

Perspectivas y Técnicas Editoriales

Código: 100062

Créditos ECTS: 6

Titulación	Tipo	Curso	Semestre
2502758 Humanidades	OT	3	1
2502758 Humanidades	OT	4	1
2504386 Estudios de Inglés y Español	OT	3	1
2504386 Estudios de Inglés y Español	OT	4	1
2504388 Estudios de Catalán y Español	OT	3	1
2504388 Estudios de Catalán y Español	OT	4	1

Contacto

Nombre: Maria Paz Ortúñoz Ortín

Correo electrónico: paz.ortuno@uab.cat

Uso de idiomas

Lengua vehicular mayoritaria: español (spa)

Algún grupo íntegramente en inglés: No

Algún grupo íntegramente en catalán: No

Algún grupo íntegramente en español: No

Prerequisitos

No hay unos prerequisitos concretos. Simplemente un dominio correcto de la lengua y el interés por conocer el mundo de la edición y los diferentes procesos y trabajos que conlleva.

Objetivos y contextualización

Hay dos objetivos claros en este curso. El primero se centra en el mundo editorial y está dirigido a conseguir que el alumno tenga un conocimiento de todos los procesos que se siguen dentro de una editorial para la contratación, edición, elaboración y comercialización de un libro.

El segundo se concretará en las técnicas editoriales para el tratamiento de textos aplicando conocimientos léxicos, morfosintácticos, textuales, retóricos y de variación lingüística en la revisión y edición de textos escritos de diversos ámbitos del mundo editorial destinados a ser publicados.

Competencias

Humanidades

- Diseñar, producir, difundir y comercializar un producto cultural.
- Identificar los procesos históricos en los que se inscribe la cultura contemporánea.
- Interpretar la diversidad social y cultural.
- Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio.

- Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.
- Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética.

Resultados de aprendizaje

1. Comparar el mercado editorial español con el europeo.
2. Evaluar críticamente experiencias, materiales y propuestas.
3. Examinar los modelos de políticas culturales que se han dado en la historia.
4. Formular iniciativas de producción cultural en el ámbito editorial, del patrimonio, etc.
5. Indicar movimientos políticos, artísticos, literarios, sociales, etc., que han influido en un acontecimiento histórico
6. Resumir características de un texto escrito en función de sus propósitos comunicativos.

Contenido

- Funcionamiento de una editorial y de todos sus procesos: contratación, edición, composición, impresión y encuadernación.
- Tareas relacionadas con la revisión, edición de textos editoriales.
- Aplicación de conocimientos léxicos, morfosintácticos, textuales, retóricos y de variación lingüística en la revisión de textos de ámbitos diversos destinados al mundo editorial.
- Estrategias específicas empleadas en el mundo editorial en el proceso de edición de textos.
- Aplicación de recursos de documentación para resolver los problemas que se plantean en la revisión y edición de textos destinados a ser publicados.

I. EL MUNDO EDITORIAL

1. ¿Qué es una editorial? La edición en España: estructura de una empresa editorial; tipos de editoriales; panorama de la lectura en España.
2. El libro: libro por encargo, libro espontáneo, premios; informes de lectura, contratos; sellos y colecciones: best-sellers; ficción, no ficción; agentes y ferias.
3. Proceso editorial: comité editorial; derechos de autor y propiedad editorial; contratos.
4. Producción del libro: edición; traducción; corrección de estilo; corrección ortotipográfica; grafismo; cubierta, papel, imprenta.
5. Comercialización: venta, distribución, premios, prensa, precio fijo, descuentos.
6. Nuevas tecnologías.

II. TÉCNICAS EDITORIALES

1. Herramientas para la corrección del texto: diccionarios, manuales de lengua, herramientas disponibles en la red.
2. Revisión del texto: ortográfica, morfosintáctica, léxica.
3. Aspectos editoriales de la corrección de un texto
 - El proceso de corrección: originales, pruebas (signos de corrección).
 - Signos tipográficos y ortotipografía.
 - Signos ortográficos auxiliares: guiones, paréntesis, raya, asterisco, etc.
 - Uso de mayúsculas y minúsculas.
 - Uso de comillas, cursivas, versalitas y negritas.

- Abreviaturas, siglas, símbolos y acrónimos.
- Nombres propios: antropónimos, topónimos, etc.
- Expresiones numéricas.

4. Ética de la comunicación escrita: citación, bibliografías.

