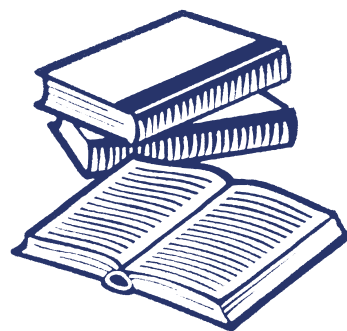


Crea tu propio sello editorial

CURSO INTENSIVO

Escuela de Gerencia Editorial



PRESENTACIÓN

¿Cómo se crea una editorial?

¿Quiénes son los agentes involucrados?

¿Qué es la gerencia editorial y cuál es su importancia?

¿Cómo se construye la identidad editorial?

Organizar una editorial no es sencillo. Para hacer un libro se necesitan muchas personas que realizan tareas diferentes. Un solo proyecto de publicación requiere una muy buena coordinación y metodología de trabajo que no pierda ningún detalle de vista, evite al máximo errores u omisiones importantes en el proceso y logre concluir con satisfacción un producto final de alta calidad. Este mismo enfoque debe ser aplicado a la hora de dirigir una editorial que lleve adelante de manera simultánea múltiples proyectos de publicación.

La gerencia o dirección editorial suele ser parte fundamental de la estructura interna de grandes proyectos editoriales. Sabemos que las grandes corporaciones editoriales cuentan, de hecho, con diferentes gerencias de proyectos y una dirección general que cohesiona la identidad editorial de la empresa y/o institución. ¿Pero qué ocurre con las editoriales pequeñas? Cantidad de proyectos editoriales independientes (cooperativas, asociaciones, iniciativas, escritores que decidieron emprender caminos de autopublicación, grupos de estudiantes, entre otros) nacen con muy buenas ideas y un gran impulso, pero por alguna razón “desconocida” el proyecto no se concreta, se pierde en el camino o se desdibuja el horizonte que se habían trazado sin una explicación aparente. En más de una experiencia este desvanecimiento del proyecto se debe a una falta de gerencia o dirección editorial.

En este curso intensivo aprenderemos que la gerencia o dirección editorial no es solo un nombre atractivo de un cargo importante en una gran empresa privada. Se trata por el contrario del diseño de una metodología de trabajo que permite por un lado cohesionar la identidad de la nueva editorial y por el otro, consolidar mecanismos internos y externos, que le den durabilidad al proyecto.

OBJETIVOS



General

Conocer los aspectos fundamentales de la gerencia o dirección editorial, y adquirir herramientas para su aplicación en proyectos editoriales reales.

Específicos

- 1.- Conocer los elementos fundamentales para la construcción de la identidad editorial del proyecto.
- 2.- Evaluar los posibles mecanismos de financiación del proyecto.
- 3.- Analizar distintos tipos de intercambio editorial para definir una política clara al respecto dentro del proyecto.
- 4.- Revisar los mecanismos de construcción del plan de publicaciones y sus derivados.
- 5.- Explorar las principales acciones comunicacionales que integran una buena campaña promocional del proyecto.

PÚBLICO DESTINATARIO



Especialmente dirigido a **EDITORES Y EDITORAS**, o a cualquier persona que tenga proyectos editoriales en ejecución o en construcción, entendiendo como proyecto editorial el levantamiento de nuevas editoriales, fondos de publicaciones, cooperativas editoriales, publicaciones escolares, de organizaciones sociales, entre otros, bien sea de naturaleza privada, pública o independiente. No es obligatorio formar parte de algún proyecto, también pueden acceder estudiantes de literatura y edición, periodistas, gestores culturales, escritores y escritoras, entre otros, siempre que manejen los conocimientos básicos de la producción editorial.

