nivel universitario para satisfacer las necesidades de un sector tan importante para el desarrollo cultural, económico y social de un país. América Latina, todavía no ha recogido el desafío, aún cuando hay un consenso cada vez más profundo sobre la urgencia de crear carreras de grado que formen técnicos y profesionales de la edición, capacitados y conscientes del papel que están llamados a desempeñar en la sociedad.

La Universidad Nacional ha mostrado reiteradas veces su voluntad de diversificar los esfuerzos educativos para satisfacer las demandas de la comunidad, dirigiéndolas muy especialmente hacia la capacitación de recursos humanos que tengan una rápida inserción laboral en el medio productivo.

Apoyada en estas premisas, la creación de una carrera corta y de nivel universitario, permitirá a numerosos jóvenes encontrar una formación integral basada en los más modernos requerimientos de la pedagogía universitaria.

Enfrentada a un proceso de achicamiento y contracción, la industria editorial de nuestro país requiere para su desarrollo y expansión el aporte y estímulo de personas formadas sistemática y adecuadamente, capaces de dinamizar las actividades, proyectos e investigaciones vinculadas con las áreas de producción industrial y de comercialización.

Con esta carrera, la Universidad puede dar una respuesta concreta y eficiente a las expectativas del sector editorial.

DARÍO F. RICHARTE
Secretario General



UNIVERSIDAD DE BUENOS AIRES

Expte. N° 871.835/91 A.2

-b-

2. Objetivos de la carrera

El objetivo primario al que sirve el plan de estudios es la empresa editorial, entendida como un proceso que integra un conjunto de tareas que van desde la elaboración de un modelo, objeto de producción gráfica, impreso por cualquier mecanismo y presentado como libro, folleto o revista, hasta la coordinación de las actividades del marketing para orientar las características del modelo y su distribución. Todo este ciclo tiene como objetivo último poner a disposición del lector un producto y bien cultural: el libro en su sentido más genérico, ya sea éste una obra científica, artística o literaria.

La empresa editorial tiene necesidades muy diversas derivadas de un proceso secuencial complejo. Se plantean, en principio, los objetivos siguientes:

- * proporcionar un sólido conocimiento del proceso editorial en su conjunto y de la industria y el comercio del libro a través de una visión amplia de sus elementos claves.

- * dotar al estudiante de una buena preparación que combine una ampliación de su formación general con un conjunto específico de vocabulario, conocimientos, destrezas y modos de negociar típicos de la actividad editorial.

- * capacitar a los alumnos para evaluar nuevas tecnologías y mercados, planificar estrategias y lograr ventajas competitivas con el objeto de responder a las oportunidades y necesidades cambiantes del campo editorial.

- * suministrar fundamentos para una reflexión madura sobre los principales problemas y desafíos de la industria editorial en nuestro país.

3. Perfil del graduado

El graduado en Edición tendrá competencia profesional para aspirar a ingresar o avanzar posiciones en la empresa editorial, sobre la base de los conocimientos y destrezas requeridos para desempeñarse en los distintos niveles de gestión pudiendo, asimismo, desempeñarse en el comercio del libro y otros soportes de la industria.

El graduado podrá, asimismo suministrar servicios editoriales en diferentes medios: comerciales, académicos, oficiales, etc.

Específicamente, el graduado podrá ocupar diferentes posiciones en los distintos departamentos editoriales tales como edición, producción, diseño, contratos y derechos, ventas y publicidad así como desempeñarse en proyectos editoriales, asistentes de producción, administradores de venta, asistentes de distribución o libreros, entre otros.

Se aspira, asimismo, a ampliar el perfil del graduado sobre la base de la transferencia de la capacidad investigativa de la Universidad al medio social y dentro del ámbito académico a formar nuevos teóricos, investigadores y docentes.



