



Diplomatura de  
Estudios Avanzados  
en Edición

## DIPLOMATURA DE ESTUDIOS AVANZADOS EN EDICIÓN

### 1. IDENTIFICACIÓN DE LA CARRERA

#### a) Nombre de la carrera:

Diplomatura de Estudios Avanzados en Edición

#### b) Fundamentación:

La Argentina cuenta con una sólida historia y un dinámico presente en materia de desarrollo impreso, editorial y librero, así como una valiosa producción de sus intelectuales y autores. Según el último estudio de la Unión Internacional de Editores (IPA, su sigla en inglés), en 2014 el nuestro fue el país de Latinoamérica con mayor variedad editorial, con 614 nuevos títulos por cada millón de habitantes. Y sólo considerando 229 sellos comercialmente activos, según la Cámara Argentina de Publicaciones, el sector emplea a 7200 personas, tanto de forma directa como indirecta (exclusivamente a servicios contratados para su operación editorial, comercial y administrativa), sin considerar la cantidad de personas empleadas en las industrias proveedoras de los editores (imprentas que fabrican libros), así como en los canales de venta de libros, librerías y distribuidores.

Sin embargo, si bien han pasado ya más de 20 años desde que se creara la Carrera de Edición en la Facultad de Filosofía y Letras de la Universidad de Buenos Aires, en su mayor parte quienes trabajan en el sector editorial no son egresados de la misma ni poseen estudios de posgrado en el área, sino que se trata de editores de oficio, muchas veces provenientes de otras carreras de grado (Comunicación, Historia, Diseño, Derecho, Administración, entre otras) y experiencias laborales, que forjan su saber específico en el propio ejercicio de la profesión, guiados más por la intuición que por la adquisición sistemática, reflexiva y también crítica de las herramientas teóricas y prácticas indispensables para su labor.

En este sentido, cabe destacar que en la Argentina sólo existe una Especialización en Edición, brindada por la Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la Universidad Nacional de La Plata, arancelada y con modalidad presencial, cuyo abordaje está fuertemente orientado al ejercicio de la profesión de editor en comunicación; y una Diplomatura en Políticas Editoriales y Proyecto Cultural, titulada por la Secretaría de Extensión de la Facultad de Filosofía y Letras de la Universidad de Buenos Aires y el Programa Latinoamericano de Educación a Distancia en Ciencias Sociales del Centro Cultural de la Cooperación Floreal Gorini (PLED-CCC), que se iniciará en 2016 en modalidad virtual y con un régimen arancelario y que se orientará específicamente hacia la problemática de las iniciativas editoriales desarrolladas en el sector público y en el tercer sector y con una fuerte impronta investigativa. Por lo demás, los profesionales del mundo editorial cuentan sólo con cursos y capacitaciones brindadas asistemáticamente por las cámaras gremiales del sector y algunos organismos gubernamentales.

En este contexto, y considerando además que transitamos una era signada por las nuevas tecnologías, que afecta las prácticas de lectura, impulsa la profusión indiscriminada de contenidos, genera nuevos soportes (entre ellos, el libro electrónico) y reorganiza tanto el comercio de los libros como los derechos económicos y morales de los autores, consideramos crucial brindar al editor una capacitación profesional sistemática, que le permita mantener viva la bibliodiversidad, ir por delante de las transformaciones y desafíos que la industria editorial debe enfrentar, promover buenas prácticas profesionales e impulsar una industria más sustentable desde el punto de vista social, ambiental y económico.

Pues esta Diplomatura, que será la única en su tipo gratuita, presencial y con sede en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, ofrecerá a aquellas personas con formación de grado insertas ya o interesadas en proyectarse en el área editorial, así como a editores de oficio que puedan acreditar una sólida experiencia en el campo, la posibilidad de adquirir y sistematizar herramientas teóricas y prácticas cruciales para el desempeño en el mundo de las publicaciones, considerando el libro en su doble carácter material y simbólico y analizando la práctica de la edición en tanto campo e industria cultural.

Particularmente, nos interesa destacar que esta Diplomatura ofrecida por una universidad pública se inserta en un proceso de desarrollo y fortalecimiento de las editoriales pertenecientes a las universidades nacionales con sede en diversos puntos de nuestro país. Es su objetivo, también, acompañar especialmente este proceso de expansión, brindando criterios de calidad que les permitan tanto a las editoriales universitarias como a los sellos editoriales emergentes (emprendimientos independientes surgidos desde la crisis de 2001, que conviven con las empresas de capital trasnacional y con las pequeñas y medianas editoriales nacionales) insertarse en el vasto ecosistema del libro: un mercado dinámico, altamente competitivo y en constante transformación que implica desafíos cada vez más exigentes y no siempre bien identificables para quienes emprenden esa tarea dentro de las instituciones universitarias ni tampoco para quienes lo hacen de forma independiente.

