

LA ENSEÑANZA
DEL DISEÑO
EDITORIAL
*a nivel
licenciatura*

.....

DOS CASOS DE ESTUDIO:

Facultad de Artes y Diseño, UNAM (Licenciatura en Diseño y Comunicación Visual)
y Universidad Autónoma Metropolitana

Unidad Xochimilco (Licenciatura en Diseño
de la Comunicación Gráfica)



Irasema Chávez Santander



**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA
UNIDAD XOCHIMILCO
MAESTRÍA EN DISEÑO Y PRODUCCIÓN EDITORIAL**

LA ENSEÑANZA DEL DISEÑO EDITORIAL A NIVEL LICENCIATURA

Dos casos de estudio:

**Facultad de Artes y Diseño, UNAM
(Licenciatura en Diseño y Comunicación Visual) y
Universidad Autónoma Metropolitana Unidad Xochimilco
(Licenciatura en Diseño de la Comunicación Gráfica)**

**IDÓNEA COMUNICACIÓN DE RESULTADOS
QUE PARA OPTAR POR EL GRADO DE:
MAESTRA EN DISEÑO Y PRODUCCIÓN EDITORIAL**

**PRESENTA:
IRASEMA CHÁVEZ SANTANDER**

**DIRECTOR DE TESIS
DR. GERARDO KLOSS FERNÁNDEZ DEL CASTILLO**

**LECTORES
DRA. ADRIANA MA. HERNÁNDEZ SANDOVAL
DR. ARMANDO PINEDA CRUZ**

MÉXICO, CDMX. SEPTIEMBRE DE 2026

MDPE
**MAESTRÍA EN DISEÑO
Y PRODUCCIÓN EDITORIAL**

RESUMEN / PALABRAS CLAVES

DISEÑO, EDITORIAL, LICENCIATURA

Quienes coexistimos en el ámbito de la edición sabemos que es un lugar rico en contradicciones y puede contener un sinnúmero de respuestas para una misma pregunta. Este proyecto busca contribuir a realizar una enseñanza íntegra y digna a favor de la profesión del diseño editorial, con un sentido de reflexión por parte de los participantes en la formación de diseñadores editoriales.

Esta investigación construye teoría sobre la enseñanza del diseño editorial a nivel licenciatura, analizando los retos tecnológicos y pedagógicos a los que se enfrenta la formación de diseñadores; utilizando a la UAM-Xochimilco y a la FAD-UNAM como estudios de caso.

Es importante reflexionar sobre los cimientos en los que se está construyendo la preparación académica de los futuros egresados. Pareciera que la enseñanza del diseño editorial se enfoca, sobre todo, a lo meramente estético y comunicativo, sin embargo, resultaría interesante observar las maneras en las que cada una de estas importantes instituciones vinculan al estudiantado con la sociedad, atendiendo las necesidades y los circuitos de trabajo en la industria editorial.

- Reconocer si el diseño editorial dentro de su construcción como disciplina a nivel licenciatura sólo transita por áreas del conocimiento gráfico.
- Aportar con una investigación que referencie la importancia de los planes de estudios aunados a la labor docente.
- Señalar si es oportuno contribuir al fortalecimiento de los planes de estudio para potenciar la enseñanza del diseño editorial.



Dr. Gerardo Francisco Kloss Fernández del Castillo

LA ENSEÑANZA
DEL DISEÑO
EDITORIAL
*a nivel
licenciatura*

.....

DOS CASOS DE ESTUDIO:

Facultad de Artes y Diseño, UNAM (Licenciatura en Diseño y Comunicación Visual)
y Universidad Autónoma Metropolitana
Unidad Xochimilco (Licenciatura en Diseño
de la Comunicación Gráfica)



*Gracias a Dios por permitirme realizar mis estudios
de posgrado en una noble institución como la UAM Xochimilco.*

*Por el Dr. Gerardo Kloss Fernández del Castillo, la Dra. Adriana Ma. Hernández Sandoval
y el Dr. Armando Pineda Cruz, que me brindaron su voto de confianza
para esta investigación.*

*Por regalarme una familia extraordinaria.
Por bendecirme con Alberto Vargas, mi amado esposo; sin su amor,
cariño, comprensión y apoyo incondicional nada de esto habría sido posible.
Eres lo más bello y valioso en mi vida.
Por Mt, mi mayor motor y alegría.*

*Por mis amigos MDPE-07, quienes tuvieron a bien echarme porras,
compartirme una referencia, una platicada, un consejo; sin duda alguna
su ayuda y afecto son invaluable e inesperados para mí.*

Índice

Introducción	13
1. Edición, diseño y docencia del diseño editorial	19
1.1. La edición y su labor	21
1.2. El diseño como profesión	25
1.3. El diseño editorial	30
1.4. El profesor, una pieza clave para la enseñanza del diseño editorial	37
2. Comparativa de dos planes de estudio universitarios de escuelas de diseño gráfico en Ciudad de México con enfoque en el área editorial	47
2.1. Breve panorama de las asignaturas impartidas en distintas instituciones nacionales a nivel superior relacionadas con el diseño editorial	49
2.2. Dos casos de estudio: Facultad de Artes y Diseño, UNAM (Licenciatura en Diseño y Comunicación Visual) y Universidad Autónoma Metropolitana Unidad Xochimilco (Licenciatura en Diseño de la Comunicación Gráfica)	58
2.2.1. Contexto histórico	59
2.2.2. Plan de estudios	62
a) Objetivo	65
b) Mapa curricular	75
2.2.3. Modelo educativo	90
2.3. Perspectivas con las que se aborda el Diseño Editorial en distintas universidades e instituciones a nivel posgrado, tanto nacionales como internacionales	111
2.3.1. Casos nacionales	111
2.3.2. Casos internacionales	117
2.3.3. Afinidades y diferencias	129
3. Construir el perfil de egreso: un escenario complejo	133
3.1. Prácticas y realidades para el aprendizaje del diseño editorial	135
3.2. Tríada indispensable para la enseñanza	140
3.2.1. Teoría	142
3.2.2. Práctica	143
3.2.3. Tecnología	145
3.3. Nuevos retos por afrontar	150
3.3.1. La enseñanza del diseño editorial en una era digital	151
3.3.2. Competencias profesionales de un diseñador editorial	155
4. Conclusiones	169
5. Glosario	177
6. Anexos	181
7. Referencias	203

*La escuela no es una abstracción, es un sitio en donde se reúnen alumnos
y maestros con el fin de llevar a cabo un intercambio de ideas,
opiniones, conocimientos, materiales, recursos, emociones,
preocupaciones, entre muchas otras manifestaciones
humanas, además de las culturales,
propias del contexto en donde
se encuentre la escuela.*

LAURA MERCADO MARÍN

Introducción

Quienes coexistimos en el ámbito de la edición sabemos que es un lugar rico en contradicciones y puede contener un sinfín de respuestas para una misma pregunta. Este proyecto busca contribuir a realizar una enseñanza íntegra y digna a favor de la profesión del diseño editorial, con un sentido de reflexión por parte de quienes participamos en la formación de diseñadores editoriales.

La motivación de este trabajo surgió al observar los temas para el aprendizaje del diseño editorial, pues generalmente, están enfocados en cuestiones gráficas, deslindados de otras áreas del ámbito cultural y social. De ese modo, la visión del espectro de estudio, la cual podría ser más amplia, se cierra en aspectos teóricos, prácticos y técnicos para dar como resultado la producción de trabajos únicamente estéticos, sin considerar la enseñanza del diseño editorial como un área de concentración más completa.

El interés nació a partir de una apreciación del aprendizaje del alumno durante su paso por la licenciatura, en la orientación de Diseño Editorial. A ello le siguieron dos sucesos importantes los cuales completaron mi intención de indagar al respecto. El primero fue haber cursado la Maestría de Diseño y Producción Editorial de la UAM. Su esencia transdisciplinaria amplió mi panorama sobre la responsabilidad social de un diseñador editorial. El segundo fue cuando finalizaba mis estudios en dicha maestría, justo en ese tiempo comencé a impartir una de las materias medulares dentro de la orientación de Edición Gráfica de la Licenciatura en Diseño y Comunicación Visual, en la Facultad de Artes y Diseño (FAD), UNAM, plantel Xochimilco. Esa materia es la de Laboratorio de Diseño en Edición Gráfica I y II, para alumnos de 5.º y 6.º semestre. De cierta manera, me habían otorgado la oportunidad de tener muy de cerca un segmento de mi objeto de estudio.

Parte importante de este trabajo es contribuir a visibilizar la responsabilidad de los profesores como agentes de cambio desde las aulas y considerar los retos a enfrentar. Además, de generar referencias y reflexiones las cuales permitan establecer criterios más amplios al momento de proponer reestructuras curriculares.

Replantear o actualizar un plan de estudios no es cosa menor, para ello se necesita la contribución de muchos expertos, entre ellos pedagogos especializados en el área. Esta Idónea Comunicación de Resultados no busca hacer una propuesta de mapa curricular. Este ensayo argumentativo pretende analizar cuál es el enfoque de enseñanza de dos universidades públicas, recabando información sobre la manera en cómo llevan a cabo sus objetivos y qué percibió el estudiante durante su preparación universitaria para enfrentarse al mundo laboral.

Al tratarse de un tema complejo, primero se determinó abordar el proyecto desde un planteamiento cualitativo. La información aquí presentada, se obtuvo a través de dos fuentes: la primera a partir de la recopilación documental, y la segunda, mediante la técnica de la entrevista. A partir de los procesos de observación y análisis se adquirió un nutrido cúmulo de información, proveyendo de un enfoque real y tangible a la teoría utilizada.

Las entrevistas fueron realizadas a tres docentes de la orientación de Edición Gráfica de la Facultad de Artes y Diseño de la UNAM, a tres maestros de Diseño Editorial de la UAM Unidad Xochimilco y a un profesor externo que imparte asignaturas relacionadas con el diseño editorial: siete docentes en total. Con dichas entrevistas se escuchó «de viva voz» una gama de enfoques y especificidades respecto a las experiencias vividas al momento de enfrentarse a la enseñanza del Diseño Editorial, esto, aunado al enfoque de la universidad para la cual se labora.

También, se llevaron a cabo entrevistas a seis exalumnos de las carreras de Diseño Gráfico o afines quienes actualmente se encuentran laborando en la

industria editorial (tres por cada escuela seleccionada). Esto permitió conocer cuáles han sido sus mayores dificultades al iniciar su vida profesional, las expectativas y saberes con los que egresaron y de qué manera estos repercutieron al enfrentarse al mundo real.

Asimismo, fue realmente valioso y necesario escuchar los criterios de cuatro editores, abonando con perspectiva, desde su lugar de experiencia y capital simbólico.

Los testimonios recabados de forma virtual, a partir de una entrevista semiestructurada, son parte sustancial para entender el tema de estudio. Desde su enfoque y experiencia, los informantes brindaron una visión de su propio contexto —una de las herramientas más valiosas para el desarrollo del presente trabajo—. Al ser sus respuestas y comentarios más extensos de lo esperado, se prefirió no interrumpir el fluir de sus ideas, dando como resultado una cantidad considerable de información: grabaciones que oscilan entre cuarenta y noventa minutos. Su extensión hizo poco posible transcribirlas de forma íntegra en este espacio, por ello se extrajo la información más enriquecedora, evitando —en la medida de lo posible—se tergiversara algún detalle de la experiencia relatada en cada una de ellas.

Con un total de diecisiete entrevistados entre el verano del 2022 y el verano del 2025, se citan, a lo largo de este compendio, los comentarios más sobresalientes. Se destacaron los temas, ideas y datos más importantes y enriquecedores, para comprobar si este análisis coincide con el trabajo propuesto para el proyecto. La intención de transcribir las citas textualmente fue para hacer de este documento una nutrida plática con los actores involucrados. Las personas entrevistadas son referidas como «profesor», «egresado» o «contratante», y en el apartado de «Anexos», se incluye una breve tabla con sus datos duros: qué responsabilidades laborales tienen a su cargo, antigüedad en su empleo, año de egreso (si fuera el caso), entre otros. Así se determinó con la intención de salvaguardar, en la medida de lo posible, la confianza otorgada.

En el «Capítulo 1» se describe qué se entiende por los términos *enseñanza*, *edición*, *diseño* y *diseño editorial*, con el fin de dar sentido a dichos conceptos en virtud de la praxis con la cual se aborda esta Idónea Comunicación de Resultados. También se intenta sustentar por qué se emplea el término *diseño editorial*, cuando existen otros nombres referentes a la orientación, como *edición gráfica*. Para ello se contrapusieron puntos de vista de unos y otros teóricos; al final se retoma la referencia que pareció más adecuada para el flujo de información.

En el «Capítulo 2» se desarrolla la presentación de las asignaturas impartidas en el área editorial dentro de 55 escuelas afiliadas a Encuadre de Instituciones de Enseñanza Superior de Diseño Gráfico y del Diseño de la Comunicación Gráfica, Asociación Civil (Encuadre, 2020). Esto a partir de los planes de estudio publicados en sus respectivas páginas web. Posteriormente se eligieron sólo dos de ellas para estudiar su estructura curricular, modelo educativo y objetivos: la Facultad de Artes y Diseño de la Universidad Nacional Autónoma de México, plantel Xochimilco, y la Universidad Autónoma Metropolitana, unidad Xochimilco. También se incluye el resultado de un rastreo de posgrados, nacionales y extranjeros, cuya especialidad va enfocada al diseño editorial o afín, buscando evidenciar de qué manera están estructuradas sus mallas curriculares y procurando una comparación con las dos entidades elegidas. Aunque los propósitos de aprendizaje y niveles de especialización son distintos, esta comparación permite analizar si el perfil de egreso a nivel licenciatura es inclusivo, completo y panorámico.

El objetivo de fondo en esta sección es comprender el quehacer editorial y las competencias requeridas por diseñador editorial para adaptarse mejor a la industria editorial.

En el «Capítulo 3» se enfatiza la relación fundamental que debería existir entre la enseñanza y el medio laboral, detonando en una preparación más nutrida y competente para el alumnado. También se describe un eje rector a considerar partiendo de la tríada *teoría*, *práctica* y *tecnología*, reconfigurando esta última,

por estar desvirtuada debido a sus malas prácticas y usos. Con este enfoque también se busca conocer si se están abordando nuevos esquemas y temas de trabajo para mejorar el aprendizaje de los alumnos, debido a la vorágine de la era digital. Finalmente, se reconoce el panorama el cual pareciera estar enfrentando el constructo actual de la educación en temas relacionados con el diseño editorial, para quizás orientarse, como apunta el Dr. Gerardo Kloss, hacia el *diseño de la edición*, sus retos y realidades.

CAPÍTULO 1

Edición, DISEÑO y DOCENCIA DEL DISEÑO EDITORIAL

Edición, diseño y docencia del diseño editorial

La mayoría de los profesores que trabajan en el ámbito de la enseñanza, entran sin conocimiento o experiencia previa en docencia: algunos, recién egresados; otros, después de pasar algún tiempo desempeñándose en el campo profesional para no volver a él, y, otros más, combinando ambos menesteres.

El propósito de este apartado es definir de manera general qué se entiende por *enseñanza*, *edición* y *diseño*, así como explicar por qué se utilizará el término *diseño editorial* y cuál es su pertinencia en el mundo del libro. Es importante desarrollar este primer compendio de acepciones para que, durante el transcurso de esta investigación, se mantenga el mismo enfoque cuando se haga referencia a dichos términos. Asimismo, es significativo para este proyecto comenzar a delimitar los linderos del área de estudio pretendida.

Otro motivo para comenzar con las definiciones de estos términos es la experiencia adquirida en la marcha, como estudiante y como profesionista. Esto sin imaginar que un día se requeriría verter lo aprendido a un grupo de estudiantes.

1.1. LA EDICIÓN Y SU LABOR

Para entender qué es la edición y quién la ejerce se comenzará por citar a Bhaskar, cuando dice, «la mayoría de los editores no pierden el sueño con dudas filosóficas para definir su oficio, más bien, se arremangan la camisa y hacen su labor.»¹ Sin embargo, definir la labor editorial constituye un objetivo fundamental para la recuperación de la memoria cultural, económica y social de una época.

Durante milenios, la edición ha sido una función social esencial, una de las claves de la civilización; ha apuntalado nuestra ciencia y cultura por siglos. [...] Un ambiente editorial fuerte y abigarrado contribuye a crear sociedades deliberativas y reflexivas. [...] La edi-

¹ Michael Bhaskar, *La máquina de contenido*, México, FCE, 2014, p. 37.

² *Ibid.*, p. 243.

ción delimita el sistema intelectual de una sociedad, al abarcar sus librerías, universidades, bibliotecas, escuelas, periódicos, radio y televisiones, pasatiempos y negocios.²

³ *Ibid.*, p. 137.

Definir a la edición como «hacer públicos los textos» es algo inadecuado, apunta Bhaskar, y esboza la siguiente historia para explicarlo: si dejar un manuscrito en la banca de un parque hace «público» el texto, entonces, ¿significa que se publicó? De igual modo, si se imprimen 10 000 ejemplares de un libro, y ninguno de ellos es leído, ¿en qué sentido es un libro publicado?³

A partir de este preámbulo, desarrolla su concepto de *edición*, comenzando por decir, éste no es un suceso ejecutado de manera deliberada en principio, se requiere de un contenido para que un «supuesto» público lo reciba. Este contenido es modelado de acuerdo con una forma o formato para su *amplificación*, término preferible antes de «publicar». Para Bhaskar, la *amplificación* es una serie de acciones para distribuir y consumir más ejemplares de una obra o producto. De hecho, para comprender mejor la propuesta enlista algunos «sinónimos» del concepto *amplificación*, como: aumentar, mejorar, extender, desarrollar, presionar, confeccionar, colocar, lanzar, propagar, divulgar, expandir e incluso corregir.

En el corazón de la edición hay dos actividades mutables: filtrar y amplificar, y ambas resuelven muchos problemas de lo que significa «hacer público algo». Su teoría dice, *el filtrado precede a la amplificación*, y ambos conforman la idea de edición, no como un circuito, sino como circuitos.

⁴ *Ibid.*, p. 129.

Ahora bien, ¿por qué usar el término «filtrado» y no «selección»? El término *filtro*, es más incluyente.⁴ La elección puede ser el paradigma predominante de la industria editorial; pero, históricamente, y en especial con la llegada de lo digital, el término no abarca lo indispensable. El filtro implica un conjunto más amplio de posibles condiciones de mediación dentro de la edición. El filtrado da lugar a un criterio conceptual para distinguir entre el impresor y el editor. Los impresores no filtran ni seleccionan, actualmente, tan sólo otorgan sus servicios de impresión; mientras en la edición es donde se seleccionan las obras, a partir de los modelos según cada editorial o proyecto a definir. Conforme la edición evoluciona y la selección da paso a otras formas de intermediación en contextos digitales, es útil reconocer la prioridad del filtrado.

Así, la *amplificación* para Bhaskar es cuando se promueve el acto de consumo y no el consumo en sí. La edición se ejecuta entre dos polos: el contenido y la audiencia, para que el contenido transite hacia la audiencia es necesario dotarlo de una forma la cual permita su amplificación mediante un modelo. De hecho, el núcleo de su argumentación contiene una teoría de la edición a partir de cuatro conceptos clave: *marcos* y *modelos*, *filtrado* y *amplificación*. Juntos constituyen la verdadera máquina de contenido. Este autor parte de la premisa, la edición nunca se separa del contenido. Dondequiera se encuentre la edición, está el contenido.⁵

⁵ *Ibid.*, p. XXIV.

Precisar la edición no es sencillo porque, como él mismo comenta, está en algún lugar por encima de la producción y la divulgación de libros, pero no por encima de la impresión y la distribución, las ventas, el diseño, la producción editorial o la posesión de derechos, se trata de una extraña amalgama conceptual de lo anterior.⁶ Bajo este breve preámbulo, el rol de la edición también es una labor de transformación conforme a las necesidades de la sociedad, porque finalmente editar implica establecer con claridad el discurso de la publicación en cualquiera que sea el formato requerido.

⁶ *Ibid.*, p. 4.

Propiamente los perfiles de obra son tantos que sí es importante tener claro cuál es el perfil más adecuado a cada tipo de libro, y eso saberlo comunicar. Una de las habilidades indispensables del editor es ser un comunicador, dentro y fuera de la editorial debe transmitir un poco el *feeling* del producto, de la publicación hacia los equipos de trabajo. Y también, entender que el producto, una vez terminado, debe comunicar lo mismo hacia un mercado fuera de la editorial. Entonces, en el caso del trabajo interno sí es importante que, desde el Consejo Editorial, el editor haga un ejercicio de intelección lo suficientemente completo para transmitir desde el principio qué quiere el autor para su obra, si encaja con la línea o catálogo editorial o, si estás encargado de una parte de adquisiciones, tener el olfato para poder encontrar libros en catálogos extranjeros que correspondan con el mercado mexicano o latinoamericano. Todo esto en el curso del proceso editorial se transfiere en instrucciones o comunicaciones otorgadas a ilustradores, diagramadores, autores, coautores, redactores, traductores. Hay una especie de discurso y todos necesitan entenderlo realmente, sólo así el libro llegará a buen término y cumplirá el cometido en la parte comercial. Incluso, me atrevería a decir, no sólo en la parte de la venta sino también en la parte pedagógica, sobre

todo si hacemos libros de texto, pues lo más esperado es la venta de esos libros, pero también hay un componente social, donde estás comprometido a que el libro realmente enseñe. Eso implica muchísimas comunicaciones y principios editoriales, se requiere de un esfuerzo importante para comunicar todos esos valores y discursos a todas las personas quienes laboran contigo en una publicación; incluso para los librereros, para quienes distribuyen. Si haces el libro en *ebook* también debe tener su propio ideario. Y bueno, creo en eso reside un poco todo el set de herramientas necesarias del editor.

(Contratante entrevistado 3. Editor de publicaciones. Subgerente de traducción y corrección editorial)

La edición va más allá. Los estudiantes encaminados hacia el trabajo editorial deben enfrentarse a recapacitar sobre la responsabilidad de la edición dentro de la cultura del libro, la compilación o filtrado de contenido y cómo esto se adapta a los actores y necesidades sociales. Es indispensable comprender, incluso, que la edición no sólo abarca temas de libros, sino se extiende al «diseño de contenido», es importante no limitar la propuesta pedagógica exclusivamente a libros de papel, sino incluir la gestión integral de contenidos en distintos formatos, como revistas, libros electrónicos, medios digitales y audiovisuales.

Castañón hace referencia al editor como una suerte de hombre-orquesta. Lo mismo sabe leer, traducir y corregir textos, así como dar una opinión o dictamen. Sigue describiendo el papel del editor como el de aquel que planea la tipografía, la página, aprueba los diseños, la portada, la impresión, la encuadernación, y además, supervisa. Quien en su perfil incluye conocimientos de administración de almacenes, de venta, de distribución, de derechos legales y luego, procura la difusión oral o escrita de todo ello hacia el lector.⁷ Entonces, si esto hace un editor dentro de la múltiple dimensión de su quehacer editorial, es oportuno preguntarse qué tipo de temas están impartiendo las universidades dentro del área de diseño editorial y qué entienden por la misma.

Para este proyecto donde se encuentran «multiversos» sobre lo planteado al respecto de la edición, se halla una definición más, escrita por Kloss, y citada en el *Glosario de tipografía y producción editorial*,⁸ la cual describe a la edición como un proceso de creación cultural altamente intensivo en trabajo intelectual.

⁷ Adolfo Castañón, *Trópicos de Gutenberg. Escenas y mitos del editor*, España, Trama Editorial, 2012, p. 62.

⁸ Edgardo López, *Glosario. Tipografía y producción editorial*, México, Editoriales e Industrias Creativas de México, 2019, p. 538.

tual y en parte artístico, pero también dependiente de procesos industriales de producción y reproducción los cuales generalmente aspiran a ser masivos. Es un acto político, cultural, jurídico y económico.

Al final, mientras no se tengan claros y presentes estos argumentos sobre lo amplio y significativo de la edición para la cultura del libro, es poco probable que, dentro de las instituciones y cuerpos colegiados de las licenciaturas de diseño gráfico o relacionadas, se vea reflejado un perfil de egreso, llamémosle, «más completo».

Si se logra entender el trabajo de un diseñador editorial, la actividad fuera de la escuela no estará limitada a tener profesionistas que sólo sepan elaborar y conceptualizar diseños *bonitos*. No se debería limitar el aprendizaje solamente a criterios gráficos. Afortunadamente existen universidades ajenas al común denominador; quienes han logrado entender a la *edición* y al *diseño* a través y desde otros medios y recursos, optando por un cambio de paradigma.

Ser parte del equipo en la creación de un libro (desde su concepción hasta su llegada al público lector) confiere una responsabilidad importante, de un aprendizaje y reajuste sobre las prácticas desarrolladas prioritariamente durante el paso por la escuela.

1.2. EL DISEÑO COMO PROFESIÓN

En las siguientes líneas se hablará de algunas definiciones que atañen al término *diseño*, con el propósito de llegar al enfoque del concepto *diseño editorial*. No se trata de encontrar el hilo negro dentro de una larga lista de teóricos en busca de una posible definición, sino, simplemente, contraponer ideas alusivas al respecto.

Para hablar del término sería relevante mencionar documentos que apilan cantidades importantes de definiciones. Gabriel Simón Sol compiló un libro titulado *Más de cien definiciones de diseño*, mientras Marina Garone también hizo un resumen histórico de las definiciones de esa palabra; nuevamente, lo interesante para este subtema es hilar el diseño con la edición y lograr conjuntarlos a través de diversos autores.

La mayor dificultad para definir la palabra «diseño» no sólo es que su significado se ha construido, deconstruido y reconstruido muchas

⁹ Gerardo Kloss, *El imaginario editorial. Cambio y resistencia de los editores (y los diseñadores editoriales) en México*, México, UAM, 2023, p. 202.

veces, dentro de muchos marcos conceptuales, sociohistóricos y económicos distintos. Lo más difícil es que los propios diseñadores no son conscientes de la existencia de estos complejos marcos culturales y disfrutan mucho de la creencia de que su trabajo goza de esa autoevidente universalidad metafísica, un poco complaciente.⁹

¹⁰ Román Esqueda, *El juego del diseño. Un acercamiento a sus reglas de interpretación creativa*, México, Designio, 2003, pp. 18-21.

En tanto si diseñar es una ciencia, una técnica o un arte, Román Esqueda¹⁰ hace una guía detallada sobre por qué estas consideraciones deberían tratarse con cuidado al momento de hacer algún tipo de aseveración.

En principio, suponer que el diseño es una ciencia puede ser muy refutable, porque el hecho de diseñar no obedece al fundamento del conocimiento científico: búsqueda de verdades. Tampoco se considera un dominio técnico, pues no es una extensión del dibujo ni un dominio de la plástica ni del manejo de la computadora. Si la especificidad del diseño entrara en estas clasificaciones, estaría incompleto. De igual manera, no podría considerarse dentro del ámbito del arte, porque esto pareciera insinuar que el diseño no se aprende, porque depende de momentos de inspiración, creatividad o sensibilidad, y sería muy subjetivo.

Esqueda también hace referencia a Wittgenstein, quien describe al lenguaje como una especie de juego o, aún más, dice, el lenguaje es un juego y, como todo juego, tiene sus reglas y a la vez su nivel de recreación y disfrute. Y esto mismo sucede con la práctica del diseño, porque tiene asimismo una dosis de placer lúdico, a la par de una gran seriedad profesional, siendo entonces un juego riguroso.¹¹

¹¹ *Ibid.*, pp. 22 y 23.

Es decir, el diseño lograría considerarse igualmente una forma de «juego del lenguaje», dado que se origina lingüísticamente y tiene una finalidad lingüística, y es el diseñador quien interpreta las necesidades de comunicación de su cliente, pasándolas por un proceso de traducción para después convertir el significado de los enunciados y palabras de origen en signos gráficos y lingüísticos.

¹² *Ibid.*, pp. 20 y 21.

Entonces, el diseño puede concebirse como una profesión «que domina un lenguaje y hace de él un arte [...] explicable, repetible y, por lo tanto, enseñable».¹² Necesita significar, sorprender, conmover o hacer pensar como una pieza de arte, y a la vez funcionar, cumplir y obedecer como una pieza de ingeniería.¹³

¹³ Gerardo Kloss, 2023, *op. cit.*, p. 193.

El diseño requiere que los objetos funcionen en el *logos* del propósito, *para qué son*; a la vez, que se carguen de un *pathos* significativo y emocionante, que a la gente le guste; y que se sitúen con tino respecto del *ethos*: *qué parecen ser, qué percibe la gente en ellos, qué espera que sean, qué cree que son* y qué tan coherente resulta la combinación de todos los planos.¹⁴

¹⁴ *Idem.*

¹⁵ Román Esqueda, *op. cit.*, p. 99.

¹⁶ Gerardo Kloss, 2023, *op. cit.*, p. 195.

¹⁷ Pierre Bourdieu, *Campo de poder, campo intelectual: itinerario de un concepto*, Argentina, Quadrata Editorial, 2003, pp. 79, 88.

¹⁸ Norberto Chaves. Curso de identidad corporativa. ForoAlfa, Septiembre, 2021.

Según Esqueda, al diseño se le ubica en la *techné*.¹⁵ En ese sentido, el diseño busca respuestas lógicas y funcionales, además de humanas y coherentes con la ética de su sociedad y su cultura. Tales respuestas deben ser viables desde el punto de vista técnico, económico, ambiental y social, y a la vez, ser estéticas y simbólicamente significativas para que los usuarios se apropien de ellas. Es decir, todo a la vez.¹⁶

La finalidad del acto de diseñar, se cumple de dos maneras, ya sea por intuiciones espontáneas del diseñador formado en el ámbito de la técnica (ésta mayormente preferiría evitarse en los futuros profesionales) o por la elaboración de propuestas de diseño (hacia dónde se quiere llegar) fundamentadas en sus propios procesos cognitivo-interpretativos.

Para Norberto Chaves, el diseño es «un proceso de toma de decisiones, nada más, con auditorías de calidad seriadas, cuyos principios no son propios, son de la cultura: manipula sistemas que le proporciona la cultura».¹⁷

El término *diseño*, junto con el de *edición*, parecieran jugar con la función del concepto de *habitus*, al cual Bourdieu¹⁸ define como un sistema de disposiciones inconscientes producido por la interiorización de estructuras produciendo percepciones, apreciaciones, prácticas e ideologías características de un grupo de agentes, en el caso del diseño y la edición al entender, aceptar y seguir las reglas del juego para proveer la llegada de ideas (de preferencia novedosas), en sus diversas formas de hacer y solucionar situaciones dependiendo de la necesidad social y de la tecnología según cada época.

Así, en torno a estas distintas descripciones, la correspondencia tiene cierto parecido a una zona de riesgo, por donde debe pasarse con sumo cuidado. Al final, sea actividad, *techné*, proceso, profesión, disciplina o juego, en la práctica los conceptos actúan de manera simultánea para determinar el éxito del todo. Obsérvese, pues, la línea delgada existente entre el *debe ser de un diseñador*,

frente al *debe ser de un editor*. El interés está dirigido a prefigurar un producto, a definir su forma de producción, distribución y consumo.

Con lo anterior se comprende la razón por la cual Schön comenta: «me inclino por la visión que da Dewey del diseñador como alguien que transforma situaciones indeterminadas en determinadas».¹⁹

Desde una perspectiva tal, el editor sería un diseñador en el sentido más amplio que puede caberle a esa palabra.²⁰ Es aquí donde se halla la riqueza del ejercicio editorial. Tanto el editor como el diseñador convierten sus intuiciones en un arte en el sentido griego de la *techné*;²¹ como un saber hacer que se experimenta, un conocer los procedimientos y un generador de propuestas cada vez más acertadas, dejando poco espacio al azar.

Tengo varias concepciones de lo que es un editor. En primer lugar, un editor es un traductor —en cierto modo— de la experiencia literaria, la experiencia lingüística, de la experiencia del libro. El editor es ese individuo quien le da vida y materialidad a un pensamiento, sea científico o poético, o de cualquier otra índole, le da una materialidad física. Hoy en día también una materialidad digital. Entonces considero es un individuo quine oscila entre el oficio, la profesión y el arte. También un editor, me parece, es un creador de objetos artísticos, es el creador también de una casa del saber. Cada libro es —de alguna manera— una casa del saber, por tanto la labor del editor es creativa. Re-crea las concepciones implícitas en un libro, le da otra luz, le da una forma más amable y perdurable de existencia. Y es, sin duda, un actor fundamental en este proceso de escritura, de lectura, de generación de pensamiento. Un editor también se enfrasca en la aventura de generar una conciencia sobre el libro, sobre las palabras en una sociedad. Además, tiene la responsabilidad de seleccionar, curar ciertas lecturas o libros que deben ser traspasados para perdurar en la memoria. En otras palabras, un editor tiene la responsabilidad de extender la vida de un libro, por tanto, extender la vida del pensamiento universal.

(Contratante entrevistado 4. Director de editorial universitaria en Honduras)

¹⁹ Donald Schön, *La formación de profesionales reflexivos*, España, Paidós, 1992, p. 50.

²⁰ Gerardo Kloss, *Antologías. Historia, diseño y edición*, México, UAM, 2013, p. 196.

²¹ Román Esqueda, *op. cit.*, 2003, p. 99.

El diseño funge un papel clave dentro del ámbito de la edición (como cualquiera de las otras aristas las cuales conforman a la industria editorial), se reitera, la conceptualización, los criterios a considerar, la ejecución de un modelo, la selección de los elementos gráficos, los recursos para su producción, la distribución y la planeación para su presentación y venta, conlleva un trabajo en conjunto (y no menos importante) entre editor y diseñador. A continuación se describen dos ejemplos:

Una obra dirigida a un público infantil, con formato diferente por tener una encuadernación industrial, que la cerrarse toma la forma de medio círculo y, al comenzar a «hojearse» simula ser un globo terráqueo; es toda una planificación, de esta manera el niño tiene sus primeros acercamientos (de forma lúdica) a temas como la geografía, los ecosistemas, etcétera. El editor, efectivamente puede concebir la idea, pero la gestión, la planificación y la ejecución requiere la ayuda de un diseñador. Investigar los costos de producción, el tipo de ilustración, imaginar cuál será el estilo gráfico, los acabados. Todo se planea en conjunto.

Por otro lado, para la elaboración de una novela, el proceso de diseño vuelca su atención hacia otras elecciones creativas, prácticas, técnicas, artísticas y logísticas; el público al cual va dirigido. La necesidad a resolver es distinta. Todo cambia a fin de favorecer la propuesta de diseño de la obra, según sus características. No sería lo mismo (en comparación del ejemplo anterior), la elección del ilustrador (si es que se requiriera), los puntos de venta, la promoción y firma de libros (si fuera el caso). El aparato crítico es distinto, pues se refiere a otro modelo de trabajo.