UNIVERSIDAD DE BUENOS AIRES

Expte. N° 871.835/91 A.2

-c-

4. Estructura curricular

4.1. Duración total de la carrera

Se ha previsto su duración en SEIS (6) cuatrimestres (equivalente a TRES -3- años) durante los cuales los alumnos deberán aprobar DIECIOCHO (18) materias, CUATRO (4) niveles de idiomas y UNA (1) pasantía o tesina.

4.2. Materias del Ciclo Básico Común

Las materias del Ciclo Básico Común pueden cursarse en cualquier momento de la carrera y son sólo DOS (2):

- * Introducción al Pensamiento Científico
- * Introducción al Conocimiento de la Sociedad y el Estado

4.3. Materias de grado

1. Teoría de los Medios y de la Cultura
2. Introducción a la Actividad Editorial
3. Edición Editorial
4. Registro y Organización de Materiales Editoriales
5. Fundamentos de la Producción de Impresos
6. Informática Aplicada a la Administración Editorial
7. Informática Aplicada a la Producción Editorial
8. Marketing Editorial
9. Administración de la Empresa Editorial
10. Derechos Editoriales y del Autor
11. Una materia a elegir entre "Teoría y Análisis Literario" o "Semiología" (corresponde a la materia del Ciclo Básico Común)
12. Corrección de Estilo
13. Epistemología y Metodología de la Investigación Social
14. Fundamentos de Diseño Gráfico para Editores
15. Una materia a elegir entre "Edición Electrónica y Multimedia" o "Edición de Publicaciones Periódicas".
16. Seminario Obligatorio a elegir entre los que dicte el Departamento, otros Departamentos de la Facultad o de otras Facultades de la Universidad de Buenos Aires, previa autorización escrita del Departamento.



UNIVERSIDAD DE BUENOS AIRES

Expte. N° 871.835/91 A.2

-d-

4.4. Idiomas

Los alumnos deberán aprobar TRES (3) niveles del idioma inglés y UN (1) nivel de otro idioma optativo entre francés, alemán, portugués o italiano.

4.5. Pasantía o Tesina

Los alumnos podrán optar entre realizar:

4.5.1. Pasantía:

El alumno deberá cumplir con una pasantía cuya duración no podrá ser inferior a CIENTO NOVENTA Y DOS (192) horas durante las cuales los estudiantes podrán optar por realizar algunas de las tareas siguientes:

a) concurrir a una empresa del medio editorial para realizar una práctica profesional en la que cumplirá uno o varios roles que se le asignen de común acuerdo entre la cátedra y la empresa;

b) realizar un trabajo de edición sobre un material editable de común acuerdo entre la cátedra y un profesor del área.

La carga horaria será distribuida con la supervisión de un tutor de pasantía quien controlará el desempeño y ayudará a resolver los problemas que eventualmente se susciten en la empresa o en la concreción de la tarea emprendida.

Para aprobar la pasantía cada alumno deberá presentar informes de avance y un informe final que contenga consideraciones globales sobre la tarea efectuada referida a la industria editorial.

Las notas obtenidas de los trabajos anteriores se promediarán juntamente con la nota de concepto que haya establecido el tutor de pasantía con lo cual se obtendrá la nota final.

En ningún supuesto, el estudiante podrá optar por la modalidad de "libre" para el cumplimiento de la pasantía.

4.5.2. Tesina:

El alumno deberá realizar una tesina sobre uno de los temas o alguna de las problemáticas estudiadas en las materias de la carrera, de común acuerdo entre la cátedra y el profesor del área.



UNIVERSIDAD DE BUENOS AIRES

Expte. N° 871.835/91 A.2

-e-

4.6. Carga horaria del desarrollo de las materias

Todas las materias son de cursado cuatrimestral por lo que, en consecuencia, la carga horaria es la siguiente:

