



UNIVERSIDAD DE BUENOS AIRES

Buenos Aires, 18 DIC 1991

Expte. nº 871.835/91

VISTO la resolución nº 3.215 dictada por el Consejo Directivo de la Facultad de Filosofía y Letras el 26 de noviembre último mediante la cual solicita la creación de la carrera de Técnico en Edición, y

CONSIDERANDO:

Que la Casa de Estudios mencionada expresa a fojas 25 que la creación de una carrera corta, de nivel universitario, permitirá a numerosos jóvenes encontrar una formación integral basada en los más modernos requerimientos de la pedagogía universitaria.

Lo informado por la Dirección de Títulos y Planes.

Lo aconsejado por la Comisión de Enseñanza.

EL CONSEJO SUPERIOR DE LA UNIVERSIDAD DE BUENOS AIRES


Resuelve:

ARTICULO 1º.- Crear la carrera de Técnico en Edición de la Facultad de Filosofía y Letras, cuya fundamentación, objetivos, perfil del graduado, estructura curricular y título a otorgar se detallan en el Anexo que forma parte integrante de la presente resolución.

ARTICULO 2º.- Oportunamente la Facultad mencionada deberá establecer la fecha de vigencia de la carrera que se crea por el artículo 1º.

ARTICULO 3º.- Dejar establecido que dicha Facultad deberá determinar si las materias del Ciclo Básico Común podrán ser cursadas como último requisito del plan de estudios y, asimismo si, eventualmente se podrá ampliar la nómina de materias optativas.

ARTICULO 4º.- Regístrese, comuníquese, notifíquese a las Direcciones de

  
GUSTAVO FERNANDO LOPEZ  
SECRETARIO GENERAL

///



UNIVERSIDAD DE BUENOS AIRES

///

Títulos y Planes, de Asuntos Académicos, de Despacho Administrativo y de Orientación al Estudiante. Cumplido, archívese.

RESOLUCION Nº 2160

DIRECCION GESTION  
CONSEJO SUPERIOR

MCC

TIBAR J. SANCHEZ  
SECRETARIO

GUSTAVO FERNANDO LOPEZ  
SECRETARIO GENERAL



UNIVERSIDAD DE BUENOS AIRES

CARRERA DE TECNICO EN EDICION1. 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 complejizó, 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 educativas 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 haya 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.

Apoiada en estas premisas, la creación de una carrera corta, 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 for-



UNIVERSIDAD DE BUENOS AIRES

... madas 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.

## 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 un 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 los siguientes objetivos en principio:

- \* 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 estrategias 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 de Técnico 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 niveles intermedios de gestión pudiendo, asimismo, desempeñarse en el comercio del libro.

El graduado podrá, asimismo, suministrar servicios edito



UNIVERSIDAD DE BUENOS AIRES

riales en diferentes medio-ambientes: 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 como copieditores de proyectos editoriales, asistentes de producción, administradores de ventas, asistentes de distribución o libreros, entre otros.

#### 4. Estructura curricular

##### 4.1. Duración total de la carrera

Se ha previsto su duración en cinco cuatrimestres o lo que es lo mismo, dos años y medio durante los cuales los alumnos deberán aprobar quince materias, cuatro niveles de idiomas y una pasantía.

##### 4.2. Materias del Ciclo Básico Común

Las materias del Ciclo Básico Común pueden cursarse en cualquier momento de la carrera y son solo dos:

- \* ~~Introducción al conocimiento científico~~
- \* ~~Introducción al conocimiento de la sociedad y el Estado~~

##### 4.3. Materias de grado

Son las siguientes:

- \* El libro y los medios de comunicación
- \* Introducción a la actividad editorial
- \* Producción y edición editorial
- \* Registro y Organización de Impresos
- \* Fundamentos de la producción de impresos
- \* Principios de automatización I
- \* Principios de automatización II
- \* Marketing y ventas
- \* Administración de la empresa editorial.
- \* Introducción a los derechos empresariales y del autor
- \* Teoría y análisis literario
- \* Corrección de estilo
- \* Optativa entre:

Fundamentos de Filosofía  
Literatura del Siglo XX  
Literatura del Siglo XIX  
Historia Social General

##### 4.4. Idiomas

Los alumnos deberán aprobar tres niveles del idioma inglés y un nivel de otro idioma optativo entre francés, alemán, portugués o italiano.