Con estos ejemplos se busca demostrar cómo cada producto obedece a objetivos particulares distintos. Se diseña, se propone y se resuelve, desde la generalidad, para enfocarse a la particularidad. Es a través de la estrecha relación editor-diseñador que se crea y materializa (apoyados, por su puesto de otros agentes involucrados), obteniendo madurez y experiencia. La naturaleza de cada proyecto invita a cuestionarse y a experimentar desde distintas formas, pero al final depende de la intención pretendida; la dupla es imprescindible para diseñar una edición.

El proceso más representativo o cercano a la industria editorial mexicana es aquel donde llega el autor con un manuscrito a la editorial y propiamente se presenta en un comité editorial y se acepta. A partir de ahí, ¿a qué personas necesitas en tu equipo? Primero, al representante legal que te ayuda con la revisión de contratos, con el autor —desde luego—, quien es tu comparsa a lo largo de todo el proceso o así debiera ser (el autor es como un cómplice durante el desarrollo de la edición). En el momento cuando estás trabajando en un proyecto editorial debes apoyarte de un equipo conformado por: un diseñador, un diagramador, un coordinador de obra (quien desde luego valida el esfuerzo del diagramador o del ilustrador), trabajar con un corrector de estilo y un montón de personas más en esos esfuerzos, pero para mí serían los básicos. Por su puesto hay muchos más atrás del telón, como el impresor, la persona que te ayuda con las legales, el corrector de pruebas finas, desde luego el personal administrativo de una empresa editorial. Considero que debe haber un equipo colaborativo y un equipo creativo.

(Contratante entrevistado 3. Editor de publicaciones. Subgerente de traducción y corrección editorial)

1.3. EL DISEÑO EDITORIAL

A partir de las definiciones y opiniones recabadas anteriormente, se intentarán conjuntar ambos términos, con el fin de trazar una línea sobre lo que debe o debería entenderse por *diseño editorial* y qué ámbitos le conciernen para, posteriormente, hallar correspondencia entre lo que se entiende por éste, frente lo ofertado por las universidades como área de concentración en la licenciatura.

Cuando se busca especificidad para definir el término *diseño editorial*, prolifera el material de consulta desde distintos niveles de conocimiento, dirigido a diferentes tipos de público por medio de libros, cursos, conversatorios, diplomados, revisiones de planes de estudio, maestrías, etc. Cualquier intención por acercar el tema al público funcionará, en tanto logre penetrar en la audiencia con cada una de las perspectivas y objetivos abordados. Temas planteados por autores como Jorge de Buen, Gerardo Kloss, Rubén Fontana, Roberto Zavala, Edgardo López, Robert Bringhurst, John Kane, Michael Bhaskar, Patricia

Piccolini, Alejandro Tapia, Tomás Granados, Antonio Rivera, Leslie T. Sharpe, Irene Gunther, Emilia Ferreiro, José Martínez de Sousa, Adolfo Castañón, Jordi Noda, Francisco García, Carlos Prieto, Roger Chartier (la lista puede continuar); deben ser leídos, vistos, escuchados, cursados, revisados, investigados, e incluso, cuestionados.

El término *diseño editorial*, generalmente, se asocia con el área gráfica (una parte del todo en la edición). Por citar un ejemplo, en la Facultad de Artes y Diseño, UNAM, el nombre de dicha orientación es Edición Gráfica. En su sitio web se describe:

La Edición Gráfica sustituye al Diseño Editorial y se refiere a la proyección, ejecución, edición, producción y comercialización del objeto de diseño, ya no se limita a la proyección de publicaciones previa a la reproducción, lo anterior implica un mayor campo de acción; con una visión orientada a la integración y gestión de proyectos editoriales que satisfagan las necesidades de comunicación visual, analógicas y digitales de la sociedad y favorezcan el emprendimiento con carácter humanista, social y ético, así como el desarrollo de negocios integrales.²²

²² Facultad de Artes y Diseño, UNAM, *Edición Gráfica. Diseño y Comunicación Visual*, <https://fad.unam.mx/oferta-academica/licenciaturas/dcv/edicion-grafica/> [Consulta: abril de 2023].

El cambio de nombre repercute en la proyección de la orientación, la cual ya no debería limitarse a la producción, sino se amplía hasta el momento de la «publicación». El campo de acción apunta, al parecer, a la integración y gestión de proyectos editoriales; básicamente se está haciendo una proyección «más allá» de la labor de un diseñador editorial (como se entiende, generalmente, hasta ahora).

Habrà que averiguar si en la práctica esta expansión del rol se enfatiza tanto «hacia adelante» como «hacia atrás», es decir, si el egresado se puede ocupar de problemas de imprenta, producción, reproducción y distribución, así como de situaciones previas con el traductor, corrector, derechos de autor, costos y presupuestos. Se halla una sustancial diferencia entre ampliar el rol del estudiante hacia adelante, sin dejar de lado el trabajo detrás. Es importante formar diseñadores quienes desempeñen roles editoriales.

Ahora bien, la intención sería apostar por una visión más panorámica cuando se habla de diseño editorial. Porque cuando se usa el término, gene-

ralmente es para referir temas relacionados con la «famosa» puesta en página (formatos, márgenes, selección tipográfica, elección cromática, folios, cornisas, imágenes, ilustraciones, modo de producción), pero no hacia el diseño de una edición de productos comunicativos preparados para integrar conocimientos con una visión más proactiva desde el trabajo transdisciplinario de la edición. Siendo la transdisciplinariedad fundamental para formar diseñadores que puedan interactuar efectivamente con literatos, correctores, periodistas, entre otros; lo cual es más valioso cuando se trata de encontrar empleos editoriales más allá de únicamente ser «técnicos» en alguna imprenta.

Según Edgar Morin, la transdisciplinariedad comprende (como el prefijo «trans» lo indica), lo que está, a la vez, *entre* las disciplinas, *a través* de las diferentes disciplinas y *más allá* de toda disciplina. Su finalidad es la comprensión del mundo presente, y uno de sus imperativos es la unidad del conocimiento.²³

La relevancia de la colaboración transdisciplinaria obedece a la práctica del diseño editorial desde diferentes campos del saber como lo pueden ser las artes, el derecho, la contaduría, el marketing. Si todas estas áreas de especialización se pudieran integrar al aprendizaje del diseño editorial desde la enseñanza de expertos, se abarcaría un rango de conocimiento más amplio.

Sin embargo, en ciertas instituciones académicas esto es difícil de lograr debido a las restricciones estructurales y organizacionales que presentan. Por ejemplo, para la UAM Unidad Xochimilco, el hecho de contar con profesores de diversas áreas de profundización, administrativamente se puede realizar y se lleva a cabo con bastante «naturalidad». En cambio, pensar en este intercambio de especialistas dentro de la FAD en la UNAM, resulta más complejo porque generalmente los convocados a la docencia de la Licenciatura en Diseño y Comunicación Visual son los mismos diseñadores gráficos. El intercambio de especialistas de otras facultades ni si quiera se plantea.

Kloss invita a no hablar de *diseño editorial* (o *edición gráfica*), pues considera ambas, son una parte del todo. Antes, promueve hablar de *diseño de la edición*, término que abarca mejor las características de la labor: edición, decisión editorial, planeación, investigación, evaluación, intervención de textos, finanzas, desarrollo de productos o comercio editorial; áreas dispersas en diversas carreras.²⁴

El diseño de ediciones es un campo transdisciplinario natural, el cual exige trascender la simple colaboración entre disciplinas (multidisciplinas), e incluso

²³ Basarab Nicolescu, *La transdisciplinariedad. Manifiesto*, México, Multiversidad Mundo Real Edgar Morin, A.C., 1996, p. 37.

²⁴ Gerardo Kloss, 2013, *op. cit.*, p. 194.

²⁵ Gerardo Kloss, *El imaginario editorial. Cambio y resistencia de los editores (y los diseñadores editoriales) en México*, México, UAM, 2023, p. 201.

²⁶ Roberto del Rivero *et. al.*, «Modelar la edición: de la conceptualización de productos editoriales a la circulación en soportes diferenciados», investigación de maestría, México, UAM, 2015, p. 97.

²⁷ Gerardo Kloss, 2023, *op. cit.*, p. 201.

el intercambio entre ellas (interdisciplinas), para apuntar hacia un nuevo profesional, como lo propone el Manifiesto de la Transdisciplina, transite con libertad entre las disciplinas artísticas, humanísticas, tecnológicas y administrativas.²⁵ [Este tema se tratará, nuevamente, en el apartado, Modelo Educativo].

Si el término *diseño editorial* se comprendiera desde su amplitud, habría de fungir un papel más prominente en el mundo editorial. En la edición siempre se están buscando soluciones y mejores posibilidades para afrontar los distintos proyectos. Y esto no es algo intrínseco, se requiere encontrar su interpretación y función. En las páginas siguientes se argumentará qué se considera debe entenderse por *diseño editorial*.

En la Idónea Comunicación de Resultados *Modelar la edición*,²⁶ se completa mejor la idea. Al hablar del concepto *diseño de la edición* es probable no se trate, únicamente, de la propuesta del diseño gráfico (diseño editorial o edición gráfica), es decir, no sólo considerar el formato, el soporte y la forma, sino el diseño de identidad de la edición. Los autores hacen referencia a la acepción *diseño de la edición* cuyo alcance va desde la selección de los títulos hasta la planeación de las estrategias de mercado y distribución.

Así, el *diseño de la edición*²⁷ se propicia como un nuevo término, y éste, busca una manera distinta de concebir al diseño y la edición. Se refiere al diseño editorial con un enfoque más completo; incluye la edición y las diversas disciplinas de las que requiere y apoya para llevarse a cabo.

El concepto de *diseño de la edición* implica tres agentes: el contenido, el lector y el editor o la editorial, y la relación que guardan éstos entre sí a través de las publicaciones. En cuanto al contenido y el lector, el centro del problema del diseño es la conceptualización del contenido en función de los lectores y la manera de relacionarlos a través de la elección de la forma, soporte, canal o medio necesarios para ello; la otra faceta del diseño de la edición consiste en la relación que guardan los lectores con la editorial a través del consumo de sus productos, pues las publicaciones son al mismo tiempo la representación de un contenido y de la editorial. Es necesario resolver la relación del lector y el contenido a través de la forma de la publicación, para que el lector se identifique con la editorial y demande sus productos en

²⁸ Del Rivero, 2015, *op. cit.*, pp. 101 y 102.

el futuro. De esta manera, a través del consumo del producto, el valor simbólico desplaza al valor de uso de la publicación.²⁸

Por más bello (gráficamente) que se aprecie el producto, su éxito no depende completamente de ello, sino del valor atribuido por todos los involucrados. La edición la hace el editor, sí, pero a través de distintas personas, y un *diseñador editorial* debe conocer, comprender y, hasta cierto punto, abonar a ello.

Sin embargo, son tantas las variables sobre los enfoques del tema que, para esta Idónea Comunicación de Resultados, se hará uso del término *diseño editorial*, considerando no debería entenderse sólo como algo «relegado» a una parte del proceso. Si bien no tiene el mismo alcance con el cual se refiere al *diseño de la edición*, no es cualquier diseñador o artista quien lo ejerce, sino un diseñador-editor, quien se supondría debe saber tanto de diseño como de edición, entender sobre los derechos de autor, conocer de regalías y cuestiones de logística para la presentación y promoción de libros.

²⁹ Franciso García y Jordi Nada, *Libros o velocidad. Reflexiones sobre el oficio editorial*, México, FCE, 2005, p. 6.

Editar es ampliar siempre una responsabilidad social: en el mejor de los casos, editar es avanzar, es proponer mejores ciudadanos, más autónomos, más críticos, más sensibles, más libres. Ciudadanos que piensan, que hablan, que conversan, que discuten. Ciudadanos activos. Responsables. Educados. Ilustrados, como diría Edgar Morin.²⁹

³⁰ Luz del Carmen Vilchis, «Aportaciones de la investigación en diseño a la praxis profesional», en *Dos mundos del diseño. Formarse en diseño y ganarse la vida diseñando*, coords. Francisco. Gutiérrez y Jorge Rodríguez, México, UAM, 2021, pp. 144 y 145.

Diseñar es una actividad que se ocupa de dar significación y sentido a la expresión bidimensional o tridimensional para dar origen a la cultura material, incluye una actividad de servicio a la comunidad que responsabiliza al diseñador desde el análisis de las necesidades, demandas y deseos hasta el proceso productivo y más allá de éste. [...] Debe respetar el equilibrio ecológico, la cultura, tradiciones, patrimonio histórico, riquezas naturales, materiales regionales, [...] además tiene la impronta creativa (es la huella personal que cada diseñador plasma en lo diseñado, vestigio de que en algún momento se torna en estilo individual identificable).³⁰

La licenciatura de Diseño Gráfico (o afín) debe dotar a la orientación de Diseño Editorial con una mira hacia el *diseño de la edición*, reconociendo que

éste último tiene un nuevo enfoque y valor. Este valor no se refiere únicamente a aprender a realizar portadas de libros atractivas y estéticas, sino conceptualizar un objetivo más amplio en la enseñanza del diseño editorial, otorgando un máximo valor a la cultura de una sociedad.

Me parece hay dos tipos de habilidades a distinguir en los diseñadores editoriales. Unas propiamente académicas. Las cuales se espera traigan desde las diversas escuelas de diseño. Otras, las relacionadas con teoría del discurso, teoría del color, semiótica de la imagen; es decir, cuestiones de la comunicación gráfica. Y las que sí esperas desarrollen sobre la práctica porque es un poco como el oficio del editor —no hay una carrera de edición íntegra, donde digas, bueno, ya salí de la universidad siendo editor—, hay un enorme porcentaje de la formación de un editor que se aprende sobre la marcha, lo mismo respecto de los diseñadores editoriales.

En la parte profesional, el diseñador debe manejar los programas de diseño, tener conocimientos de diagramación y tipografía porque difícilmente como editor conocemos de fuentes tipográficas; un editor se apoya mucho en los diseñadores. Se espera que el diseñador diga: esta tipografía va mejor con este tipo de discurso.

Un diseñador se vuelve un consultor, como una especie de asesor del editor, esperas sea un profesional de sus herramientas. Por ejemplo, sepa cómo resolver cuatricromías o una impresión a dos tintas con el fin de no elevar los costos, si es mejor usar fotos o ilustraciones. Que sea quien te vaya asesorando sobre ese tipo de aspectos dependiendo del perfil de obra. Por eso es importante que como editor tú le comuniques exactamente qué esperas de un libro y, a partir de eso, él te retroalimente y te diga: bueno, si lo que buscamos con este libro es llegar a este tipo de público y enseñar este tipo de cosas, se me ocurre esto. Se empieza a crear un canal de comunicación de ida y vuelta, y comienzan a generarse proyectos muy buenos.

(Contratante entrevistado 3. Editor de publicaciones. Subgerente de traducción y corrección editorial)

El diseñador editorial ideal, debe ser un individuo apasionado por los libros y por la lectura. Si trabajas con libros y esa es tu materia prima, mínimamente

esperas tenga una excelente ortografía. No concibo a un diseñador editorial que no lee. Claro, un editor le puede decir o dirigir, para eso es esa figura, pero como profesión, el diseñador editorial necesariamente debe ser un bibliófilo y tener unas determinadas capacidades de lectura y de comprensión de textos complejos de diversa índole, no necesitan ser todólogos, pero sí tener un dominio del lenguaje escrito como también del técnico. Entonces, pasas a ser un diseñador editorial. Es que otra cosa es ser un diseñador gráfico, es diferente. Un diseñador editorial tiene la responsabilidad de transmitir la esencia del creador en primer lugar.

(Contratante entrevistado 4. Director de editorial universitaria en Honduras)

La esencia de la edición no radica en usar una tecnología u otra, sino en conceptualizar a un público, enmarcarlo y diseñar cuidadosamente el discurso para presentarlo. Durante el transcurso de este texto, se apelará al concepto *diseño editorial* como término amplio y de uso general. Siendo el de *edición gráfica*, casi de uso exclusivo dentro de la FAD, y el concepto de *diseño de la edición* muy vasto, virando hacia nuevos horizontes y desafíos.

Los estudiantes de diseño editorial, cuando ya entramos al área de concentración, deberíamos hacer un giro y, en ese momento dejarnos de ver como diseñadores y vernos como editores que diseñan; entonces nos veríamos con más obligación hacia la generación de contenidos, menos como «pásamelo, yo te lo diseño». Esa es una gran apuesta hacia donde se inclina la UAM-X, porque tampoco te obligaban a diseñar lo de alguien más, también tienes la oportunidad de crear tu propia publicación. Al final, yo le debo mucho a la universidad por la preparación que recibí, porque justo en eso fue en quien me convertí, bien podría sentarme a editar o bien, podría salir a reportar una nota o coordinar una sesión fotográfica. Me siento como un mediocampista repartiendo el balón. Me gusta coordinar.

(Egresado-UAM-X-entrevistado 2)

La orientación de Edición Gráfica, en los últimos dos semestres, me ayudó a entender cómo funcionaría el diseño editorial en lo laboral. Aunque, por ejemplo, no nos comentan cómo lidiar con un corrector de estilo o un editor, el cual está entrometiéndose mucho en el diseño y no es totalmente propio.

(Egresado-FAD-UNAM-entrevistado 1)

Un diseñador editorial egresado sabe que su trabajo no es aislado. Es parte de una cadena. ¿Qué significa? que hay un proceso anterior y un proceso posterior, en todo momento. Si el diseñador editorial comprende cuál es el proceso anterior, sabe qué va a recibir y cómo lo va a recibir; si entiende el proceso siguiente, entonces, va a saber cómo lo va a enviar y qué debe enviar. Eso es parte del crecimiento, también. Un recién egresado va adquiriendo experiencia y habilidades las cuales no se relacionan con saber manejar la computadora o programas de diseño.

(Contratante entrevistado 1. Coordinador de obra editorial)

En párrafos anteriores se ha observado la relevancia del diseño y la edición como trabajo conjunto. Las instituciones de enseñanza de diseño gráfico deberían estar más pendientes a las necesidades solicitadas en el campo editorial y, una vez detectadas, hacer un mejor frente a las demandas del área profesional, apoyadas en gran medida por el cuerpo colegiado, quien tiene una fuerte carga de responsabilidad si de lo que se trata es mejorar el nivel de enseñanza.

1.4. EL PROFESOR, UNA PIEZA CLAVE PARA LA ENSEÑANZA DEL DISEÑO EDITORIAL

Para los estudiantes de diseño editorial, comprender el amplio, cambiante y veloz campo de la edición representa un reto. Su paso por la academia es su referente más cercano antes de enfrentarse a la industria editorial. Para los profesores, mantener vigente la currícula y estar en constante actualización pareciera no ser tarea fácil, pues se enfrentan a diversos retos. Requieren la in-

tegración de saberes teóricos nutridos de la práctica, así como tener habilidades técnicas y pedagógicas.

Lo mínimo a esperar de un profesor de diseño editorial es que entienda el panorama de la industria y procure ampliar la visión del alumno hacia una capacidad crítica, reflexiva y de análisis del campo laboral.

En ocasiones se desconocen los retos del medio académico. Cuando se piensa en el término *docente*, generalmente se preconfigura a un ser lleno de conocimientos, con aptitudes y estrategias que contribuyen al aprendizaje. Idealmente un profesionista con vocación de enseñanza quien construye la educación a partir de su conocimiento «del mundo real» y, a su vez, con la capacidad, crítica y teórica, para impartir su cátedra.

Dewey afirmaba que el maestro debe ser realmente un maestro, es decir, no un «sabelotodo» ni una «autoridad»; sino conocer a sus alumnos en cuanto a necesidades, experiencias y grados de habilidad, no dictar sólo fines y planes; participar en una discusión referente al hacer en conjunto con sus alumnos, pues para Dewey las clases académicas alejadas de los intereses reales de la vida no conducían a ningún tipo de entendimiento duradero.³¹ A esto se le llama, aprendizaje significativo.

Existe un imaginario de la «escuela idealizada» sobre el trabajo docente, donde el profesor posee un pensamiento innato con dominio centrado en la enseñanza, y a partir de sus saberes: disciplinares, curriculares y pedagógicos, genera las condiciones necesarias para el aprendizaje. Considera los objetivos, contenidos, procedimientos, recursos, áreas de trabajo y plazos, sin olvidarse de los programas de estudio, pues están para recordarle hacia dónde debe enfocarse. El ideal gira en torno al personaje que «sabe enseñar»; es decir, «sabe transmitir los conocimientos de manera asertiva».

Es cierto, la docencia es construida por los profesores y estudiantes. Existen diversas maneras de explicar los temas (cada cabeza es un mundo), pero la efectividad en los procesos de enseñanza-aprendizaje son todo un reto; sobre todo, cuando se trata de diseñar las actividades para realizar con los alumnos. La docencia no sólo «transmite conocimientos», al menos no como proceso vertical, sino también horizontal; se fortalece y se nutre cuando la labor permite al alumno construir sus propios aprendizajes, sí, guiado por el profesor o, a pesar de él. Es llevar al estudiante a preguntarse sobre situaciones por resolver,

³¹ Robert Westbrook, «John Dewey (1859-1952)», en *Perspectivas: revista trimestral de educación comparada*, París, UNESCO: Oficina Internacional de Educación, vol. XXIII, n.º 1-2, 1993.

acompañarlo en sus cuestionamientos, procesos de desarrollo y resultados, orientarlo en sus líneas de trabajo; apoyarlo en su acercamiento a diversas soluciones a proyectos, y a partir de ahí, construir y otorgar una explicación o comprensión del tema.

El profesor es responsable de generar las condiciones necesarias para estimular y desarrollar las facultades activas del alumno; debe facilitar, no imponer, de lo contrario bloquea el aprendizaje.

Afirma Díaz Barriga, la labor docente ha dejado de ser esa fuente de conocimiento vertida sobre los alumnos, y el concepto de *enseñar* debe ser concebido como *guiar* el trabajo del estudiante, el cual está en la búsqueda de respuestas a problemáticas específicas:

Un docente es en realidad quien desarrolle la capacidad de provocar interrogantes, la facultad de comprender que no hay respuestas únicas, ni acabadas. No se trata de renunciar al saber docente ni tampoco a la presencia del docente, sino que, al contrario, lo que se necesita es modificar el papel que ha venido jugando.

La autoridad docente tiene que ser conquistada, por medio de una relación donde el argumento y la invitación a razonar sea más fuerte que la simple premisa de «lo ordeno», esto es, la autoridad docente emana de una dimensión de reconocimiento moral y académico entre personas y no de un lugar normativo asignado, cosa que tampoco es fácil entender para muchos docentes.³²

³² Ángel Díaz Barriga, «Reinventar la docencia, una tarea para el siglo XXI. La didáctica ante la sobre estimulación de los sujetos de la educación», en *Docente y didáctica. Acercamientos polémicos*, coord. Ángel Díaz Barriga, México, UNAM, 2022, p. 63.

La situación actual reclama una reconfiguración total de la profesión; ésta no puede seguir realizándose conforme a las pautas de la práctica habitual, donde los alumnos esperan que se les dicte el tema a tratar.

El reto es enorme; significa reestructurar lo que hasta este momento hemos entendido por educación, impulsar una docencia orientada a experimentar, a reflexionar sobre los aciertos y limitaciones de lo realizado. Un docente formado para desarrollar una actitud de cambio, de búsqueda permanente de nuevas prácticas. Un docente que vea al

³³ *Idem.*

estudiante como un sujeto en formación y conciba a la didáctica como su aliada en el trabajo que va a realizar.³³

El problema de fondo parece estar en el interés, entendimiento y claridad que el profesor tiene respecto de la enseñanza, aprendizaje y, de los programas y asignaturas a impartir. Si antes no puede establecer formalidad en su proceso de trabajo, por demás están los tópicos del programa de estudios a trabajar. Si no hay suficiente rango de interacción o perspectiva sobre el mundo «allá afuera», el estudiantado no podrá apropiarse de experiencia; si el profesor cree que hablando durante 50 minutos de sus éxitos profesionales se abrirán brechas de conocimiento redituables al estudiantado en nuevos saberes, estará desfasando el aprendizaje significativo.

Para planificar mi proceso de enseñanza, mi idea principal al impartir Edición Gráfica es, desfragmentar cómo debería de entenderse el objeto libro. Hablar de historia, de técnica, del contenido y ponerlo en acción en el diseño. Ésa es mi estrategia y esto va en función de un tema concreto. Cuando enseñas en abstracto, no cachan la idea. Por ejemplo, un tema en concreto: el Día Internacional de las Lenguas Indígenas. De ahí analizar contexto, contenidos, ¿por qué las lenguas? ¿por qué hacer un documento de ellas? ¿para quién es el documento? O sea, toda la cuestión de por qué hacemos y por qué es importante para la sociedad saber de ellas. Ese tema en concreto nos lleva al campo del diseño, por supuesto [...]. Pero sobre todo, ese objeto le tiene que servir a quien lo estamos dirigiendo.

Desde la selección de los textos es algo bien interesante. Básicamente es un semestre de análisis de textos, de conceptos, de imaginar el producto. Eso que generalmente el diseñador editorial no lo hace porque al diseñador contratado le dicen: aquí están los textos, diseña con ellos. No, nosotros dedicamos un mes a hacer la labor de editores, de alguna manera. Eso ayuda muchísimo a la segunda parte, que es diseño y técnica.

(Docente-FAD-UNAM-entrevistado 1)

Para la planeación de mis clases, en teoría, primero necesitamos ponernos acuerdo entre los maestros. La verdad, a veces se hace una planeación previa cuando hay organización, pero a veces no la hay. Entre trimestres, algunas veces se puede platicar con los profesores sobre qué van a realizar, pero no es una constante en cada trimestre. A partir del trabajo a realizar con los alumnos, los apoyos (materias), deberíamos «apoyar» específicamente al proyecto de diseño a desarrollar. Por ejemplo, si tenemos un proyecto editorial de una revista, entonces voy a ver qué necesidades de impresión van a requerir y, a partir de esto, realizar mi programa. Aquí la cuestión es la gran necesidad de realizar y establecer programas en la carrera de Diseño de la Comunicación Gráfica. Sobre todo, porque acaban de darle a la licenciatura un reconocimiento a nivel nacional, entonces ya debe contarse con ciertas características en cuestión del buen desarrollo de la licenciatura; programas con mejores bases. Por ello actualmente se pretende contar con un grupo de profesores que trabajen para tener programas ya establecidos, y así poseer un mejor desarrollo de la licenciatura.

(Docente-UAM-X-entrevistado 1)

Las características de los egresados de la UAM-X son: saber resolver problemas, trabajar en equipo, ser colaborativos y tener capacidad de liderazgo, pero sobre todas estas ventajas hay una fundamental para el medio, no saben cobrar. Nunca nos hemos preocupado por esto porque nuestros proyectos son de sentido social, y apenas estamos empezando a ver cuestiones de presupuestos. O sea, en general se trabaja con costos y presupuestos, pero para garantizar la producción. Nunca ha habido un apoyo quien les diga, tú debes cobrar así, ya lo estamos tratando de abordar.

(Docente-UAM-X-entrevistado 3)

La forma más directa y clara de propiciar el conocimiento en los futuros profesionistas es siendo congruentes, exhaustivos y profesionales al momento de planificar las clases. La premisa de que los profesores son personas especializadas no en todos los casos se cumple. Los maestros constituyen la conexión entre los objetivos pretendidos de la institución con el mundo laboral, el problema parece ser que no todos tienen el mismo compromiso al impartir los temas. La «calidad de un diseñador editorial» depende, en gran medida, de los profesores como ese *nexo* entre la universidad, el alumnado y el mundo exterior.

Varios aspectos confluyen en el ensamble para el desarrollo de un profesor, como la organización de la escuela, la selección de los contenidos, la filosofía de la institución y, por supuesto, el compromiso del profesorado, sin omitir la motivación del alumnado. Todo esto repercute en la calidad de la enseñanza.

Hablar de ello no es una implicación sencilla, para ubicar algunas coincidencias en el *habitus* de la enseñanza del diseño editorial, primero debe considerarse al profesor como una pieza clave para la efectividad y eficacia del aprendizaje. Reconocer los distintos ámbitos en que éste se desenvuelve: si por ser diseñador principalmente, dedica a la docencia sólo algunas horas a la semana o, siendo un profesor de tiempo completo ya no diseña para el campo profesional. Llama la atención comprender por qué, a veces, se considera a un buen profesor cuando posee un «exitoso» currículum como profesional del diseño y no al docente con una trayectoria de años como investigador de temas afines.

El compromiso de la docencia, desde una u otra perspectiva, tiene siempre sus conflictos. Silvia Ariza describe al *diseñador docente* y al *docente diseñador* como profesores universitarios que son «profesionales dobles», pues en una visión idealista todos los profesores deberían estar laborando en la industria editorial y, además, estar preparados pedagógicamente como profesores.³⁴

Hay dos tipos de «modalidades» en el profesorado, explica, por un lado, los de tiempo parcial, quienes imparten una, dos o hasta tres clases a la semana, enseñan sobre un tema especializado y llevan a clase la experiencia del entorno laboral, y, por otro, los profesores de tiempo completo, encargados de proporcionar al alumnado las herramientas para la investigación, la teorización y la reflexión sobre la disciplina.

El primer tipo de profesor es el puente entre la educación y el mundo profesional; el segundo, más bien, se ve obligado a tener contacto con la realidad

³⁴ Silvia Ariza, «Docente diseñador, diseñador docente», en *Educación superior del diseño: pedagogía y conocimiento*, coords. Ana Julia Arroyo et. al., México, UAM, 2016, p. 69.

laboral, pero no como practicante, sino como teórico. El trabajo del primero puede verse reflejado en la búsqueda de conexiones de estudiantes con empresas, en programas de cooperación, involucrarse en la organización de prácticas profesionales y otras formas que les ofrecen experiencias reales a sus alumnos. Muchos se dejan deslumbrar por el profesor «rockstar».

Los alumnos no siempre serán instruidos por profesores expertos en diseño o por profesores expertos en educación. A pesar de ello, se debe procurar el equilibrio dentro de este mundo en cuanto a la enseñanza.

El docente tiene una doble responsabilidad; por un lado, dominar los contenidos propios de su profesión y, por otro, los de la enseñanza. La realidad es complicada, pues no todos los profesores son expertos profesionistas, ni todos los diseñadores profesionistas son los mejores educadores en diseño. El profesor de diseño se siente culpable por dedicar todo su tiempo a la docencia mientras se ha dejado de la práctica profesional, y un profesional del diseño puede realizar su trabajo de la forma más profesional y eficaz posible, incluso, puede llegar a inspirar y cautivar a los alumnos con toda su cosecha de aciertos profesionales, pero sin enseñar los retos propios del quehacer editorial, al contratar una mayor cantidad de diseñadores para divulgar su práctica desde un contexto real al aula, se olvidan de la profesión docente la cual es igual de importante para el aprendizaje. Desafortunadamente se generan dos polos. Es fundamental no se perciba así.

El compromiso de la docencia desde una u otra perspectiva tiene siempre sus conflictos, y aunque no todos los docentes en diseño puedan entrar en uno de los perfiles anteriormente descritos, es probable que hayan pasado en algún momento por alguna de las siguientes situaciones:

El diseñador docente

- Puede ser un buen diseñador, pero ello no lo capacita para ser un buen docente (un buen comunicador de su conocimiento).
- Algunos buenos diseñadores no son buenos profesores porque no pueden verbalizar los complejos procesos del diseño, porque quieren ejercer la enseñanza desde los códigos que rigen a una empresa.
- Muchas veces no dedican tiempo suficiente a la planeación de sus clases, para relacionarse con sus pares o para conocer el funcionamiento de la institución.

- Puede existir ego sobre la profesión de diseñador que afecta la relación con el alumnado y la forma en que se transmite el conocimiento.
- Puede llegar a tomar el salón de clases como una dramatización del mundo real (la educación prepara para el futuro, pero no significa que debe ser una imitación de lo que vendrá).

El docente diseñador

- Si no ha entrado nunca en contacto con el mercado laboral, sus aportaciones serán de alguna forma hipotéticas.
- Si no tiene contacto alguno con el mercado de trabajo, aunque lo haya tenido anteriormente, corre el riesgo de no estar actualizado.
- Si no tiene práctica o no se enfrenta al medio, desconoce también la dinámica real de la profesión para la cual está preparando al alumnado (la realidad dura y pura).
- Contar con un contrato de tiempo completo no implica en todos los casos que se dedique a una buena puesta en marcha de la enseñanza.
- Con el paso del tiempo, el profesor entra en una etapa de estancamiento y puede impartir su clase de la misma forma durante años, sin hacer un esfuerzo por renovarla.³⁵

³⁵ *Ibid.*, p. 72.

Las reflexiones de esta investigadora son interesantes para este trabajo; también acertadas, y aunque en reiteradas ocasiones señala que existen profesores de tiempo parcial en las instituciones sin ejercer el diseño, también hay docentes quien aun teniendo un contrato de tiempo parcial dedican mucho de su tiempo a la actividad docente; asimismo, hay quienes teniendo un compromiso con la institución no dedican todo su tiempo o esfuerzo a las actividades de la docencia. Sea la situación en la que se encuentre el profesor, debería estar comprometido. Afortunadamente, existen excelentes profesores, tanto el *diseñador docente* como el *docente diseñador*. Finalmente se requiere de ambos.

Mi antigüedad como docente es de 35 años en la antes Escuela Nacional de Artes Plásticas, actual Facultad de Artes y Diseño. He visto pasar las modificaciones de los planes de estudios y me parece éstas se deben a la evolución natural de las especialidades, las cuales buscan formas actuales de referen-

ciarse dentro del ámbito del diseño gráfico. Conociendo el plan de estudios, la FAD tiene como objetivo, me parece, la preparación de especialistas en el medio editorial, que tengan una mayor capacidad de decisión y de influencia en el proceso de producción de publicaciones. La idea es abarcar a la edición en un sentido más completo. He visto casos en el medio profesional donde hay egresados, incluso de la ENAP, quienes actualmente trabajan como editores y de repente combinan el trabajo editorial con el de diseño, pero son excepciones, no la regla. Te hablo de diseñadores de la década de los ochenta. En esta historia del diseño y la edición es una constante. Se quisiera un cambio desde la carrera para verse reflejado en el ejercicio de la profesión.