Por último, consideramos que esta iniciativa colaborará con la internacionalización de la cultura editorial argentina, cuya tradición es reconocida en toda la región hispanoparlante, al ubicar a la Argentina no sólo como un país referente por su producción editorial sino también como país formador de editores.

## 2. OBJETIVOS DE LA CARRERA

### Generales

- Formar recursos humanos en la gestión, evaluación, dirección y elaboración de programas, proyectos, actividades, bienes y servicios editoriales, y en la discusión, diseño e implementación de políticas editoriales en relación con su intervención en el campo cultural.
- Mejorar las competencias y el desempeño de quienes trabajan en empresas editoriales o en instituciones que publican como parte de su quehacer, contribuyendo a profesionalizar la actividad editorial con el propósito de elevar la calidad de los procesos y los productos editoriales argentinos.
- Brindar criterios de calidad a las editoriales emergentes y los equipos de las editoriales del sistema universitario argentino.

### Específicos

- Proporcionar información que permita elaborar un panorama del ecosistema del libro argentino, considerando su historia y su presente, y actualizar respecto a los desafíos y debates del sector.
- Brindar herramientas que permitan comprender las particularidades de la gestión de un proyecto de cultura como lo es el editorial, en sus aspectos estratégicos, organizacionales y administrativos-financieros.
- Proporcionar criterios para el desarrollo de líneas editoriales y la selección de contenidos (originales de autor, obras por encargo, traducciones).
- Ofrecer información sobre el derecho de autor en un entorno editorial (derechos patrimoniales y morales, tipos contractuales, etc.)
- Otorgar conocimientos que permitan comprender la especificidad e integración de cada una de las tareas del proceso de reproducción editorial (documentación, traducción, editing, revisión, corrección de estilo, diseño de tapa, diagramación de interiores, etc.).
- Ofrecer herramientas para una comprensión general de cada una de las instancias de producción industrial del libro (impresión, encuadernación, acabado, etc.).
- Desarrollar saberes respecto a cada una de las tareas de post-producción editorial, como son la comunicación, la comercialización y el marketing editorial.
- Generar espacios de reflexión sobre las condicionantes culturales, sociales, políticas, económicas y legales que rigen la planificación y producción de bienes editoriales (en diversos soportes, lenguajes y formatos) en la Argentina, para promover buenas prácticas profesionales e impulsar una industria más sustentable desde el punto de vista social, ambiental y económico.

### 3. CARACTERÍSTICAS DE LA CARRERA

**c) Nivel de la carrera: Posgrado.**

**d) Nombre del/os Título/s a otorgar: Diplomado en Estudios Avanzados en Edición.**

**e) Años de duración de la carrera: 2 cuatrimestres.**

**f) Perfil del Título**

- Desarrollará criterios para seleccionar y adquirir contenidos intelectuales en función de una línea editorial y del mercado.
- Poseerá conocimientos generales de derecho de autor ineludibles para proteger los intereses de una editorial y sus autores.
- Poseerá conocimientos que le permitirán comprender cada una y la integración de las distintas tareas implicadas en las etapas de pre-producción, producción y post-producción de bienes editoriales.
- Adquirirá herramientas para comprender las particularidades de la gestión de un proyecto a la vez cultural y mercantil, como lo es el editorial.
- Conocerá las principales problemáticas y desafíos del vasto y cambiante ecosistema del libro, en la Argentina.

**g) Alcances e incumbencias del título:**

- Participar en la elaboración y gestión de programas, proyectos y productos editoriales.
- Coordinar las etapas de creación y producción de bienes editoriales, desde la selección de contenidos originales hasta su comercialización en forma de libro.
- Brindar a equipos editoriales una mirada sistematizada sobre los condicionantes que rigen la planificación y producción de bienes editoriales (en diversos soportes, lenguajes y formatos) en la Argentina.

#### **h) Requisitos de ingreso:**

- i. Condiciones de admisión: Poseer título universitario de grado o equivalente obtenido en el país o en el exterior. Asimismo, podrán acceder, tras un proceso de selección, otros candidatos sin titulación universitaria que acrediten una sólida experiencia profesional en el ámbito de la edición o del mundo del libro.
- ii. Completar ficha de inscripción
- iii. Presentar un curriculum vitae
- iv. Presentar original y fotocopia del Documento Nacional de Identidad
- v. Presentar original y fotocopia legalizada del título requerido (i)
- vi. Presentar 2 (dos) foto carnet. Formato 4x4. Fondo blanco o celeste

