

Estructura Curricular del Plan de Estudios

PRIMER AÑO				
Asignaturas	Carga horaria semanal	Régimen	Carga horaria total	Correlatividades
<i>Conocimiento de la Realidad</i>	5	Cuatrimestral (C1)	70	-----
<i>Introducción a la Edición</i>	4	Cuatrimestral (C1)	56	
<i>Taller: Redacción I</i>	6	Cuatrimestral (C1)	84	-----
<i>Taller: Gráfica I</i>	6	Cuatrimestral (C2)	84	-----
<i>Taller: Audio I</i>	6	Cuatrimestral (C2)	84	-----
<i>Taller: Imagen I</i>	6	Cuatrimestral (C1)	84	-----
<i>Tecnologías y Edición</i>	5	Cuatrimestral (C2)	70	-----
Totales Primer Año			532	
SEGUNDO AÑO				
<i>Taller de Producción Multimedial I – Los formatos tradicionales</i>	6	Anual	168	<i>Taller: Redacción I - Taller: Gráfica I - Taller: Audio I - Taller: Imagen I</i>
<i>Teorías de la comunicación</i>	5	Cuatrimestral (C1)	70	<i>Conocimiento de la Realidad- Introducción a la Edición</i>
<i>Historia de los medios</i>	5	Cuatrimestral (C1)	70	<i>Conocimiento de la Realidad</i>
<i>Semiótica</i>	5	Cuatrimestral (C2)	70	

<i>Gestión y marketing editorial</i>	5	Cuatrimstral (C2)	70	<i>Introducción a la Edición</i>
<i>Legislación en Comunicación</i>	5	Cuatrimstral (C2)	70	<i>Introducción a la Edición</i>
<i>Seminario Actualidad del campo editorial</i>	5	Cuatrimstral (C2)	70	<i>Tecnologías y Edición - Introducción a la Edición</i>
Totales Segundo Año			588	
TERCER AÑO				
<i>Taller de Producción Multimedial II – Esfera pública y periodicidad</i>	6	Cuatrimstral (C1)	84	<i>Taller de Producción Multimedial I Los formatos tradicionales</i>
<i>Corrección de estilo</i>	6	Cuatrimstral (C1)	84	<i>Taller de Producción Multimedial I – Los formatos tradicionales</i>
<i>Diseño para editores</i>	6	Cuatrimstral (C1)	84	<i>Tecnologías y edición - Semiótica</i>
<i>Arte y cultura de masas</i>	5	Cuatrimstral (C1)	70	<i>Teorías de la comunicación - Semiótica -</i>
<i>Taller de Producción Multimedial III – Entornos digitales, comunidades y participación</i>	6	Cuatrimstral (C2)	84	<i>Taller de Producción Multimedial II – Esfera pública y periodicidad</i>
<i>Derecho y Edición</i>	5	Cuatrimstral (C2)	70	<i>Seminario Actualidad del campo editorial – Legislación de la Comunicación - Administración y marketing editorial</i>
<i>Práctica Curricular + Trabajo final: Proyecto editorial.</i>		Semestral	210	<i>Todas las asignaturas del C1 de 3° Año</i>
Totales Tercer Año			686	

CARGA HORARIA TOTAL		1806	
---------------------	--	------	--

Contenidos Mínimos

Conocimiento de la Realidad Argentina:

El análisis de los temas de la coyuntura. Las etapas de la configuración histórica de la Argentina. Adquisición de esquemas conceptuales y contextuales que permitan una adecuada lectura de la realidad. Análisis integrado e interdisciplinario de la problemática social, política, económica y cultural argentina.

Introducción a la Edición

Historia de la edición en Argentina: folletines, diarios, boom editorial y mundo digital. Organización empresarial, cooperativa y pública de la actividad. Industria, comercio y actores del mercado editorial. De la producción en masa a la microedición. Interacción con los entornos digitales

Taller: Redacción I

Normas y criterios para la corrección y autocorrección. Distintos géneros: periodísticos, literario, científico. El oficio de editor. Desempeño y adecuación en distintos medios. Movimiento general de una redacción e interrelación de tareas. La dirección de una sección. Manejo de fuentes.

Taller: Gráfica I

Introducción a la alfabetización visual. Contenidos teóricos de la comunicación visual. Mensajes visuales. Los elementos de un signo. La apariencia de un signo. Los signos tipográficos. Las sintaxis entre signos. El código tipográfico. El código icónico. El código compositivo. El código fotográfico. Investigación y producción gráfica.

Taller: Audio I

El sonido. El oído. El sonido: frecuencia y tono. Lenguajes sonoros. Efectos de sonido: Movimiento ondulatorio. Micrófonos. Medios de transmisión. Grabación. Tipos de consolas de audio. Radiofonía. El montaje. La producción en radio. Naturaleza del medio. El lenguaje radiofónico. Los formatos. Música, ambiente y efectos. La información en radio. El proyecto radial. El guión.

Taller: Imagen I

La visión. La luz. El equipo. La imagen. El laboratorio. La fotografía. Métodos de producción. La realización. El lenguaje de las fotografías. La función del guión. Figura humana y entorno. Géneros y estilos. El audiovisual. La difusión. Televisión y cine. Realización. El guión. Géneros y estilos. La difusión.