##### 4.5. Pasantía



Cada alumno deberá cumplir con una pasantía cuya duración no podrá ser inferior a doscientos cuarenta (240) horas durante las cuales deberá concurrir a una empresa del medio editorial.

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.

Para aprobar la pasantía cada alumno deberá presentar tres informes de avance sobre los aspectos gráficos, de distribución mayorista y de comercialización minorista y un informe final que contenga consideraciones globales sobre la industria editorial.

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

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	Horas Seman.	Total Cuatr.
Intr. Conocimiento Científ.	4	48
Intr. Conoc. Socied. Estado	4	48
El Libro y Medios de Comun.	8	96
Intr. Actividad Editorial	8	96
Produc. Edición Editorial	8	96
Reg. y Organiz. Impresos	8	96
Fund. Producción Impresos	8	96
Princ. Automatización I	8	96
Princ. Automatización II	8	96
Marketing y Ventas	8	96
Administ. Empr. Editorial	8	96
Intr. Dchos. Empres. Autor	8	96
Teoría y análisis literario	8	96
Corrección de estilo	8	96
Optativa	8	96
Pasantía	8	96
<b>Total de la carga horaria de la carrera</b>		<b>240</b>
		<b>1584</b>

5. Contenidos mínimos

5.1. Introducción al Conocimiento Científico

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

5.2. Introducción al Conocimiento de la Sociedad y el



UNIVERSIDAD DE BUENOS AIRES

Estado

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

5.3. El Libro y los Medios de Comunicación

Teoría de la comunicación. El proceso de la comunicación en el hombre. La comunicación masiva. Diversos tipos de comunicación. Los nuevos medios de comunicación. Conservación y reproducción de los medios de comunicación.

Evolución del arte de imprimir. El libro a través de la Historia: su proyección hacia el futuro. El mundo de los libros en la Argentina.

5.4. 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.

Ética empresarial y ética de la industria.

El libro como factor de cambio de las pautas culturales de la sociedad. Los cambios en la industria editorial.

5.5. Producción y Edición Editorial

La función editorial. El papel del editor. Sellos editoriales. Selección de títulos editoriales. Las ediciones especializadas por áreas del conocimiento, por tipos de lectores, por formatos.

Secuencia del proceso de edición del libro. Cronograma del proceso. Planificación de la producción. Compra y control de calidad de servicios y de insumos.

5.6. Registro y Organización de Impresos

Principios de catalogación. Ordenación de catálogos. Principios de clasificación. Ordenación física e intelectual. Modelos de comunicación y organización bibliográfica. Principios de selección bibliográfica.

5.7. Fundamentos de la Producción de Impresos

Naturaleza y propiedades del papel. La tipografía. Las ilustraciones. Reproducción del color.

Proceso de la manufactura. Diseño del impreso. Proceso de impresión. Proceso de encuadernación.

5.8. Principios de Automatización I

Introducción general a los conceptos básicos de la computación. Ideas de Hardware y de Software. Procesadores de textos. Programas para el manejo de stocks y de catálogos.



UNIVERSIDAD DE BUENOS AIRES

Tipografías (fonts). Composición láser. Desk Top Publishing. Introducción al procesamiento de gráficos e imágenes (scanners y soft). Integración de textos e imágenes. Tecnología actual disponible: PC, Mac, Work Stations; Scanners; Láser printers, typesetters, imagesetters (papel, papel vegetal, película, papel fotográfico, acetato, salidas posibles, pruebas, separación de color, fotocromos); nuevas tendencias: hipertexto, hipermedia, video).

#### 5.9. Principios de automatización II

Microcomputadoras en la distribución. La aplicación de la informática en la venta minorista y en la investigación de mercado.