(Docente-FAD-UNAM-entrevistado 2)

Tengo 14 años impartiendo clases de diseño y tipografía en distintas universidades. Para mí, el mayor reto como profesionista es tratar de, en la medida de lo posible, mantener ese doble impacto, o sea, no dejar de diseñar (con clientes reales) y también balancear mi carga docente con lo profesional, ninguna debe pesar más sino estar equilibradas. Durante mi trayectoria he buscado no perder ese equilibrio, aunque a veces sí se carga la parte docente más que la profesional y, a veces, lo contrario, pero trato de mantener ambas.

Entonces, cuando doy clases, la pared técnica para mí sí es importante, los alumnos se dejan sorprender muy fácilmente. Se sorprenden mucho cuando alguien sabe usar Illustrator y no se deslumbran cuando alguien escribe un libro sobre figuras retóricas y tiene una capacidad fuerte sobre tópicos y demás. Desde un punto de vista técnico, la verdad aprender un programa no es difícil, es sencillo, pero escribir un libro implica muchísimo tiempo, una trayectoria tremenda; a los alumnos les puede sorprender más cuando el profesor sabe meter efectos en Illustrator que lo otro. Por ello, trato de mantener esa pequeña línea, enseñarles a los alumnos algo técnico, pero sin dejar de enseñarles lo complejo que es conceptualizar y resolver problemas en el lenguaje cotidiano del diseño y la edición.

(Docente-Externo-entrevistado)

Los profesores con mayor antigüedad tienen una panorámica enriquecida y distinta respecto a la reciente generación de profesores. Al final de cuentas, ambos lados de la moneda son necesarios, al coexistir se evitan mayores tropezos en la divulgación del conocimiento.

Ciertamente, no hay un completo control sobre los profesores para verificar sus criterios de enseñanza al impartir sus clases; mientras el docente no esté comprometido con su labor, no provoque a la reflexión y no otorgue una efectiva transmisión del quehacer de la edición, el diseño y su importancia en el mundo actual, probablemente será desafortunado el resultado que obtenga cuando los alumnos salgan de su aula.

CAPÍTULO 2

Comparativa de DOS PLANES DE ESTUDIO UNIVERSITARIOS de escuelas de **DISEÑO** **GRÁFICO** EN CIUDAD DE MÉXICO CON ENFOQUE EN el área editorial

Comparativa de dos planes de estudio universitarios de escuelas de diseño gráfico en Ciudad de México con enfoque en el área editorial

El objetivo del presente capítulo es analizar, a través de un criterio comparativo, cómo está estructurado el soporte de formación universitaria para la enseñanza del área editorial dentro de dos escuelas de diseño gráfico en México. Gracias a la obtención de sus planes de estudio y de la información obtenida a partir de la realización de entrevistas a alumnos, profesores y contratantes se hace dicha comparación. Antes, se describe un breve panorama de las asignaturas impartidas en distintas instituciones nacionales a nivel superior relacionadas con el diseño editorial.

2.1. BREVE PANORAMA DE LAS ASIGNATURAS IMPARTIDAS EN DISTINTAS INSTITUCIONES NACIONALES A NIVEL SUPERIOR RELACIONADAS CON EL DISEÑO EDITORIAL

Si la edición (como se analizó en el capítulo anterior) es una industria dedicada al desarrollo de productos culturales que responden a necesidades sociales, planteando temas mediante procesos de orden cuando menos cultural, estético, lingüístico, artístico, tecnológico y económico,³⁶ entonces, valdría la pena examinar los recursos que consideran las universidades para enseñar acerca de ello.

Para tal motivo se ha realizado un pequeño recorrido por algunos de los programas educativos a nivel licenciatura de diseño gráfico en México. Esto con la finalidad de conocer el panorama respecto a temas abordados en su currículo, y observar si cuando se trata de *diseño editorial* se concibe al área como la orientación encargada de organizar visualmente las páginas o hay un mayor espectro de conocimiento e injerencia en favor de la industria editorial.

En la actualidad hay una cantidad considerable de material dedicado al quehacer editorial para evidenciar lo amplio, rico y complejo del tema. Dada

³⁶ Gerardo Kloss, *Antologías. Historia, diseño y edición*, México, UAM, 2013, pp. 124 y 125.

la pertinencia, se considera relevante conocer un poco del material existente fuera de la academia, observar qué se está promoviendo, filtrarlo y considerar si es propicio acercarlo al alumno. Veamos algunas de las iniciativas externas en materia de diseño editorial.

TABLA 1. INICIATIVAS EN MATERIA DE DISEÑO EDITORIAL		
NOMBRE	INSTITUCIÓN	DESCRIPCIÓN
<i>Libros sobre libros</i>	Fondo de Cultura Económica	Colección de libros especializados en el quehacer editorial
Revista <i>Quehacer editorial</i>	Ediciones El Ermitaño	Revista-libro con análisis, ensayos, debates y entrevistas en temas relacionados con el mundo editorial
<i>Bibliographica</i>	UNAM	Revista semestral en temas especializados de bibliografía en su más amplia extensión
Caniem	Cámara Nacional de la Industria Editorial	Página web: https://caniem.online/
Profesionales de la Edición	Asociación Mexicana de Profesionales de la Edición, A. C.	Página web: http://www.peac.org.mx/AcercaDePEAC/
Cultura Editorial en México. Historias Sonoras	Coordinado por Marina Garone	Página web: https://culturaeditorialmxhistoriassonoras.wordpress.com/
<i>Enciclopedia de la literatura en México</i>	Fundación para las letras mexicanas	Página web: http://www.elem.mx/

NOMBRE	INSTITUCIÓN	DESCRIPCIÓN
Seminario Interdisciplinario de Bibliografía	Instituto de Investigaciones Bibliográficas, UNAM	Página web: https://sib.iib.unam.mx/
Estudios del libro y la edición	UNAM	Canal de YouTube: https://www.youtube.com/channel/UC-wlI_A3KN8trCkiw3kdDVA
Taller de Procesos Editoriales	UNAM	Página web: https://educacion-continua.unam.mx/index.php/actividad/ver/3645
Libros UNAM	UNAM	Canal de YouTube: https://www.youtube.com/c/LibrosUNAMoficial/featured
Biblioteca Nacional de México	UNAM	Canal de YouTube: https://www.youtube.com/c/BibliotecaNacionaldeM%C3%A9xico
Interlínea Cultura Editorial	UAM-X	Programa de radio, sitio web y canal de YouTube: http://www.interlineaculturaeditorial.com.mx/
Cursos y talleres*	Domestika y Crehana	Domestika.org Crehana.com Adobe latinoamérica: Adobe Educa
Diplomados	Abismos. Casa editorial	Diplomado en Edición Diplomado en Diseño Editorial

* No se puede dejar de mencionar la proliferación de cursos y talleres (workshops) en línea como parte de una educación continua.

Fuente: Elaboración propia con información de los sitios web de las instituciones mencionadas.

³⁷ *Ibid.*, p. 123.

En México la actividad editorial se sigue profesionalizando en la práctica. Es cierto que los editores no estudian para ser editores y los estudiantes de secundaria o bachillerato ni se plantean esa posibilidad.³⁷

Todo intento por mejorar será posible cuando el campo profesional y educativo logre generar un vínculo, y sea nutrido constantemente de las necesidades y realidades de la industria, dando como resultado el fortalecimiento de la enseñanza del diseño editorial.

Para el aprendizaje de Diseño Gráfico en México, existen —al menos— 55 escuelas afiliadas a Encuadre de Instituciones de Enseñanza Superior de Diseño Gráfico y del Diseño de la Comunicación Gráfica, Asociación Civil (Encuadre, 2020). El diseño editorial parte de los programas de estudios de dichas licenciaturas.

La Tabla 2 (integrada en Anexos por cuestiones de extensión) tiene la intención de rescatar evidencias sobre los temas abordados dentro de los programas curriculares de distintas universidades a nivel licenciatura. Analizando dicha tabla, se evidencia el contacto del alumnado desde un inicio con temas que la mayoría de las escuelas aborda desde el tronco básico: la introducción a la experiencia gráfica. Aunque hay una clara excepción, la Universidad Autónoma Metropolitana Unidad Xochimilco, trabaja desde el tronco general con una primera Unidad de enseñanza-aprendizaje, donde convergen otros temas, y no únicamente los relacionados con el mundo de la comunicación gráfica. Esto lo detallaremos más adelante (apartado 2.2 de este capítulo).

Se observa, también, que las asignaturas más son: *Tipografía*, *Diseño tipográfico*, *Tipografía digital para impresos*, *Composición tipográfica*, *Lectura y redacción*, *Procesos de impresión*, *Preprensa y salidas digitales*, *Métodos de reproducción gráfica*, *Acabados editoriales*, *Escritura y caligrafía*, *Tecnología para el diseño gráfico* (Software básico), *Productos editoriales*, *Maquetación digital*, *Infografía*, *Morfología*, *Composición editorial*, *Producción sustentable*, *Maquetación digital*, *Taller de costos y presupuestos*, *Retórica para el diseño* y *Diseño editorial* (véase Tabla 2, en Anexos).

A pesar de haber ligeras variantes en los nombres de las asignaturas, éstas se refieren a temas similares; por ejemplo, la asignatura de *Sistemas de impresión* oscila entre nombres parecidos, como: *Introducción a los medios impresos*, *Introducción a las técnicas de impresión* o *Conocimientos a las técnicas de producción*. En esencia, abarcan objetivos similares. Y en casi la mayoría de las

universidades rastreadas, resalta el común denominador: *Diseño editorial*. La cuestión es que ésta última asignatura debe aglutinar todo lo necesario para perfilar al alumno hacia un área de concentración. Por ello, se debe cotejar si existe integración de otros saberes en los planes de estudio fuera del fuerte enfoque visual y cómo esto se desarrolla dentro de cada universidad. Por tal motivo, se elaboró la Tabla 3 (a partir del contenido de la Tabla 2), en ésta se evidencia un «salto del común denominador», es decir, se concentran solamente universidades cuya visión pareciera ser más panorámica respecto a los saberes cuando de enseñar diseño editorial se trata.

Para evitar una tabla extensa, fue necesario quitar las asignaturas repetidas en la mayoría de las escuelas, quedando únicamente las más relevantes, porque integran temas de distintas áreas competentes a la industria editorial. En ocasiones hay sólo una materia por plan de estudio, pero eso fue suficiente para considerarla proactiva en función de esta investigación.

A partir de la Tabla 3, se observa que menos de la mitad de estas universidades toman en cuenta otras áreas de conocimiento distintas al diseño gráfico. Es menester encauzar a los futuros profesionistas hacia el significado de conceptualizar un problema de diseño editorial para concebir estrategias y lograr un buen proyecto, desde la selección, elaboración, reproducción, pasando por la gestión de recursos, distribución, venta y público meta; encaminar a los egresados hacia otros enfoques propios del quehacer editorial.

Cada año estudiantes de la licenciatura en Diseño Gráfico escogen la orientación en *Diseño editorial* porque «les gustan mucho los libros», pero no tienen claro qué procesos implica la edición de publicaciones, ni mucho menos la multi, inter y transdisciplina de la misma. Los alumnos de diseño deben adentrarse en temas que les den perspectivas sobre el campo editorial.

Leyendo un poco sobre las materias impartidas dentro de los mapas curriculares, se observa al diseñador, en este caso, diseñador editorial, como un ser apto en sistemas de impresión, tipografía, diseño reticular, diseño digital, pre prensa. En algunas excepciones se abordan temas como: lectura (géneros literarios), marco jurídico de la propiedad intelectual, análisis del consumidor y mercados.

Para el Dr. Gerardo Kloss, el error de la enseñanza editorial suele tener dos orígenes: uno, la insuficiente investigación previa para definir el sentido de lo que se quiere hacer, y dos, la dificultad de organización para mantener y

³⁸ Ibid., p. 188.

socializar el proceso complejo de la edición.³⁸ La profesionalización del diseño editorial requiere de interpretaciones particulares según los objetivos educativos de cada escuela, discerniendo el «todo», pues ninguna disciplina determinada responde por sí sola a toda una complejidad. Los planes de estudio, espacios y herramientas deben dar sentido a la comprensión del ámbito editorial. Respondiendo a las preguntas *qué, para quién, por qué y cómo*, se complejizan las dificultades sociales que se están afrontando.

TABLA 3. ESCUELAS DE DISEÑO GRÁFICO EN MÉXICO QUE INTEGRAN MATERIAS DE OTRAS ÁREAS DEL CONOCIMIENTO QUE NO ESTÁN MERAMENTE ENFOCADAS A LO GRÁFICO. NIVEL LICENCIATURA.				
	NOMBRE	SIGLAS	ESTADO	OBSERVACIONES
1	Universidad Xochicalco, Tijuana/1 Licenciatura en Diseño		Baja California	Cuatrimestre 9: <i>Propiedad intelectual.</i>
2	Escuela de Diseño del Instituto Nacional de Bellas Artes*/1 Licenciatura en Diseño	INBAL-EDINBA	CDMX	Mapa curricular dividido en proyección y diseño en ocho niveles: nivel receptivo y resolutivo para «proyectar diseños» y autónomo y estratégico para «diseñar diseños»
3	Facultad de Estudios Superiores Acatlán, División de Diseño y Edificación*/1 Licenciatura en Diseño Gráfico	FES Acatlán	CDMX	Semestre 7: <i>Aspectos legales</i> ; Semestre 9 optativa: <i>Proyecto de investigación editorial</i>
4	Universidad Anáhuac México-Norte*/1 Licenciatura en Diseño Gráfico		CDMX	Semestre 8: <i>Aspectos legales del diseño</i>
	Universidad Anáhuac México - Sur* / Licenciatura en Diseño Gráfico		CDMX	

	NOMBRE	SIGLAS	ESTADO	OBSERVACIONES
5	Universidad Autónoma Metropolitana Azcapotzalco, División de Ciencias y Artes para el Diseño* Licenciatura en Diseño de la Comunicación Gráfica	UAM-A	CDMX	Trimestre 6: <i>Diseño y mensajes gráficos IV (Sistemas de signos en publicaciones); Teoría y metodología aplicada (apoyo a Diseños y mensajes gráficos, Gestión del diseño gráfico II (desarrollo profesional)</i> Trimestre 10-12: <i>Sistemas Integrales I, II, III. Práctica profesional I, II. Oralidad y escritura para diseñadores</i>
6	Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Cuajimalpa* Licenciatura en Diseño	UAM-C	CDMX	Trimestre I. <i>Taller de literacidad académica.</i> Trimestre VI al XII, optativas de orientación, Bloque V <i>Dirección y cuidado editorial; Optativas divisionales e interdivisionales: Introducción a la experiencia literaria</i>
7	Universidad Autónoma Metropolitana Unidad Xochimilco, División de Ciencias y Artes para el Diseño* Licenciatura en Diseño de la Comunicación Gráfica	UAM-X	CDMX	Trimestre 10-12: Capacitar al alumno en el diseño, planeación y organización de estrategias para la comunicación gráfica en el área editorial de la etapa terminal, de acuerdo con las condiciones actuales de la sociedad mexicana. Trimestre VII, VIII, IX: <i>Lenguajes de la comunicación gráfica I</i> ; Trimestre X, XI, XII: <i>Desarrollo de la comunicación gráfica I, II y III</i>
8	Universidad del Valle de México, Campus Tlalpan/1 Licenciatura en Diseño y Comunicación Gráfica	UVM	CDMX	Diseño de ediciones digitales; Semestre 8: <i>Legislación para el diseño</i>

	NOMBRE	SIGLAS	ESTADO	OBSERVACIONES
9	Universidad Simón Bolívar, Facultad de Ciencias Humanas* Licenciatura en Diseño de la Comunicación Visual	FCH	CDMX	<i>Diseño editorial digital y publicaciones electrónicas, Seminario de diseño editorial, Aspectos legales del diseño</i>
10	Universidad de Guadalajara, Campus Centro Universitario de la Costa* Licenciatura en Diseño para la Comunicación Gráfica	CUAAD	Jalisco	Área de orientación en gestión y producción editorial: <i>Tipografía aplicada a proyectos editoriales, Diseño de publicaciones impresas, Gestión y planeación estratégica para productos editoriales, Diseño de publicaciones digitales</i>
	Universidad de Guadalajara, Centro Universitario de Arte, Arquitectura y Diseño*/1 Licenciatura en Diseño para la Comunicación Gráfica	CUAAD	Jalisco	
	Universidad de Guadalajara. Red Universitaria e Institución Benemérita de Jalisco*/1 Licenciatura en Gestión Cultural	UDG	Jalisco	Semestre 1: <i>Análisis de los contextos de la cultura</i>; Semestre 2: <i>Gestión de recursos informativos, Análisis de la legislación cultural</i>; Semestre 3: <i>Desarrollo de entornos culturales virtuales</i>; Semestre 5: <i>Formación de públicos, Liderazgo para el desarrollo</i>; Optativas: <i>Creación de empresas culturales, Estrategias para la recreación, Promoción de la lectura, Propiedad intelectual</i>

	NOMBRE	SIGLAS	ESTADO	OBSERVACIONES
11	Universidad Autónoma del Estado de Morelos*/1 Licenciatura en Diseño	UAEM	Morelos	Semestre 3: <i>Escritura y análisis del contexto</i> ; Semestre 4: <i>Escritura y análisis del contexto</i> ; Semestre 5: <i>Marco jurídico de la propiedad intelectual</i> ; Diseño editorial II, <i>Diseño para analfabetas</i> , <i>Diseño para comunidades indígenas</i> , <i>Diseño para educación especial</i>
12	Universidad Autónoma de Nuevo León, Facultad de Artes Visuales*/1 Licenciatura en Diseño Gráfico	UANL	Nuevo León	Semestre 5: <i>Gestión y administración del diseño</i>
13	Instituto Tecnológico Latinoamericano ITLA Pachuca* Licenciatura en Diseño Gráfico	ITLA	Pachuca	Cuatrimestre 6: <i>Costos y presupuestos</i> ; Cuatrimestre 7: <i>Fundamentos del derecho aplicados al diseño</i> , <i>Administración aplicada al diseño</i> .
14	Universidad Anáhuac Puebla*/1 Licenciatura en Diseño Visual Transmedia		Puebla	Semestre 8: <i>Aspectos legales del diseño</i>
15	Universidad de las Américas Puebla, Departamento de Diseño de Información*/1 Licenciatura en Diseño de Información Visual	UDLAP	Puebla	Semestre 3: <i>Ingeniería editorial</i> , <i>Escritura académica</i> ; Semestre 4: <i>Producción editorial</i>
16	Instituto Tecnológico Superior de Sinaloa* Licenciatura en Diseño Gráfico	ITESUS	Sinaloa	Semestre 1: <i>Análisis de textos literarios</i> ; Semestre 3: <i>Análisis de autores y obras artísticas</i>

	NOMBRE	SIGLAS	ESTADO	OBSERVACIONES
17	Facultad de Artes y Diseño (Xochimilco) Licenciatura en Diseño y Comunicación Visual	UNAM	CDMX	Semestre 5-6: <i>Diseño en edición gráfica II, Mercadotecnia y publicidad</i> ; Semestre 7-8. <i>Laboratorio de Investigación-Producción en Edición Gráfica I y II</i> , Optativas a partir del Semestre 5. <i>Historia del libro, Encuadernación.</i>
18	Centro de Diseño, Cine y Televisión Licenciatura en Comunicación Visual	CENTRO	CDMX	Semestre 1-2: <i>Comprensión y creación de textos I y II</i> ; Semestre 3: <i>Diseño de letras y alfabetos II, Encuadernación</i> Semestre 5. <i>Tipografía aplicada II, Producción y costos</i> Semestre 6-7: <i>Laboratorio de tecnología, creatividad y emprendimiento: Finanzas y negocios, Publicaciones I y II</i>

* Escuelas afiliadas a Encuadre / 1 Programas acreditados por Comaprod vigentes hasta marzo de 2022.

Fuente: Elaboración propia con datos de Encuadre (2020) y páginas web de los centros de estudio mencionados.

2.2. DOS CASOS DE ESTUDIO: FACULTAD DE ARTES Y DISEÑO, UNAM (LICENCIATURA EN DISEÑO Y COMUNICACIÓN VISUAL) y UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA UNIDAD XOCHIMILCO (LICENCIATURA EN DISEÑO DE LA COMUNICACIÓN GRÁFICA)

A continuación se analizarán los planes de estudio de dos universidades públicas para conocer cómo enseñan el diseño editorial a nivel licenciatura dentro de la carrera de Diseño Gráfico o afines. Específicamente se ha seleccionado la licenciatura en Diseño y Comunicación Visual, en su orientación de Edición Gráfica en la FAD-UNAM, y la licenciatura en Diseño de la Comunicación Gráfica, en su área de concentración de Diseño Editorial en la UAM-X. Para ello

ha sido necesario comprender la estructura y directriz que cada institución considera, sabiendo que es en la educación pública donde se ejerce la libertad de pensamiento y el compromiso social.

La información obtenida se presenta agrupada en torno a tres grandes rubros: la fundamentación del Plan de Estudios, el Modelo Educativo y las entrevistas otorgadas. Siguiendo esta ruta se pretende reconocer si el diseño editorial dentro de su construcción como disciplina a nivel licenciatura transita solamente por áreas del conocimiento gráfico o también se abordan otros rubros. A través de ello se resalta la importancia de los planes de estudios aunado a la labor docente, así como la relevancia de la actualización y fortalecimiento de los programas curriculares para potenciar la enseñanza del diseño editorial.

Antes de entrar en el tema, es necesario destacar, brevemente, el origen de ambas instituciones, conocer un poco de su historia y generalidades por las que han transitado.

2.2.1. Contexto histórico

FACULTAD DE ARTES Y DISEÑO, UNAM³⁹

La Facultad de Artes y Diseño es heredera directa de una gran tradición dentro de las artes. En nuestro país se considera un importante referente por su labor durante 340 años y por ser el espacio donde se crearon los primeros programas aplicados para la enseñanza de las artes. La historia de la FAD es extensa. La Academia de San Carlos, valorada dentro de sus antecedentes más relevantes, fue la primera escuela de arte del continente americano.

En 1910, la Academia de San Carlos se anexó a la Universidad Nacional de México. Luego que la Universidad consiguiera su autonomía en 1929, la Academia se dividió en la Escuela Nacional de Arquitectura y en la Escuela Central de Artes Plásticas. Para 1933, esta última cambió su nombre a Escuela Nacional de Artes Plásticas (ENAP). Para marzo de 2014, la ENAP se transformó en la Facultad de Artes y Diseño (FAD) y, en el presente, integra a la Academia de San Carlos, la Facultad de Taxco, la Facultad de Xochimilco y al Posgrado en Ciudad Universitaria. Históricamente sus estudiantes y docentes han sido vinculados con la participación activa de la vida política e ideológica del país, contribuyendo en diversos tipos de manifestaciones artísticas y críticas.

³⁹ Su sitio web es el siguiente:
<https://www.fundacionunam.org.mx/auriazul/facultad-de-artes-y-diseno-cumple-40-anos-en-xochimilco/>

Así, la antes ENAP se fue estableciendo como un referente ineludible para nuevas instituciones educativas interesadas en la formación dentro de los campos del conocimiento de las artes plásticas y posteriormente del diseño gráfico. Si bien existe una percepción social generalizada del diseño efocado al ámbito publicitario y a la mercadotecnia, y aunque cada institución, y cada época, enfatiza una u otra tendencia para la enseñanza del diseño, la FAD ha encontrado en el pasado la solidez y preponderancia para ser una institución cuyo interés constante sea el formar profesionales críticos, creativos y comprometidos con la sociedad.

Actualmente la FAD Xochimilco imparte dos licenciaturas: Diseño y Comunicación Visual, y Artes Visuales. Hablando específicamente de la primera, ésta se ha desarrollado y ha posibilitado una estructura curricular integrando conocimientos y técnicas para hacer posible en los egresados una educación fundamental sobre la comunicación y la imagen, procurando una óptima inserción al ámbito profesional. La carrera, actualmente, cuenta con cuatro orientaciones: Edición Gráfica, Iconicidad y Entornos, Medios Audiovisuales e Hipermedia y Gráfica e Ilustración.

⁴⁰ Su sitio web es el siguiente:
<https://biblioteca.xoc.uam.mx/docs/tid/arbesu.pdf>

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA UNIDAD XOCHIMILCO⁴⁰

La creación de la UAM se plantea como una alternativa para solucionar el problema de la demanda de educación superior en los extremos del área metropolitana. La población estudiantil de los años setenta, y ochenta, rebasaba la capacidad de ingreso que tenían las instituciones de educación superior existentes.

Con el objetivo de resolver esa situación, se pretendía crear una nueva universidad, la cual superara las viejas formas de organización académica y administrativa. Además, se pretendía vincular más con las necesidades sociales.

El 18 de junio de 1974 se nombra rector de la Unidad Xochimilco al doctor Ramón Villarreal, médico de profesión y exfuncionario de la Organización Panamericana de la Salud (OPS), organismo representante de la Organización Mundial de la Salud (OMS) en América Latina.

El doctor Villarreal vivió muchos años en Washington, D. C., Estados Unidos, mientras fue el director de recursos humanos de la OPS, donde conoció y contrató a dos reconocidos investigadores latinoamericanos en el área educativa, cuya especialidad y expe-

riencia en la educación se daba principalmente en el campo de las ciencias biológicas.

Uno de estos investigadores era Juan César García, argentino —quien por cierto ya falleció y en la UAM-X tenemos un aula que lleva su nombre— y el otro, Roberto Ferreira, brasileño. Ambos defendían una serie de ideas novedosas acerca de la educación y pretenderían crear una nueva forma de enseñar, por medio de la vinculación de la educación con la realidad y de la integración de la universidad con la sociedad. Estas ideas se sustentaban en diversas concepciones educativas como el movimiento de los médicos descalzos en China, la nueva concepción de la educación en Nicaragua y la educación cubana posrevolucionaria, entre otras más. [...]

En el momento en que el doctor Villarreal toma posesión como primer rector de la Unidad Xochimilco, se trae con él a estos dos investigadores latinoamericanos, quienes escriben el “Anteproyecto Xochimilco”, que después se modifica y se conoce con el nombre de *Documento Xochimilco*.⁴¹

⁴¹ *Idem*.

En el caso de Xochimilco, no sólo se contemplaban las innovaciones que plantea la UAM en general sobre la estructura orgánica institucional, buscaba también «el principio de vinculación del quehacer universitario con problemáticas de la realidad social». De esta manera, la Unidad Xochimilco se construye con una nueva forma de concebir la función de la universidad a partir de una reordenación del conocimiento. Postulando su esencia, el sistema modular. En el «Anteproyecto Xochimilco» se fundamentan lineamientos epistemológicos, sociales y pedagógicos los cuales explican qué es y cómo debe funcionar este sistema.

Bajo este contexto, la UAM-X comienza a dar clases el 14 de noviembre de 1974 con estudiantes inscritos a dos divisiones: Ciencias Biológicas y de la Salud y Ciencias Sociales y Humanidades; casi un año después recibe a los estudiantes de Ciencias y Artes para el Diseño. Actualmente la Unidad Xochimilco cuenta con las mismas tres divisiones. Y en esta última es donde se imparten las carreras de Diseño de la Comunicación Gráfica, Arquitectura, Diseño de los Asentamientos Humanos y Diseño Industrial. En la primera división mencionada se ofertan las licenciaturas de Agronomía, Biología, Enfermería, Estomatología, Medicina, Medicina Veterinaria y Zootecnia, Nutrición y Química Farmacéutica-Biológica;

mientras que en la segunda se realizan estudios de Administración, Ciencias de la Comunicación, Economía, Psicología y Sociología.

La Unidad Xochimilco se plantea como una propuesta novedosa, pues al analizar críticamente sus objetivos y planes de estudio, se observa que posee una enseñanza diferenciada de otras entidades, como la Unidad Azcapotzalco o, de otras universidades, como la FAD, UNAM, ya que sus orígenes no están enmarcados dentro de programas surgidos de entre escuelas de artes o de ramas disciplinarias afines, ni su interés está en cubrir programas diseñados con énfasis en la formación del empleo, sino en el cambio social.

2.2.2. Plan de estudios

Un plan de estudios se define como un conjunto de asignaturas, módulos o actividades académicas (cursos teóricos, laboratorios, talleres, prácticas, seminarios), exámenes y otros requisitos aprobados en lo particular por los consejos técnicos de las facultades y escuelas, y en lo general por los consejos académicos o el Consejo Universitario, según corresponda. De este modo, quien haya completado el plan de estudios, obtiene una preparación teórica y práctica suficiente para garantizar a la sociedad el ejercicio eficaz y responsable de su profesión. Los planes de estudio pueden ser disciplinarios, multidisciplinarios, interdisciplinarios, transdisciplinarios, combinados o compartidos.⁴²

Un plan de estudios es pertinente cuando cubre el objetivo general al fundamentar su propuesta en el alcance social y académico, y simultáneamente, en su factibilidad y viabilidad, esto es, en su implementación para realizarse en el lapso propuesto y, siguiendo esto, los estudiantes deberían egresar con el perfil señalado.⁴³ Por lo tanto es importante prestar especial atención al objetivo general, al fundamento filosófico, al modelo educativo, a los objetivos sociales y académicos, a la viabilidad de su realización y a que los egresados respondan al perfil indicado.

El Tomo I del Plan de Estudios de la Licenciatura en Diseño y Comunicación Visual de la FAD (2013) contiene la Fundamentación Académica del Proyecto, ubicada en el apartado II, plasmado en la página 20. Se resalta en negritas lo considerado relevante:

⁴² Tomado del sitio web: <https://medusa.fad.unam.mx/planes-de-estudio/> [Consulta: agosto de 2025].

⁴³ CODEIC (Coordinación de Desarrollo Educativo e Innovación Curricular) 2017. Guía Metodológica para elaborar la fundamentación de un plan de estudios, Estudios de pertinencia y factibilidad, p. 15.

- Promover la formación de profesionales aptos y competentes en el ámbito laboral para la creación de productos comunicativos en soportes tradicionales y alternativos, preparados para integrar conocimientos y metodologías del Diseño. **Con pensamiento crítico y directivo, en plena conciencia y compromiso del contexto social, económico, cultural y político.**
- Formar profesionales, con un alto desarrollo del **pensamiento crítico, autocrítico y flexible**, capaz de proponer soluciones integrales de comunicación.
- Fortalecer el **trabajo interdisciplinario y multidisciplinario**, mediante la incorporación de conceptos que permitan la creación de nuevos conocimientos en torno a la imagen, que sienten las bases para realizar proyectos transformadores de investigación-producción en beneficio de la sociedad, proporcionando innovación y sustentabilidad del diseño.
- **Actualizar al alumno en las habilidades y herramientas tecnológicas**, teniendo siempre en cuenta el desarrollo de conceptos y estrategias de producción y comunicación como premisa de la labor profesional.
- Enriquecer los diversos campos de formación profesional mediante la comparación de conceptos y conocimientos del Diseño y su interacción con el contexto. **Impulsando el proceso de Investigación-Producción** para mantener vigente la teoría de diseño y la comunicación visual en la constante búsqueda por transformar los lenguajes visuales.
- **Lograr la inserción del profesional en campos emergentes** del diseño como son la gestión, promoción, difusión de la cultura y las artes, entre otros, que respondan a los requerimientos de la industria, fomentando el crecimiento evolutivo y dinámico de esta disciplina. Reconocer la importancia de la comunicación mediante la imagen, para valorar la contribución del Diseño y la Comunicación Visual en el crecimiento económico, cultural y social del país.

Por su parte, el Plan de Estudios de la Licenciatura en Diseño de la Comunicación Gráfica (1997), en su apartado Marco General del Diseño Curricular, plasma su fundamentación en la página 12:

- **Dar prioridad a la integración de los contenidos educativos** sobre la impartición de conocimientos aislados.
- Fomentar esa integración agrupando las actividades académicas en el taller de diseño, mediante dos grandes bloques: los apoyos teóricos (teoría e historia de la imagen), y los apoyos de expresión (formales y técnicos). **Cada actividad gozará de una autonomía relativa, pero estará sujeta a los objetivos generales del módulo y al proyecto o problema que se pretende resolver.**
- **Dar prioridad al trabajo interdisciplinario** sobre los contenidos específicos de cada disciplina.
- **Dar prioridad a los objetivos del taller modular sobre los demás apoyos académicos.**
- **Impulsar el trabajo de autoformación** por parte del estudiante.
- Reconocer que **el proceso de diseño es el verdadero punto de partida del trabajo académico.**
- **El diseño curricular actual deberá estar sujeto a una revisión periódica de los contenidos** académicos, con el objeto de dar respuesta a las transformaciones que aparecen gradualmente en la práctica profesional.

Como se observa, cada institución enfatiza sus propios apoyos para las estrategias de enseñanza, lo interesante es rescatar lo que cada una delimita respectivamente. Las fundamentaciones en sus diseños curriculares a nivel licenciatura, tanto de Diseño y Comunicación Visual como de Diseño de la Comunicación Gráfica, tienen algunos elementos en común, entre ellos destacan: su función como respuesta a las necesidades y requerimientos de la sociedad, su pertinencia dentro del contexto social y cultural, la búsqueda por equilibrar teoría y práctica, el manejo de tecnología, el trabajo en proyectos interdisciplinarios y multidisciplinarios, la gestión de productos de diseño, la necesidad del emprendimiento, la innovación y la creatividad.

También, de manera individual, la FAD hace referencia a lograr la inserción del profesional en campos emergentes, reconociendo la importancia de

la comunicación mediante la imagen, además de impulsar el proceso de Investigación-Producción. Mientras la UAM-X refiere que da preponderancia a los objetivos del taller modular sobre los demás proyectos académicos, así como a la integración de contenidos educativos por encima de la impartición de conocimientos aislados.

En adelante se revisarán sus planteamientos para conocer cómo llevan a cabo dichos fundamentos y reconocer si los mismos se mantienen coherentes y propositivos al momento de ejecutarlos.

a) OBJETIVO

A través del siguiente cuadro comparativo se realiza una revisión del objetivo de cada una de las licenciaturas, por medio del cual se podrá evidenciar si lo descrito en la teoría se ve realizado en la práctica.

TABLA 4. CUADRO COMPARATIVO DE LOS OBJETIVOS DE AMBAS LICENCIATURAS.			
UNIVERSIDAD	CARÁCTER	LICENCIATURA	OBJETIVO
FAD CDMX	Pública	Diseño y Comunicación Visual	Formar a profesionales éticos, críticos y responsables, con una visión humanista que les permita proponer, sustentar, evaluar y decidir soluciones funcionales, creativas e innovadoras para el diseño de la comunicación visual, fundamentadas en el análisis de las circunstancias sociales, políticas, económicas y culturales en los procesos de investigación-producción de la imagen y en la utilización de los conocimientos teórico-conceptuales e históricos, así como con el dominio de las diversas herramientas tradicionales, digitales, híbridas y de nueva creación.

