

**Facultad de Filosofía y Letras
Colegio de Letras Modernas
(Tronco común)**

Nombre de la asignatura: Creación de proyectos editoriales

Horario: Martes de 13:00 a 15:00 horas

Semestre: 2024-1

Nombre de la profesora: María Teresa Jiménez Andreu

Correo institucional: tejjan@unam.mx (este correo es provisional porque aún no cuento con el correo de la FFyL)

Objetivo general

Conocer cada una de las etapas del proceso editorial: planeación, creación de contenidos; producción —edición y diseño— y comercialización/distribución, con la finalidad de realizar proyectos editoriales impresos y digitales.

Objetivos particulares del curso

1. Adquirir los conocimientos teóricos y las competencias prácticas necesarias para crear proyectos editoriales, tanto impresos como digitales.
2. Distinguir las diferencias entre diversos soportes y plataformas a fin de diseñar los contenidos y la difusión de los mismos según las características técnicas y particularidades de cada cual.
3. Adquirir los conocimientos básicos para la protección de las obras y sus autores, así como las licencias de uso y distribución de materiales en librerías y en Internet.
4. Conocer las funciones básicas de las herramientas de diseño, a fin de poder diseñar una publicación.

Metodología

La asignatura se desarrollará tanto de forma teórica como práctica, con la finalidad de elaborar un producto editorial publicable al término del curso. Para ello se emplearán diversas estrategias de enseñanza-aprendizaje, tales como lecturas guiadas y comentarios de los textos, exposiciones de temas por parte de las y los estudiantes y la docente, intercambio de ideas y propuestas (de forma semejante a las discusiones de las juntas de redacción) y la elaboración de contenidos escritos y gráficos.

Temario/Contenidos

1. Introducción a la edición
2. Planeación del proyecto editorial
3. Gestión del proyecto editorial
4. Comercialización y distribución
5. Producción editorial
6. Diseño editorial
7. Software y herramientas de diseño InDesign y Canvas

Calendario de actividades

Semana /Tema	Subtemas
Semana 1 13/08/2024 Introducción a la edición	1.1 Conceptos básicos 1.2 Actores del proceso editorial y organigrama de una editorial 1.3 Modelos de negocio 1.4 Modalidades: edición impresa y digital
Semana 2 20/08/2024 Planeación del proyecto editorial	2.1 Concepto editorial 2.2 Lineamientos editoriales 2.3 Manual de estilo 2.4 Colecciones
Semana 3 27/08/2024 Gestión del proyecto editorial	3.1 Legislación: propiedad intelectual y derechos de autor 3.2 Licencias de Uso 3.3 Trámites: contratos, cartas de cesión de derechos. 3.3 Registro de las obras : ISBN, ISSN 3.4 Ética y buenas prácticas de la edición
Semana 4 3/09/2024 Comercialización y distribución	4.1 La edición comercial 4.2 La edición universitaria o académica 4.3 Plataformas de venta (redes sociales) 4.4 Marketing editorial
Semana 5 10/09/2024	5.1 Examen 5.2 Revisión de examen
Semana 6 17/09/2024 Producción editorial	6.1 Curaduría de contenidos: de la idea al texto 6.2 Elección del soporte (digital o impreso) y del formato (libro, cuaderno, fanzine, ePub, PDF interactivo) 6.3 autoría de contenidos, de ilustración y de fotografía 6.4 Elaboración del cronograma
Semana 7 24/09/2024 Producción editorial	7.1 Edición de los textos 7.2 Corrección de estilo, marcaje 7.3 Lectura de pruebas 7.4 Cuidado de la edición

Semana 8 1/10/2024 Producción editorial	Trabajo práctico de lo aprendido en la semana 6
Semana 9 8/10/2024 Producción editorial	Trabajo práctico de lo aprendido en la semana 7
Semana 10 15/10/2024 Diseño	10.1 Diagramación, 10.2 Retícula 10.3 Márgenes 10.4 Caja tipográfica
Semana 11 22/10/2024 Diseño	11.1 Tipografía 11.2 Otros elementos de diseño (horizontes, plecas, cornisas, etc.) 11.3 Diseño de la cubierta (tapa, cuarta de forros, solapa, camisa)
Semana 12 29/10/2024 Diseño	12.1 Imágenes 12.2 Composición 12.3 Resolución 12.4 Teoría del color
Semana 13 5/11/2024 Inteligencia artificial en la edición	13. 1 ¿Qué es la IA? 13.2 Antecedentes y evolución 13.3 ¿Para qué sirve la IA? Incidencia en el trabajo editorial 13.4 Procesos y herramientas 13.4.1 ChatGpt 13.4.2 MidJourney
Semana 14 12/11/2024 Inteligencia artificial en la edición	14.1 Ética y buen uso de la IA 14.2 Trabajo práctico de lo visto en la clase de la semana 13
Semana 15 19/11/2024 Cierre del producto final	Últimos ajustes y entrega del producto final

Semana 16 26/11/2024	Análisis colectivo (<i>Post mortem</i>)
Evaluación del producto final	

Formas de evaluación y fechas

Participación 30%. Durante todo el curso, del 13 de agosto al 26 de noviembre 2024

Examen 20%. 10 de septiembre 2024

Producto final* (revista) 50%. 19 de noviembre 2024

*Incluye el trabajo práctico elaborado durante las semanas 8 y 9

Políticas de clase

- La asistencia del 80% de las clases es obligatoria para tener derecho de examen y de evaluación del producto final (Artículo 60 del Reglamento general de exámenes de la UNAM). Las inasistencias se justificarán únicamente con certificado médico.
- Puntualidad: se dará un margen de tolerancia de 15 minutos después de la hora de inicio de la clase.
- Las fechas de entrega de trabajos y aplicación del examen parcial son inamovibles.
- El plagio en cualquier modalidad y porcentaje implica la no acreditación de la materia.
- El formato de los trabajos se establecerá en las clases de las semanas 8 y 9 de acuerdo con las características de los entregables.

Bibliografía inicial

Claravalls Esther, *Cómo crear contenido digital sin vulnerar los derechos de autor* (Cataluña: Edición independiente, 2021).

Ginna, Peter, *La labor del editor: el arte, el oficio y el negocio de la edición* (México: FCE, 2022).

Indautor, <https://www.idautor.gob.mx>.

Magaña José Manuel, *Panorama del derecho de autor en México*. México: Ed. Reus, 2019.

Picollini, Patricia, *La edición de libros en tiempos de cambio* (México: Paidós, 2017).

Zappaterra, Yolanda, *Diseño editorial N.E.*(Barcelona: Gustavo Gili, 2014).