Tecnologías y Edición

Informática para la administración y producción editorial. Programas de diseño y procesadores de textos. Hipertexto, redes y canales informáticos. De la nota escrita al CTP (computer to plate). De la imprenta al seguimiento de stock y circulación.

Taller de Producción Multimedial I los formatos tradicionales

Tipografía, diseño y tecnología. Equipamiento gráfico. Papel, manufactura y clasificación. Sistemas de impresión, encuadernación y acabado. Presupuesto básico de producción. El libro como objeto. Tareas básicas de una editorial. Secuencias del proceso de edición. El "editing". El trabajo de la imagen. Guías y hojas de estilo. Corrección de pruebas. Elementos básicos del diseño editorial. Presupuestos. El e-book y los entornos digitales. El problema de la corrección de lenguajes técnicos. La producción independiente y la producción corporativa: autogestión cooperativa y empresa tradicional.

Teorías de la comunicación

El análisis de los distintos modelos teóricos de comunicación, los contextos en que surgieron y su desarrollo y contradicciones; su influencia en la formación de los comunicadores.

Historia de los medios

La relación medios de comunicación-sociedad. Modelos de análisis de los medios. Condicionantes históricos de la comunicación social. Opinión pública, surgimiento y evolución del concepto. Sociedad de masas y cultura de masas. Las industrias culturales. Contexto de surgimiento de los medios de comunicación social en Argentina y América Latina. Referencias al contexto mundial. Historia de los medios en Argentina. La prensa. El cine. La radio. La televisión. Las nuevas tecnologías de la comunicación y la información. Convergencia tecnológica y globalización.

Semiótica

La teoría de los signos y la organización de los sistemas de significación y comunicación. La naturaleza, estructura y funciones del signo: Clases, niveles y mecanismos. Los principales modelos: el modelo de base lingüística Saussure/Hjelmslev; el modelo de base lógico-pragmática: Ch. S. Peirce. Greimas y la estructura elemental de la significación. Las posibilidades de unificación. Semiótica y cultura: U. Eco. Semiótica y Comunicación. La semiosis social: E. Verón, P. Fabri.

Gestión y marketing editorial

Administración de organizaciones. Planificación organizacional. Economía y gestión financiera. Distribución en la industria cultural. Mercado editorial interno y externo. Estrategias de marketing en la industria cultural. Promoción y relaciones públicas. Canales de venta tradicionales y no tradicionales.

Legislación en comunicación

Evolución de la legislación en comunicación en nuestro país. Corrientes principales. Marco jurídico actual para la actividad de organismos, empresas y profesionales de la comunicación.

Seminario Actualidad del campo editorial

Panorama en tiempo real del campo de acción en el que se insertará el egresado organizada a partir de disertantes invitados, que sean especialistas y exponentes de empresas editoriales en funcionamiento.

Taller de producción multimedial II: esfera pública y periodicidad

El reconocimiento y la apertura de un público objetivo. Proceso de producción de revistas, periódicos, house organ, catálogos. Los manuales de estilo. Tareas básicas de la gestión de medios. Secuencias del proceso de edición. Presupuestos. La producción independiente y la producción corporativa: autogestión cooperativa y empresa tradicional. Gestión financiera y sostenimiento de la periodicidad. El diálogo con los entornos digitales.

Corrección de estilo

Gramática normativa. Concordancia, puntuación, regímenes verbales y preposicionales. La noción de estilo. El español y sus variantes regionales. Los lenguajes técnicos. Revisión y corrección de estilo. Corrección literaria, corrección científica. El problema de la traducción.

Diseño para Editores

Consideraciones artísticas y comerciales. Identidad corporativa. Diseño publicitario. Libros, revistas, publicaciones periódicas y web. Sistemas organizativos: recursos humanos y equipamiento.

Arte y cultura de masas

Aproximaciones a las reflexiones sobre arte y estética. Diferentes abordajes: histórico, sociológico, filosófico. Arte y sociedad en la cultura burguesa. El concepto de autonomía de la esfera estética. La relación arte – cultura de masas. El ataque de movimientos de vanguardia a la institución arte y cuestionamiento de la categoría "obra". La ruptura como categoría estética. Diferentes usos del montaje. Industria cultural, "desestatización" del arte y "estatización" de la vida cotidiana. El arte en la era tecnológica. Problemática de la recepción estética.

Taller de producción multimedial III: Entornos digitales, comunidades y participación

Multimedia, hipertexto e hipermedia. Redes sociales: su gestión. El proceso de edición y tratamiento visual. Tecnologías de tratamiento de imágenes, sonidos y videos. Realización de proyectos, el proceso de producción. Presupuestos. La producción independiente y la producción corporativa: autogestión cooperativa y empresa tradicional.

Derecho y Edición

Protección jurídica de la creatividad. Derechos del editor y del autor. Contratos editoriales: sus variantes y formatos. Registración obligatoria. Reprografía. Aspectos penales vinculados con el contenido de las publicaciones. Políticas legislativas específicas del sector editorial. Regulación internacional de los mercados. Protección jurídica en el marco de las nuevas tecnologías. El copyleft y la liberación de la información y las fuentes