UNIVERSIDAD	CARÁCTER	LICENCIATURA	OBJETIVO
UAM Unidad Xochimilco CDMX	Pública	Diseño de la Comunicación Gráfica	Formar profesionistas capaces de realizar diseños destinados a la comunicación gráfica; mediante el desarrollo de un proceso sistemático que permita captar las necesidades de comunicación gráfica y a partir de ellas estructurar el problema específico de las propuestas que se le presenten; plantear las soluciones alternativas probables, formalizarlas en un proyecto, así como dirigir y controlar la realización de los objetos diseñados. Todo ello con el compromiso de la permanente investigación de las prioridades sociales de nuestro país, no sólo durante su formación universitaria, sino en la práctica profesional.

Fuente: Elaboración propia con información de los sitios web de las instituciones mencionadas.

La información contenida en el objetivo general del Plan de Estudios de la FAD refleja el interés por formar profesionales éticos y críticos con responsabilidad social, preparados para analizar circunstancias sociales en procesos de investigación-producción de la imagen, para dar solución a necesidades específicas de la sociedad.

A pesar de ello, se contempla una disociación entre la propuesta y su realización (véase el subtema 2.2.2., inciso b, Mapa curricular). Al contrastar los contenidos de las entrevistas a docentes y exalumnos, se evidencia la manera en como está estructurada la licenciatura y, pareciera no cumplirse el objetivo planteado. Los profesores reconocen en la realización de ejercicios recreados (de cada asignatura), una repetición de los mismos. No se procuran proyectos desde la investigación y la búsqueda de resoluciones a necesidades reales; ciertamente no todo está estructurado desde la simulación, pero de esta manera (sugieren) queda trunca la exposición del proceso editorial.

También refieren, según su perspectiva y experiencia, que una de las desventajas es el nivel de profundización para abordar la licenciatura, pues consideran no alcanza el tiempo para abarcar todo, ya sea porque el semestre dura poco considerando los temas a impartir o la cantidad de conocimientos a tratar. Y

no sólo esto, los alumnos presentan dificultades al llevar una carga de doce asignaturas (aproximadamente) por semestre.

En lo personal considero falta tiempo para abarcar todos los temas indicados en el programa de la orientación del área editorial. Me parece un programa muy ambicioso que difícilmente se logra culminar. Son demasiados temas. Sí está indicado todo el proceso editorial en el programa, pero hay poco tiempo para enseñarlo y, además, hay una importante desvinculación entre las asignaturas.

(Docente-FAD-UNAM-entrevistado 3)

Por otro lado, los alumnos consideran que los profesores deberían tener una relación más colaborativa y horizontal, dejando la enseñanza vertical.

Mi formación como estudiante la sentí como incompleta, debido a algunos factores: los profesores de ciertas clases me parece no habían ejercido en el campo profesional y se centraban justo en la cuestión meramente gráfica y técnica. Se dejaba de lado el contenido, el concepto y el proceso; también creo hacían falta espacios donde se pudiera hablar más a detalle de toda la industria. [...]

(Egresado-FAD-UNAM-entrevistado 3)

Mientras el objetivo de la UAM es formar profesionistas a través del desarrollo de procesos sistemáticos, captando las necesidades de comunicación gráfica y, a partir de ellas, estructurar el problema específico de las propuestas que se le presenten, así como plantear las soluciones alternativas probables y formalizarlas en un proyecto. Resulta relevante su método de aprendizaje, el sistema modular (véase el subtema 2.2.3. Modelo educativo), el cual incorpora dentro del proceso de enseñanza el fortalecimiento del trabajo dentro de la realidad y la interdisciplina.

⁴⁴ *Consejo Mexicano para la Acreditación de Programas de Diseño. COMAPROD es un organismo que tiene como fin acreditar programas de enseñanza del diseño a nivel licenciatura tanto en la república mexicana como a nivel internacional. Su propósito central es generar una cultura universitaria de calidad en los programas de diseño a través de la evaluación continua basada en marcos de referencia y parámetros que incentiven el desarrollo y mejora continua. COMAPROD se centra en evaluar los programas y no a las Instituciones de Educación Superior.

Al final del trimestre vemos un tema, se llama *Proceso editorial*, y ahí, tratamos de explicar en qué consiste todo el proceso desde que tenemos un manuscrito hasta que se imprime, son muchísimos pasos y son complejos. Y, a veces, no es una secuencia lineal. En ocasiones estamos trabajando dos procesos al mismo tiempo. En tanto unos están corrigiendo, otros están diseñando, otros están solicitando ISBN, otros están cotizando, o sea, muchas cosas se trabajan si no paralelas sí desfasadas de un proceso lineal. Con esto cerramos los contenidos. Es por la cuarta semana donde debemos decidir un proyecto, los alumnos lo van a hacer. En éste tenemos que investigar la demanda, cómo se financia, cuántos ejemplares, qué técnica, qué formato; todo esto entre la cuarta y novena semana. Es un verdadero desafío. Recientemente nos acreditó la COMAPROD⁴⁴ como programa de excelencia —para obtenerla nos tardamos cinco años—.

(Docente-UAM-X-entrevistado 2)

El módulo que yo imparto es fundamental (está vinculado al área de Diseño Editorial) se llama «Lenguajes de la comunicación gráfica I», y se imparte en 7° semestre. Está enfocado principalmente en producción editorial. Primero vemos un contenido, lo básico para el diseño de libros, revistas y periódicos. [...] Trato de hacer como una estructura para emular el sistema de diseño de ediciones, de edición.

(Docente-UAM-X-entrevistado 3)

⁴⁵ Guillermo Van der Linde, «¿Por qué es importante la interdisciplinariedad en la educación superior?», en *Cuaderno de Pedagogía Universitaria*, vol. 4, No. 8, República Dominicana, pp. 11 y 12, http://investigare.pucmm.edu.do:8080/xmlui/bitstream/handle/20.500.12060/470/CPU_20070408_11-12.pdf?sequence=1&isAllowed=y [Consulta: abril 2025].

Cuando se habla de interdisciplinariedad, el objetivo está bien cimentado dentro de la estructura de enseñanza de la UAM-X, coincide su teoría con la práctica. Guillermo Van der Linde menciona a la interdisciplina como esa interacción, diálogo, integración y síntesis creativa entre disciplinas. Es una estrategia pedagógica, como una especie de intercambio de componentes de dos o más disciplinas porque los problemas deben estudiarse desde distintas perspectivas y haciendo equipos para obtener soluciones integrales, pues ninguna disciplina por separado puede dar resultados por sí misma.⁴⁵

La interacción entre éstas es una situación no necesariamente vista de forma usual, pero brinda al alumno una experiencia significativa y genera un mayor entendimiento de la problemática. La interdisciplinariedad permite una progresión más allá de la multidisciplinaridad, cuya diferencia radica en el trabajo con los diferentes sujetos como si fueran un set de Lego, donde las piezas sólo están unidas, mientras en la interdisciplinariedad las diferentes piezas realmente interactúan, creando conexiones de sentido entre las partes, siendo los diálogos y los intercambios lo que permite la capacidad de ensanchar las perspectivas y horizontes para producir originalidad o un pensamiento no convencional. Entre los beneficios hallados en virtud de los estudiantes es la contribución a generar un pensamiento flexible, la habilidad de realizar analogías y metáforas, así como el incremento de la habilidad para acceder al conocimiento adquirido.

La FAD retoma la práctica interdisciplinar dentro de los puntos de trabajo indicados en su plan de estudios, sin embargo, no es muy claro cómo los lleva a cabo en la práctica. No se evidencian acciones concretas que permitan a los docentes vincular la interdisciplina dentro del desarrollo de sus unidades de aprendizaje. Es poco el manejo y generación de proyectos reales a partir del entrecruce de ideas y conceptos desde distintas disciplinas. Son prácticas metodológicas poco perceptibles de identificar.

Quizá no se hablaba de todo el proceso en general, de todos los actores, de lo que conlleva, lo cual me parece curioso. Lo podría relacionar como con una especie de falla en la generación del plan de estudio, de la enseñanza del diseño editorial. ¿Cómo se percibe a este profesional? Nos ven como técnicos y no como proyectistas. Aunque sí creo que la licenciatura requiere de ese equilibrio entre la parte tecnológica y analítica. Hay otros frentes, como Marketing o Gestión Cultural, los cuales sí abarcan toda esta información desconocida por los diseñadores en nuestra formación básica.

(Egresado-FAD-UNAM-entrevistado 3)

Esa parte de la vida real que me toca vivir la trato de llevar a mis alumnos. Hablo de publicaciones con ellos, tanto de las digitales como impresas y

entre ellas un mundo de posibilidades. Éstas se van a nutrir de diferentes elementos de la comunicación visual, van desde la fotografía, las ilustraciones, la tipografía y también, evidentemente, de la literatura, los textos, la investigación. Esta área reúne muchísimas cosas y, en ese sentido, trato de mostrar el proceso de la vida real a mis alumnos. [...] Los proyectos a desarrollar son un reflejo del proceso editorial que se vive allá afuera. Obviamente con algunas complicaciones y faltas porque no tenemos esa parte, un equipo editorial completo; o sea, sólo somos la parte visual y ahí surge otro reto: ¿cómo los involucras para «jugar» con esta figura de editor gráfico? No sólo como el diseñador editorial, sino ahora también meter esta idea del editor, quien genera los conceptos, las ideas y además, se encarga de todo el proceso.

(Docente-FAD-UNAM-entrevistado 3)

Aunque las universidades proponen como sus principales fortalezas egresados capacitados para resolver situaciones que la sociedad requiere, esto no siempre corresponde a los resultados obtenidos en la materialidad. En la realidad operativa este tipo de contradicciones se pueden reconocer, sobre todo, a partir de las entrevistas a profesores y egresados.

En general hay un pensamiento compartido por muchos profesores en la licenciatura de Diseño de la Comunicación Gráfica. Hacer énfasis en los procesos, no tanto en los objetos, es diferente la noción. O sea, si la revista o el libro que estamos diseñando sale bien, qué bueno, pero como profesores hacemos más el énfasis en «cómo se hace, qué procesos seguimos», porque si alguien aprende los procesos, a donde llegue, va a saber hacer, los va poder replicar. [...] Así, si tienen un problema de diseño, y tienen una forma de pensar y una metodología, lo van a poder resolver, por muy difícil que sea; si tienen las herramientas teóricas y prácticas, lo van a poder hacer.

(Docente-UAM-X-entrevistado 2)

Es indispensable ejercitar el pensamiento multidisciplinario e interdisciplinario de los futuros egresados del diseño editorial, incluso el transdisciplinario. Permitiendo este enfático equilibrio entre pensar, entender, conocer, hacer, intercambiar experiencias y resolver problemas.

⁴⁶ Ruth Martínez y Loera Aquilea, «El esquema de formación a partir del compromiso social del diseño», en *Memorias. Sexto foro de diseño. La formación de los diseñadores y la relación con el ejercicio profesional*, México, 2021, p. 185.

La educación y las competencias son los pilares sobre los que México debe construir su crecimiento y prosperidad futura. La educación superior es clave para el desarrollo de las competencias y los conocimientos avanzados, aspectos esenciales para las economías modernas.⁴⁶

Las universidades, cuando diseñan sus propuestas curriculares, deben considerar la combinación de estrategias en favor de fortalecer la formación escolar, el campo de acción y las oportunidades para ejercer la profesión.

⁴⁷ Gerardo Kloss, *El imaginario editorial. Cambio y resistencia de los editores (y los diseñadores editoriales) en México*, México, UAM, 2023, pp. 429 y 430.

Urge romper las falsas dicotomías, pensar en el usuario y no en el objeto, ver al receptor y no sólo al emisor, buscar la interacción social y no sólo los procesos industriales, entender el diseño editorial como una necesidad de la gente de acceder a los contenidos [...]. El diseño requiere una nueva filosofía del conocimiento, otra forma de pensar, conocer, entender y resolver problemas.⁴⁷

En este sentido, todas aquellas actividades que fortalezcan a sus estudiantes, dentro y fuera del aula, serán de gran aportación para el área del diseño editorial. Siendo la universidad el centro más importante para la formación de profesionistas calificados dispuestos a insertarse en el mundo laboral, sus respectivas tomas de decisiones deben dar perspectivas hacia la transdisciplina.

Al final, y de cierta manera, aunque la interdisciplinariedad parece ser una respuesta acertada para quien ha logrado llevar la enseñanza a la práctica compartiendo con otras disciplinas, valdría la pena apuntar lo señalado por Gerardo Kloss, quien sugiere, la enseñanza ya no sólo debería estar enfocada al «diseño editorial»; es decir, a lo gráfico, sino ir más allá (como veíamos en el primer capítulo). Apuesta por un término más envolvente, transdisciplinario, siendo *el diseño de la edición* un nombre que considera más completo y describe mejor las responsabilidades de esta profesión:

⁴⁸ *Ibid.*, p. 201.

La enseñanza de la edición y del diseño editorial suele partir de que ambas son cosas separadas. Esta noción de *diseño editorial* contradice al programa histórico del *diseño* como estrategia para la solución racional e inventiva de problemas, según las teorías mencionadas. Por ello proponemos no hablar sólo de diseño editorial [...] sino de *diseño de la edición*, ya que lo que se diseña no sólo son los *objetos* y sus *partes*, sino el todo: las ediciones.⁴⁸

Lo anterior confirma la teoría. No sólo se trata de lo gráfico para lograr la accesibilidad y el comercio de un producto editorial. Esta compleja red, diversa y variada, requiere de una gama de disciplinas donde los alumnos sepan a quién recurrir y qué requerir. Esta investigación es un sondeo centrado en dos planes de estudio cuyo valor se encuentra en contrastar si el alumno está recibiendo dentro de su formación profesional un perfil profesional para dar respuesta a las solicitudes editoriales, socialmente acordadas, y cómo se reproduce esto dentro la enseñanza.

Siendo francos, el proceso no lo entiendes hasta vivirlo. Lo más para aportar es decirles: aquí entra tal personaje de la cadenita y aquí entra este otro personaje de la cadenita. Y aunque tratemos de llevar todos estos aspectos, al final (como te decía) hay estos faltantes. Personajes ausentes en la cadena porque no hay manera de abordarlos todos. Mi papel es tratar de ponerme, yo, en el lugar del editor y del director de arte. Y ésa es la experiencia que intento conozcan. Quiero pensar que se van con una idea del proceso.

(Docente-FAD-UNAM-entrevistado 3)

Los egresados salen bastante preparados. Están inmersos en proyectos reales, como el diseño de la revista *Espacio Diseño*, libros de la colección *Antologías* y otra revista de investigación dura, llamada *Diseño en síntesis*. Y por supuesto, ellos pueden proponer proyectos o colaboraciones con sectores vulnerables de la sociedad. Los egresados a donde lleguen los van a contratar. No digo que sean los mejores ni nada, pero como su espectro es muy amplio, en el

lugar donde los pongan a realizar en las empresas, lo van a saber hacer, están preparados para ello. Como profesor te sientes muy satisfecho con ello. No sólo hacemos diseño sino gestionamos contenido y lo distribuimos.

(Docente-UAM-X-entrevistado 2)

El *diseño de la edición* en un contexto de trabajo multi, inter y transdisciplinario se da a partir del diseñador al integrarse en otras áreas de conocimiento. Ello de como resultado a un profesional mejor instruido, orientado y preparado para desempeñar las funciones elementales requeridas en el mundo de la edición. Andrea Fuentes describe que la aportación de un diseñador editorial, consiste en elaborar la vestidura exterior (de un contenido previamente editado), en cuidar la estética de sus interiores o su imagen gráfica para la promoción.⁴⁹ Pero el *contenedor* no llegaría al punto de venta o a manos de un lector sin la intervención del director, de los asistentes y de los editores, sin el departamento de comunicación y promoción, y de quienes gestionan los derechos y obtienen los permisos necesarios, sin los administradores, almacenistas, proveedores de servicio de impresión y promotores de venta, y actualmente, sin metadatos y servidores web. Hay mucho trabajo «tras bambalinas» en la publicación de un *contenido*.

Retomando lo señalado por Kloss y Fuentes, mencionaremos un caso interesante de la Universidad Iberoamericana, Ciudad de México. Ésta ha reestructurado su oferta educativa y pareciera haber superado lo «gráfico», y con ello lo impreso, para dar paso a nuevas licenciaturas enfocadas a especializaciones más adecuadas al mundo tecnológico y al diseño de experiencias. Como dicta su lema, «La Ibero define el rumbo del diseño otra vez».⁵⁰ Diseño Sensorial y Dirección Creativa son carreras que sirven de ejemplo para mostrar sus reestructuras, cuyos objetivos están destinados a formar profesionales quienes identifiquen oportunidades para el diseño, donde la experiencia se pueda amplificar mediante sistemas, desde múltiples sentidos, y donde se construyan puentes entre el mundo físico y digital.⁵¹ Aunque la Universidad Iberoamericana no es foco de análisis para este trabajo, esta institución no pretende graduar profesionales formadores de textos, sino más bien empresarios dirigiendo ideas y proyectos creativos.

⁴⁹ Andrea Fuentes et. al., *Romper tipos. Mujeres editoras*, México, Trazos Editoriales, 2023, p. 54.

⁵⁰ Información del sitio: www.ibero.mx

⁵¹ *Idem*.

⁵² Gerardo Kloss, 2023, *op. cit.*, p. 65.

Aun con todo, la propuesta de Gerardo Klossno quita el enfoque hacia lo *editorial*, señalando: la edición se enfrentará a grandes retos,⁵² el mismo Bhaskar sugiere que esta vulnerabilidad se debe más bien a lo anticuado de muchos procesos:

⁵³ Michael Bhaskar, *La máquina de contenido*, México, FCE, 2014, pp. XXI.

Al definir erróneamente su papel como productores de libros, los editores se colocaron una camisa de fuerza, perdieron la ocasión de incluir nuevos formatos y se marginaron [...] los editores necesitan una idea más documentada de su función [...] En el futuro tal vez reaccionen con más agilidad a los cambios tecnológicos y vean en ellos una oportunidad y no una amenaza.⁵³

En el Plan de Estudios de la FAD viene una descripción de lo que se espera de la edición gráfica dentro de la carrera de Diseño y Comunicación Visual. De este objetivo entiendo la preparación de especialistas en el medio editorial con un panorama mayor en el sentido de la intervención en la industria editorial, también la capacidad de decisión e influencia en el proceso de publicaciones, es ahí donde se ubica la edición gráfica. Esta preparación más «completa», incluye aspectos que normalmente se les confiere a los editores (especialistas en la producción de las publicaciones y comercialización de las mismas). Según el plan de estudios, el editor gráfico debería tener parte de este conocimiento bajo su saber y, aunque existen diseñadores editoriales quienes se desenvuelven como editores; son excepciones, no son la regla. Quiero decir, esta historia del diseño y la edición dentro del ejercicio de la enseñanza profesional es muy compleja, porque un diseñador editorial por sistema es difícil se convierta en editor. Hay muy pocas escuelas preparando editores, incluso las que han existido se han cerrado. Sabemos los editores se forman en la práctica. Tal vez es una visión radical.

(Docente-FAD-UNAM-entrevistado 2)

b) MAPA CURRICULAR

El propósito de este apartado es seguir contrastando los procesos disciplinares del plan de estudios respecto a su estructura y contenidos, y con ello determinar, en la medida de lo posible, su consistencia y coherencia interna, es decir, valorar si hay correspondencia entre sus planteamientos con la realidad académica y profesional. Para ello es necesario describir y entender cómo está conformada la malla curricular de ambas instituciones.

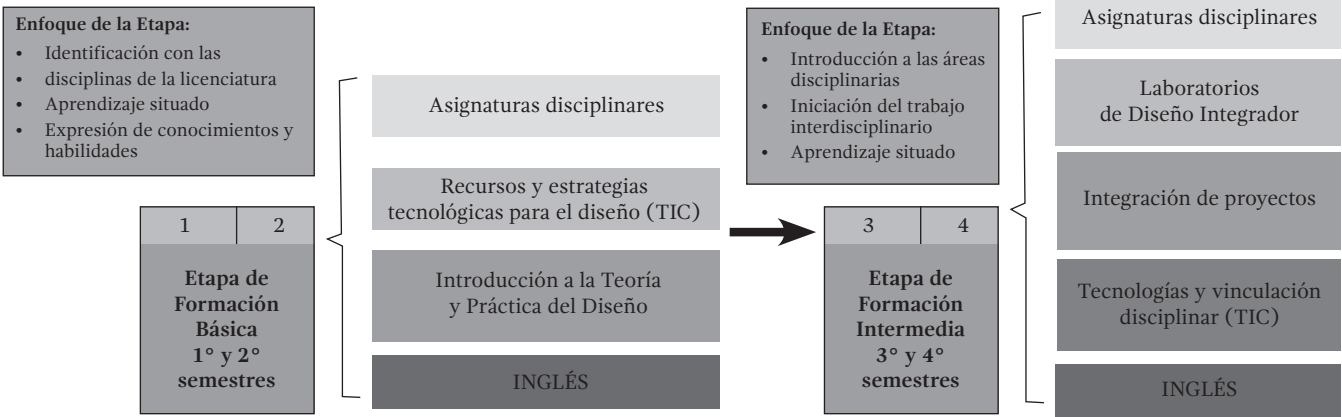
FACULTAD DE ARTES Y DISEÑO, UNAM

Los rasgos que distinguen la oferta curricular de este plan de estudios son: el conocimiento teórico-práctico del diseño y sus contextos, las posibilidades de desarrollo y aplicación en cada uno de los campos disciplinares, así como sus antecedentes históricos y su teorización, como base para la integración y conformación de proyectos, que permitan posteriormente el desarrollo de los procesos de investigación-producción que promuevan el **aprendizaje situado** y la **experimentación asesorada** mediante el ejercicio de la tutoría en los laboratorios terminales, así como **su vinculación con el medio profesional**, el **desarrollo de modelos productivos de negocios**, **emprendimiento** con sentido humanista, social y ético para la gestión de su profesión.⁵⁴

⁵⁴ Escuela Nacional de Artes Plásticas, UNAM. Plan y Programas de estudio de la Licenciatura en Diseño y Comunicación Visual. Tomo I, 2013, p. 49.

Lo anterior corresponde con el objetivo general de la licenciatura, sin embargo, se deberá contraponer con las tablas 5 y 6, y, posteriormente, leer qué perciben los entrevistados al respecto para así determinar desde un punto de vista cualitativo, los criterios considerados en la licenciatura al realizar su ejercicio académico. Recordemos, este análisis es sobre la manera de enseñanza del área editorial, se requiere, entender el panorama general para, posteriormente, describir la orientación.

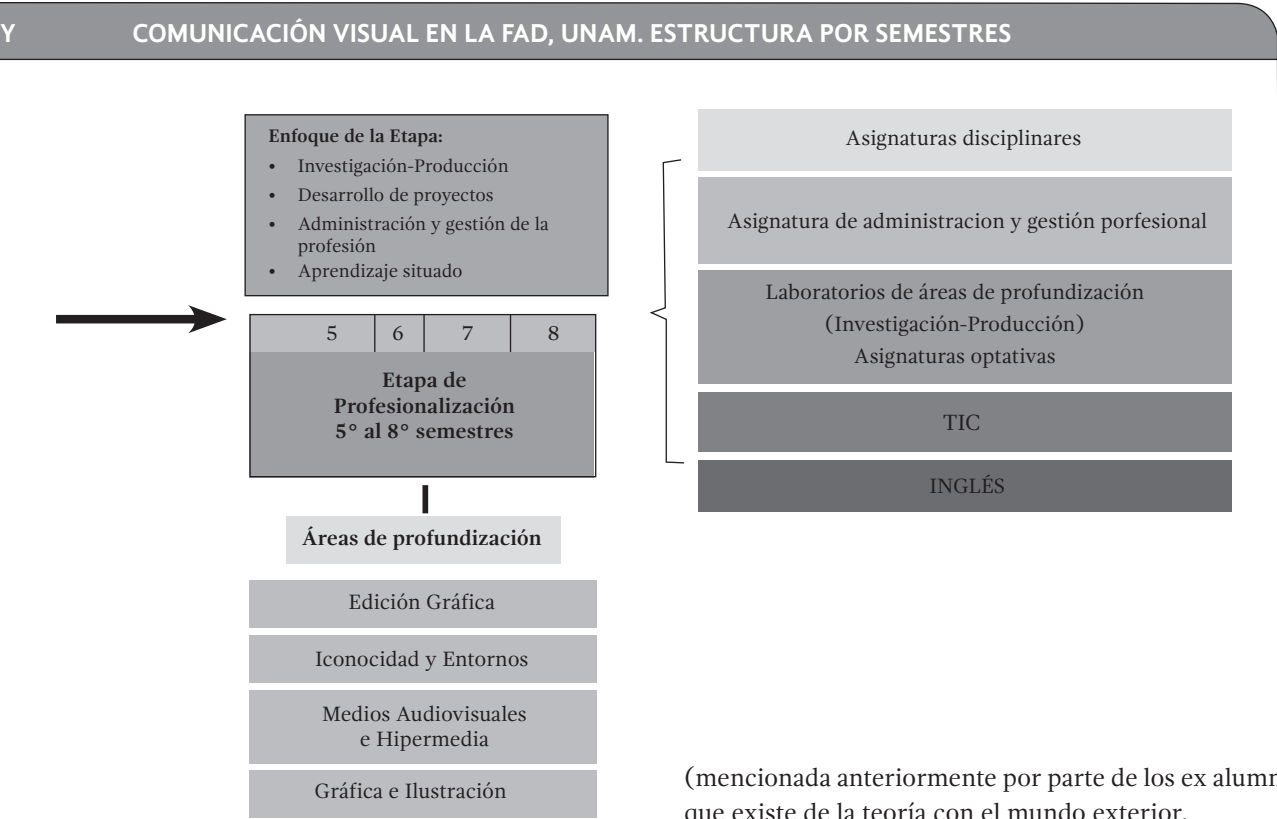
TABLA 5. MAPA CURRICULAR DEL PROGRAMA ACADÉMICO DE LA LICENCIATURA EN DISEÑO Y



Fuente: Elaboración propia. Modelo y estructura de la Licenciatura en Diseño y Comunicación Visual. Información tomada del Plan de Estudios de la Licenciatura en Diseño y Comunicación Visual de la FAD-UNAM.

Como se observa en la tabla 5, el plan de estudios tiene una estructura curricular definida dentro del Tomo I a partir de tres etapas. La primera es denominada «Etapa de formación básica»; la segunda, «Etapa de formación intermedia», y la tercera, «Etapa de profesionalización». Este mapa curricular se caracteriza por ser muy enfático en como cada alumno egresa con una orientación (aunque ello no será indicado en el título ni en la cédula profesional otorgada por la universidad).

Hay aspectos sólidos a primera vista que parecen importantes dentro del aprendizaje entre teoría y práctica; se menciona, incluso, el conocimiento tecnológico, además de asignaturas de administración y gestión profesional. Esto llama la atención dentro de la etapa formativa, debido a la poca vinculación



(mencionada anteriormente por parte de los ex alumnos entrevistados) que existe de la teoría con el mundo exterior.

Por otro lado, el área de investigación y creación de proyectos pareciera tener cierta debilidad al no verse reflejada en el desarrollo de modelos productivos de negocios, el emprendimiento con sentido humanista, social y ético desde una manera crítica, reflexiva, propositiva, proactiva y responsable.

Los rubros estructurales del plan de estudios son muy importantes, son el cimiento de la licenciatura y de sus diferentes etapas de formación. Proveen de respaldo a los futuros profesionistas, quienes integrarán los saberes teóricos, metodológicos y prácticos, permitiéndoles desarrollarse en el ámbito laboral.

TABLA 6. ORGANIZACIÓN CURRICULAR DEL PROGRAMA ACADÉMICO DE LA LICENCIATURA EN					
ETAPA DE FORMACIÓN BÁSICA		ETAPA DE FORMACIÓN INTERMEDIA			
Tipografía I	Tipografía II	Fotografía I	Fotografía II		
Geometría I	Geometría II	Lab. Tall. de diseño en Edición Gráfica I	Lab. Tall. de diseño en Edición Gráfica II		
Proceso de representación bidimensional	Procesos de representación bidimensional II	Lab. Tall. de Iconocidad y Entornos I	Lab. Tall. de Iconocidad y Entornos II		
Diseño integrador I	Diseño Integrador II	Lab. Tall. de Gráfica e Ilustración I	Lab. Tall. de Gráfica e Ilustración II		
Educación para el dibujo	Educación para el dibujo II	Lab. Tall. de Diseño en Medios Audiovisuales e Hipermedia I	Lab. Tall. de Diseño en Medios Audiovisuales e Hipermedia II		
Recursos tecnológicos para el diseño	Estrategias y tecnologías para el diseño	Lab. Tall. de diseño integrador I	Lab. Tall. de diseño integrador II		
Análisis de textos y redacción	Producción e interpretación de textos	Formación para el dibujo I	Formación para el dibujo II		
Introducción a la teoría del diseño y la estética	Seminario de teoría del diseño y la estética	Tecnología y vinculación disciplinar I	Tecnología y vinculación disciplinar II		
Inglés	Inglés II	Sociedad del conocimiento, TIC e investigación	Metodología y estructura de la investigación		
		Teoría de los signos	Teoría de la imagen		
		Arte y Diseño en la antigüedad	Arte y Diseño medieval y renacentista		
		Inglés III	Inglés IV		
PRIMER SEMESTRE	SEGUNDO SEMESTRE	TERCER SEMESTRE	CUARTO SEMESTRE		

EN DISEÑO Y COMUNICACIÓN VISUAL EN LA FAD, UNAM. ESTRUCTURA POR SEMESTRES.				
ETAPA DE PROFESIONALIZACIÓN				
	Lab. de Diseño I (en la asignatura elegida)	Lab. de Diseño II (en la asignatura elegida)	Lab. de inv. prod. I	Lab. de inv. prod. II
	Lab. de Diseño I (en la asignatura elegida)	Lab. de Diseño II (en la asignatura elegida)	Lab. de Tecnología para investigación-producción I	Lab. de Tecnología para investigación-producción II
	Lab. de Tecnología I (en la asignatura elegida)	Lab. de Tecnología II (en la asignatura elegida)	Seminario de construcción teórico-conceptual	Seminario de investigación y evolución de proyectos
	Lab. de Tecnología I (en la asignatura elegida)	Lab. de Tecnología II (en la asignatura elegida)	Seminario de investigación del diseño contemporáneo	Seminario de prospectiva del diseño y la comunicación visual
	Seminario de protocolos de investigación	Seminario de proyectos de investigación	Arte y Diseño de los siglos XIX y XX	Arte y Diseño contemporáneos
	Teoría de la comunicación	Psicología para la comunicación visual	Laboratorio de administración y gestión de proyectos	Vinculación y producción del diseño en el contexto profesional
	Arte y Diseño en Mesoamérica	Arte y Diseño Barroco y Virreinal	Inglés VII	Inglés VII
	Análisis e investigación del campo profesional	Diseño, mercadotecnia y publicidad	Optativa	Optativa
	Inglés V	Inglés VI	Optativa	Optativa
	Optativa	Optativa		
	QUINTO	SEXTO SEMESTRE	SÉPTIMO SEMESTRE	OCTAVO SEMESTRE

Fuente: Elaboración propia. Modelo y estructura de la Licenciatura en Diseño y Comunicación Visual. Información tomada del Plan de Estudios de la Licenciatura en Diseño y Comunicación Visual de la FAD-UNAM.

En cuanto a la estructura de la malla curricular, la carrera tiene una duración de cuatro años, en los cuales el alumnado de primer ingreso comienza su incursión en la «Etapas de formación básica», por dos semestres comienzan a involucrarse directamente con temas gráficos y su contexto. A partir del segundo año (tercer y cuarto semestre) tienen la oportunidad de cursar, durante ocho semanas, las cuatro orientaciones que conforman la licenciatura (Edición Gráfica, Iconicidad y Entornos, Medios Audiovisuales e Hipermedia y Gráfica e Ilustración), además de las materias contextuales sobre arte, diseño, sociedad del conocimiento e investigación. Es en quinto semestre cuando la carrera se perfila hacia las cuatro orientaciones; en esta etapa el alumno debe elegir dos de ellas para cursar su tercer año (quinto y sexto semestre). Finalmente, para el cuarto año, el alumnado escoge sólo una de ellas. Dicha orientación se estudiará durante los dos últimos semestres (séptimo y octavo).

No obstante, se observa una línea delgada entre la repetición de los contenidos y la carga de asignaturas, aunque diferentes, abordan tareas similares. Los profesores se apoyan de ejercicios ficticios o de la problemática propuesta por el docente, habiendo poco contacto con el mundo profesional. Por otro lado, no se halla un avance o afianzamiento del conocimiento al mencionar el desarrollo de negocios integrales, en la realidad, los conocimientos que se abordan, sobre todo, en los últimos semestres, no cumplen las expectativas del programa; sin omitir la enseñanza de proyectos editoriales digitales, por ahora están fuera de los aprendizajes esperados por los jóvenes de la Facultad dentro de su formación profesional.

Quiero pensar entienden el proceso editorial, pero al ser una cadena de trabajo muy larga donde se involucran muchas personas, la única forma de realmente involucrarte es cuando estás trabajando allá afuera, en una editorial o un proyecto real, donde ya se involucran otras cosas, por ejemplo, en clase no hablamos de la parte comercial o de la distribución. Por más que intente estirar el programa, ya no da. Ni yo tengo la experiencia.

(Docente-FAD-UNAM-entrevistado 3)

Si bien se reconoce por parte de los entrevistados que saber utilizar algún *software* no los hace mejores diseñadores editoriales, sí consideran es una herramienta necesaria y oportuna para la obtención de una preparación más completa.

Los profesores en los Laboratorios Tecnológicos no deberían enfocarse sólo en enseñar InDesign, actualmente en muchos empleos te solicitan saber programas para crear libros electrónicos. Ya los libros no sólo se leen impresos, sino en sistema operativo Android, Mac, en distintos dispositivos. Y nosotros sólo sabemos usar Adobe, la carrera debería evolucionar en eso. Estaría muy bien si los profesores vieran qué se está pidiendo en el ámbito profesional para salir más preparados. Hay cosas que se pueden mejorar en la carrera.

(Egresado-FAD-UNAM-entrevistado 1)

La humanidad ha generado en su desarrollo histórico, objetos de comunicación visual, combinando imagen y texto, donde se hace evidente la acción concertada entre el editor (patrocinador o solicitante de la obra), el autor (responsable de redactar los textos) y el artista gráfico (encargado de dotar de atributos de calidad visual a las imágenes y a la escritura), todo ello en contexto, con una intención determinada para publicar, distribuir e incidir en su entorno, mediante los valores discursivos de la imagen.

