



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO
FACULTAD DE FILOSOFÍA Y LETRAS
LICENCIATURA EN LETRAS CLÁSICAS



Procesos editoriales II

Clave:	Semestre:	Créditos:	Área:	Apoyo a la docencia y a la investigación			
4947	8°	4	Campo de conocimiento:	Iniciación a la investigación*			
			Ciclo:	complementario			
Modalidad:	curso presencial vinculado a una estancia laboral (servicio social o prácticas profesionales) en una casa editorial			Tipo:	T (X)	P ()	T/P ()
Carácter:	optativo			Horas			
* Este curso corresponde a las opciones de profesionalización establecidas en el Plan de Estudios vigente: desde el campo de Iniciación a la investigación contempla la práctica específica de habilidades para el mercado laboral.	Semana		Semestre				
	Teóricas:	2	Teóricas:	32			
	Prácticas:	0	Prácticas:	0			
	Total:	2	Total:	32			
Seriación: indicativa							
Asignatura antecedente:	Procesos editoriales I						
Asignatura subsecuente:	ninguna						

Breve presentación (para el alumnado):

Procesos editoriales II

En este segundo semestre elegirás un proyecto editorial *real* a partir de una paleta de opciones presentada por el profesor: puede ser a través de un programa de servicio social o de prácticas profesionales en editoriales humanísticas públicas, o por colaboración en la edición de un libro o una revista específica, o incorporándote a algún proyecto de difusión y gestión cultural. También puedes —si ya ejerces actividad editorial profesional— elegir un proceso editorial que conoces y practicas para proponer alguna mejora y dar seguimiento a su implementación.

El semestre consistirá en el acompañamiento y la guía para la resolución de problemáticas específicas de cada uno de los procesos involucrados en tal proyecto: desde la negociación autoral y contractual, el análisis de costos o las opciones de producción, hasta las decisiones de diseño editorial, el estilo de publicación o las estrategias de difusión y distribución.

Al finalizar el semestre habrás adquirido experiencia profesional real en la industria editorial y contarás con conocimientos y —sobre todo— prácticas específicas para llevar a buen término los procesos editoriales correspondientes a tu proyecto de elección.

Objetivo general:

El alumno adquirirá experiencia profesional y se ejercitará en la aplicación de estrategias concretas para la resolución de problemas prácticos en los diversos procesos de un proyecto editorial de su elección.

Objetivos específicos:

El alumno:

1. se involucrará en un proyecto real de alguna editorial humanística o de alguna instancia de difusión cultural
2. identificará problemáticas a resolver, procesos por emprender o concluir, y prácticas por implementar o mejorar en dicho proyecto
3. conocerá y aplicará estrategias del proceso de selección y contratación de obras
4. adquirirá práctica en el proceso de cuidado editorial de su propio proyecto
5. reflexionará sobre la lógica y sistematicidad del proceso de pre prensa y diseño editorial
6. elaborará una estrategia de difusión en medios electrónicos para su proyecto.

Índice temático

	Unidades	Horas / semestre	
		Teóricas	Prácticas
1	Selección y presentación de proyectos	6	0
2	Identificación de problemáticas y retos	4	0
3	Discusión de casos: selección y contratación	4	0
4	Discusión de casos: integración de manuscrito y diseño	6	0
5	Discusión de casos: cuidado editorial y pre prensa	6	0
6	Presentación de estrategias de difusión	6	0
Total		32	0

Contenido temático

Unidad	Temas	Sesión
1	Selección y presentación de proyectos 1.1. Presentación de alternativas de proyectos a elegir 1.1.1. Por servicio social o prácticas profesionales 1.1.2. Por colaboración en libro o publicación periódica 1.1.3. Por implementación o mejora de proceso editorial 1.2. Presentación por los alumnos de los proyectos elegidos 1.2.1. Tareas concretas 1.2.2. Calendarización	1 2-3
2	Identificación de problemáticas y retos 2.1. De selección y contratación 2.1.1. Planteamiento de problemática, reto o práctica 2.1.2. Discusión de estrategias y ruta crítica 2.2. De cuidado editorial y producción 2.2.1. Planteamiento de problemática, reto o práctica 2.2.2. Discusión de estrategias y ruta crítica 2.3. De difusión 2.3.1. Planteamiento de problemática, reto o práctica 2.3.2. Discusión de estrategias y ruta crítica 2.4. De distribución y comercialización 2.4.1. Planteamiento de problemática, reto o práctica 2.4.2. Discusión de estrategias y ruta crítica	4 4 5 5
3	Discusión de casos: selección y contratación 3.1. Selección y dictaminación 3.2. Derechos de autor y contrataciones 3.3. Negociaciones con editoriales 3.4. Relación y diálogo con el autor	6 6 7 7