METODOLOGÍA



El curso es intensivo y está estructurado en ocho encuentros de dos horas, cada uno, para dictarse en dos modalidades de encuentros: a) cuatro veces a la semana, durante dos semanas; o, b) dos veces a la semana, durante cuatro semanas. En cada sesión se abordará un tema del programa. La primera parte se destinará a la resolución de dudas y al acompañamiento en la aplicación de los conceptos aprendidos en los proyectos que se encuentren ya en ejecución. En la segunda parte se trabajarán los contenidos del tema asignado para cada jornada.

Al final de cada encuentro se enviarán diferentes materiales de lectura, como libros y guías orientadoras de cada tema visto; gran cantidad de modelos de instrumentos gerenciales específicos del sector editorial, distintos modelos de contratos y autorizaciones de publicación, así como una amplia selección de ejemplos de productos promocionales.

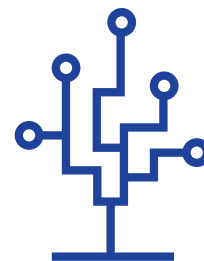
PRESENTACIÓN DE PROYECTOS



Si ya estás trabajando en una editorial o tienes pensado tu proyecto, por favor consigna junto a tu inscripción una breve descripción del mismo, con la siguiente información:

Características del proyecto a consignar

- Nombre de la editorial, fondo, cooperativa o iniciativa.
- Cantidad de integrantes y perfiles profesionales (organigrama).
- Breve descripción del proyecto donde se observe la identidad editorial y el catálogo con sus colecciones y series.
- Sitio web y redes sociales.
- Publicaciones realizadas y/o en proceso de producción.
- Dificultades encontradas hasta ahora.
- Expectativas y necesidades a cubrir con los contenidos del curso.
- Nombre de la o las personas que asistirán al curso y sus roles dentro del proyecto editorial.



Sesión 1

Tema: Identidad editorial

Parte I: Comentario sobre los proyectos editoriales participantes del curso. Revisión de dudas e intercambio sobre los conceptos básicos de Gerencia, Dirección y Coordinación editorial, leídos previamente.

Parte II: Tipos de editoriales

Objetivos de la editorial (político-culturales).

Línea editorial (tipo de contenidos y público lector).

Catálogo editorial (colecciones y series).

Sesión 2 y 3

Tema: Identidad editorial

Parte I: Resolución de dudas y comentarios generales sobre la identidad de los proyectos en ejecución.

Parte II: Criterios editoriales: ruta de pre-producción / instrumentos de registro y evaluación de propuestas de publicación / convocatorias y pautas de consignación / conformación del consejo o comité editorial / recomendaciones para las sesiones del consejo, registro y resguardo del proceso de deliberación.

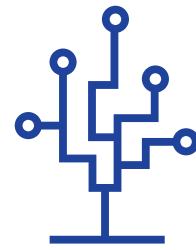
Sesión 4

Tema: Presupuesto editorial

Parte I: Resolución de dudas de la sesión anterior y comentarios sobre los proyectos editoriales participantes del curso.

Parte II: Cómo y con quién editamos: aliados culturales y editoriales / sistemas de financiamiento / tipos de alianzas / estrategias de venta de la editorial.

PROGRAMA



Sesión 5 y 6

Tema: Derechos de autor

Parte I: Resolución de dudas y revisión de casos legales reales que traigan los participantes.

Parte II: Derecho de autor internacional / Tipos de intercambio editorial (cesión y adquisición de derechos, sistemas de pagos, convenios y coediciones) / Derechos especiales (ilustración y traducción) / Documentos legales (contratos, adendas y autorizaciones) / Tipos de licencias de publicación y sus usos y aplicaciones (restringidas y libres) / Estrategias de negociación

Sesión 7

Tema: Planificación y seguimiento

Parte I: Resolución de dudas y comentarios sobre los proyectos editoriales participantes del curso.

Parte II: Plan de publicaciones (tipos y características de cada uno) Sistemas de control y seguimiento (plan de producción, plan de actividades, inventarios, directorios, etc.)