[...] deben ser capaces de transitar entre la edición gráfica impresa y la edición digital, dominando cada una de las etapas del proceso diseñístico (con énfasis en los procesos de investigación-producción para el diseño), en virtud de la revolución tecnológica, social, económica y cultural resultado de la evolución en el uso de las tecnologías de la información y comunicación.⁵⁵

⁵⁵ Escuela Nacional de Artes Plásticas, UNAM. Plan y Programas de estudio de la Licenciatura en Diseño y Comunicación Visual. Tomo I, 2013, p. 63.

En estas descripciones se puede distinguir el perfil del estudiantado, enfocado a la edición de lo gráfico, al diseño del libro, principalmente, impreso. En cuanto al contexto de la edición, el artista gráfico va de la mano en colaboración con el editor, el autor y el resto del proceso, como la distribución y la comercializa-

ción. Pero en ocasiones algunos docentes no corresponden con las necesidades del programa de la asignatura o no están contextualizados de los requerimientos actuales, repiten contenidos que no dominan o quizá sí, pero sin entender las exigencias contemporáneas del medio profesional (véase el subtema 1.4).

En cuanto a las asignaturas, se podrían mencionar algunas de manera general, las cuales se cursan durante el paso de los cuatro años de carrera. Introducción a la Teoría del Diseño y la Estética, Teoría de los Signos, Tipografía, Dibujo, Fotografía, Laboratorios de Tecnología (manejo de programas de diseño), Seminarios de Proyectos de Investigación, Laboratorio-Taller de Diseño en Edición Gráfica, Teoría de la Comunicación, Sistemas de Impresión, entre otras (repartidas en: teóricas, prácticas y de investigación). Así, el mapa curricular está diseñado de tal manera que dependiendo de la etapa académica en donde se encuentre el alumnado (Básica, Intermedia o Profesionalizante), las materias se van ejecutando. En cuanto al estudiantado, aunque hay comentarios positivos sobre la manera de impartir las asignaturas, mencionan haber completado su formación (específicamente en el ámbito tecnológico) por medio de tutoriales, cursos en línea o «sobre la marcha», pues en su paso por la licenciatura no ha habido preparación suficiente.

Se reconoce un desfase tecnológico, desactualizado para responder a los retos de la inserción profesional y falta de tiempo para abarcar el programa por completo. Además del desconocimiento o desactualización del profesorado para atender temas como derecho de autor, distribución, difusión, ventas, entre otros.

Se debe insistir en la inclusión del trabajo colaborativo como estrategia pedagógica para evitar omisiones en la aplicación de los programas de asignatura y contrarrestar el poco trabajo interdisciplinario. Es necesario fomentar la relación disciplinar entre las cuatro áreas de profundización e, incluso, no perder de vista que la estructura de los programas podría realizarse transversalmente desde el intercambio entre dichas áreas. Provocar experiencias de aprendizaje a través de proyectos reales; al menos, procurar contribuir en ello.

La enseñanza diferenciada por áreas de profundización debe ser reconsiderada, según lo sugieren algunos docentes al resaltar la importancia de relacionar la edición, ya no únicamente a lo gráfico, sino con otros campos de especialización. Se vuelve necesario pensar la edición a partir de un espectro más amplio, pues es a los futuros egresados a quienes se les exigirá entender la edición desde distintos frentes. Estamos ante un ecosistema diverso.

Estaría bien que la carrera trate de enseñarte un panorama más completo del área editorial, por ejemplo, para mí estar en comunicación con distintas áreas para sacar el trabajo ha sido un aprendizaje completamente nuevo. Te lo platican en la escuela, pero vivirlo es toda una experiencia diferente. Es importante mejorar la enseñanza del diseño editorial en la carrera. A mi parecer, si desde la licenciatura te involucran en más áreas tanto teóricas como prácticas, cuando estás buscando trabajo tienes más noción de hacia dónde responder. Yo estoy trabajando en el armado de libros electrónicos interactivos y tuve que aprender todo por mis medios. Además, he caído en cuenta, no todo es tipografía y color, he visto responsabilidades compartidas para lograr mejores resultados en la producción de libros. No hablo sólo del diseño digital sino de todos los demás equipos de trabajo quiénes hacen posible que los libros lleguen hasta el usuario final. Al menos hablo desde mi experiencia.

(Egresado-FAD-UNAM-entrevistado 1)

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA UNIDAD XOCHIMILCO

El diseño de la comunicación gráfica representa **un modelo alternativo para la realización y distribución de objetos gráficos**, frente a los métodos de educación tradicionales. La simple acumulación de conocimientos, el proceso vertical de enseñanza-aprendizaje del maestro y del discípulo y el diseño en abstracto de los objetos, son dejados de lado por el nuevo modelo educativo que nos caracteriza. **La autoformación del estudiante, su compromiso social y el análisis de los problemas concretos de la realidad son ahora la nueva alternativa** para el trabajo académico.

La carrera desarrolla sus contenidos académicos a través del sistema modular, cuyos propósitos fundamentales son: **la integración del conocimiento, el desarrollo del mismo en términos de procesos, la aplicación de los conocimientos a problemas concretos de la realidad**, la búsqueda de una **articulación permanente** entre teoría

⁵⁶ Universidad Autónoma Metropolitana. Unidad Xochimilco. Plan y Programas de Estudios de la Licenciatura en Diseño y Comunicación Gráfica. División de Ciencias y Artes para el Diseño. Versión aprobada por el Colegio Académico en la sesión 182, 1997, pp. 10 y 11.

y **práctica** y el desarrollo de un proceso de enseñanza-aprendizaje particularmente vivo y activo.

En el Diseño de la Comunicación Gráfica de la UAM-X se combinan siempre tres tipos de elementos: los objetivos académicos de la carrera, el modelo educativo y las responsabilidades sociales de nuestra institución.⁵⁶

Lo anteriormente citado coincide con el objetivo general de la licenciatura, sin embargo, habrá de contrastarse con la tabla 7 y leer qué perciben los entrevistados al respecto para posteriormente determinar, desde un punto de vista cualitativo, los criterios que considera la licenciatura al realizar su ejercicio académico. Para ello, primero, es importante tener el panorama general y después, describir la etapa terminal (tronco terminal profesional).

La estructura curricular definida en el Plan y Programas de Estudios de la Licenciatura en Diseño de la Comunicación Gráfica, 1997, hace hincapié en que sus egresados podrán adaptarse a las necesidades de los diferentes mercados de trabajo y acercarse con mejores recursos a un campo de especialización. Además, uno de sus principales propósitos es vincular la interdisciplinariedad dentro de sus procesos educativos.

La Unidad Xochimilco se construye con una nueva forma de concebir la función de la universidad en la sociedad. El sistema educativo, además de buscar la vinculación con todos los aspectos de aprendizaje a través de un sólo trabajo eje, tiene un alto grado de complejidad, porque provoca la participación activa de los estudiantes en el proceso de enseñanza-aprendizaje, asumiendo, por un lado, la responsabilidad de cada alumno ante su formación, pero también, su colaboración en equipo a través de un trabajo real, donde se involucran distintas áreas del conocimiento.

En la última etapa de formación dentro de la carrera se trabaja a partir de un proyecto real. Antes de esto, podría ser simulado o real. Pero al final sí necesariamente debe ser un proyecto planteado desde una necesidad existente.

(Docente-UAM-X-entrevistado 2)

A partir de las entrevistas realizadas se observa un trabajo no menor por parte de la comunidad de profesores, en especial de las áreas terminales, por traer necesidades de diseño reales y convertirlas en proyectos propicios para los alumnos. Estas colaboraciones obedecen a principios interdisciplinarios con el fin de lograr, a través de la participación activa del estudiantado, la construcción de su educación a nivel superior; fortaleciendo así, la colaboración en su proceso formativo.

Debido a la contundencia de la universidad al direccionar la enseñanza del diseño y la comunicación gráfica, salta la inquietud de conocer las anclas donde se apoya para impartir los temas.

Al haber un sustancial trabajo por parte del profesorado por conseguir proyectos reales para desarrollarse en la práctica, el alumno, considera, se fortalece gracias al desarrollo de los mismos; sin embargo, en otras cuestiones, como las actualizaciones técnicas, señala, quedan rezagados y deben aprender sobre la práctica, investigando por su cuenta o, definitivamente, durante su caminar en el mundo profesional.

Un gran paréntesis. La educación tecnológica recibida durante mi paso por la universidad se reduce a estar tres alumnos compartiendo una misma computadora al mismo tiempo, y recuerdo haber tenido sólo una clase real de tecnológico. Cuando yo entré a mi primer trabajo, no sabía nada. Sí había abierto los programas, había picado un poco, pero eso no quiere decir que los sabía usar. Imagínate, en mi currículum puse tenía conocimientos de Illustrator, Photoshop e InDesign. Ese primer trabajo, para mí, fue como cursar otra parte de la universidad acerca de temáticas nunca vistas. Y para nada mi comentario es para denigrar a mi universidad. Sólo me parece que siempre va existir una cierta distancia en estas carreras porque requieren estar actualizadas con las tecnologías. Cuando me enfrenté a los problemas reales fue mi responsabilidad investigar de qué manera resolver e indagar sobre las posibilidades de los programas. Al final, un poco el problema de la universidad es no estar expuesto a la realidad, pero se entiende.

(Egresado-UAM-X-entrevistado 2)

TABLA 7. MAPA CURRICULAR DEL PROGRAMA ACADÉMICO DE LA LICENCIATURA EN DISEÑO							
Unidad de Enseñanza-aprendizaje	Primer nivel: Tronco general	Segundo subnivel: Tronco divisional		ETAPA BÁSICA (tronco básico profesional) Habilitación y expresión gráfica			
	Primer subnivel: Tronco interdivi- sional						
	1er. módulo Conocimiento y Sociedad En esta UEA no hay apoyos sino cuatro unidades para todas las carreras	2do. módulo Interacción contexto- diseño	3er. módulo Campos fund. del diseño	4to. módulo Comunicación, media ambiente y sociedad	5to. módulo Hombre y comunicación gráfica	6to. módulo Lenguaje visual y medios técnicos	
Taller de Diseño	M1: El sistema modular, la UAM-X y la uni- versidad pública	Teoría		Diseño bases Tipográficas (40%)	Diseño bases de la imagen (40%)	Diseño imagen y tipografía (40%)	
				Teoría del diseño e historia de la imagen (30%)			
Teoría e historia de la imagen							
Expresión Dibujo	M2: Contexto cultural, social y económico de México y América Latina			Dibujo en línea	Dibujo claros- curo	Dibujo de línea y clarooscuro	
Expresión Fotografía				Principios de fotografía en blanco y negro	Fotografía en blanco y negro	Fotografía a color o de objeto	
Expresión Fotografía	M3: El conocimiento	Expresión		Principios de impresión	Serigrafía	Serigrafía y fotomecánica	
Expresión Procesos técnicos Cómputo	M4: Retos para el siglo XXI			Dibujo por vectores Illustrator (Todo expresión es 30%)	Cómputo Photoshop (Todo expre- sión es 30%)	Cómputo Photoshop Indesign (Todo expresión es 30%)	
CRÉDITOS	28	50	45	45	45	45	

DE LA COMUNICACIÓN GRÁFICA EN LA UAM UNIDAD XOCHIMILCO. ESTRUCTURA POR TRIMESTRES				
		ETAPA INTERMEDIA (tronco intermedio profesional) Proceso de producción	ETAPA TERMINAL (tronco terminal profesional) Organización de la comunicación gráfica	
	7mo. módulo Lenguajes visual y medios técnicos	8vo. módulo Lenguajes de la comuni- cación gráfica II	9no. módulo Lenguajes de la comunicación gráfica III	10mo. módulo 11vo. módulo 12vo. módulo
	Diseño editorial (60%)	Diseño de la gráfica monumental (60%)	Diseño de medios audiovisuales (60%)	Desarrollo de proyecto (80%)
				Editorial Audiovisual Ilustración
	Teoría del diseño e historia de la imagen (20%)			Teoría (10%)
	Dibujo y omposición	Dibujo técnicas de imagen en movimeiento	Dibujo técnicas de imagen en movimeiento	Dibujo o Animación tradicional
	Fotografía de objeto	Fotografía en composición	Video	Fotografía digital o Posproducción
	Offset	Grabado	Edición y Audio	Offsete y redacción
	Cómputo Indesign Preprensa (Todo expresión es 30%)	Cómputo Flash (Todo expresión es 20%)	Cómputo edición digital (Todo expresión es 30%)	Composición y preprensa o Introduc- ción 3D, modelado 3D o Imagen o Posproducción o Composición y pre- prensa o Programación dinámica
	45	45	45	40, 40 o 35

Fuente: Tomado de *Pedagogía del Diseño en el Sistema Modular UAM Xochimilco*, UAM, 2016, p. 143.

Los entrevistados comentan sobre los conocimientos tecnológicos recibidos, siendo un tanto limitados, mientras otros aprendizajes son muy valorados; por ejemplo, el cursar algunos trimestres con compañeros de diversas disciplinas (cosa poco común en la mayoría de las instituciones que imparten la carrera de diseño o afines). Otra situación que aprueban y agradecen son los ejercicios de las áreas terminales, porque consideran los temas se repiten poco, cada uno está focalizado para construirse y solucionarse desde sus propias aristas.

⁵⁷ Martha Flores, «Un proceso de adaptación: el sistema Modular en el Diseño de la Comunicación Gráfica», en *Pedagogía del diseño en el sistema modular*. UAM Xochimilco, coords. María Azucena Mondragón et. al., México, UAM, 2016, p. 145.

Inicialmente los profesores de diseño eran practicantes del diseño y no estaban acostumbrados a capturar sus experiencias profesionales. Actualmente con los posgrados se ha labrado la formación del investigador de diseño. Así, la formación en el diseño ha sufrido una transformación. Los alumnos se quejan de la falta de profesores que se dediquen a la práctica profesional del diseño y da la impresión de que los profesores no estamos actualizados al respecto.⁵⁷

El diseño editorial se encuentra dentro de la carrera de Diseño de la Comunicación Gráfica. La licenciatura se estructura en las siguientes secciones: *Tronco Interdivisional*, *Tronco Divisional* y *Tronco de Carrera* (*Tronco Básico*, *Tronco Intermedio* y *Tronco Terminal*). La licenciatura está integrada por 12 trimestres y cada trimestre corresponde a un Módulo.

Los estudiantes de recién ingreso entran a una primera etapa llamada *Tronco Interdivisional*. Durante el primer trimestre, denominado Módulo I, los grupos están conformados por los alumnos de las diecinueve licenciaturas que oferta la UAM-X. En esta primera etapa los compañeros pueden ser de Veterinaria, Arquitectura, Medicina, Administración, Diseño, etcétera. Y se les enseña sobre todo metodología de investigación y método científico.

Posteriormente se concentra la segunda etapa, llamada *Tronco Divisional*, donde los estudiantes que estudian las carreras de la misma división cursarán juntos los trimestres 2 y 3, denominados 2.º y 3.º módulos. Aquí la División de Ciencias y Artes para el Diseño cuenta con cuatro licenciaturas: Arquitectura, Diseño de los Asentamientos Humanos, Diseño Industrial y Diseño de la Comunicación Gráfica. Así, los alumnos insertos dentro de estas áreas, serán compañeros de aula durante dos trimestres más, para después acceder a otra

etapa llamada *Tronco de Carrera*, subdividido, a su vez, en *Tronco Básico/Etapa Básica*, *Tronco Intermedio/Etapa Intermedia* y *Tronco Terminal/Etapa Terminal*. A partir de aquí los grupos ya se integran sólo con los estudiantes de cada carrera. La *Etapa Básica* abarca el trimestre 4.º, 5.º y 6.º, donde los temas van enfocados a teoría, historia y expresión gráfica.

En el 7.º módulo comienza la *Etapa Intermedia*, donde el alumno cursará un área de las tres conforme está dividida la licenciatura. De esta manera, en el séptimo trimestre estudian Diseño Editorial; en el octavo trimestre, Gráfica de Gran Formato e Ilustración, y en el noveno, se aprende sobre Medios Audiovisuales. Aquí termina el curso de las tres áreas de concentración y se entra a una última etapa, llamada *Etapa Terminal*, módulos 10.º, 11.º y 12.º, donde cada estudiante elige una de las tres áreas antes mencionadas y la ejecuta durante los últimos tres trimestres de la carrera, desarrollando un proyecto en un periodo de un año, con el cual se titulan.

Retomando información de la Tabla 7, se evidencia como está estructurado por Unidades de Enseñanza-Aprendizaje el mapa curricular de la licenciatura de Diseño de la Comunicación Gráfica.

Durante los tres primeros trimestres los alumnos se enfrentan a cimientos generales, por mencionar algunos módulos: «Contexto cultural, social y económico de México y América Latina» y «Retos para el siglo XXI». Posteriormente, en la *Etapa Básica* (del 4.º al 6.º trimestre), reciben conocimientos sobre «Comunicación, medio ambiente y sociedad», «Hombre y comunicación gráfica» y «Lenguaje visual y medios técnicos». Enseguida, de los trimestres 7.º al 9.º, se perfilan hacia el tronco terminal, o profesional, recibiendo aprendizajes sobre «Lenguajes de la comunicación gráfica», donde el Taller de Diseño es el eje principal (en 7.º el Taller de Diseño es «Diseño editorial», en 8.º es «Diseño de la gráfica monumental» y en 9.º es «Diseño de medios audiovisuales»). Finalmente, en los últimos tres trimestres (del 10.º al 12.º) se desarrolla el proyecto del área profesional.

Desde el módulo 2.º y hasta el 12.º, todo se complementa con *apoyos*, las materias darán «soporte» a cada módulo por trimestre. A partir del 4.º módulo estos apoyos están enfocados al área de Comunicación Gráfica: Dibujo, Tipografía, Fotografía, Cómputo, Principios de impresión, Audio y edición son algunos ejemplos. Así, durante su paso por la universidad, el estudiantado habrá cursado

temas de manera transversal desde una perspectiva general, hasta llegar a una más particular o especializada.

⁵⁸ Información tomada de:
https://www.cibertlan.net/cienciasyartes/bases.conceptuales.cyad.html#_Toc78821774 [Consulta: mayo de 2025].

Para la División de Ciencias y Artes para el Diseño, una de las formas más significativas de abordar los problemas de los diseños se da a partir de la multidisciplina, la interdisciplina y la transdisciplina, las cuales se presentan en un entramado de relaciones que cruzan las funciones sustantivas de la División, la docencia, la investigación y el servicio.⁵⁸

La *interdisciplina* es el proceso de interacción y diálogo del campo de conocimiento de los diseños con otras áreas, se explican los fenómenos de la realidad desde distintos enfoques. Esta forma de trabajo será la prevaleciente en los procesos de enseñanza-aprendizaje, en ella se realiza un trabajo por problemáticas y no por objetos. El trabajo académico por problemáticas posibilita los contenidos y enriquece la formación del diseñador. Y, al parecer, en la Licenciatura de Diseño de la Comunicación Gráfica, la interdisciplina juega un papel preponderante, de esta forma se organizan las Unidades de Enseñanza-Aprendizaje.

En cuanto a la *transdisciplina*, se entiende no sólo como la confluencia de los saberes de las distintas disciplinas, sino como el proceso que atraviesa al fenómeno investigativo, permitiendo generar conocimientos nuevos. La transdisciplina se refiere específicamente al campo del investigador y de la formación en el posgrado.⁵⁹

⁵⁹ *Ibid.* [Consulta: mayo de 2025].

2.2.3. Modelo educativo

Este componente describe la esencia pedagógica de la propuesta curricular, explicando el enfoque formativo y cómo se alcanzarán los objetivos del plan de estudios. Define los roles de docentes, estudiantes y gestores, así como los espacios y actividades para una práctica educativa efectiva y específica para cada plan. Este modelo necesita estar fundamentado en teorías de filosofía, psicología y pedagogía, las cuales deben ser acordes a la ideología institucional.

⁶⁰ Información tomada de: <https://medusa.fad.unam.mx/modelo/> [Consulta: junio de 2025].

El modelo educativo también guía el diseño, la planificación, la implementación y la evaluación curricular, alineando aspectos clave como contenidos, estrategias de enseñanza y los recursos necesarios para una formación integral que considere la capacitación y la actualización docente.⁶⁰

⁶¹ Frida Díaz Barriga y Gerardo Hernández, *Estrategias docentes para un aprendizaje significativo. Una interpretación constructivista*, México, McGraw-Hill, 2002, p. 15.

Díaz Barriga y Hernández exponen: «Las estrategias pedagógicas son todas aquellas ayudas planteadas por el docente que se proporcionan al estudiante para facilitar un procesamiento más profundo de la información».⁶¹ Asimismo, del profesor depende acercar todos aquellos procedimientos o recursos para promover aprendizajes significativos. Apuntan que en el campo de la profesión docente, un profesor experto no sólo es quien sabe mucho de su disciplina, ha estudiado las teorías educativas o instruccionales en boga o se ha capacitado en tecnología educativa, sino quien organiza y maneja mejor dicho conocimiento, es decir, quien cualitativa y estratégicamente despliega los contextos específicos para focalizar las prácticas de aprendizaje.

⁶² Facultad de Artes y Diseño, UNAM, <https://fad.unam.mx/oferta-academica/licenciaturas/dcv/edicion-grafica/> [Consulta: agosto de 2024].

FACULTAD DE ARTES Y DISEÑO, UNAM LICENCIATURA EN DISEÑO Y COMUNICACIÓN VISUAL MODELO EDUCATIVO⁶²

La flexibilidad de este plan de estudios se sustenta en un sistema de trabajo académico innovador y en un **modelo de aprendizaje situado**, centrado en el alumno, que contenga tanto asignaturas obligatorias, de elección y optativas (por su carácter), como cursos, talleres, laboratorios y seminarios (por su modalidad), amén de la característica, de muchas de ellas, de ser integradoras.⁶³

⁶³ Escuela Nacional de Artes Plásticas, UNAM. Plan y Programas de estudio de la Licenciatura en Diseño y Comunicación Visual. Tom I, 2013, p. 67.

Los rasgos que distinguen la oferta curricular de este plan de estudios son: el conocimiento teórico-práctico del diseño y sus contextos, las posibilidades de desarrollo y aplicación en cada uno de los campos disciplinares, así como sus antecedentes históricos y su teorización, como base para la integración y conformación de proyectos, que permitan posteriormente el

desarrollo de los procesos de investigación-producción **que promuevan el aprendizaje situado** y la experimentación asesorada mediante el ejercicio de la tutoría en los laboratorios terminales, así como su vinculación con el medio profesional, el desarrollo de modelos productivos de negocios, emprendimiento con sentido humanista, social y ético para la gestión de su profesión.⁶⁴

⁶⁴ *Ibid.*, p. 49.

Aunque en el Tomo I del Plan de Estudios no hay un apartado específico del modelo educativo de la Licenciatura en Diseño y Comunicación Visual, dentro de éste sí se menciona un planteamiento de enseñanza-aprendizaje proactivo, flexible y capaz de responder a los desafíos actuales; bajo el compromiso social, ético, cultural y de alta calidad formativa, donde el modelo educativo está centrado en el *aprendizaje situado*, para formar profesionales vinculados no sólo con el medio profesional sino también con el desarrollo de modelos productivos de negocios.

⁶⁵ Información tomada de: <https://vinculacion.unab.cl/wiki/aprendizaje-situado/#:~:text=En%20resumen%2C%20el%20aprendizaje%20situado,y%20aplicable%20a%20situaciones%20reales.> [Consulta: junio de 2025].

Según la definición, «el aprendizaje situado es aquel que enfatiza el contexto social y físico en el que ocurre el aprendizaje».⁶⁵ Sostiene, el aprendizaje es más efectivo cuando se lleva a cabo dentro de un contexto auténtico y relevante.

⁶⁶ Escuela Nacional de Artes Plásticas, UNAM. Plan y Programas de Estudio de la Licenciatura en Diseño y Comunicación Visual. Tomo I, 2013, p. 158.

En la sección de Anexos del Tomo I,⁶⁶ se encuentra el concepto de *aprendizaje situado*, cuya teoría fundamenta el conocimiento contextual, influenciado por la actividad, los agentes y elementos del entorno y la cultura en la cual se utiliza. Postula la existencia de una relación entre el aprendiz y el contexto estructurado sobre una base práctica.

A partir de las entrevistas realizadas al profesorado se deduce que algunos docentes creen —erróneamente—, el modelo educativo se basa en realizar proyectos, principalmente ficticios (no solicitados por algún núcleo de la sociedad a partir de ninguna necesidad específica), utilizándolos como estrategia pedagógica, quizá aún no exista la debida claridad al respecto.

Al entrevistar a los estudiantes, se identifica la falta de relación horizontal con el profesorado. Se siguen prácticas de enseñanza «maestro-discípulo», donde solamente se favorecen didácticas unidireccionales. Al mismo tiempo, tampoco se plasma una línea de trabajo para implementar la interdisciplinariedad, es decir, el diálogo con otros campos de estudio.

Los profesores deberían tener experiencia en el campo. Creo que sobre todo eso, de repente se nota cuando hay profesores que nada más se dedican a dar la teoría muy, muy abierta, no con experiencias hacia el mundo laboral.

(Egresado-FAD-UNAM-entrevistado 1)

El plan de estudios está diseñado para que el alumnado tenga contacto desde el comienzo con las cuatro orientaciones de la carrera (a partir de la materia «Diseño integrador») y, conforme avanza la licenciatura, obtenga un mayor panorama, para en el último año elegir sólo una de ellas. También se observó un diálogo casi nulo entre las diferentes áreas de profundización. Poco se desarrollan trabajos colaborativos o algún tipo de proyecto invitando a la investigación.

Por mencionar un ejemplo, el profesor de «Ilustración» no trabaja en conjunto con la materia de «Edición gráfica» (ni con ninguna otra). Ambas asignaturas podrían estar trabajando paralelamente un libro ilustrado y ninguno de los dos maestros estarían enterados, lo que conlleva, probablemente, una repetición de ejercicios; cada uno desde sus conocimientos especializados, pero duplicando el «mismo» trabajo en dos asignaturas diferentes. Se evidencia el casi nulo trabajo colaborativo entre docentes, no hay ejercicios puestos en práctica o el desarrollo de proyectos de emprendimiento.

En el cuerpo del documento (Tomo I) se menciona un proyecto académico innovador, donde el estudiantado egresa capacitado para la generación de modelos productivos y emprendimiento con sentido humanista para la sociedad, pero en la información recabada se advierte en el plan actual una inadecuada interacción del trabajo colaborativo bajo contextos de la realidad.

Yo soy diseñadora de profesión y editora en la práctica. Te puedo decir, el editor es aquella persona que anticipa, selecciona, es visionaria, se quita de las cuestiones técnicas, pero más bien se adelanta a las necesidades, a mostrar cosas y dar alternativas, dar más posibilidades dentro del mercado o moldear las necesidades ya conocidas, también alguien a quien le gusta la lectura.

Empecé a trabajar mucho con otros participantes del circuito del libro, con correctores, ilustradores, lectores, con el área de dictamen; también con el área de impresión, librerías, ventas, el área administrativa, ferias, gestión de contratos. Sé un poco de porcentajes de regalías, etcétera. Para mí fue un camino muy bonito en el cual todo se conectaba y era información muy útil para seguir tomando decisiones.

Es curioso porque esta industria tiene mucho tiempo y, parece, se siguen aún los patrones de sus orígenes, sin embargo, de alguna manera necesita ir modificándose, actualizándose, por ejemplo, conocer sobre derechos de autor para productos multimedia, etcétera.

Todo esto para decirte que quizá en el plan de estudios —como lo recuerdo cuando yo estudié—, sólo eran dos o tres materias de diseño editorial por semestre durante los últimos dos años; por un lado era difícil la no repetición de ejercicios entre asignaturas y, por otro, me parece curioso, a pesar de ello, no se nos hablara del proceso en general.

A nosotros los diseñadores no se nos enseña todo en nuestra formación básica, lo cual me llama la atención porque en el aprendizaje del diseño editorial pareciera no ser esencial que sepamos de todo este enjambre editorial. En mi opinión la parte técnica es la más visibilizada, no así la crítica, el proceso, la metodología. Desde la licenciatura no son conscientes de la manera en cómo se ejecuta el plan de estudios, centrado (desde mi experiencia) en lo meramente técnico, en la pura ejecución. Al final el campo laboral es bastante complicado.

(Egresado-FAD-UNAM-entrevistado 3)

Es como si lo propuesto en el plan de estudios se contradijera con la realidad. Si la intención es promover una educación situada para hacer del aprendizaje algo más vivencial, suscitar en los estudiantes el entendimiento de su contexto y resolver problemas de edición cercanos a su entorno, entonces, el plan actual no está siendo ejecutado adecuadamente. Si el modelo educativo no es sólido ni claro desde su redacción impactará en la desafortunada aplicación del plan de estudios.

⁶⁷ Gerardo Kloss, 2023, *op. cit.*, p. 69.

Bien señala Kloss, el canon pedagógico del diseño editorial está enfocado en la enseñanza para resolver problemas de expresión y representación gráfica, sin involucrarse con el contenido, autor, género y tema, el aparato crítico o la estrategia editorial, derechos de autor, regalías, distribución, ferias, entre otros aspectos.⁶⁷

En todo caso, los alumnos están enfocados a representar a través de formas y materiales un discurso del que no fueron educados para leer y comprender, siendo el diseñador editorial no cualquier diseñador gráfico, sino específicamente un diseñador con conocimientos de edición.

⁶⁸ División de Ciencias y Artes para el Diseño, UAM Unidad Xochimilco, <https://cyad.xoc.uam.mx/es/disenio-de-la-comunicacion-grafica#:~:text=Comprender%20y%20realizar%20mensajes%20de,social%20con%20su%20quehacer%20profesional>. [Consulta: agosto de 2024].

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA UNIDAD XOCHIMILCO
LICENCIATURA EN DISEÑO DE LA COMUNICACIÓN GRÁFICA
MODELO EDUCATIVO⁶⁸

El modelo educativo de la UAM Xochimilco es la piedra fundacional. En él se planteó la tarea de redefinir el papel de la educación superior al vincular el proceso de enseñanza-aprendizaje con problemáticas de la realidad socialmente definidas [...]. El **Sistema Modular** se utiliza como herramienta formativa esencial para desarrollar el pensamiento crítico y la enseñanza por investigación. Actualmente en la UAM Unidad Xochimilco este sistema constituye una alternativa innovadora para la formación profesional. En este sistema no se cursarán materias o asignaturas de manera aislada, sino un sólo módulo cada trimestre.

El módulo es una unidad integral de enseñanza-aprendizaje al que apoyan diferentes talleres, donde los alumnos desarrollan un proceso educativo permitiéndoles integrar el conocimiento de diferentes disciplinas en torno a los problemas de la realidad.

El docente asume el papel de coordinador de la actividad grupal y fomenta el desarrollo de una actitud participativa, crítica y creativa. Todo ello se logra a partir de un proceso académico al integrar la docencia, la investigación y el servicio.

Como egresado de esta carrera se estará capacitado para diseñar, estructurar y coordinar la producción de proyectos y objetos gráficos y visuales propios del medio editorial: carteles, libros, revistas, periódicos, folletos y nuevos medios electrónicos.

⁶⁹ Ma. Isabel Arbesú y Luis Barruecos, «El Sistema Modular en la Universidad Autónoma Metropolitana», México, UAM-X, 1996, <https://biblioteca.xoc.uam.mx/docs/tid/arbesu.pdf> [consulta: junio de 2025].

El aprendizaje del sistema modular en la UAM-X es novedoso porque plantea una ruptura con los modelos tradicionales de enseñanza. Apuesta por una educación transversal, donde el alumno aprende por experiencias completas. El maestro Guillermo Michel (uno de los fundadores de la Unidad Xochimilco, filósofo y primer jefe del departamento de Educación y Comunicación), comenta que el conocimiento, con base en Piaget, actúa mediante la interacción con la realidad y se obtiene por medio de experimentarlo con la vida misma, a partir de una perspectiva existencial.⁶⁹ Ese conocimiento se adquiere y se transforma en el sistema propuesto por la UAM-X, mediante la ayuda del profesor, de un módulo, del objeto a transformar, de los estudiantes y de las experiencias; por su puesto, también de las lecturas, la discusión en el aula y los planteamientos a través de la escritura.

La enseñanza en la UAM-X está enfocada dentro del sistema modular, donde se pretende el alumno lleve su propio proceso de aprendizaje. No hay materias, sino apoyos. Se presupone en cada trimestre el alumno realice un proyecto donde se involucren todos los apoyos de alrededor y, depende del nivel cursado, los apoyos van cambiando. Esto se replica cada trimestre hasta el último.

(Docente-UAM-X-entrevistado 2)

En la enseñanza en la UAM-X no llevamos materias, llevamos apoyos, el eje principal de trabajo es el Taller de Diseño. Tenemos una etapa considerada como *Etapas Básicas*, ésta abarca 4.º, 5.º y 6.º trimestre. En 7.º trimestre entran a una parte intermedia, es la de *Especialidad*, y tenemos tres, una de ellas es Diseño Editorial, y para el 10.º, 11.º y 12.º trimestre, retoman el área de concentración elegida de las tres existentes. Aquí deben realizar un proyecto terminal. En cada módulo tratamos de hacer pequeños proyectos. Unos son simulados, otros son muy cortos, pero en la *Etapas Terminal* sí debe ser real.

El proyecto fundamental de la UAM-X son sus planteamientos fundacionales. En los cuales se deben resolver problemas socialmente relevantes, vigentes y pertinentes (ya ves que nos gustan las triadas). Y dentro de eso, el ámbito de la educación y la cultura.

(Docente-UAM-X-entrevistado 3)

A *grosso modo* el sistema modular de la UAM Unidad Xochimilco consiste en proveer escenarios reales donde los estudiantes en principio conviven y se relacionan con personas de otras disciplinas desde inicios de su carrera. Avanzados los trimestres se enfrentan a diversos tipos de solicitudes y retos concretos de trabajo, dependiendo de cada área de profundización (Diseño Editorial, Gráfica de Gran Formato e Ilustración o Medios Audiovisuales). En esta etapa la organización se da a partir de pequeños grupos de trabajo, quienes estudian, investigan, analizan, integran y discuten ideas, para así concebir posibles soluciones.

El profesor es quien funge como un tipo de asesor-coordinador dentro de los procesos de enseñanza-aprendizaje. Procurando con ello el alumno sea guiado en una enseñanza horizontal, a través de sus propias pruebas y errores, y no por medio de una repetición de temas aprendidos a partir de materias aisladas, obteniendo sólo un aprendizaje acumulativo fragmentado.