4	Discusión de casos: integración de manuscrito y diseño	
	4.1. Traducción y revisión de traducción	8
	4.2. Ilustración, investigación iconográfica y bibliográfica	9
	4.3. Diseño tipográfico y editorial	10
5	Discusión de casos: cuidado editorial y pre prensa	
	5.1. Formación	11
	5.2. Normas de cuidado editorial	11
	5.3. Controversias de la corrección	12
	5.4. Cotejo y preparación a imprenta	13
6	Presentación de estrategias de difusión	
	6.1. Por campaña en redes sociales y medios electrónicos	14
	6.2. Por presentaciones de libro, ferias y medios tradicionales	15
	6.3. Coloquios, <i>performances</i> y eventos de temática focalizada	15
	6.4. Recapitulación del curso	16

Estrategias didácticas	
Aprendizaje por proyectos	X
Ejercicios prácticos dirigidos	X
Identificación, análisis y resolución de problemáticas reales del ámbito laboral	X
Discusión pormenorizada de casos específicos	X

Evaluación del aprendizaje	
Presentación y defensa del proyecto elegido	X
Suma de ejercicios prácticos	X
Desempeño en las prácticas laborales	X
Participación en la discusión de casos	X

Bibliografía básica
(el profesor proporcionará, en formato pdf o epub, toda la bibliografía)

BORETTO, Mónica M. *Contratos de edición: guía de licencias, cesión de derechos derechos de autor, e-books y el entorno digital*, B de F, Montevideo, 2010, xvi+422 pp. (Propiedad intelectual, innovación y competencia, 2).

BRINGHURST, Robert. *Los elementos del estilo tipográfico*, Fondo de Cultura Económica, México, 2008, 445 pp. (Libros sobre Libros).

BUEN UNNA, Jorge de. *Manual de diseño editorial*, 5ª ed., Trea, Gijón, 2020, 700 pp.

CABALLERO LEAL, José Luis. *Derecho de autor para autores*, Fondo de Cultura Económica-CERLALC-Libraría, México, 2004, 76 pp. (Libros sobre Libros).

COLE, David. *Marketing editorial: la guía*, trad. de Gabriela Ubaldini, Fondo de Cultura Económica-Conanculta-Fonca-Libraría, México, 2003, 219 pp. (Libros sobre Libros).

DAVIES, Gill. *Gestión de proyectos editoriales. Cómo encargar y contratar libros*, trad. de Gabriela Ubaldini, Fondo de Cultura Económica-Libraría, México, 2005, 232 pp. (Libros sobre libros).

GALINA RUSELL, Isabel y Cristian Ordóñez. *Introducción a la edición digital*, Universidad Nacional Autónoma de México, México, 2007, 128 pp. (Biblioteca del Editor).

KLOSS FERNÁNDEZ DEL CASTILLO, Gerardo. *Entre el oficio y el beneficio: el papel del editor. Práctica social, normatividad y producción editorial*, 2ª ed., Universidad de Guadalajara-Red Nacional Altexto-Santillana, México, 2008, 466 pp.

MANGADA SANZ, Alfonso. *Cálculo editorial. Fundamentos económicos de la edición*, 2ª ed., Fundación Germán Sánchez Ruipérez, Madrid, 1988, 544 pp. (Biblioteca del Libro).

MARTÍNEZ DE SOUSA, José. *Diccionario de tipografía y del libro*, 4ª ed., Paraninfo, Madrid, 1995, 568 pp.

OWEN, Lynette. *Comprar y vender derechos*, trad. de Victoria Schussheim, Fondo de Cultura Económica, México, 2009, 464 pp. (Libros sobre Libros).

PIMENTEL, Manuel. *Manual del editor: Cómo funciona la moderna industria editorial*, 3ª ed., Berenice, Córdoba, 2012, 266 pp.

POLO PUJADAS, Magda. *Creación y gestión de proyectos editoriales en el siglo XXI. Del papel a la era digital*, Cuenca, Ediciones de la Universidad de Castilla-La Mancha-Editorial Universidad de Cantabria-Edicions Universitat de les Illes Balears, 2011, 208 pp.

SAGASTIZÁBAL, Leandro de y Fernando Esteves Fros (comps.) *El mundo de la edición de libros. Un libro de divulgación sobre la actividad editorial para autores, profesionales del sector y lectores en general*, Paidós, Buenos Aires, 2002, 268 pp. (Diagonales).

SHARPE, Leslie T. e Irene Gunther. *Manual de edición literaria y no literaria*, trad. de Gabriela Ubaldini, Fondo de Cultura Económica-Libraria, México, 2005, 208 pp. (Libros sobre Libros).