Asignatura	Hs. Sem.	Total Cuatr.
Introducción al Pensamiento Científico	4	48
Introducción al Conocimiento de la Sociedad y Estado	4	48
Teoría de los Medios y de la Cultura	8	96
Introducción a la Actividad Editorial	8	96
Edición Editorial	8	96
Registro y Organización de Materiales Editoriales	8	96
Fundamentos de la Producción de Impresos	8	96
Informática Aplicada a la Administración Editorial	8	96
Informática Aplicada a la Producción Editorial	8	96
Marketing Editorial	8	96
Administración de la Empresa Editorial	8	96
Derechos Editoriales y del Autor	8	96
Teoría y Análisis Literario o Semiología	8	96
Corrección de Estilo	8	96
Epistemología y Metodología de la Investigación Social	8	96
Fundamentos de Diseño Gráfico para Editores	8	96
Edición Electrónica y Multimedia o Edición de Publicaciones Periódicas	8	96
Seminario Obligatorio	4	48
Pasantía o tesina	-	192
Total de la carga horaria de la carrera		1776

5. Título a otorgar

El título a expedirse será el de Editor.

Podrá solicitarse la expedición de este último cuando se haya aprobado :

Las DOS (2) materias obligatorias del Ciclo Básico Común, las DIECISEIS (16) materias del ciclo de grado, TRES (3) niveles de idioma inglés y UNO (1) de otro idioma a elección y la pasantía o tesina.

DARÍO F. RICHARTE
Secretario General



UNIVERSIDAD DE BUENOS AIRES

Expte. N° 871.835/91 A.2

-f-

6. Contenidos mínimos

6.1. Introducción al Pensamiento Científico

Se trata de una de las materias obligatorias del Ciclo Básico Común y en consecuencia, tiene los requerimientos anteriormente previstos para la misma.

6.2. Introducción al Conocimiento de la Sociedad y el Estado

Se trata de una de las materias obligatorias del Ciclo Básico Común y en consecuencia, tiene los requerimientos anteriormente previstos para la misma.

6.3. Teoría de los Medios y de la Cultura

Historia de los medios de comunicación. Teorías de la comunicación. La comunicación masiva. Diversos tipos de comunicación. Los medios de comunicación. Industrias culturales, Estudios culturales. Teorías de la cultura.

6.4. Introducción a la Actividad Editorial

Características del comercio y la industria editorial en la Argentina y en el mundo. Semejanzas y diferencias en la organización empresarial, en las formas de edición, en las relaciones con los mercados internos e internacionales. Los actores del mundo editorial, empresarios, administrativos, técnicos, autores, proveedores, vendedores, las cámaras empresariales, los funcionarios públicos y políticos. Los cambios en la industria editorial, Historia de las publicaciones en la Argentina y en el mundo.

6.5. Edición Editorial

El libro como objeto. Tareas básicas del editor. Secuencia del proceso de edición. El "editing", Búsqueda, edición y tratamiento de imágenes. Guías y hojas de estilo. Corrección de pruebas. Elementos básicos del diseño editorial. Presupuesto del prototipo.

DARÍO F. RICHARTE
Secretario General



UNIVERSIDAD DE BUENOS AIRES

Expte. N° 871.835/91 A.2

-8-

6.6. Registro y Organización de Materiales Editoriales

Principios de descripción bibliográfica. Ordenación física e intelectual de materiales editoriales. Principios de selección bibliográfica a través de fuentes de información para la industria editorial. Los Catálogos en el mundo editorial en distintos soportes. Modelos de comunicación y organización bibliográfica de materiales editoriales.

6.7. Fundamentos de la Producción de Impresos

Tipografía: diseño y tecnología. Cálculo tipográfico. Preimpresión: teoría del color. Manipulación de imágenes. Peliculado. Pruebas de color. Equipamiento gráfico. Papel; manufactura y clasificación. Sistemas de impresión: clasificación y tecnologías. Sistemas de encuadernación y acabado. Presupuesto básico de producción.

6.8. Informática Aplicada a la Administración Editorial

Teoría general de la informática. Informática aplicada a la administración editorial. Hardware y software. Hipertexto, hipermedia, videos, redes y pistas informáticas.

6.9. Informática Aplicada a la Producción Editorial

Hardware y software aplicado a la edición y producción editorial. Distintas plataformas gráficas. Procesadores. Autoedición. Scanners. Imágenes. Multimedia. Periféricos de preimpresión.