Metodología

- Explicaciones teóricas: exposición y comentario de problemas lingüísticos, estilísticos y ortotipográficos.
- Trabajo dirigido: ejercicios prácticos destinados a consolidar las explicaciones teóricas y a desarrollar las competencias y las habilidades previstas. Estas actividades se corregirán y comentarán en el aula.
- Trabajo supervisado: realización individual de un trabajo de edición a partir de un texto, del cual también se habrá de hacer la revisión.
- Trabajo autónomo: preparación de las actividades dirigidas y supervisadas y también del examen final.

Nota: se reservarán 15 minutos de una clase dentro del calendario establecido por el centro o por la titulación para que el alumnado rellene las encuestas de evaluación de la actuación del profesorado y de evaluación de la asignatura o módulo.

Actividades

Título	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
Tipo: Dirigidas			
control y ejercicios prácticos en el aula	30	1,2	2, 1, 3, 4, 5, 6
Tipo: Supervisadas			
trabajo editorial	20	0,8	2, 1, 3, 4, 5, 6
Tipo: Autónomas			
Preparación de ejercicios prácticos en clase	50	2	2, 1, 3, 4, 5, 6

Evaluación

1. Ejercicios prácticos en el aula: edición textos: 20%
2. Ejercicios prácticos en el aula: promoción y marketing editorial 20%
3. Trabajo individual: 30%
4. Informe de lectura 20%

En el momento de realización de cada actividad de evaluación, el profesor o profesora informará al alumnado (Moodle) del procedimiento y fecha de revisión de las calificaciones.

El profesor de la asignatura establecerá unos requisitos mínimos a partir de los cuales el estudiante estará en condiciones de superarla.

Para superar la asignatura, se deberán realizar todas las actividades y entregarlas en el plazo fijado. La nota mínima que se requerirá para aprobar cada una de las prácticas y considerarla en el promedio deberá ser igual o superior a 4 puntos.

El/la estudiante recibirá la calificación de "no evaluable" siempre que no haya entregado más del 30% de las actividades de evaluación.

Se podrá optar a la revaluación sólo en el caso de que el alumno no haya realizado o haya suspendido actividades cuyoporcentaje no supere el 40% del total de la evaluación. En ningún caso se podrá repetir el trabajo final en la reevaluación.

En caso de que el estudiante lleve a cabo cualquier tipo de irregularidad que pueda conducir a una variación significativa de la calificación de un determinado acto de evaluación, este será calificado con 0, independientemente del proceso disciplinario que pueda derivarse de ello. En caso de que se verifiquen varias irregularidades en los actos de evaluación de una misma asignatura, la calificación final de esta asignatura será 0.

En caso de que las pruebas no se puedan hacer presencialmente, se adaptará su formato (sin alterar su ponderación) a las posibilidades que ofrecen las herramientas virtuales de la UAB. Los deberes, actividades y participación en clase se realizarán a través de foros, wikis y / o discusiones de ejercicios a través de Teams, etc. El profesor o profesora velará para asegurarse el acceso del estudiantado a tales recursos o le ofrecerá otros alternativos que estén a su alcance.

Actividades de evaluación

Título	Peso	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
Ejercicios prácticos : promoción y marketing editorial	20%	10	0,4	1, 6
Exercicios prácticos : edición de textos	20%	10	0,4	2, 6
Informe de lectura	30%	10	0,4	2, 1, 3, 4, 6
Trabajo individual	30%	20	0,8	3, 4, 5

Bibliografía

Badia, J., N. Brugarolas, R. Torné i X. Fargas, *El llibre de la llengua catalana*, Castellnou, Barcelona, 2004³.

Costa, J., R. Fité, J.M. Mestres i M. Oliva, *Manual d'estil. La redacció i l'edició de textos*, Vic-Barcelona, Eumo-Universitat de Barcelona-Universitat Pompeu Fabra-Associació de Mestres Rosa Senrsat, 2007³.

Fundación del Español Urgente, *Manual de español urgente*, Cátedra, Madrid, 2008.

Gaskell, Philip, *Nueva introducción a la bibliografía material*, Trea, Gijón, 1998.

Martínez de Sousa, José, *Manual de estilo de la lengua española*, 3º ed. corregida y ampliada, Trea, Gijón, 2007.

- *Ortografía y ortotipografía del español actual*, Trea, Gijón, 2004.

Pujol i Solà, J. M., *Ortotipografia. Manual de l'autor, l'autoeditor y el dissenyador*, Barcelona, Columna, 2000³.

Software

no