ZAVALA RUIZ, Roberto. *El libro y sus orillas. Tipografía, originales, redacción, corrección de estilo y de pruebas*, Fondo de Cultura Económica, México, 2012, 431 pp. (Libros sobre Libros).

Bibliografía complementaria

(el profesor proporcionará, previa petición de los alumnos, en formato pdf o epub capítulos o apartados específicos de esta bibliografía complementaria)

ARÉCHIGA JANET, Alejandro. *En-torno al libro universitario: un diálogo con sus autores*, Universidad Nacional Autónoma de México, México, 1988, 146 pp. (Biblioteca del Editor).

ÁVILA, Raúl. *De la imprenta a la internet: la lengua española y los medios de comunicación masiva*, 2ª ed., El Colegio de México, México, 2009, 307 pp. (Jornadas, 148).

BHASKARAN, Lakshmi. *¿Qué es el diseño editorial?*, trad. de Silvia Guiu Navarro, Index Book, Barcelona, 2008, 256 pp.

CALASSO, Roberto. *100 cartas a un desconocido*, trad. de Edgardo Dobry, Anagrama, Barcelona, 2007 (Argumentos).

CASSANY, Daniel. *La cocina de la escritura*, 14ª ed., Anagrama, Barcelona, 2007, 264 pp.

ERAUSQUIN, Manuel Alonso. *El libro en un libro. La edición, primer medio de comunicación de masas*, Ediciones de la Torre, Madrid, 2004, 240 pp.

ESTRADA, Luis (coord.) *Acerca de la edición de libros científicos*, Universidad Nacional Autónoma de México, México, 1988, 73 pp. (Biblioteca del Editor).

FONDO DE CULTURA ECONÓMICA. *Prontuario de normas editoriales*, Fondo de Cultura Económica, México, 2001, 116 pp.

HASLAM, Andrew. *Creación, diseño y producción de libros*, trad. de Remedios Diéguez Diéguez, Art Blume, Barcelona, 2007, 253 pp.

LÓPEZ GUZMÁN, Clara y Adrián Estrada Corona. *Edición y derechos de autor en las publicaciones de la UNAM*, Universidad Nacional Autónoma de México, México, 2009, pp. (Biblioteca del Editor). Edición en línea disponible en: <http://www.edicion.unam.mx/index.html>

LÓPEZ RUIZ, Miguel. *Normas técnicas y de estilo para el trabajo académico*, 5ª ed., Universidad Nacional Autónoma de México, México, 2007, 165 pp. (Biblioteca del Editor).

LÓPEZ VALDÉS, Mauricio. *Guía de estilo editorial para obras académicas*, Ediciones del Ermitaño/CRIM-UNAM, México, 178 pp. 2009. (Minimalia).

MARTIN, Douglas. *El diseño en el libro*, trad. de Pilar Tutor Alvariano, Pirámide, Madrid, 1994, 221 pp.

RENÁN, Raúl. *Los otros libros: distintas opciones en el trabajo editorial*, Universidad Nacional Autónoma de México, México, 1988, 96 pp. (Biblioteca del Editor).

REYES CORIA, Bulmaro. *Metalibro. Manual del libro en la imprenta*, 3ª ed., Universidad Nacional Autónoma de México, México, 1999, 134 pp. (Biblioteca del Editor).

SÁNCHEZ Y GÁNDARA, Arturo, Fernando Magariños Lamas y Kurt Bernardo Wolf. *El arte editorial en la literatura científica*, 2ª ed., Universidad Nacional Autónoma de México-Ediciones S y G, México, 2000, 171 pp. (Biblioteca del Editor).

SHATZKIN, Leonard. *Cómo seleccionar títulos rentables. Herramientas estadísticas para la venta de libros*, trad. de Gabriela Ubaldini, Fondo de Cultura Económica-Libraria, México, 2004, 87 pp. (Libros sobre Libros).

TORRE VILLAR, Ernesto de la. *Breve historia del libro en México*, Universidad Nacional Autónoma de México, México, 2009, 197 pp. (Biblioteca del Editor).

VANDENDORPE, Christian. *Del papiro al hipertexto. Ensayo sobre las mutaciones del texto y la lectura*, trad. de Víctor Goldstein, Fondo de Cultura Económica, Buenos Aires, 2003, 224 pp.

WOLL, Thomas. *Editar para ganar. Estrategias de administración editorial*, trad. de Gabriela Ubaldini, Fondo de Cultura Económica-Conaculta-Fonca-Libraria, México, 2003, 356 pp. (Libros sobre Libros).

ZAVALA, Lauro. *De la investigación al libro: estudios y crónicas de la bibliofilia*, Universidad Nacional Autónoma de México, México, 2007, 168 pp. (Biblioteca del Editor).