La maestra Martha Flores señala que a lo largo del plan curricular el «diálogo» intramodular se comporta de diferentes maneras, en la *Etapa Terminal* este «diálogo» resulta más efectivo, porque durante los últimos tres módulos de la carrera los alumnos se especializan en alguna de las áreas de concentración y producción. Se hace un especial énfasis en el trabajo por proyectos terminales sobre satisfacen una demanda social pertinente y congruente con la visión formativa de la institución. Sin embargo, los alumnos sugieren de los apoyos (materias), deberían estar más sincronizados, pues consideran la impartición de la docencia tradicional en algunos profesores no ayuda a fortalecer este aspecto.⁷⁰

Otra desventaja del sistema modular (si se le puede llamar de esta manera), señala Flores, son los tiempos muy cortos establecidos en el programa para procesos largos. Con este sistema el alumno cursa de forma intensiva una asignatura y la práctica puede resultar insuficiente.

En la *Etapa Terminal* la manera de llevar los contenidos es en principio que, a cada área llegan (aproximadamente) veinte alumnos. Ya después, en el área editorial se vuelven a dividir, unos llevan *Espacio Diseño*, otros libros, y así cada «equipo» hace su propio trabajo, pero ya enfocados en lo editorial. Para ello contamos con los últimos tres trimestres (del 10.º al 12.º, casi un año). Pero durante la *Etapa Intermedia* (del 6.º al 9.º trimestre), sólo corresponde una área de profundización por trimestre.

⁷⁰ Martha Flores, «Un proceso de adaptación: el sistema Modular en el Diseño de la Comunicación Gráfica», en *Pedagogía del diseño en el sistema modular. UAM Xochimilco*, en María Azucena Mondragón et. al. (coords.), México, UAM, 2016, pp. 141 y 142.

Entonces, imagínate, es complicado para todos los profesores de editorial, y para todas las áreas durante esa última etapa, porque tenemos la obligación de darles la mayor cantidad de conocimientos en un trimestre, estamos hablando de diez semanas. Es muy poquito tiempo. Si bien nos va, damos una panorámica, los alumnos aprenden, pero es su única oportunidad (para algunos) de ver diseño editorial, porque tal vez una determinada cantidad de ellos van para otra área terminal. Entonces, si no aprendieron bien en 7.º de editorial (el trimestre donde imparto yo, *Etapas Intermedia*), ya después no lo van a llevar. Por eso debemos apurarnos, para ver la mayor cantidad de contenidos en diseño editorial. Lo mismo pasa en las otras dos áreas. Sólo se tiene un trimestre para ver contenidos de cada área, entre 7.º y 9.º, hasta cuando elijan una de ellas para su *Etapas de Profundización*. En 7.º es: córrele porque debemos abarcar todo un programa. Cuesta trabajo, pero se tienen que impartir esos conocimientos y sí, andamos muy a prisas.

(Docente-UAM-X- entrevistado 2)

En el análisis FODA redactado por la Comisión para la Revisión y Modificación o Adecuación de los Planes y Programas, se especificó como una de las fortalezas al modelo educativo: «un sistema modular, modelo educativo vigente, relevante y pertinente». Pero en su aplicación el modelo ha sufrido una transformación debido a muchas causas. En primer lugar está la adaptación al modelo por parte de la disciplina en el aula. Otro factor importante es la falta de inducción o actualización al modelo por parte del personal docente a cargo. Influyen, asimismo, la capacidad de adaptabilidad al modelo por parte de los alumnos, tanto en el tronco interdivisional, como en el tronco divisional y al entrar de lleno a la licenciatura, y otros aspectos esenciales.⁷¹

⁷¹ *Ibid.*, p. 139.

Algunos maestros sólo se presentaban en el aula y te dejaban ver tutoriales de YouTube y hasta ahí llegaba su intervención durante el trimestre [...]. Pero vámonos desde el principio. Recuerdo a mis compañeritos como «pollitos descabezados» en primer trimestre, porque no sabían por dónde irse, pues

en el primer trimestre estudias junto a compañeros de toda la UAM, es decir, los de recién ingreso estamos en grupos conformados por estudiantes de todas las licenciaturas. Tu grupo en primer trimestre puede estar conformado por gente que va para Agronomía, Nutrición, Medicina, Veterinaria, Administración, Ciencias de la Comunicación, Psicología, Diseño, Arquitectura, cualquiera. El primer trimestre es, literal, un seminario de investigación y se trabaja lo más transdisciplinario posible. Se logra hacer una dinámica de equipos desde distintas disciplinas. [...] Pero recuerdo a compañeros no entender hacia dónde iba esa dinámica y se rezagaban.

(Egresado-UAM-X-entrevistado 3)

Vámonos desde el principio, en los primeros trimestres los programas correspondían con proyectos de investigación más generales, aunque después del tercer trimestre (creo) ya habíamos hecho algo. Recuerdo uno de los primeros proyectos, debías proponer un proyecto para un lugar (era como un espacio abandonado) cerca de la UAM, y éste se relacionaba con diversas carreras. Se proponía un criadero de sapos o reptiles o algo así, y le pusieron un nombre en náhuatl. Entonces yo diseñé la tipografía y el logo, los alumnos encaminados hacia Arquitectura hicieron los dibujos de cómo se podrían aprovechar mejor los espacios, los de Diseño Industrial proponían los muebles y los de Veterinaria solicitaban las necesidades del criadero. Eran proyectos muy generales pero transdisciplinarios.

(Egresado-UAM-X-entrevistado 2)

El aprendizaje del estudiante debe insentivarse durante toda su vida académica. Por ejemplo, erradicar la docencia tradicional, la cual, según cuentan los entrevistados, está lejos del sistema modular, promover la participación activa, esencial en el proceso formativo porque si la impartición se ejerce desde la docencia tradicional, entonces algunos profesores no están ayudando al fortalecimiento de esta área fundamental.

Para tener una perspectiva desde otra arista se elaboró la siguiente tabla donde se desglosan los objetivos específicos de una materia relativamente similar en las dos licenciaturas, identificando los temas que incluyen y, a grandes rasgos, qué procuran abarcar dentro de la enseñanza del proceso editorial.

TABLA 8. CUADRO COMPARATIVO DEL PROGRAMA DESGLOSADO DE UNA ASIGNATURAS, RESPECTIVAMENTE	
NOMBRE DE LA ASIGNATURA Y UNIVERSIDAD QUE LA IMPARTE	OBJETIVOS ESPECÍFICOS O CONTENIDO SINTÉTICO
Laboratorio de Diseño en Edición Gráfica I 5.º Semestre Tercer año de la carrera UNAM, FAD - Analizar los fundamentos teóricos y prácticos de la edición gráfica en el diseño y la comunicación visual para aplicarlos en el diseño y desarrollo de proyectos de libro de texto corrido.	• Explorar el proceso editorial de un libro de texto corrido en sus cuatro etapas: edición, diseño, producción y comercialización. • Efectuar una investigación para fundamentar el diseño editorial de una obra. • Practicar con la conceptualización de ideas aplicadas a problemas de comunicación visual. • Formular soluciones profesionales de tipografía, diseño editorial y comunicación visual en rango de entrada. • Aplicar técnicas y ejercicios de redacción para la publicación de textos. • Analizar las características de los mensajes y del público objetivo para la redacción de textos. • Analizar las funciones específicas y el flujo de trabajo de un equipo editorial. • Seleccionar los medios y recursos más adecuados en concordancia con los requerimientos de cada proyecto. • Elaborar maquetas de presentación que resulten profesionales y convincentes. • Determinar opciones de proveedores como parte de la etapa final del proceso editorial (comercialización). • Promover la reflexión en torno a los procesos de investigación-producción en edición gráfica.

NOMBRE DE LA ASIGNATURA Y UNIVERSIDAD QUE LA IMPARTE	OBJETIVOS ESPECÍFICOS O CONTENIDO SINTÉTICO
Desarrollo de la Comunicación Gráfica II* 11.º Trimestre Cuarto año de la carrera UAM Unidad Xochimilco - El taller de diseño es la actividad dominante del trabajo modular, las áreas de teoría y expresión son apoyos directamente relacionados con el desarrollo del proyecto: Se pondrá énfasis en la organización de estrategias para la comunicación gráfica. Se desarrollará trabajo grupal, exposiciones, seminarios, conferencias, actividades técnicas y formales en talleres, actividades de investigación, visitas, asesorías y capacitación para el desarrollo de proyectos.	• Metodologías actuales de investigación aplicables al diseño, que permitan la formulación de un proyecto complejo de comunicación gráfica. • Estrategias de producción y organización de mensajes gráficos en medios editoriales, audiovisuales y de ilustración aplicables a las condiciones de elaboración de diseño en México. • Teorías actuales aplicables a la producción de diseños: los principios de autorganización, complejidad, orden y desorden, acumulación. • Estrategias y producción de imágenes contemporáneas en México y el mundo: neofiguración, nuevo realismo y fundamentos de la postmodernidad. • Apoyos específicos al desarrollo de proyectos en el área de expresión. • Desarrollo de estrategias para la realización de proyectos complejos. • Procesos de realización y producción de mensajes gráficos. • Sistemas y programas de cómputo para el desarrollo de proyectos en los medios editoriales, audiovisuales y de ilustración.

* Información tomada del sitio: <https://programas-uea.uam.mx/xoccadlic/licenciatura-en-diseno-de-la-comunicacion-grafica/> [Consulta: junio de 2025].

Fuente: Elaboración propia con información solicitada a la Coordinación de la Licenciatura de Diseño y Comunicación Visual de la Facultad de Artes y Diseño, y recopilada del sitio web de la UAM-X, respectivamente.

Cada entidad procura tener programas completos y competitivos, según sus modelos educativos y visión. Ya sea que se atribuyen mecanismos innovadores, como los menciona la UAM a partir de su Sistema Modular, o en el caso de la FAD, ocupa parte preponderante de la carrera a la preespecialización y promueve la gestión de proyectos de investigación-producción.

Vemos objetivos amplios y muy prometedores pretendiendo abarcar mucho del carácter de un diseñador editorial, incluso en un punto la materia Laboratorio de Diseño en Edición Gráfica I, indica deben «Aplicar técnicas y ejercicios de redacción para la publicación de textos»; sin embargo, a la realidad de la investigación no hay profesores capacitados para ciertas áreas específicas (como en otras indicadas en el programa), quienes puedan ahondar en los diversos temas, o no hay suficiente tiempo para abarcar los puntos a tratar; es decir, aunque las temáticas estén plasmadas no significa que empatan con la práctica en el aula. ¿La enseñanza del diseño editorial en la licenciatura es un campo fragmentado? ¿Cuál es el papel de los diseñadores editoriales dentro del mundo de la producción de contenidos?

El proceso en la vida real me ayudó a entender mejor, porque cuando estamos en la escuela tenemos una idea del proceso editorial, pero cuando estamos afuera nos damos cuenta que es completamente diferente.

(Egresado-FAD-UNAM-entrevistado 2)

Cuando ya estás incorporado en el mundo profesional y no tan sólo en el académico, es cuando requieres aprender cosas más como administrativas, piensas que tú no vas a hacer, porque puedes estar solamente enfocada a lo realizado en la licenciatura. La escuela sí te ayuda en algunas partes, como eso de hablar frente a los demás, debatir, a defender tus ideas, pero pues digo, tampoco te van a preparar en todo lo que necesitas.

(Egresado-FAD-UNAM-entrevistado 1)

El proceso de diseño editorial lo entiendes perfectamente porque te ponen a trabajar directo con el autor o con el corrector. Todo el proceso es claro porque te desempeñas en proyectos reales; sin embargo, no todos los profesores

se involucran del todo en guiarte en el proyecto, los apoyos (así le llamamos a las materias) a veces no se completan porque algunos profesores dicen, ya estás en *Espacio Diseño*, ahí continúa, y nunca se vuelven a meter en su papel de facilitador del conocimiento que les compete.

(Egresado-UAM-X-entrevistado 3)

Al comparar los testimonios se evidencia la falta de acercamiento con la realidad en los aprendizajes de la FAD, mientras en la UAM-X, los aprendizajes llevados desde la institución sirven para el ámbito profesional. Los mapas curriculares bajo el escrutinio de los entrevistados arrojan una serie de información, desde sus apreciaciones sobre si los planes de estudio parecen apuntar a un complejo y completo proyecto, hasta lo que consideran falla al momento de impartir los contenidos. La institución, los profesores y los alumnos hacen comunidad para llevar a cabo la acción académica. La universidad, dice Mauricio Andión, es esencialmente ese nexo. Está diseñada para vincularse con otras organizaciones y comunidades, con la misión de servir a la sociedad como fuente legítima de conocimiento e información pertinentes para la solución de problemas.⁷²

Existe una importante responsabilidad ante estos cuestionamientos, dice Martha Flores, respecto al cuerpo docente:

Si bien es cierto la Unidad Xochimilco de la UAM posee el estandarte de un modelo educativo innovador, también es cierto que el programa académico de la Licenciatura en Diseño de la Comunicación Gráfica ha encontrado dificultades en los procesos de inducción y actualización del sistema educativo en sus profesores, así como en los temas de formación didáctica. [...] A nivel general, los alumnos perciben cierta ambigüedad en la impartición del sistema. Observan saberes aislados, desligados unos de otros; sienten fragmentación, desorganización y falta de diálogo entre los profesores del módulo. [...] Paralelamente existe una ausencia de interés por parte del profesorado por actualizarse voluntariamente.⁷³

⁷² Mauricio Andión, *Universidad Nodo. Modelo para la formación de comunicadores en la era digital*, México, UAM, 2019, p. 122.

⁷³ Martha Flores, «Un proceso de adaptación: el sistema Modular en el Diseño de la Comunicación Gráfica», en *Pedagogía del diseño en el sistema modular. UAM Xochimilco*, coords. María Azucena Mondragón et. al., México, UAM, 2016, pp. 141-144.

El campo editorial en parte es saber práctico; en este sentido, el profesional del diseño editorial debe ser exhortado a una constante actualización, muchas veces existe un desfase entre las exigencias de los planteamientos más recientes con respecto a los docentes incursionados en la enseñanza hace 27 años. De ninguna manera se insinúa un desempeño inadecuado —por el contrario, su experiencia es invaluable—, simplemente se hace énfasis en que el cuerpo académico necesita estar en constante actualización. Por otro lado, el profesor debe contar con conocimientos administrativos, legales, mercadológicos, comerciales, entre otros, señalan los objetivos de la FAD indicados en la tabla 4. A este respecto, un problema puede ser cuando la enseñanza de la profesión recae sobre un sólo maestro, del cual no se duda tenga múltiples experiencias y saberes al respecto, pero es probable haya poco tiempo para introducirse en cada tema. ¿No sería mejor que cada área contara con un profesional responsable de otorgar un panorama más detallado para cada una de las distintas disciplinas? Al menos, desde esa perspectiva, un verdadero acto de apropiación del programa sería esforzarse por brindar a los alumnos un completo ramo de enseñanza, a partir de los distintos actores involucrados en el gremio.

En los docentes recae la responsabilidad de hacer una planeación y elaboración de estrategias didácticas para informar la importancia sociocultural del Diseño Editorial. Son ellos quien de manera involuntaria, contribuyen a seguir ofertando el perfil del egresado como técnico (alguien que ejecuta) y no como un proyectista profesional (quien parte del análisis, la crítica, la metodología, la curiosidad y la planificación de propuestas). Todo debe obedecer a un equilibrio y aún quedan muchas lagunas.

Para el mundo laboral, el Laboratorio de Edición Gráfica me mantuvo muy dentro de los conocimientos sobre formatos, márgenes, papel; aunque estaría bien no se enfoquen sólo a eso o a InDesign. En cuestión de contenidos faltó que nos mostraran más sobre el panorama de la orientación editorial. Evolucionar un poco en sus clases. El diseño editorial sí está avanzando mucho y no se nos está enseñando. Las cuestiones administrativas, por ejemplo... [...] Los profesores son quienes deberían conocer las necesidades del ámbito profesional con la intención de salir un poco más preparados. Muchos co-

nocimientos los vas a tener que aprender tú, pero (no sé), sería importante despertaran un poco más esa chispa en los alumnos. Lo necesitas saber porque allá afuera es requisito indispensable.

(Egresado-FAD-UNAM-entrevistado 1)

[...] Y la convivencia es algo fundamental porque al final de cuentas seguimos en la escuela conviviendo con nuestros compañeros, hablando el mismo idioma, pero realmente no hay convivencia con las diferentes áreas de trabajo.

(Egresado-FAD-UNAM-entrevistado 2)

Me parece muy conveniente la manera en como está estructurada la carrera. Porque los primeros tres trimestres estás en tronco común con los de las otras licenciaturas. Se ven los módulos generales sobre conocimientos de la enseñanza-aprendizaje, nos ponen a leer autores, los cuales jamás te los pondrían a leer en otro tipo de universidad. Vas yendo de lo general a lo particular. Los siguientes tres trimestres ya sólo estamos los de la misma área (Ciencias y Artes para el Diseño), después, en los siguientes tres trimestres estás únicamente con los de Diseño de la Comunicación Gráfica. Para mí eso es lo más valioso.

(Egresado-UAM-X-entrevistado 2)

El área terminal (10.º, 11.º y 12.º trimestre), se me hizo la más pesada, pero también fue la más satisfactoria, porque me acercó mucho a lo que me dedico actualmente, de hecho, mucho de mi aprendizaje en esa área, hoy en día lo hago, totalmente. Saber a qué problemas te vas a enfrentar, cómo los vas a resolver. Claro, a escala universitaria, ya cuando estás en el campo profesional todo se vuelve más grande.

(Egresado-UAM-X-entrevistado 1)

El profesor no tiene una labor sencilla, requiere hallar formas y caminos para la enseñanza-aprendizaje, a pesar de los programas de estudio, la filosofía de la universidad o la motivación del alumnado. ¿Cuál es el estándar de valoración de lo que es un buen profesor?, ¿cómo debe ejercerse la enseñanza? Se espera el maestro haga todo lo que está a su alcance por impartir clases de calidad, siendo ellos pieza crucial dentro de los proyectos educativos.

En el caso de la FAD, con una cantidad considerable de asignaturas, los alumnos resienten gran carga de trabajo (situación «normalizada» en las universidades), pero además, las materias se encuentran aisladas unas de otras; por otro lado, el profesor está intentando abarcar el amplio temario (el cual no llega a completar) o integrando saberes fuera de su formación profesional.

El modelo educativo de la UAM Unidad Xochimilco pareciera ser más efectivo, al ser un sistema modular, se suman esfuerzos en beneficio del aprendizaje adquirido para el estudiante, pues cursan asignaturas (apoyos) en un sólo módulo por trimestre, y la enseñanza-aprendizaje se da desde distintos talleres, asumiendo el docente el papel de coordinador de la actividad grupal. Sin embargo, el problema es cuando los alumnos perciben cierta ambigüedad en la impartición del sistema. Observan saberes aislados o desligados unos de otros, sienten fragmentación, desorganización y falta de diálogo entre los profesores del módulo. El ideal tiene sus contras. Aunque los egresados entrevistados de la UAM-X asumieron haber recibido más beneficios que faltas en su aprendizaje para su futuro profesional, enfatizando haber vivido una intensa carga de trabajo, pero arduo aprendizaje durante su carrera.

Un buen profesor tiene mil maneras de serlo, desde la planificación de sus clases, la elaboración del material didáctico, el diseño de los ejercicios, hasta los procesos que llevará a cabo para problematizar y con ello guiar mejor el aprendizaje; además de sus momentos de actualización. Esto debería generar funcionalidad en la enseñanza y no ideales a seguir; llevar al estudiante a discernir realidades y posibles soluciones a propuestas editoriales.

Sólo reconduciendo el proceso de enseñanza-aprendizaje al interior de las aulas, aunado a un esfuerzo por mejorar los planes de estudio, el estudiante será un profesional reflexivo, con habilidades «mejor enfocadas», evitando el ser un diseñador editorial repetidor de reglas, el cual innova poco y tiene problemas para adaptar las necesidades y los gustos de públicos diversos, en formatos y

⁷⁴ Gerardo Kloss, 2013, *op. cit.*, p. 125.

tecnologías cambiantes.⁷⁴ Es desacertada la estructura de programas de estudios con tendencia a abarcar todo en una sola materia, a partir de un único docente en las etapas profesionalizantes, o la saturación de asignaturas por semestre o, como señala Martha Flores sobre el profesor dentro del sistema modular, quien toma como pretexto el modelo educativo para dejarle a los alumnos, y al resto del profesorado, toda la carga del proceso de enseñanza.

A partir de lo descrito, se abre la interrogante invitando a la reflexión: ¿Es suficiente la formación básica del diseñador editorial a nivel licenciatura en la actualidad? Considerando este medio profesional caracterizado por ser diverso, cambiante y cada vez más competitivo, ¿el egresado está equipado para interactuar profesionalmente con el ambiente productivo?

Continúa un desafortunado «malentendido» sobre el término diseño editorial: «diseño» y «edición» son cosas separadas, cuando debería ser lo contrario. Es evidente la necesidad de seguir mejorando la actividad de enseñanza e incentivar la preparación del estudiante dentro y fuera del aula, lo cual será significativo. Quienes actualmente contratan a profesionales mencionan no sólo buscan a gente conocedora de programas de diseño, sino a personas con habilidades y razonamientos que trasciendan la forma, eficiente y coherente, de pensar lo gráfico. Por ello, el perfil de egreso debe reflejar aptitudes adquiridas en la licenciatura, no exclusivamente de comunicación gráfica.

El compromiso ético y social de las universidades al diseñar sus propuestas curriculares pueden quedar frustradas cuando no son claras o están mal entendidas (características fundamentales como el plan de estudios, el modelo curricular o los objetivos, así como las necesidades de la industria editorial). Para estos ajustes se requiere de un arduo análisis del área profesional y tener una perspectiva adecuada del egresado; ubicarlo dentro de un rol más activo, directivo y autónomo, donde pueda ejercer la toma de decisiones y, también, poseer una mayor función creativa, gestionando proyectos estratégicos, sin encasillarlo a un técnico de proyectos. Las universidades deben ser más agudas al diseñar sus propuestas curriculares, enfocando el campo de acción en combinar estrategias dentro de un rango más amplio.

La desvinculación entre los objetivos del perfil de egreso y los programas académicos tiene consecuencias importantes con impacto en la falta de claridad sobre la visión formativa de las licenciaturas de diseño gráfico en sus áreas

editoriales. No se sugiere todo está mal hecho. Al día de hoy, las universidades siguen construyendo y reconstruyéndose para la preparación de los egresados, procurando no quedar rezagadas en el ritmo de las necesidades sociales; no obstante, cuando el diseño curricular está mal dirigido, se obstaculizan las progresiones necesarias para alcanzar el nivel de competencia completado en el futuro inmediato.

Actualmente el Plan de Estudios de la Facultad de Artes y Diseño está en reestructuración. En este proyecto se promueve la participación de docentes, estudiantes y demás miembros de la comunidad universitaria, así como pedagogos; con el objetivo de promover el desarrollo integral del estudiantado con los más recientes avances en las disciplinas y, así, facilitar la incorporación de profesionales en el mercado laboral.

A nivel operativo los mapas curriculares son funcionales, pero en realidad existe una falta de coherencia entre lo que proyecta y lo que recibe; por ello, la propuesta es, idealmente, crear un espacio de aprendizaje movilizado hacia el fortalecimiento de lo teórico y las habilidades derivadas de las tecnologías contemporáneas, rebasando el enfoque gráfico-visual para inclinarse a un estudio más completo del *diseño de la edición*.

En un tono más utópico, conformar y considerar la posibilidad de un nuevo plan curricular, donde los objetivos esenciales sean otorgar los conocimientos y destrezas para desarrollar en el alumnado una capacidad crítica y reflexiva, respondiendo a diversas necesidades dentro del entorno social, aun si esto requiriera de habilidades tecnológicas. Los nuevos retos implican futuros profesionales capaces de coordinar, trabajar y gestionar proyectos bajo las nuevas estructuras correspondientes al trabajo multi, inter y transdisciplinario en campos de acción específicos. Ello requiere de una revisión constante, así como de modificaciones en virtud de mejorar la propia misión de cada una de las instituciones educativas del diseño, y esto es un ejercicio periódico. Es crucial reconocer la necesidad de incorporar diversas disciplinas para fortalecer la formación de diseñadores y al diseño mismo como ese campo híbrido que opera entre la materialidad y la información.

Un proyecto de este tipo exige un trabajo detallado y exhaustivo, que sienta las bases para una evaluación que permita, a partir de la evalua-

⁷⁵ Luz Hernández,
«Construyendo el perfil
de egreso día a día», en
*Memorias. Sexto foro de
diseño. La formación de los
diseñadores y la relación
con el ejercicio profesional*,
México, 2021, p. 177.

ción del diseño de nuestros programas educativos y posteriormente de sus logros en la práctica, mejorar la calidad educativa.⁷⁵

Aquí se abre un espacio para colocar un fragmento de la entrevista realizada a un profesor, cuya relevancia (para esta investigación) radica en su experiencia al haber impartido clases en diversas universidades, tanto públicas como privadas (UAM, UNAM, Iberoamericana y CENTRO), con temas relacionados, primordialmente, con la tipografía.

Se considera interesante transcribir, desde su experiencia, cómo se lleva a cabo la enseñanza en las escuelas privadas donde labora (al día de la entrevista); pues esta ICR se enfocó en la educación pública, aunque no se descarta la posibilidad de ampliar la investigación en un futuro con alguna institución privada de estudios superiores.

De las escuelas en las que he podido participar, dos tienen una orientación muy marcada, son la UAM Unidad Xochimilco y la Facultad de Artes y Diseño.

Yo estudié en la ENAP, y ahí hay una orientación en Diseño Editorial (al menos, cuando yo estudié). En la UAM, por ejemplo, los alumnos eligen un área, pero antes ya tomaron materias de diferentes cosas, como ilustración. En Iberoamericana y CENTRO no sucede así. Ahí los alumnos estudian toda la matrícula completa.

En el caso de la Ibero, las optativas pueden cambiar, es decir, un alumno puede elegir qué tomar y qué no; incluso, pueden tomar optativas de otros diseños, de industrial, de arquitectura, de moda. Entonces eso está padre, porque pueden vincularse con otras áreas, pero no hay una orientación para editorial, fotografía o ilustración. Los alumnos toman todas las materias, pero ellos hacen tres proyectos a lo largo del último semestre. En ocasiones, van clientes externos y piden el rediseño de algo, el proyecto de algo, y los alumnos toman ese proyecto.

Es algo escolar, pero al final sí se utiliza. Los alumnos hacen el rol, ya sea por equipos o de manera individual, de pequeñas agencias de diseño y van a competir por quedarse con la marca de la colaboración. [...]

Es una profesora, a través de una materia, la encargada de coordinar el trabajo, funge como la directora del proyecto, mientras otros maestros vamos asesorando a los estudiantes. [...]

Son proyectos muy pesados. Durante un semestre el alumno está enfocadoí-simo. Esto sucede cada tres semestres, más o menos, durante la licenciatura. Recuerdo un ejercicio de algún semestre que fue el rediseño de una revista académica. Y entonces eres tú y otros profesores quienes orientan a cada equipo o a cada individuo.

Al final se entrega una especie de tesina y a mí me invitan como si fuera sínodo. Yo me presento ahí, ellos exponen su trabajo, los revisamos, los lee-mos y, aunque yo no tengo la autoridad de decir «está reprobado», sí puedo opinar sobre si el proyecto es deficiente. Normalmente somos tres sinodales quienes emitimos una especie de calificación, y es la coordinadora del pro-yecto quien decide cuáles van a ser los porcentajes de evaluación.

Mientras, en CENTRO no se trabaja como tal un proyecto, los alumnos hacen tesis al final, y no hay ningún tipo de especialización. Los alumnos van tomando todas las materias al mismo tiempo, pero de todas las escuelas donde he colaborado, ésta tiene más materias vinculadas a lo editorial. [...]

Ellos llevan una cosa llamada portafolio, en la cual los alumnos presentan avances. Me parece es en tercero, quinto y séptimo semestre donde presen-tan una carpeta de trabajos y hay un comité que se encarga de evaluarlos. Si el alumno no tiene el nivel para el semestre cursado, «lo bajan» y requiere volver a repetir las materias en las cuáles está débil. En CENTRO es mucho más agresivo el proceso de enseñanza-aprendizaje, pero la verdad es que el resultado de los alumnos es muy bueno, salen con un nivel muy alto.

(Docente-Externo-entrevistado)

A continuación se desarrolla brevemente una recopilación de escuelas que ofertan maestrías y especialidades de diseño editorial, tanto a nivel nacional como internacional. Esto con el objetivo de contrastar la enseñanza del estu-diantado a nivel licenciatura frente al de posgrado, esperando abrir el panorama desde otras prácticas de la enseñanza para el diseño editorial.

2.3. PERSPECTIVAS CON LAS QUE SE ABORDA EL DISEÑO EDITORIAL EN DISTINTAS UNIVERSIDADES E INSTITUCIONES A NIVEL POSGRADO, TANTO NACIONALES COMO INTERNACIONALES

2.3.1. Casos nacionales

Actualmente, las instituciones dedicadas a seguir incentivando la pertinencia del diseño y la edición se encuentran dentro de programas educativos a nivel maestría, diplomado o especialidad, generalmente posteriores a la licenciatura. Ejemplo de ello es la Maestría en Diseño y Producción Editorial (MDPE) de la UAM Unidad Xochimilco, creada en el 2009, y la Maestría en Producción Editorial (MPE) de las facultades de Humanidades y Artes de la Universidad Autónoma del Estado de Morelos (UAEM), creada en el 2010. Ambas siguen abiertas actualmente y con una alta demanda de aspirantes, lo cual es afortunado para la población interesada. También existen la Especialidad en Diseño Editorial de la UAEM y de la EDINBA, y la Maestría en Diseño Editorial en el Centro de Estudios Gestalt del puerto de Veracruz, además de otras especializaciones, como la de Diseño Editorial en Xalapa, que se enfoca en cuestiones más gráficas, o la recién creada Maestría en Lexicografía y Producción Editorial de la Universidad de Guadalajara.

A continuación se presenta la tabla 9 con información recabada a partir de distintos sitios web de las instituciones seleccionadas, con lo cual se obtuvieron los datos señalados anteriormente.

Ahí se evidenciará cómo la enseñanza del diseño editorial a nivel especialidad cambia la perspectiva. La maquetación y la tipografía ya no se encuentran como referencia principal en los temarios; ahora se involucran temas dentro de un conjunto más complejo y se toma en cuenta a la edición como el núcleo para referenciar al diseño editorial. Ubicándolo como una especie de *diseño de ediciones*.

Las diversas finalidades del diseñador editorial van más allá de proponer únicamente soluciones a necesidades de orden estético dentro del ámbito cultural y social. La figura del diseñador-editor se potencia al ser capacitada para entender y comprender cómo resolver, desde distintas aristas, un problema de *diseño editorial*.

TABLA 9. ESCUELAS EN MÉXICO ACREDITADAS. NIVEL MAESTRÍA, ESPECIALIDAD Y TALLERES			
NOMBRE	SIGLAS	ESTADO	OBSERVACIONES
Universidad Autónoma Metropolitana / Maestría en Diseño y Producción Editorial	UAM	CDMX / Online	Módulo 1. Investigación y análisis; Módulo 2. Conceptualización y Planeación; Módulo 3. Organización y Prefiguración; Módulo 4. Desarrollo y formalización; Módulo 5. Materialización y producción; Módulo 6. Aplicación y Evaluación.
Maestría en Producción Editorial	UAEM	Morelos	Áreas del posgrado Edición: abarca lo correspondiente a la planeación, producción, coordinación y supervisión de contenidos editoriales. - Diseño editorial: se refiere a la expresión gráfica, ya sea impresa o digital, de conceptos editoriales. Gestión editorial: se concentra en lo relativo al área administrativa de la edición, en ámbitos tales como derechos de autor, derechos de reproducción y administración editorial. (No se encuentra información más específica de su mapa curricular).

NOMBRE	SIGLAS	ESTADO	OBSERVACIONES
Especialidad en Diseño Editorial	UAEM	Morelos	Ejes Generales de la formación Básico: Historia del diseño editorial; Análisis de la imagen / lenguaje visual; Presupuestos y derechos de autor; Composición tipográfica; Diseño editorial para medios impresos y digitales. Temático: Impresión y acabados; Infografía; Dirección de arte editorial; Optativa. Proyecto terminal: Presentación de avance del proyecto terminal (50%), presentación de avance del proyecto terminal (100%).
Escuela de Diseño del Instituto Nacional de Bellas Artes / Especialidad en Diseño Editorial	EDINBA	CDMX	Semestre 1. Diseño y proyectos: Investigación de la imagen; Texto y contenido; Forma y lenguaje; Planeación y producción: Fundamentos de diseño editorial; Planeación editorial; Contexto cultural y social: Introducción a la industria editorial; Seminario de proyecto editorial; Lector y usabilidad. (No se integra información que indique el segundo semestre. Su duración es de un año).

NOMBRE	SIGLAS	ESTADO	OBSERVACIONES
Universidad La Salle del Bajío / Maestría Gestión del Diseño Editorial		Guanajuato	Cuatrimestre 1. Ortotipografía y Morfotipografía; Introducción a la diagramación editorial; Modelos y medios de comunicación; Análisis estratégico de tendencias globales. Cuatrimestre 2. Tipografía aplicada para contenidos editoriales; Derechos de autor y de reproducción editorial; Conceptualización del discurso editorial; Análisis de mercados industriales y de consumo. Cuatrimestre 3. Sistemas de prensa, pre prensa y acabados; Diseño infográfico; Estrategias de comercialización; Desarrollo de contenidos editoriales. Cuatrimestre 4. Fotografía editorial, Tecnologías digitales para el diseño de la información, Emprendimiento de proyectos editoriales. Cuatrimestre 5. Producción de soportes editoriales; Diseño editorial de soportes digitales; Investigación aplicada al proyecto editorial.

NOMBRE	SIGLAS	ESTADO	OBSERVACIONES
Centro de Estudios Gestalt / Maestría en Diseño Editorial		Veracruz Cancún	Semestre 1: Teoría e historia editorial de libros. Procesos y productos editoriales; Historia del diseño editorial; Principios del diseño editorial. Semestre 4: Fundamentos de la investigación para el diseño editorial; Teoría de la forma y la configuración en el diseño editorial; Investigación histórica del diseño editorial en México. Producción editorial; Gestión editorial; Diseño de publicaciones digitales. Semestre 5: Proyecto editorial experimental; Semestre 6: Investigación de gráfica singular de diseño editorial. Optativas: Investigación aplicada a la tipografía editorial; Investigación de nuevas tecnologías digitales para el diseño editorial; Investigación aplicada a la teoría de la percepción visual en el diseño editorial; Los medios de comunicación gráfica; La fotografía en el diseño editorial.