Sesión 8

Tema: Sistemas de promoción

Parte I: Resolución de dudas y comentarios sobre los proyectos editoriales participantes del curso.

Parte II: Diseño de campañas para la editorial / Diseño de campaña de lanzamiento de libros / Ejemplos de productos de promoción para redes y para medios convencionales / Acciones lúdicas.

NOTA IMPORTANTE



El curso **NO** incluye aspectos de la ruta de producción del libro; a saber, edición, corrección, diseño, ilustración, diagramación, montaje, impresión, distribución, venta de ejemplares, libros impresos y/o digitales, etc.



Soy asesora editorial y literaria venezolana-chilena, con residencia en la Ciudad de México. Licenciada en Letras por la Universidad Central de Venezuela, con una especialización en Creación de textos críticos y difusión mediática de las artes, por el Instituto Universitario de las Artes (Buenos Aires, Argentina) y otra en Procesos de lectura y escritura, por la Universidad de Buenos Aires (Argentina). Durante cinco años (2013-2018), asumí la Coordinación General Estratégica de la Fundación Editorial El perro y la rana, editorial pública venezolana, donde ejercí funciones de gerencia editorial y negociación de derechos de autor, produciendo planes de publicaciones anuales de entre 100 y 300 títulos. Desde este espacio, además, formé parte de los profesionales que integraron el cuerpo docente del Diplomado en edición y promoción del libro y la lectura, creado por la Editorial El perro y la Rana y dictado en la Universidad Nacional Experimental de las Artes, en Caracas. Posteriormente (2019) asumí la Dirección General de Representación de la Agencia Literaria del Sur, empresa independiente venezolana dedicada a la representación literaria (promoción de obras y autores, y negociación de derechos de autor) y a la prestación de servicios editoriales, dentro y fuera de Venezuela. Desde el año 2019 coordino el Premio Nacional de Literatura Stefania Mosca, promovido por la Fundación para la Cultura y las Artes (Fundarte) de la Alcaldía de Caracas. Actualmente, además, me desempeño como consultora editorial independiente, asesorando tanto a escritores y escritoras emergentes, promoviendo sus obras en diferentes mercados editoriales internacionales, como a editoriales e instituciones, orientando y acompañando los procesos de gerencia y gestión editorial.

COSTOS

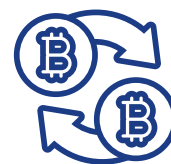


Precio por persona: 150 Usd.

10% de descuento a partir de dos personas de un mismo proyecto.

Si deseas realizar el curso dentro de una institución, academia o empresa, solicita los costos por paquetes.

VÍAS DE PAGO



PAGOS ELECTRÓNICOS

El participante deberá **agregar la comisión** que cobre la plataforma seleccionada



Paypal: mf.consultaeditorial@gmail.com



Binance: MFConsultaEditorial / solicitar ID de pago



Western Union: solicitar datos.

Acepta pagos con tarjetas de crédito.



TRANSFERENCIA BANCARIA



MÉXICO

Todas las cuentas a nombre de Melissa Fernández

Banco Azteca / Tarjeta número: 4027 6658 3853 2829

Cuenta Nu / Clabe 638180000169110877

Mercado Pago / Clabe 646028206822225148

Acepta tarjeta de crédito de Estados Unidos



VENEZUELA

Banco de Venezuela / Cuenta Corriente N° 01020354600000052728

Melissa Fernández Cl. 15.119.142

Banesco / Cuenta de Ahorro N° 01340214122142126073

Eliana Fernández Cl. 6049559

Pago móvil para ambas cuentas:

04141159639



CHILE

Banco Estado / Cuenta RUT 26935355

Melissa Fernández RUT 26.935.355-4

melissafernandezfe@gmail.com

CONTACTO



@mf.consultaeditorial



Melissa Fernández



mf.consultaeditorial@gmail.com



+58 4141159639

+52 5520258806