Microcomputadoras en la administración contable. Utilización en la gestión contable-administrativa.

Microcomputadoras en el marketing y la publicidad. Utilización de la base de datos para las listas de distribución por correo y para venta directa. Utilización de las spreadsheets para marketing y presupuestos de publicidad. Utilización de procesadores de palabras y desk top publishing para crear marketing y material publicitario (hojas informativas, listas de stocks, catálogos, anuncios, impresos).

#### 5.10. Marketing y ventas

Concepto de marketing. Planificación. Estrategias del marketing. Psicología del consumo.

Problemas claves en la gestión de la importación y la exportación. Planificación pro-activa y reactiva frente a los competidores. Libros sub-valorados, licencias, piratería. Marketing directo.

Ferias y exposiciones del libro: locales, regionales, nacionales e internacionales.

Gestión de las ventas. Organización de la fuerza de ventas.

Promoción, propaganda y relaciones públicas.

#### 5.11. Administración de la Empresa Editorial

La administración de la empresa. Los objetivos administrativos, comerciales e industriales. La gestión del personal. La gestión contable. Organización y división del trabajo empresarial.

Planificación de la empresa. El negocio de la edición. Relaciones con la distribución mayorista y la venta minorista.

Gestión económica y financiera. Problemas económico-financieros vinculados con la economía y el mercado nacionales e internacionales.

#### 5.12. Introducción a los Derechos Empresariales y del

*Fy*





UNIVERSIDAD DE BUENOS AIRES

Autor

Derechos y obligaciones de las personas físicas y de las personas jurídicas. Contratos y derechos reales. Actos de comercio, sociedades, seguros.

Derecho tributario. Impuestos, tasas y contribuciones. Derechos de importación y de exportación. Ley de Aduanas.

Derechos del trabajo y de la seguridad social. Derechos del trabajador y de la empresa. Contratos laborales eventuales.

Derechos del autor y del editor. Puntos claves de los contratos entre autores y editores. Registración obligatoria. Reprografía. Aspectos penales vinculados con el contenido de las publicaciones. Políticas públicas vinculadas a los contenidos de las publicaciones.

5.13. 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 literarias. La cultura como contexto de interpretación. El género, categorías literarias e ideología. Teoría sobre los géneros literarios.

5.14. Corrección de estilo

Gramática preceptiva. El uso de los regímenes 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.

5.15. Optativa entre:

5.15.1. Fundamentos de Filosofía

El inicio de la Filosofía. Racionalismo y empirismo. Idealismo y materialismo. Nihilismo y negación de la Filosofía. Fenomenología y ontología. Filosofía y cultura. Los métodos filosóficos. El conocimiento. El lenguaje. La libertad.

5.15.2. Literatura del Siglo XX

Estructuras topológicas en la literatura moderna. Modernidad y vanguardia. Posmodernidad. Literatura experimentación y medios masivos. Experiencia, percepción y representación. Experiencia y escritura. Experiencia y narración.

Literatura y juventud. Jóvenes americanos. Retrato, autobiografía, diario, memoria. La escritura de sí. La experiencia del sexo. Género: pornografía y novela sentimental.

*[Handwritten signature]*  
JUSTAVO FERNÁNDEZ LÓPEZ  
SECRETARIO GENERAL



5.15.3. Literatura del Siglo XIX

Romanticismo y modernidad II. Romanticismo y modernidad y doble revolución.

La superación de la prosa en el romanticismo alemán. La poética de la imaginación en el romanticismo inglés. El artista romántico en el Nuevo Mundo. Breve itinerario del romanticismo europeo. Romanticismo y modernidad en el debate contemporáneo.

5.15.4. Historia Social Argentina

Sociedad y cultura en el mundo occidental. La sociedad feudal, burguesa y feudoburguesa. La época del absolutismo. Las revoluciones burguesas (1760-1848). La crisis de la sociedad burguesa (1914-1945).

6. Título a otorgar

El título a expedirse será el de Técnico en Edición.

SECRETARÍA