6.10. Marketing Editorial

Concepto de marketing. Planificación. Estrategias del marketing en la industria cultural. Psicología del consumo de bienes culturales. Gestión de libros sub-valorados. Marketing directo. Ferias y exposiciones del libro: locales, regionales, nacionales e internacionales. Gestión de ventas. Organización de la fuerza de trabajo. Promoción, publicidad, relaciones públicas. Promoción a través de canales comerciales y no comerciales.


DARÍO F. RICHARTE
Secretario General



UNIVERSIDAD DE BUENOS AIRES

Expte. N° 871.835/91 A.2

-h-

6.11. Administración de la Empresa Editorial

La administración de organizaciones. Los objetivos administrativos, productivos y comerciales. La gestión contable. Organización y división del trabajo empresarial. Planificación organizacional. Relaciones con la distribución mayorista y minorista. Otros canales de distribución: kioscos, supermercados, venta directa, venta a crédito. Gestión económica y financiera. Problemas económico-financieros vinculados con la economía y el mercado nacionales e internacionales. Mecanismos y dinámica de importación y exportación. Generación de emprendimientos editoriales.

6.12. Derechos Editoriales y del Autor

Derechos y obligaciones de las personas físicas y de las personas jurídicas. Contratos y derechos personales y reales. Actos de comercio, sociedades y seguros. Derecho del trabajo y de la seguridad social. Contratos laborales eventuales. Protección jurídica de la creatividad. Derechos del editor y del autor. Contratos editoriales. Registración obligatoria. Reprografía. Aspectos penales vinculados con el contenido de las publicaciones. Políticas legislativas relacionadas con el sector editorial. Regulación internacional de los mercados. Ética editorial. Problemas de la protección jurídica en el marco de las nuevas tecnologías.

6.13. Teoría y Análisis Literario o Semiología (corresponde a la materia del Ciclo Básico Común)

6.13.1. Teoría y Análisis Literario

Problemas para delimitar y constituir el objeto de estudio en la crítica y en la teoría literaria. Funciones, objetos y niveles de reflexión en las teorías literaria. La cultura como contexto de interpretación. El género, categoría literarias e ideología. Teoría sobre los géneros literarios.

DARÍO F. RICHARTE
Secretario General



UNIVERSIDAD DE BUENOS AIRES

Expte. N° 871.835/91 A.2

-i-

6.13.2. Semiología

Comunicación: esquema de la comunicación. Signo lingüístico. Relaciones sintagmáticas y paradigmáticas. Unidades semióticas y semánticas. Sistemas de modelización primaria y secundarios. El signo en Peirce. Estructuras estilísticas y retóricas: Variedades. Lectos, - registros. Operaciones y niveles. Connotación. Enunciación: Deicticos. Personas. Localizaciones espaciales y temporales. Discurso / relato. Polifonía: Enunciados referidos. Entornos: verbos introductores. Contaminación de voces. Dimensión dialógica del discurso argumentativo. Actos del habla: Los realizativos. Clases de actos ilocutorios. Tipos de reglas. Actos del habla indirectos. Macroactos del habla. Los implícitos: La situación y el "sentido completo" de un enunciado. Las presuposiciones. Descripciones definidas. Normalizaciones. Predicados.

6.14. Corrección de Estilo

Gramática preceptiva. El uso de los regimenes verbales y preposicionales. La fluctuación en el uso de las distintas categorías gramaticales. La noción de estilo. Los préstamos y adaptaciones interlingüísticas. Introducción a la retórica. El español y las variantes regionales. Los discursos técnicos. Revisión y corrección de estilo.

6.15. Epistemología y Metodología de la Investigación Social

Corrientes epistemológicas contemporáneas. Descripción, explicación y predicción en las ciencias sociales. El problema de lo teórico y lo observacional. El problema del método: pluralidad de métodos en ciencias sociales (axiomático y modelos, inductivo, hipotético-deductivo, hermeneútico, comprensión, dialéctico, fenomenológico, semiótico, progresivo-regresivo), Técnicas cuantitativas y cualitativas. Encuestas, entrevistas, historias de vida.