NOMBRE	SIGLAS	ESTADO	OBSERVACIONES
Universidad de Guadalajara Maestría en Lexicografía y Producción Editorial	UDG	Jalisco	Cuatro ciclos escolares, cuyos campos de enseñanza son: Lexicografía; Diseño y producción editorial; Literacidad digital; Epistemología de la lexicografía; Fundamentos libros y diccionarios; Tipografía, párrafo y retícula; Microestructura y macroestructura; Lexicografía, diseño y producción.
Universidad Nacional Autónoma de México / Publicaciones & Fomento Editorial-Oferta de talleres	UNAM	CDMX	Corrección de Estilo; Creación de ebooks; Libros con accesibilidad; Derechos de autor en el contexto editorial; Diseño editorial con InDesign; Open Journal Systems (OJS) 3; Gestión editorial con la plataforma Open Monograph Press (OMP); HTML y CSS para publicaciones académicas; Introducción a los procesos editoriales; OJS para técnicos y técnicos. Producción de archivos científicos en formato XML-JATS; Promoción y difusión de libro.

Fuente: Elaboración propia con información de los sitios web de las instituciones mencionadas.

Tomando de referencia información de la tabla 9, es innegable el espectro de aprendizaje, en este se abarcan temas mucho más amplios, como el área de gestión de proyectos, administración, generación de contenidos, diseño de edición, estudio de audiencias, representación gráfica, semiótica, aspectos legales, promoción y difusión de libros, por mencionar algunos. No sólo se queda en los procesos de reproducción impresa y digital, sino va más allá: venta, distribución, modelos de negocios; entre otros; abarcan un nicho de aprendizaje bastante rico en currícula.

Valdría la pena mencionar también los talleres impartidos por la UNAM, dentro del Programa para la Profesionalización de la Actividad Editorial, donde cada semestre surgen temas de actualización relacionados a la edición, como la gestión editorial con la plataforma OJS 3, con la plataforma OMP, derechos de autor en el contexto editorial, estrategias para elevar la visibilidad en revistas académicas y demás.

2.3.2. Casos internacionales

Para generar un compendio de escuelas relacionadas con el tema de la enseñanza del diseño editorial a nivel posgrado fuera de México, se realizó la tabla 10. En ella se encuentran las ofertas educativas de algunas universidades con especialidad en diseño editorial o afines. También se determinó realizar un breve recorrido por algunas de las universidades a nivel licenciatura de diseño con orientación en diseño editorial y conjuntar, igualmente, información sobre sus mapas curriculares a nivel licenciatura.

Esta selección de universidades e instituciones se puede comparar la distancia entre lo que sucede en México con respecto a otros países, y notar qué tanto cambia la visión al abordar el tema del diseño editorial.

Aunque en el extranjero se observa una enseñanza más formalizada, no se podría generalizar. En los casos seleccionados, se evidencia una inclusión de diversas ramas del saber al campo de la edición, las cuáles no incluyen lo estético como eje principal, esto sucede sobre todo en los posgrados.

TABLA 10. ESCUELAS FUERA DE MÉXICO ACREDITADAS. NIVEL LICENCIATURA, CURSOS PROFESIONALES, MAJORS Y POSGRADOS			
NOMBRE	SIGLAS	PAÍS	OBSERVACIONES
Universidad de Palermo / Licenciatura	UP	Argentina	Semestre 2: Tipografía; Sistemas de impresión; Semestre 3: Diseño de libros; Semestre 4: Diseño de revistas; Semestre 5: Publicidad y creatividad; Semestre 6: Estrategias publicitarias; Semestre 7: Diseño editorial I (Diarios); Semestre 8: Diseño editorial II (Suplementos), Cultura.
Universidad de Buenos Aires / Licenciatura	UBA	Argentina	Año 1: Semiología; Año 2: Tipografía I; Año 3: Tipografía II; Año 4: Aspectos económicos del diseño, Legislación y práctica profesional. Efectiva: Diseño gráfico editorial. Optativa: Ilustración editorial, Diseño de economía verde. Seminarios: Diseño de medios periodísticos; Textos y publicaciones; Tipografía y plataformas editoriales; Patrimonio tipográfico.
Universidad de Buenos Aires / Programa de Actualización en Proyecto Editorial Posgrado	UBA	Argentina	Módulo Introductorio: Pensamiento editorial, Elementos de preedición; Módulo Proyectual: Edición, Programa Tipográfico, Proyecto editorial, Ingeniería inversa; Módulo Gestión y Tipografía: Gestión de derechos en el ámbito editorial, Gestión y producción de Diseño Editorial, Publicaciones digitales; Módulo Teoría y Crítica: Crítica de ediciones contemporáneas, Crítica de Proyecto Editorial; Módulo Soportes Discursivos: Ilustración editorial, Fotografía editorial, Edición y diseño de datos, Diseño de información.

NOMBRE	SIGLAS	PAÍS	OBSERVACIONES
Universidad Nacional de Colombia / Licenciatura	UNC	Colombia	No especifica en qué módulos se imparte cada asignatura. Taller de tipografía, composición y edición; Caligrafía para todos; Diseño editorial/libros.
Universidad de Boyacá / Licenciatura	UB	Colombia	Semestre 2: Semiótica y comunicación visual; Semestre 3: Taller de composición tipográfica. Semestre 5: Taller de diseño editorial; Administración; Semestre 6: Industria Gráfica. Semestre 7: Propiedad intelectual; Preprensa y control de calidad.
Friedrich-Alexander-Universität / Buchwissenschaft (Estudios del libro) Licenciatura	FAU	Nürnberg	La pregunta central es cómo se producen, distribuyen y utilizan los medios escritos. Para ello, siempre recurrimos al pasado para comprender las prácticas contemporáneas. Módulo 4: Constelaciones sociotécnicas Módulo 5: Práctica empresarial Módulo 6: Recepción y uso Módulo 8: Servicios Organizacionales Módulo 9: Perspectivas de investigación * En las empresas de medios, especialmente en las editoriales, todos los departamentos son empleadores potenciales, incluyendo redacción, marketing y ventas, relaciones públicas y licencias. Los puestos de personal administrativo, como asistente ejecutivo o desarrollo corporativo, también resultan atractivos. El departamento de TI está adquiriendo cada vez mayor importancia. En el ámbito de la distribución, es decir, en el sector editorial, de prensa o de medios en general, la atención se centra actualmente en la logística de los medios físicos y digitales, la gestión de la información y la orientación al cliente.

NOMBRE	SIGLAS	PAÍS	OBSERVACIONES
Johannes Gutenberg Universität / Buchwissenschaft (Estudios del libro) Licenciatura	JGU	Mainz	* Aprenderán las estructuras, las tradicionales y las contradicciones del mundo de los libros y la lectura, desde la larga historia del libro y sus lectores hasta el mercado editorial, su lógica económica y jurídica, todo ello a nivel local, nacional y global. Historia del comercio de libros y la edición Dimensiones técnicas y de diseño del libro: tipografía, ilustración, técnica de impresión, encuadernación Funciones económicas, estructuras y desarrollos de los mercados de medios. Recepción del libro, historia de la lectura y del público lector, investigación actual sobre la lectura, instituciones e importancia de la crítica literaria: Legislación nacional sobre medios de comunicación e influencias del derecho europeo, derecho de internet, precios fijos de los libros, derechos de autor. Reflexión sobre el concepto de cultura y el libro como bien cultural, historia y significado de las instituciones de la cultura del libro, coleccionismo público y privado de libros, comercio de libros antiguos. Interacciones de diferentes formas de medios de comunicación en un contexto histórico y actual, importancia de las innovaciones mediáticas y sus consecuencias para el medio del libro y el mercado editorial.
Universidad de Antioquia / Especiali- zación en Edición de Publicaciones	UdeA	Colombia	Semestre 1: Fundamentación del campo editorial; Procesos editoriales de textos académicos y científicos; Seminario de Investigación I. Semestre 2: Administración y gestión de empresas y proyectos editoriales; Seminario de Investigación II; Monografía.

NOMBRE	SIGLAS	PAÍS	OBSERVACIONES
The Publishing Training Centre / Course	PTC	Londres	Eitorial Skills, Editorial Project Management, Copyright - the basics, Building a Successful Online Content Strategy, Line-editing workshop, Successful Editorial Freelancing.
Royal College of Art / Course		Londres	Editorial Desing: An introduction to the craft and art of editorial design, which is defined as the presentation of information (text and image) in a coherent, relevant and innovative manner, allowing the reader access to subject matter of all kinds and on various platforms. You will work on an individual project brief that develops your personal and professional skills, helps you to re-evaluate your working methodologies and consider ways in which you can improve and expand your capabilities. You will be encouraged to discuss your work in the context of editorial craft and new communication platforms that allow greater fluidity in the way information is received and understood.
Oxford International Centre for Publishing Studies	OICP	Londres	Editorial Management and Content Development; Design and Production; Sales, Marketing, and Consumer Insight; Multi-Platform Publishing; Digital Publishing Strategy; Digital Production and Workflow Management; Editorial Management, Functions and Strategies; International Management of Publishing and Rights; Data-driven marketing for publishing.

NOMBRE	SIGLAS	PAÍS	OBSERVACIONES
Oxford Brookes University Publishing Media Master	OBU	Oxford	Módulos obligatorios: Editorial Management. Este módulo explora el papel estratégico del editor en el proceso editorial, así como los conocimientos y habilidades necesarios para el desarrollo de nuevos proyectos, tanto impresos como digitales. Digital Workflow. Este módulo analiza el flujo de trabajo de un producto editorial en el entorno digital. Los estudiantes desarrollarán aún más sus habilidades en gestión de software y activos digitales. Marketing: Este módulo ofrece un análisis sistemático de los conceptos y disciplinas clave del marketing, así como su relación y relevancia con los productos editoriales. Incluye el marketing mix, el comportamiento del consumidor, la segmentación, la selección del público objetivo y el posicionamiento, además de elementos de investigación de mercado, como el SEO (Search Engine Optimization). *Módulos opcionales Children's and Young Adult Publishing. Brand Management. Trade Publishing: Shaping and Selling Stories. Academic and Professional Publishing. Digital Publishing Strategy. Audio Storytelling. Culture of Publishing. International Rights. The Craft of Storytelling.
University of Reading / Communication Design Master	UoR	Berkshire, Inglaterra	Graphic Design Pathway, Book Design Pathway, Information Design Pathway, Typeface Design Pathway.

NOMBRE	SIGLAS	PAÍS	OBSERVACIONES
Fakultät Informatik und Medien / Publishing Management Master	HTWK	Leipzig	Semestre 1: Medienmärkte, Marktforschung, Medientheorie, Produkt-und Programmpolitik I, Personal-und Innovationsmanagement, Handelsmarketing und E-Commerce (Mercados de medios, Investigación de mercados, Teoría de los medios, Política de productos y programas I, Gestión de recursos humanos e innovación, Marketing minorista y comercio electrónico). Semestre 2: Content Management und digitale Geschäftsmodelle, Kalkulation in Buchverlagen, Produkt-und Programmpolitik II, Investition und Finanzierung, Strategische Unternehmensführung und Controlling, Wahlpflichtmodul: Online-Projektmanagement, Event- Management, Content Management-Systeme, Musikmanagement (Gestión de contenidos y Modelos de negocio digitales, Contabilidad de costes en la edición de libros, Política de productos y programas II, Inversión y financiación, Gestión estratégica y control, Módulo optativo: Gestión de proyectos en línea, Gestión de eventos, Sistemas de gestión de contenidos, Gestión musical. Semestre 3: Distribution von Medienprodukten, International Rights Management, Licensing and Content Syndication, Digital Workflow-Management, Marketingmanagement (Distribución de productos multimedia, Gestión internacional de derechos, licencias y sindicación de contenidos, Gestión de flujos de trabajo digitales, Gestión de marketing). Semestre 4: Masterseminar, Masterarbeit, Masterkolloquium (Seminario de maestría Tesis de maestría. Coloquio de maestría).

NOMBRE	SIGLAS	PAÍS	OBSERVACIONES
Umberto e Elisabetta Mauri / Course	UEM	Milán	Los cursos de la Escuela de Libreros de la UEM tratan temas relacionados con todos los aspectos del trabajo de una librería y los problemas operativos y de gestión a los que se enfrentan los libreros en su día a día. La Escuela promueve una discusión que no se queda limitada a la organización y gestión del punto de venta, sino que se extiende a todos los aspectos que involucran la actividad de la librería: distribución, marketing y promoción.
The University Tennessee Knoxville / Minor digital media	UTK	Tennessee, EUA	Communication for Media; Digital Content Creation; Audience Analytics; Entrepreneurship in Journalism and Media; Media Marketing and Promotions; Media Editing.
Universidade de São Paulo / Habilitação em Editoração	USP	Brasil	1.º Período. História do Livro, Fundamentos de Sociologia Geral e da Comunicação, Produção Gráfica, Introdução à Editoração; 2.º Língua Portuguesa: Revisão de Texto II, História do Livro no Brasil, Tecnologia Digital para Editoração; 3º Período. Teoria e Método de Pesquisa em Comunicação, Cultura e Literatura Brasileira; 4º Período. Introdução à Ecdótica, Cultura e Literatura Brasileira: Império, Laboratório de Produção Editorial I, Design Editorial II; 5º Período. Laboratório de Produção Editorial II, Cultura e Literatura Brasileira; 6º Período. Laboratório de Produção Editorial III, Edição de Len revistaivros Escolares II, Livros Infantis e Juvenis; 7º Período. Legislação da Indústria Editorial, Critérios de Seleção - Prosa de Ficção, Mercado Editorial; 8º Período. Projeto Experimental Em Producao Editorial.

NOMBRE	SIGLAS	PAÍS	OBSERVACIONES
Simon Fraser University/ Master of Publishing	SFU	Vancouver	Topics in publishing management, Editorial Theory and Practice, Design & Production Control in Publishing, Books Publishing Project, Magazine/Media Project, Publishing Technology Project, Text & Context: Publishing in Contemporary Culture, Publishing Internship.
The University of Sidney /Master of Publishing	Sidney Uni	Sidney	Adquirir las habilidades necesarias para el dinámico mundo de la publicación de libros, revistas, digital y en línea. Recibir capacitación profesional con aplicaciones vocacionales directas, así como un enfoque académico de la historia de la publicación, su significado cultural y direcciones cambiantes. Este título está dirigido a estudiantes que buscan seguir carreras en editoriales.
Edinburgh Napier University / MSc Publishing Postgraduate		Edimburgo	Module 1. Dissertation; Module 2. Fiction and the Fiction Market; Module 3. Publishing Placement and Professional Development; Module 4. Publishing in Context; Module 5. Publishing in Practice.
Asociación de Editoriales Universitarias Españolas / Cursos de formación para actualización de conocimientos	UNE	España	Calidad de la edición académica; Edición digital; Gestión de la propiedad intelectual; Comercio electrónico.
University of Stirling / Master's course in Publishing Studies		Escocia	Year 1: Autumn semester. Publishing Dynamics, Content Management: Manuscript to Market, Publishing Project. Year 1: Publishing, Literature and Society, Digital Publishing: Theory and Practice, Skills for Publishing Management, Publishing in the Workplace. Year 2: Content Management: Manuscript to Market, Publishing Project. Year 2: Spring semester. Dissertation.

NOMBRE	SIGLAS	PAÍS	OBSERVACIONES
Universitat Oberta de Catalunya / Máster Online de Edición Digital	UOC	España	Máster Online de Edición Digital Semestre 1: Edición y corrección del texto; Diseño y producción editorial; Edición en EPUB I. Semestre 2: Edición en EPUB II; Dispositivos y modelos de negocio; Distribución, marketing y comercialización. Semestre 3: Cultura digital; Propiedad intelectual y contratación; Tipologías editoriales y aplicaciones. Semestre 4: Promoción y trabajo final. Posgrado en Gestión y Marketing Editorial Cultura digital; Propiedad intelectual y contratación; Tipologías editoriales y aplicaciones; Distribución, marketing y comercialización; Promoción; Proyecto final de posgrado; Posgrado en Tecnologías de la Edición Digital; Edición y corrección del texto I; Diseño y producción editorial; Edición en EPUB I; Edición en EPUB II; Dispositivos y modelos de negocio; Proyecto final de posgrado Especialización en Técnicas de Edición Digital; Edición y corrección del texto I; Diseño y producción editorial; Edición en EPUB. Especialización en Estrategias de Comercialización Distribución, marketing y comercialización; Promoción
Universitat Autònoma de Barcelona / Máster en edición	UAB	España	Introducción al mundo de la edición. Autores, editores, manuscritos y agentes literarios; El proceso de la edición: producción, realización y aspectos económicos; Comunicación, comercialización editorial, proyecto comercial y colectivo; Tipologías editoriales; Prácticum: prácticas editoriales; Trabajo de fin de Máster.

NOMBRE	SIGLAS	PAÍS	OBSERVACIONES
Barcelona School of Management / Máster en Edición	UPF	Barcelona	Módulo 1: Introducción al sector editorial: el libro entre negocio y cultura; El organigrama de la empresa editorial; La trayectoria del manuscrito: del autor al lector. Módulo 2: Propiedad intelectual, negociación y contratación: Contratación y compra de derechos; Agentes literarios, scouts y venta de derechos; Módulo 3: Línea editorial, criterios de selección y programación: Criterios para la creación de una línea editorial; ¿Qué y cómo lee un editor?; Las líneas editoriales; Los formatos; La programación editorial; La construcción de un catálogo. Módulo 4: El mercado: El mercado internacional (las traducciones); El mercado internacional: coediciones y <i>packaging</i> . Módulo 5: Producción editorial: Edición de los originales (del original del autor en papel o formato digital al libro impreso); Módulo 6: Distribución y marketing: Distribución editorial; El canal de distribución: librería, quiosco, grandes superficies, suscripción, club, ediciones especiales; La rotación del libro. Costes, <i>Stocks</i> y almacenes; El marketing editorial: funcionamiento y estrategias. Módulo 7: El funcionamiento económico de la empresa editorial; Finanzas para no financieros: Gestión empresarial; Estados financieros; Balance y cuenta de resultados; Planes de viabilidad y presupuestos; Análisis del balance; Análisis de la cuenta de resultados; Análisis de la rentabilidad y autofinanciación. Módulo 8: Promoción: El jefe de prensa y el director de comunicación; Publicidad y estrategias comerciales y de comunicación.

Fuente: Elaboración propia con información de los sitios web de las instituciones mencionadas.

El papel del diseñador editorial se enfrenta al reto de enlazar los conocimientos teóricos, prácticos y técnicos demandados por la praxis profesional, incluyendo el aprendizaje de normativas sobre planeación, administración, mediación de textos, marketing, estudio de audiencias, gestión de contenidos, propiedad intelectual, estrategias de publicación digital, así como temas relacionados al desarrollo de productos y estrategias editoriales. Es cierto, la mayoría de las ofertas de estudios especializados halladas en el extranjero parecieran tener muy claros los programas de especialización, con un enfoque hacia el diseñador de la edición.

También, en el extranjero existen al menos dos ejemplos de licenciaturas con intención de enseñanza hacia el diseño de la edición. Uno se encuentra en la Universidad de São Paulo, con un Bacharelado em Habilitação em Editoração, y el otro, recientemente, en la Universidad de Buenos Aires, Argentina, con la carrera de Diseño Gráfico en la orientación Editorial.

La cuestión es entender la complejidad de la edición y considerar al diseño editorial no sólo como esa apuesta a configurar una forma, sino más bien a plantear soluciones, ser contingente, gestionar servicio al usuario. Incluso, planear el «estado ideal» aunque no necesariamente se lleve a la materialización del mismo. Es un principio del que no se conoce exactamente su final, pero se van descartando posibilidades hasta traer a la existencia algo de antemano desconocido, pero necesario. Ahí es donde radica la gran importancia entre la actividad intelectual de planear y proponer, a la mentalidad material de producir (desde la nula reflexión).

La formación del alumnado en diseño editorial debería ser más «incisiva» en diversas instituciones y no sólo en unas cuantas «visionarias». Este perfil, planteado y propuesto desde la licenciatura, colaboraría a una preparación universitaria de egreso diverso, con una actuación distinta a la tradicional; sobre todo, cuando la responsabilidad social del egresado, actualmente, demanda nuevas capacidades. Si bien existen consensos al respecto, podemos observar dentro de la tabla 10, las distintas versiones y ofertas de los posgrados en edición, pero manteniendo un objetivo principal: permitir la comprensión del quehacer editorial y las nuevas competencias para el diseñador editorial, virando hacia otros campos del saber, donde, sin estos conocimientos sería prácticamente imposible comprender en su totalidad los servicios o recursos que pueda plantear según requerimientos específicos.

2.3.3. Afinidades y diferencias

En México, la cultura del diseño de la edición va creciendo lentamente. Hay ciertas instituciones con más claridad sobre lo que requiere entender un futuro profesional de la edición, pero son pocas. Como es de esperarse, para acceder a una preparación más especializada es necesario hacerlo después de la licenciatura, a través de posgrados, diplomados, cursos o algún criterio afín. Esta situación no es extraña y se da por hecho; sin embargo, desde esta perspectiva, se deja ver que el futuro de la enseñanza del diseño editorial y su progreso están estrictamente ligados al desarrollo económico y cultural de cada país.

El diseño editorial que se preocupa tanto por la forma, la estética, la audiencia, el derecho de autor, la escritura, el análisis de textos, las tipologías editoriales, la comunicación, la comercialización editorial, el proyecto comercial o las publicaciones digitales no está en la mira de todas las universidades. Pero va apareciendo de a poco, y es plausible el avance. Licenciaturas como Diseño Gráfico y Diseño de la Comunicación Gráfica, respectivamente, de la Universidad Autónoma del Estado de Morelos y de la Universidad Autónoma Metropolitana, están interesadas en desarrollar de la mejor manera esta inclusión en el área de la enseñanza. Por ahora, la FAD está en proceso de modificación del plan de estudios, justo con el afán de mejorar la enseñanza en México del diseño editorial desde la educación pública.

La formación universitaria no busca formar solamente individuos insertos en la industria sin cuestionarse los valores de su actividad profesional. Se espera un completo acceso al entendimiento de la edición.

Es comprensible que una licenciatura no dé la totalidad de la práctica y destreza requerida al recién egresado en comparación a la de un profesional con cierta trayectoria laboral. Éste querrá ampliar sus áreas de conocimiento, pero no por ello se justifica que en la licenciatura se priorice el aprendizaje gráfico sobre otras áreas del conocimiento relacionadas.

A partir del cúmulo de información reunida en esta investigación se reitera la relevancia de integrar en los planes de estudio (a nivel licenciatura) un beneficio mayor para la comunidad estudiantil; acercarlos a procesos y experiencias más completas desde el inicio de su formación como diseñadores; propiciar espacios mejor planteados para la construcción de estrategias, soluciones y fortalezas correspondientes a las necesidades de la sociedad; si las empresas y otros sec-

tores entienden el funcionamiento del *diseñador editorial* como un individuo importante para la creación de experiencias de productos y servicios —se podría potenciar mejor la labor—. Evidentemente, es una tarea inmensa y continua.

Muchas universidades han demeritado las carreras de diseño gráfico al ofrecer la orientación editorial como una capacitación para preparar productores gráficos, egresados enfocados mayormente a la solución técnica, con considerables vacíos en otras áreas necesarias para afrontar de manera integral el campo editorial. Esto sólo desprestigia la percepción de la función. Son los diseñadores editoriales quienes están en busca de conseguir un lugar más privilegiado dentro de las empresas y organizaciones. Al final resulta responsabilidad de los egresados de la licenciatura buscar un «después de la carrera» para colocarse en una posición más seria y profesional ante el diseño editorial, y esto es normalizado en diversas disciplinas.

Respecto a los cursos o másters fuera del país, el quehacer profesional tiene similitudes y diferencias orientadas sobre el posible futuro de esta particular modalidad del diseño en México. El egresado tiene la responsabilidad de ser aquella figura juiciosa para construir soluciones intelectuales, técnicas, estéticas, estratégicas y mercantiles necesarias en el mundo laboral. La academia tiene un alto grado de responsabilidad.

La enseñanza, mayoritariamente a nivel posgrado, dentro y fuera del país, ha comprendido y se interesa no sólo en contemplar el producto editorial, sino involucra su relación con una experiencia y estrategia concebida de forma plena; es decir, como un sistema generador de modelos benéficos, basados en nuevos enfoques de desarrollo desde distintas disciplinas.

Un camino para propiciar esto reside en continuar la exploración, investigación y atención a las necesidades más importantes de la población, para trabajar en aumentar y seguir fortaleciendo el criterio de los estudiantes. Se observa un especial ímpetu por atender competencias contemporáneas en el máster de la universidad de Fakultät Informatik und Medien, Alemania (Publishing Management) y en el de la universidad de Oxford Brookes University, Inglaterra (Publishing Media), pues dentro de sus programas de enseñanza ya ofertan contenido actualizado, enfrentándose a los retos actuales sobre el flujo de trabajo de un producto editorial en el entorno digital. Abarcando fundamentos de la producción de contenidos impresos y digitales para su distribución en múltiples plataformas.

Es interesante analizar cómo la Licenciatura de Estudios del libro, tanto de la Universidad Friedrich-Alexander en Nürnberg, como de la Universidad Johannes Gutenberg en Mainz, tienen diseñado un programa cuya visión y panorama son completamente distintos a los de América Latina. Resulta impresionante el vuelco existente entre una carrera en Alemania, donde la enseñanza sobre aspectos del libro tiene enfoque no solamente en los procesos de comunicación escrita y su contextualización, sino se adentra a un marco mediático más amplio. Una familiarización con los actores involucrados en la producción y distribución de los medios escritos, llegando hasta cuestiones prácticas sobre éxitos globales de la digitalización, e inclusive sobre casos locales de audiolibros.

Es indispensable fomentar el significado del trabajo en un Taller de diseño durante la licenciatura así como la enseñanza colaborativa y actualizada con las necesidades del sector profesional.

CAPÍTULO 3

CONSTRUIR EL PERFIL DE EGRESO: UN escenario complejo

Construir el perfil de egreso: un escenario complejo

En una sociedad productora de escritos, Petrucci insta a historiadores —pero en realidad podría y debería corresponder a todos los especialistas, académicos e interesados en la materialidad de la escritura (y la lectura)— a acercarse a la historia cultural para obtener perspectiva de estos temas como un conjunto.⁷⁶ En este sentido se tiene la obligación de reflexionar, y llegar a acciones de enseñanza para materializar el uso social de lo publicado, qué textos se eligen, para quién se eligen, para qué, cuál es la estrategia o cómo se hará para llegar a los lectores.

Un tema arduo en continúa línea de investigación que no sólo atañe a especialistas y profesores, sino a futuros profesionistas.

3.1. PRÁCTICAS Y REALIDADES PARA LA ENSEÑANZA DEL DISEÑO EDITORIAL

A veces las expectativas de aprendizaje del estudiante son meramente las instrucciones precisas del profesor; algo así como un manual a seguir, sin estar dispuestos a reflexionar, un tipo de educación sin requerirle mucho tiempo ni un gran esfuerzo. El diseño como enseñanza desde el aula a nivel universitario se ubica en lo que Donald Schön denomina «las zonas poco definidas y cenagosas».⁷⁷ Porque en las tierras bajas del pantano, los problemas confusos y poco claros se resisten a una solución técnica, mientras en las tierras altas, los problemas fáciles de controlar se solucionan por medio de la aplicación de la teoría y la técnica con base en la investigación; siendo en el pantano donde residen aquellos otros problemas de mayor preocupación humana.

Para formar profesionales reflexivos, el autor sugiere incentivarlos a solucionar problemas, porque estos se resuelven mediante acciones en función de la experiencia disciplinar, los roles organizativos, los intereses y perspectivas políticas y económicas. Los problemas en el campo real no siempre se presen-

⁷⁶ Antonio Castillo, «Armando Petrucci: un paseo por los bosques de la escritura. Una entrevista de Antonio Castillo Gómez», en *Litterae. Cuadernos sobre Cultura Escrita*, año II, No. 2, 2002, Valencia, Editorial Calambur, p. 21, <https://e-archivo.uc3m.es/bitstream/handle/10016/2295/Litterae-2002-II-Castillo.Gomez.pdf?sequence=1&isAllowed=y> [Consulta: marzo de 2023].

⁷⁷ Donald Schön, *La formación de profesionales reflexivos*, España, Paidós, 1992, p. 17.

tan como estructuras bien organizadas, de hecho no suelen presentarse como problemas sino como situaciones poco definidas y desordenadas.

Si quieren llegar a tener un problema bien definido que encaje con las teorías y técnicas que mejor conocen, deben construirlo a partir de los materiales de una situación que, en la terminología de John Dewey (1938) cabe definir como «problemática». Y el problema de la definición del problema no pertenece a la categoría de los problemas bien definidos.⁷⁸

⁷⁸ *Ibid.*, p. 18.

Para Rivera Díaz, el taller de diseño es la columna vertebral de los planes de estudio en los programas de diseño gráfico de las distintas universidades del país. En estos espacios se recomienda plantear proyectos cuya complejidad aumente en relación con las problemáticas abordadas. Lo anterior sin dejar de lado la teorización y considerando una didáctica de trabajo en grupo con un tema determinado. Sugiere con ello la evaluación lógica, acumulativa y reconstructiva. Generar aprendizajes significativos. El proyecto inhibe el aprendizaje pues al final es «llevar de la mano» al estudiante, quien sólo irá siguiendo huellas. Como esta práctica no ayuda a activar ninguna competencia, propone:⁷⁹

⁷⁹ Javier Echeverría y Luis Rivera, «Pedagogía compleja para una disciplina compleja», en *Memorias. Sexto foro de diseño. La formación de los diseñadores y la relación con el ejercicio profesional*, México, 2021, p. 204.

1. No abandonar la estrategia del aprendizaje basada en problemas, dado que es altamente motivadora [...]. El argumento, llevado al extremo, es que un aprendiz podría resolver el mismo tipo de proyecto en toda su carrera, pero construir paulatinamente estructuras conceptuales cada vez más complejas, derivadas de ir enfrentando problemas que le demanden un trabajo proyectual, gradualmente, aumentando su complejidad.
2. El trabajo en los talleres debe estar mediado por la lectura continua de autores diversos con textos teóricos y, de investigaciones fundamentadas en el análisis crítico del fenómeno cultural del diseño.
3. La formación docente focalizada en la didáctica específica de los talleres de diseño que incentiven el trabajo grupal sobre un mismo tema, debido a que tiene la virtud de movilizar a los alumnos. [«En esta instancia cada uno se sitúa como analista crítico de su

⁸⁰ Rubén Fontana, *Antologías. Ganarse la letra*, México, UAM, 2019, p. 61.

trabajo y del de los compañeros. Esto permite un mayor enriquecimiento, al comprender que un mismo problema se puede encarar y resolver de distintas maneras».]⁸⁰

⁸¹ Alma Real y Francisco González, «Los talleres de enseñanza de diseño. Impacto en la percepción del diseñador gráfico y sus funciones en el ámbito profesional», en *Memorias. Sexto foro de diseño. La formación de los diseñadores y la relación con el ejercicio profesional*. México, 2021, p. 47.

Entre más complejo sea el proyecto, mayor pertinencia tiene la inclusión de distintos actores y abordajes, como lo simbólico e icónico, lo económico, lo político, lo social, la sostenibilidad, los medios de reproducción y difusión, la participación de distintos especialistas, así como la opinión de personas al vivir la problemática —el taller de diseño busca ser un espacio para la vinculación directa con otros campos—, reconociendo al diseño editorial como una práctica integradora.⁸¹

El taller definido desde la perspectiva de Schön, es el espacio del conocimiento tácito aprendido en la práctica, que se logra a través de lo que el autor denomina *practicum*. Así, si el taller se describe como un escenario destinado para aprender de la práctica, entonces el aprendiz se enfrenta a problemas con distinto grado de dificultad bajo la supervisión de un asesor y en el que la interacción promueve la reflexión en la acción. Con ello se acercan las dinámicas de aprendizaje con problemas del mundo real, dando origen a lo que se conoce en centros educativos como taller. Su conceptualización en este sentido, y en relación a los aspectos sobre la percepción que los futuros profesionistas en formación adquieren durante su vida universitaria, cobra relevancia al proponerlo como el lugar en que el aprendiz de diseño adquiere un acercamiento más real con las dinámicas laborales.⁸²

⁸² *Ibid.*, p. 43.

Dirigir la enseñanza hacia dicha visión implica, en primer lugar, reconocer a la dimensión humana como factor fundamental y determinante, apto para fortalecer saberes, aptitudes y destrezas, porque la formación del estudiante no sólo implica conocimientos técnicos o habilidades de representación gráfica, sino abarca el análisis de las problemáticas de comunicación visual desde su detección, diagnóstico, generación de estrategias, implementación y evaluación de las mismas.⁸³ Digamos, lo contrario a la didáctica donde el alumno se limita a ser el discípulo del profesor.

⁸³ *Ibid.*, pp. 41-51.

⁸⁴ *Idem.*

Alma Rosa Real y Francisco Javier González,⁸⁴ profesores de la Universidad Autónoma de Aguascalientes, recomiendan no recurrir a ejercicios como: «El cliente A, solicita el diseño de un cartel para », porque esto limita y acostumbra al futuro profesional a un rol pasivo como ejecutante de un producto de diseño donde el docente ha determinado a priori la solución al problema sugerido. En este sentido, los alumnos sólo seguirán reglas, sin generar el mínimo desarrollo de competencias profesionales, lo interesante sería más bien plantear la problemática para hacer un proceso de análisis de la situación, gestionar las posibles salidas, proponer la dirección al proyecto y, con ello, realizar la idea. De esto depende el éxito del aprendizaje; de lo contrario, quien aprende sin reflexionar está condenado a repetir reglas, sin adaptar necesidades a los diversos públicos y avances tecnológicos de cada situación planteada.

Así, en lugar realizar las prácticas sobre proyectos específicos, el estudiante, al recibir un proyecto desde la problemática, podría ser guiado y monitoreado con perspectiva de un futuro profesional, encargado de ver más allá de sólo retículas o un texto «lindo» en algún tipo de formato. Las escuelas y profesores pueden y deben proveer una plataforma de fundamentos donde los alumnos sean capaces de interpretar el campo editorial, no todas las escuelas están preparadas para dar el paso hacia una formación integral.