## **4. DISEÑO Y ORGANIZACIÓN CURRICULAR**

- i) Régimen de cursado: Cuatrimestral
- j) Modalidad de dictado: Presencial.
- k) Asignación horaria total de la carrera: 176 horas reloj.
- l) Contenidos mínimos de cada asignatura.
  - Asignatura “Construcción de catálogo: publishing y editing”. Línea editorial, adquisición y selección de contenidos (decisión editorial, scouting, agencia literaria, obra por encargo, investigación, traducción; funcionamiento de comités editoriales, selección, arbitraje, evaluación y dictaminación).  
Conocimiento de las principales herramientas necesarias para el pasaje correcto y eficaz de un original a su forma final de libro. Procesos de documentación, traducción, corrección y revisión. Guías y hojas de estilo. Búsqueda, edición y tratamiento de imágenes (fotografías, ilustraciones, infografías). Diseño de colecciones, interiores y diagramación. Revisión final. (32 horas reloj.)
  - Asignatura “Planificación y procesos editoriales”. Definición de objetivos y planificación estratégica de una empresa de cultura dedicada a la creación y producción de contenidos editoriales. La organización: definición de tareas y áreas de trabajo de acuerdo al tipo de proyecto editorial y su dimensión. Ejecución y evaluación de proyectos de diversos orígenes, géneros y formatos. Análisis de viabilidad. Programas y cronogramas. Comprensión y manejo de las herramientas necesarias para la gestión de un proyecto cultural. Los principales procedimientos. Elaboración de presupuestos (fichas de costos y tarifarios), criterios para la fijación de los precios. (32 horas reloj.)

- Asignatura “Topografía de la edición”. Panorama de la edición argentina e iberoamericana (perspectivas teóricas del libro y la edición). Geopolíticas de la edición: estructura y dinámica global de la edición. Fuerzas desiguales de países y lenguas. Estado y mercado: modelos de articulación en el espacio iberoamericano (Argentina, Brasil, España y México). Problemas de la geografía editorial hispanoamericana: lengua, mercado y fronteras políticas. Transformaciones contemporáneas de la edición: concentración, financiarización, cambios tecnológicos.  
Ecosistema del libro: articulaciones y equilibrios entre actores. Impacto de las transformaciones contemporáneas. Análisis de la edición argentina: estadísticas generales y estudios por segmentos del mercado editorial. Desafíos y debates actuales del sector. (32 horas reloj.)
- Seminario “Derecho de autor y marcos jurídicos de la actividad editorial”. La relación entre el editor y sus autores. Condiciones de protección de las creaciones intelectuales. Alcances de los derechos patrimoniales y los derechos morales. Tipos de titularidad. Plazos de protección. Marcos jurídicos (jurisprudencia argentina e internacional). Modelos contractuales. Derecho de autor en un entorno digital. Debates contemporáneos (copyright/copyleft, licencias CC, etc.). (24 horas reloj.)
- Asignatura “Comercialización, comunicación y marketing editorial”. Recepción, apropiación, uso y consumo de productos editoriales. Modalidades de distribución, intermediarios y sistemas de ventas y cobranzas en los diferentes canales de circulación del libro. Comercio internacional, ferias, ventas en línea. Estándares para el comercio electrónico. Herramientas de seguimiento y de control de stock.  
Las principales acciones de comunicación de un libro: relaciones públicas, prensa, promoción, publicidad y marketing en el punto de venta. Estrategias y técnicas para el ejercicio efectivo de cada una de esas acciones. Potencialidades de las nuevas tecnologías y redes sociales. Diseño del lanzamiento de un libro y plan de marketing específico por obra. (32 horas reloj.)
- Seminario “Producción editorial”. Planificación, procedimientos y desarrollo de las diferentes etapas de la producción textual e industrial. Instancias de elaboración de un libro, desde la recepción de originales, pasando por el desarrollo de interiores y tapas, hasta lograr el producto final.  
Conocimiento de los insumos industriales (diferentes tipos de papel, tintas, imprentas, etc.). CTP (computer to plate), revisión de pliegos (interiores) y de prueba (tapa), impresión, doblado de pliegos, acabados de tapas, encuadernación. Control de calidad. Archivos finales en PDF e InDesign. Visitas a imprentas e industrias gráficas. (24 horas reloj.)

## Estructura Curricular

Espacios curriculares	Carga horaria Hs. reloj	1º cuatrimestre	2º cuatrimestre
Construcción de catálogo: publishing y editing	32	x	
Planificación y procesos editoriales	32		x
Topografía de la edición	32	x	
Comercialización, comunicación y marketing editorial	32		x
Derecho de autor y marcos jurídicos de la actividad editorial	24	x	
Producción editorial	24		x
	176	88	88

### i) Requisitos y exigencias para la obtención del título:

Para mantener la regularidad, los/as estudiantes deberán:

- Cumplir las normas de promoción establecidas en la Universidad Pedagógica.
- Aprobar los trabajos prácticos de cada espacio curricular según lo establezca cada docente.

Para obtener el título de “Diplomado de Estudios Avanzados en Edición” se exigirá la aprobación de las unidades curriculares según lo establecido en cada seminario.