6.16.1. Edición Electrónica y Multimedia

Definición de multimedia, hipertexto e hipermedia. El proceso de edición y tratamiento visual, tareas básicas de editor de soportes digitales. Aplicaciones en el campo de la edición: productividad, información, entretenimiento, creatividad, educación, etc. Estándares. Tipos de datos. Recursos. Periféricos. Tecnologías de tratamiento de imágenes, sonidos y videos. Realización de proyectos, el proceso de producción, el presupuesto del prototipo.



UNIVERSIDAD DE BUENOS AIRES

Expte. N° 871.835/91 A.2

-j-

6.16.2. Edición de publicaciones periódicas

Las publicaciones periódicas: revistas, periódicos, house organs, catálogos, etc. Tareas básicas del editor según el tipo de material. Las secuencias del proceso de edición. El editing y el tratamiento visual.

6.17. Fundamentos de Diseño Gráfico para Editores

Historia del diseño. Teorías de la comunicación visual. El proceso del diseño. Consideraciones artísticas y comerciales. La identidad corporativa y sus aplicaciones. Bases del diseño publicitario. Elementos constitutivos del diseño en libros, revistas y otras publicaciones periódicas. Sistemas organizativos: recursos humanos y equipamiento.

6.18. Seminario Obligatorio

En función de que esta carrera pretende formar profesionales que se desempeñarán en un medio que evoluciona constantemente y que la estructura curricular debe, en consecuencia, admitir la posibilidad de receptor esos cambios de manera inmediata, a fin de que la obsolescencia no sea su signo distintivo, se ha previsto que, en lugar de una materia predeterminada, se dicten seminarios de contenidos optativos, variables según los intereses de los propios estudiantes y las realidades circundantes. Se cumple, además, mediante este mecanismo con la solución a los problemas puntuales que se han observado a lo largo de estos años, respecto del tratamiento de ciertos temas, tales como, el libro infantil, comercialización minorista, taller de escritura, generación de nuevos emprendimientos editoriales, planificación de la producción editorial u otros. Permitirá, asimismo, que el Departamento del área, los profesores y los propios estudiantes sugieran nuevas temáticas y aún, en el caso de estos últimos soliciten la autorización respectiva para cursar otras materias en esta Facultad o en otras del ámbito de la Universidad cuyos contenidos sean adecuados a la propuesta curricular inicial.

DARÍO F. RICHARTE
Secretario General



UNIVERSIDAD DE BUENOS AIRES

Expte. N° 871.835/91 A.2

-k-

ANEXO II

Tabla de equivalencias

Materias del plan de estudios según Res. (CS) 2160/91

El libro y los medios de comunicación
Edición y Producción Editorial
Registro y Organización de Impresos

Principios de Automatización I

Principios de Automatización II

Introducción a los Derechos Empresariales y del Autor

Marketing y Ventas
Cualquier materia optativa

Materias del nuevo plan de estudios

Teoría de los medios y de la cultura.
Edición Editorial

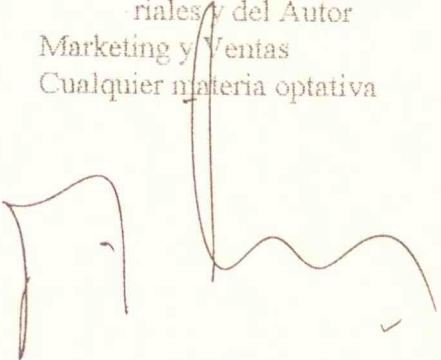
Registro y Organización de Ma-
teriales Editoriales

Informática Aplicada a la Admi-
nistración Editorial

Informática Aplicada a la Pro-
ducción Editorial

Derechos Editoriales y del Autor

Marketing Editorial
Seminario Obligatorio


DARIO F. RICHARTE
Secretario General