⁸⁵ Ángel Díaz Barriga, «Reinventar la docencia, una tarea para el siglo XXI. La didáctica ante la sobre estimulación de los sujetos de la educación», en *Docente y didáctica. Acercamientos polémicos*, coord. Ángel Díaz Barriga, México, UNAM, 2022, p. 45.

Tarea muy complicada, cuando se observa que en general [...] los docentes tienden más a reforzar los rituales, la normatividad y las prácticas de una docencia centrada en la disciplina y en el control, que una docencia que impulse la construcción de proyectos de formación y aprendizaje en los estudiantes. Este será uno de los sentidos por los que Tardif (2010) califica el saber docente como un saber social.⁸⁵

⁸⁶ María Rojas y María del Mar Sanz, «Proyectos vinculados en la formación de diseñadores para el ámbito profesional», en *Memorias. Sexto foro de diseño. La formación de los diseñadores y la relación con el ejercicio profesional*, México, 2021, pp. 53-66.

La didáctica es la disciplina de la pedagogía que estudia cómo se desarrollan el aprendizaje y la enseñanza. Las instituciones diseñan el perfil profesional según los objetivos dentro de un contexto determinado, y es el docente quién afronta la responsabilidad de formar al alumnado. María Eugenia Rojas y María del Mar Sanz, docentes de la Universidad Iberoamericana, instan a no romantizar al diseño editorial, sino por el contrario, a cuestionar su función, efecto y valor.⁸⁶

No sólo se trata de diseñar «gráficamente», sino enfocar la teoría, práctica y técnica hacia un sentido reflexivo para cada situación o necesidad.

Invitan a cuestionar: ¿Qué están haciendo las universidades para prepararse hacia un futuro que ya está aquí? ¿Qué tipo de diseñadores se deben formar? ¿Qué tipo de experiencias se les va a ofrecer a los estudiantes que no encuentren en otro medio? ¿Cómo transformar la práctica docente para acercar a los estudiantes a situaciones de la vida profesional? Identificar las competencias de los futuros diseñadores editoriales y cuestionar de qué manera, desde la universidad, es posible contribuir al desarrollo de las mismas.

Lo importante de este apartado es enfatizar la opinión de los expertos sobre la práctica de la enseñanza del diseño editorial a través de los aprendizajes dentro de los talleres. Este espacio virtuoso lo entreteje la comunidad (alumno, docente y «contratante»), la cual participa en ejercicios de formación y transformación aportando, entre otros beneficios, confianza en el alumno y en el académico (a este último por ser facilitador de dichas experiencias). Con ello, se entiende que no se diseña «el objeto» *per se*, sino los procesos de investigación y de producción, con base en un contexto.

El diseño editorial es el resultado de todo un proceso de hechos, oficios, profesiones, tecnologías y necesidades. Los estudiantes deben conocer la historia y el contexto, ubicar qué y quiénes conforman el todo, tener trato con autores, editores, impresores, personal de ventas, sin dejar a un lado sus capacidades creativas, a la par de herramientas técnicas para resolver problemas de comunicación visual.

⁸⁷ *Idem.*

En el Foro Económico Mundial de 2018⁸⁷ se habló de no sobrevalorar las competencias técnicas, sino de enfocarse en preparar «pensadores interdisciplinarios», aprovechando la tecnología para crear y generar servicios. Las oportunidades de desarrollo profesional se están reinventando de manera constante y las empresas deben darle esta oportunidad a nuevas generaciones. Muchas de las habilidades requeridas próximamente se mueven entre el aprendizaje activo y el pensamiento analítico: habilidades «humanas» como la iniciativa, la persuasión, el pensamiento crítico, la resiliencia, la negociación y la solución de problemas complejos, la inteligencia emocional, el liderazgo y la influencia social; consideradas determinantes para enfrentar asertivamente los retos de la sociedad en un futuro muy cercano.

Al promover escenarios cercanos al campo laboral se generan habilidades y confianza necesarias para construir el mundo real con mejores cimientos, e incluso, mayor seguridad para aspirar a puestos con más alta remuneración económica. Al no fomentarse estos espacios de trabajo en las universidades, el principal riesgo es el no involucramiento del alumnado en su propio aprendizaje, ciñéndose (únicamente) a indicaciones de trabajos escolares, limitando su preparación a sólo a acreditar, sin «aprender la profesión».

Satué reconoce una dualidad en la profesión del diseño: «los que viven para comer y los que comen para vivir»:

Si el futuro diseñador pertenece al primer grupo, lo suyo serían los negocios, y deberá orientarse hacia la gestión empresarial o a las especialidades de comunicólogo, estrategia o consultor, dejando para otros los aspectos creativos. Y si alguna vez desciende al tablero de dibujo lo hará contra su naturaleza. Si pertenece al segundo grupo puede llegar a ser un buen —o un gran— diseñador, porque su relación con las cosas y los bienes materiales es secundaria, considerados siempre como medios para obtener fines. Así entendida, la distancia establecida con la materia en su sentido más prosaico estimula el desarrollo de las propiedades espirituales del individuo sembrando en él una mayor sensibilidad e imaginación, al menos en teoría.⁸⁸

⁸⁸ Enric Satué, *Profesiones con futuro: Diseñador*, España, Grijalbo Mondadori, 1994.

Las prácticas y realidades dentro de la enseñanza en el ámbito del diseño editorial parecieran ser complejas de efectuar. Aunque existe una legítima intención de generar aulas competentes. Llevarlas a la realidad es un arduo trabajo de revisión, reestructuración y actualización de los planes de estudio en beneficio de los egresados y del enjambre editorial.

3.2. TRÍADA INDISPENSABLE PARA LA ENSEÑANZA

El cambio de enfoque del diseño se ve dirigido hacia el sistema *servicio-producto*, en donde la atención de las necesidades ya no radica exclusivamente en el objeto de diseño, sino sobre todo, en la atención a un servicio conveniente y duradero, donde el objeto libro trasciende a una visión más amplia; hacia la exploración y

atención de necesidades donde el común denominador es el identificar oportunidades para explorar nuevos modelos de amplificar el contenido.

Uno de los mayores retos de la enseñanza del diseño editorial a nivel licenciatura es guiar a los alumnos a descartar posibilidades a partir de la reflexión y el pensamiento crítico, y con ello construir soluciones a las problemáticas. Experimentar, explorar, proponer, equivocarse; permitirles atestiguar el mundo real, volcando sus conocimientos en ello, objetivando en cada situación el pensamiento reflexivo, creativo, colaborativo. Para lograrlo es necesario el trabajo cercano con el campo real, y es la escuela el sitio donde se reúnen alumnos y maestros con el fin de llevar a cabo un intercambio de ideas, opiniones, aprendizajes, recursos, entre otras manifestaciones de experiencia propias del contexto y de la época. En palabras de Díaz Barriga, la escuela no es una abstracción.⁸⁹

Un alumno promedio inicia la licenciatura, en términos de Petrucci, sin ser un lector «alfabetizado profesional».⁹⁰ Ellos no se perciben como un agente preocupado por elevar el medio social a su alrededor desde una perspectiva pensante y reflexiva.

Es importante fomentar el diálogo entre la academia y la industria editorial. ¿Qué es lo que la academia ofrece para la industria? No se trata de «entrenar» trabajadores, sino de encaminar la enseñanza hacia la teoría, la práctica y la tecnología.

Si bien no existe una respuesta exacta respecto a los métodos de enseñanza de cada docente, se reconoce en la universidad y en el aula, un lugar donde se otorga perspectiva del mundo real, yendo de la mano de dos tipos de pensamiento, el crítico y creativo.

Una formación universitaria de calidad, dice David Roberts, apunta a desarrollar capacidades intelectuales del estudiante para que sea capaz, entre muchas otras cosas, de contextualizar los problemas bajo enfoques con nuevas soluciones desde el dominio de la disciplina, así como otorgarle las competencias prácticas para ejercer su profesión de manera responsable.⁹¹

El círculo virtuoso *teoría, práctica y tecnología* es crucial para el aprendizaje y no debe ser considerado como un discurso ligero (de experiencias sin sentido o de vanas tecnologías), sino como ese cúmulo nutrido de herramientas para resolver estructuras complejas del diseño editorial. Ciertamente estos tres aspectos deben ser una guía para la formación de habilidades, actitudes y destrezas

⁸⁹ Ángel Díaz Barriga, *op. cit.*, 2022, p. 55.

⁹⁰ Robert Chartier, «Del código a la pantalla: trayectorias de lo escrito», en *Quimera. Revista de literatura*, No. 150, septiembre 1996, España, p. 45, Ediciones de Intervención Cultural, <https://bidi.uam.mx:5392/a/5958> [Consulta: mayo de 2022].

⁹¹ David Roberts, «La mayoría de las universidades del mundo van a desaparecer», en *El País*, 25 de octubre, 2016, https://elpais.com/economia/2016/10/23/actualidad/1477251453_527153.html [Consulta: febrero de 2023].

del estudiantado, sin considerarlos como un esfuerzo enfocado únicamente al aspecto visual de las producciones.

3.2.1. Teoría

El estigma de la enseñanza del diseño editorial es esta visión generalizada donde se concibe al profesionista a partir de la realización de sus bocetos, modelos, entrega de *dummies*, maquetación de libros, repetición de propuestas gráficas hasta lograr el agrado del profesor, cliente o jefe (y volver a empezar). Pareciera que se egresa como técnico, sin ningún otro tipo de «competencia» intelectual, cultural u organizacional, o al menos, eso parece.

Según el diccionario de la RAE, *teoría*⁹² es el conocimiento especulativo considerado con independencia de toda aplicación. También, una serie de leyes para relacionar determinado orden de fenómenos o una hipótesis cuyas consecuencias se aplican a toda una ciencia o a una parte muy importante de ella. Entonces, la teoría es un sistema lógico de observaciones, asimilaciones y postulados en donde se hace referencia a un asunto a través de su descripción por medio del lenguaje.

Nigel Whiteley observa desde el punto de vista histórico un gran problema con los contenidos académicos teóricos pues refiere que han sido penosamente inadecuados y, en ocasiones, incluso irrelevantes, alejando al alumnado de los talleres. En Gran Bretaña, desde la década de los sesenta hasta muy recientemente, los alumnos se veían obligados a estudiar historia del arte —ni siquiera historia del diseño—, como un tema de «cultura general» con valor intrínseco, porque los profesores estaban muy capacitados, pero no comprendían la necesidad u objetivo de que sus estudiantes de diseño supieran al respecto.⁹³ Reconoce haber escuchado más de una vez críticas a las discusiones teóricas debido a profesores y estudiosos usando la teoría sólo para ostentar su saber y, al mismo tiempo, para restringir el acceso a su pequeño círculo de iniciados. Esta crítica puede ser irónica, pero no tiene ninguna intención de ironizar. Para un diseñador, la teoría y la práctica deberían interpretarse y unirse con frecuencia.

Los contenidos académicos impartidos en este entendido deben estar concentrados en función de ofrecer a los futuros diseñadores perspectivas claras sobre la práctica contemporánea, con el propósito de ayudarlos a situar su profesión en los debidos contextos intelectuales, conceptuales e históricos.

⁹² Real Academia Española: *Diccionario de la lengua española*, 1, 30.^a ed., [versión en línea 2022], <https://dle.rae.es/teor%C3%ADa?m=form> [Consulta: febrero de 2023].

⁹³ David Roberts, «La mayoría de las universidades del mundo van a desaparecer», en *El País*, 25 de octubre, 2016, https://elpais.com/economia/2016/10/23/actualidad/1477251453_527153.html [Consulta: febrero de 2023].

Los alumnos deben entender procesos a partir de la teoría y luego llevarlos a la práctica, podemos llegar a ser muy finos con la enseñanza de la ortotipografía, pero si no la aplican, si sólo enseñan sin un empleo reflexivo, entonces no hay un análisis directo del concepto. La teoría se entiende mejor cuando se explica a través de ejes temáticos, cuando logras captar su interés y entienden lo necesario del tema. Ahí es cuando todo cobra sentido.

(Docente-FAD-UNAM-entrevistado 1)

⁹⁴ Real Academia Española, *op. cit.*, <https://dle.rae.es/pr%C3%A1ctico> [Consulta: febrero de 2022].

3.2.2. Práctica

La *práctica*⁹⁴ es un conocimiento relacionado con el hecho de enseñar a hacer algo o aplicar ciertos conocimientos (es como en el ejercicio: un entrenamiento).

No hay disciplina creada por el ser humano que no se beneficie de la práctica. Así, los diferentes ámbitos relacionados con el diseño editorial se transmiten a través de la práctica como extensión de nuevas estrategias útiles para solidificar el dominio de la profesión (no fincada en un pensamiento débil, sino experto).

El pensamiento del «saber hacer», en ocasiones es imperante. El aprendizaje práctico puede percibirse como una serie de capacidades experimentadas, alejándose de las competencias del pensamiento abstracto y crítico, y con un enfoque centrado en formular soluciones como si todas entraran dentro del mismo molde (situación deseable para la vida de consumo rápido, aquí y ahora). El diseñador enfocado en lo meramente «práctico» puede acabar siendo un profesionalista volátil.

El diseñador especializado a nivel práctico puede impulsar proyectos de innovación y generación de valor. También, esta práctica bien enfocada (aunada a la teoría), potencia los criterios para alcanzar resultados competitivos.

El desacierto es cuando se vuelca la enseñanza en un alto porcentaje al que-hacer práctico. A los alumnos les cuesta menos hacer que teorizar.

Un profesional del diseño editorial no se hace por saber manejar InDesign. Para contratar a alguien en esta editorial existe una prueba, consiste en tres etapas. La primera es un examen escrito. Preguntas sobre formatos, márgenes, salidas de impresión, etcétera. En realidad no se busca dominio de

todo al cien porque sería incongruente, pero sí demostrar nociones sobre lo preguntado. La segunda consiste en una prueba de InDesign, aunque tampoco nos es tan importante lo domine de pies a cabeza porque eventualmente lo va a aprender. Sobre todo nos fijamos en la última etapa, donde se conceptualizan mejor los objetos. Se plantea un proyecto «ficticio» y ahí sí nos interesa mucho su nivel de conceptualización, cuánto entiende el contenido, al público meta. Esto es muy importante. Entonces, los conocimientos de un diseñador editorial, para mí, no son de su conocimiento digital sino de su destreza para resolver procesos internos, su propuesta, si comprende a quién va a dirigirse.

(Contratante entrevistado 1. Coordinador de obra editorial)

Desde los primeros semestres la orientación de diseño editorial me llamaba mucho la atención. A mí me gustaban los libros, por supuesto a un nivel muy superficial, distinto a la consciencia ya adquirida en la práctica. Me gustaba mucho, sobre todo las sensaciones al ver los colores, las tipografías, los espacios en blanco, me llamaba la atención cómo lucían, me apetecía tanto leerlos. Y yo quería generar esas mismas sensaciones en otras personas, me parecía maravilloso cómo en un espacio de papel las elecciones fueran tan impecables [...]. Entonces, elegí el área de diseño editorial.

Y bueno, considero no fue suficiente la enseñanza recibida. Quizá la suerte, pero no fue muy claro cómo se trabajaba esta área, la recuerdo un poco limitada, le faltaba estructura.

Bajo la investigación por medio de libros y ver en internet videos de despachos de diseño (te estoy hablando de hace más de diez años), encuentro en el diseño editorial mucha base en la preconcepción, o la llamada etapa de preproducción, o sea, toda la planeación previa, decisiva para la ejecución. Es la parte intangible, no se ve, es más de análisis; la parte más importante del diseño, considero.

Tengo un bagaje más o menos amplio sobre el diseño editorial, pero fue bajo mi búsqueda. Y bueno, posteriormente bajo la experiencia he ido completando mi historia con el diseño editorial. Y en estas sigo.

(Egresado-FAD-UNAM-entrevistado 3)

⁹⁵ Real Academia Española, *op. cit.*, <https://dle.rae.es/tecnolog%C3%ADa?m=form> [Consulta: febrero de 2022].

3.2.3. Tecnología

Dentro del ámbito de la tecnología⁹⁵ se hace referencia al conjunto de teorías y de técnicas para el aprovechamiento práctico del conocimiento. De hecho, se vincula a la tecnología con la posibilidad de procesar información a través de medios artificiales como las computadoras. Este proceso abarca desde la detección de la necesidad inicial hasta la aplicación en concreto del diseño creado.

El riesgo puede ubicarse cuando se enfatiza el sentido «mecanicista» del proceso; es decir, una acción reduccionista de tipo técnico, eficaz para actividades concretas sin mayor grado de complejidad más allá que la participación lineal y predecible del ejecutante. Donde la responsabilidad recae en aprender operaciones específicas, siempre y cuando éstas sean siempre las mismas o muy similares (situación poco probable en el mundo editorial).

Para sortear este efecto, dice Francisco García, es necesario proveer nuevas oportunidades de acceder a la información a través de una continua formación profesional, así todos los grupos implicados en la actividad económica (empleados, empresas, administraciones, etcétera) considerarán la importancia de una formación tecnológica para potenciar las condiciones esenciales de permanecer de forma activa en el mercado de trabajo.⁹⁶

⁹⁶ Franciso García y Jordi Nada, *Libros o velocidad. Reflexiones sobre el oficio editorial*, México, FCE, 2005, p. 17.

Hay un discurso apuntando a la tecnología como un pragmatismo superficial; sin embargo, debería ser un compromiso del profesorado (siendo éste una influencia clave para la enseñanza), otorgar más valor a la realidad sobre las capacidades técnicas del recién egresado, no considerándolas simplemente como utilitarismo productivista. Al contrario, estos conocimientos otorgarán cierta estabilidad y seguridad al alumno, como lo hacen todos los fundamentos teóricos y prácticos.

Otra característica del sistema de enseñanza «tecnológica» dentro del aula es su rápida obsolescencia, señala Sandra Soltero. La computadora es la herramienta por excelencia para la mayoría de las áreas de diseño. Cuando una institución educativa decide comprar e instalar equipo de cómputo con lo más reciente, por la velocidad de los avances en esta área, en muy poco tiempo ese equipo (considerado como una «fuerte o costosa» inversión) queda rebasado, pasado de moda o simplemente atrasado en su potencial. Por ende, los profesores sólo pueden enseñar a los alumnos a explotar su creatividad sin todas las facilidades de la herramienta, haciéndoles ver la ventaja de ser un buen diseñador sobre el

⁹⁷ Sandra Soltero, «Ensayo crítico sobre la enseñanza del diseño gráfico en México», en Odiseo. *Revista electrónica de pedagogía*, México, 2007. <https://odiseo.com.mx/bitacora-educativa/ensayo-critico-sobre-la-ensenanza-del-diseno-grafico-en-mexico/> [Consulta: febrero de 2023].

⁹⁸ Nigel Whiteley, *op. cit.*

⁹⁹ Robert Westbrook, «John Dewey (1859-1952)» en *Perspectivas: revista trimestral de educación comparada*, París, UNESCO: Oficina Internacional de Educación, vol. XXIII, n° 1-2, 1993, file:///C:/Users/Alberto/Downloads/Westbrook%20(1).pdf [Consulta: marzo de 2023].

contar con una computadora de última tecnología, la cual no tiene la capacidad de crear diseños atractivos, prácticos y funcionales por sí misma, sin siquiera importar si tiene la última versión del programa.⁹⁷ El profesor puede considerar que no es relevante mantenerse constantemente actualizado respecto a aspectos tecnológicos, provocando una enseñanza trunca.

El aprendizaje dentro de las escuelas crea contradicciones para el alumno, pues la universidad oferta ciertos objetivos pero no logra cumplirlos, repercutiendo en la preparación académica del futuro egresado.

Ciertamente la balanza no debe cargarse hacia la enseñanza tecnológica, como se ha revisado, existe una tendencia a considerarla un pensamiento pragmático y superficial, como si se tratara de enseñar fórmulas para el diseño. La responsabilidad del profesional es lograr el equilibrio y cosechar la germinación de buenas semillas. La formación universitaria es indispensable, como decía Dewey, siempre y cuando los profesores estén dispuestos a abonar a ello.

Nigel propone el modelo del diseñador «valorizado», en el cual intenta incluir distintos enfoques; evitando los extremos (ni los «lacayos del sistema capitalista», ni los «ideólogos de alguna doctrina», ni los «geniecillos tecnológicos»). Plantea a un profesionista quien pueda relacionar la teoría con la práctica y a su vez incluir conocimientos tecnológicos, investiga, resuelve estructuras complejas de pensamiento, profundiza en la creatividad y en habilidades técnicas, consciente de la responsabilidad ecológica, y evita la demostración de la teoría pero tiene respeto por el estudio académico, ve la historia como una vía y no como un destino.⁹⁸

Dewey apuntaba a una educación donde se conjuntaran la mente y el cuerpo, la teoría y la práctica, el pensamiento y la acción. Apelaba a la construcción de un entorno con actividades para resolver problemas a partir de conocimientos teóricos y prácticos desde la esfera científica, histórica y artística.⁹⁹ Para él, la teoría y la práctica están íntimamente ligadas; aunado a las competencias tecnológicas. Estas premisas (de hace más de un siglo) se siguen citando en la actualidad.

En general el área editorial es buena, aunque tal vez hace falta también enseñen las herramientas sobre diseño digital. Porque por ejemplo, yo hago una revista digital, es decir, no se imprime, va directo a la página web y la

requieren muy interactiva, con videos, links, cortinillas; cosas aprendidas por mi parte, viendo tutoriales, porque nada de eso me lo enseñaron en la facultad. Fue muy básica la enseñanza en cuanto al uso de InDesign en web, ahora sería más útil aprender de diseño digital en web, me parece más complicado actualmente encontrar trabajo en cuanto a editorial, sobre todo cuando la enseñanza va dirigida al proceso impreso. Eso es desde mi experiencia.

(Egresado-FAD-UNAM-entrevistado 2)

Mi experiencia como egresado de la UAM-X es que el proyecto modular fue una gran base para mi posterior vida profesional. Considero el proceso de obsolescencia inmediato. Los alumnos (a mí me pasó) quieren aprender el *software* más reciente, ahora me parece no es tan importante. Es más importante la contextualización de los profesores sobre qué van a enseñar y cuál es el propósito de esa enseñanza. Aún recuerdo a los profesores cuya enseñanza se orientó más a hacerme pensar, respecto a los que solamente me enseñaron a hacer. Para mi crecimiento profesional fue más útil aprender a planear y proyectar, que a ejecutar. El ámbito editorial gira mucho en torno a un proyecto eje y gestionar todo alrededor de él. A mí me funcionó vivir la experiencia modular porque aprendes a ver cómo ve un contador, un abogado, un corrector, un adaptador, un diseñador, comprendes todo.

(Egresado-UAM-X-entrevistado 1)

La tríada *teoría, práctica y tecnología* aporta a la formación profesional de un estudiante fortaleza porque entonces sabrá asimilar, contextualizar, cuestionar, analizar, planificar y proyectar directrices; le permitirá ser más eficaz, contundente y rápido en sus proyectos (una vez teniendo claro lo requerido).

Bien es cierto la tecnología tiende a ser obsoleta rápidamente, pero al menos lo esencial debería estar en la gama básica de aprendizaje.

Más allá de lo comprometido del campo, las labores esperadas de un diseñador editorial son muy amplias. Se requiere, es más se da por hecho, tenga un buen

manejo de la ortografía, del *software*; se espera sepan tanto de publicaciones digitales como de publicaciones impresas, es decir, poseer esta versatilidad de moverse en distintos ramos.

(Contratante entrevistado 2. Coordinador de Comunicación e Identidad Institucional, UNAM)

La idea principal es cómo debería introducirse al estudiante de diseño editorial en el *habitus* del diseño editorial. La única forma de hacerlo es entendiendo las «reglas del juego». El mismo Bhaskar insta a ver a la tecnología, no tanto como un asunto de herramientas o de *hardware*, sino más bien como una categoría para extender el aprendizaje personificado a funciones concretas:

El *hardware*, las herramientas y las máquinas, y el «*software*» de conocimientos y organización coevolucionaron para producir canales amplificadores. [...] y como la sociedad y la tecnología pocas veces permanecen estáticas, la edición participa en constantes momentos de cambio.¹⁰⁰

¹⁰⁰ Michael Bhaskar, *La máquina de contenido*, México, FCE, 2014, p. 148.

La construcción del discurso académico está conformado por el imaginario de «resolver problemas» dentro de una realidad ficticia y no dentro de una acción productiva casi sin entablar una relación de intercambio y prueba con los nichos contratantes (aunque habrá sus excepciones). El reto para las comunidades académicas es tratar de mantenerse actualizadas, continuar con la búsqueda de espacios para la colaboración entre la academia y el ámbito profesional. Enfrentar a los estudiantes a la dimensión real. El nexo entre universidades y empresas se da poco.

Como escribió Donald Schön: «No es por medio de la solución técnica de los problemas que somos capaces de convertir una situación problemática en un problema bien definido; más bien, es a través de la denominación y la estructuración por la que la solución técnica de los problemas resulta posible».¹⁰¹

¹⁰¹ Donald Schön, *La formación de profesionales reflexivos*, España, Paidós, 1992, p. 19.

Por otro lado, los modelos de trabajo aplicados por los profesores responden a enfoques distintos según los programas de cada universidad. En este sentido, el profesor supone o tiene contexto del mundo profesional para implementarlo

al impartir su cátedra. En gran medida, el aprendizaje y formación de sus estudiantes depende de su aporte como facilitador de conocimiento.

Para el mundo académico es un reto incentivar la reflexión, la creatividad y la colaboración. Explica Westbrook, desde finales del siglo XX, Dewey admitía que los maestros no sabían cómo tratar con los estudiantes, cómo estimular su mundo de posibilidades para desarrollar facultades y experiencias de aprendizaje; sin embargo, consideraba podían aprender a hacerlo.¹⁰²

¹⁰² Robert Westbrook, *op. cit.*, p. 11.

El profesor aporta mucho a la enseñanza, es una pieza clave, quien media las partes y, potencialmente, debería hacerlo atendiendo las necesidades de la sociedad, desde el discernimiento de un mercado.

También el diseñador es el encargado de elaborar la parte creativa y artística reflejada en la materialidad del libro. El diseño del libro no constituye una carátula o una maquetación de interiores, constituye toda una visualización. El diseñador va creando gráficamente la campaña desde el inicio y en coordinación con varios agentes. Yo como director guardo una estrecha relación profesional con el diseñador editorial.

(Contratante entrevistado 4. Director de Editorial Universitaria en Honduras)

Los diseñadores editoriales con licenciatura deberían pensar su formación futura para la gestión y administración porque esto casi nunca se les enseña. Los proyectos se requieren dentro de un momento y tiempo de salida, si un libro está fuera de tiempo perdiste su ventana de venta, por ejemplo. Hay un sinfín de anécdotas que un diseñador editorial debe de aprender, creemos existe una gran necesidad de proveer más conocimiento digital, cuando realmente no es por ahí, es más el desarrollar habilidades del proceso de pensamiento antes de manejar bien la máquina, porque lo van a dominar, lo van a saber, pero yo no me preocuparía tanto porque sepan InDesign, en una o dos clases lo van a saber, pero saber cómo resolver un problema es mucho más importante.

(Contratante entrevistado 1. Coordinador de obra editorial)

3.3. NUEVOS RETOS POR AFRONTAR

¹⁰³ Gerardo Kloss, «La construcción del campo académico de los estudiantes editoriales», en *Memorias. Sexto foro de diseño. La formación de los diseñadores y la relación con el ejercicio profesional*, México, 2021, p. 308.

A diferencia del diseño, el campo editorial no está reconocido como un campo académico, a pesar de que es una industria generadora de empleos y socialmente instituida. Las universidades simplemente no saben en qué facultad poner los estudios editoriales. De Guadalajara a Frankfurt y de Cuernavaca a Leicester, los rectores creen que la lingüística y la literatura van en la Facultad de Humanidades; la visualidad y las artes gráficas en la Facultad de Arte y Diseño; el negocio y las ventas en la Facultad de Economía y Administración. ¿Cómo meter todo en un sólo programa? ¿Van a ser maestros en nada aprendices de todo?¹⁰³

Existe un puente que une a dos ámbitos de trabajo comprendidos desde la generalidad: al diseñador como esa mano de obra instrumental conocedora de un *software* especializado para la realización de producciones estéticas de manera creativa, y al editor, quien desde su práctica y competencias se enmarca dentro del capital simbólico y económico como «productor de libros». Ambos, situados en un futuro inmediato álgido debido a los cambios tecnológicos y, a su vez, a la vulnerabilidad de caer en el desfase ante las necesidades actuales del mercado.

Como se ha cotejado, en las escuelas de diseño, lo editorial está considerado una «especialidad» del diseño gráfico. Y el diseño, a su vez, una disciplina dentro de un gran campo de estudio (desde el diseño industrial hasta el diseño textil, por mencionar un ejemplo). Además, no se debe perder de vista al *diseño editorial* como una parte dentro del gran campo editorial, se estudia en licenciaturas particularmente con enfoque gráfico, pero se ejercita en el área de la edición.

La edición requiere al diseño como parte de su «enjambre», y no viceversa, valdría la pena sumar esfuerzos para enseñar el diseño editorial no sólo desde temas relacionados con la gráfica de libros, revistas y periódicos, sino también para aportar «valor agregado» a la *edición*.

La estructura de la enseñanza del diseño editorial necesita plantearse desde un enfoque inter y transdisciplinario porque se genera a partir de la colaboración de distintos agentes según sus oficios, disciplinas y especialidades, con el fin de efectuar la filtración y ampliación del contenido de manera más objetiva. Por ende, la educación del diseño editorial a nivel licenciatura exige «expandirse», como

lo veíamos en el caso de la Universidad Iberoamericana-Ciudad de México, al no detenerse primordialmente en lo gráfico y creativo *per se*, sino replantear al diseño como esa disciplina cuyos cimientos contribuyan a una amplificación eficaz del servicio-producto, a partir de entender las necesidades y deseos de la comunidad a la que se dirige.

Actualmente el «juego» del diseño se trata de esto, de considerar los cambios y los nuevos retos por afrontar, donde el objeto de consumo editorial provea los contenidos a partir de otras maneras, virando hacia distintas formas de contenerlos, dejando de ser reservados, clásicos y cerrados.

¹⁰⁴ Gerardo Kloss, *El imaginario editorial. Cambio y resistencia de los editores (y los diseñadores editoriales) en México*, México, UAM, 2023, p. 298.

La edición ha sido desdibujada como resultado de la estrategia seguida durante siglos para visibilizarse a través de su asociación con la imprenta y el adorable mito de Gutenberg, pero invisibilizándose como gestora de contenidos y constructora de signos.¹⁰⁴

La formación universitaria del diseño editorial se desenvuelve entre dos caminos. Por un lado, de la integración de saberes teóricos, los cuales nutren la visión del contexto del diseño y de la propia disciplina editorial, y por el otro, de las habilidades técnicas para la actividad proyectual.

¹⁰⁵ Ángel Díaz Barriga, «Reinventar la docencia, una tarea para el siglo XXI. La didáctica ante la sobre estimulación de los sujetos de la educación», en *Docente y didáctica. Acercamientos polémicos*, coord. Ángel Díaz Barriga, México, UNAM, 2022, p. 53.

Lo que acontece en el mundo actual no tiene antecedente en otra era de la humanidad. La revolución que está produciendo la tecnología digital indudablemente cambiará la forma de vida social, laboral y cultural. Hay autores que equiparan el cambio que se está generando —considerando que es un cambio en proceso— al que produjo la Revolución Industrial de fines del siglo XIX y principios del siglo XX.¹⁰⁵

3.3.1. La enseñanza del diseño editorial en una era digital

Las tecnologías digitales son un elemento acompañado del cambio cultural de la sociedad. Se observa en la producción y publicación de libros, los diferentes formatos y canales de distribución, los nuevos términos, plataformas, accesos, modelos de negocios, todo esto ha modificado no sólo las formas de edición sino la vida misma de las personas. Incluso, la manera de aprender e indagar; todo está a un «clic», sólo se requiere de tener acceso a la web.

¹⁰⁶ Alejandro Dujovne, Valentina Cuneo y José González, *Navegando lo incierto: usos y percepciones de la IA Generativa en el sector editorial iberoamericano*, Colombia, Centro Regional para el Fomento del Libro en América Latina y el Caribe – Cerlalc, 2025, p. 69.

Ya es una realidad: la inteligencia artificial generativa está irrumpiendo en el sector editorial y es una tecnología capaz de reconfigurar los modos de creación, producción, comercialización y difusión de los libros. Si bien en el ecosistema iberoamericano se trata de un fenómeno incipiente, en proceso, también es inminente y parece difícil pensar que no será inevitable. [...] El debate está abierto y marcado por preocupaciones compartidas, tensiones, asimetrías y matices, entre los diferentes actores que integran la cadena de valor del libro.¹⁰⁶

¹⁰⁷ Paulo Freire, *Cartas a quien pretende enseñar*, México, Siglo XXI, 2010, p. 26.

El llamado es a participar de este cambio generacional, pues; aunque los maestros, en su mayoría, no son nativos digitales ni generación multimedia, se requiere amar la profesión y a los alumnos (no es un sentimentalismo sino una responsabilidad, como decía Freire, «se necesita amor para enseñar»¹⁰⁷) para construir estrategias de trabajo desde la autoridad docente y académica. Apuntando a una profunda participación en la formación y desarrollo de estudiantes, promoviendo actualización según las tareas asignadas, acercando conocimiento consistente para enfrentarse a la carga de nuevos saberes, exigencias de la actualidad, mismas que hace algunas generaciones ni siquiera eran requeridas. La edición de contenidos desde distintas perspectivas es un quehacer en constante cambio.

¹⁰⁸ Laura Cedillo, «El docente y la tecnología. Claves para la incorporación de las TIC en el aula», en *Docente y didáctica. Acercamientos polémicos*, coord. por Ángel Díaz Barriga, México, UNAM, 2022, pp. 152-153.

El docente es imprescindible, aún hoy en la época del internet, porque es portador de las huellas del humanismo, de la sensibilidad, de la escucha al otro. [...] La misión de los docentes hoy día es reconocer que poseen la riqueza de la experiencia —saberes docentes— que pueden compartir con los jóvenes. [...] Los docentes ofrecen al alumno la construcción del sentido de las referencias halladas, la capacidad de selección del material confiable que pueden consultar.¹⁰⁸

¹⁰⁹ *Ibid.*, p. 146.

Laura Cedillo explica el reto que representa ser profesor de las nuevas generaciones, cuyos intereses se caracterizan por usar y disponer de una extensa cantidad de información, básicamente se mantienen conectados a las redes sociales, foros, blogs y una vasta cantidad de páginas de internet en todo momento.¹⁰⁹ Díaz Barriga comenta, la enciclopedia y al diccionario parecieran haber sido reemplazados por medios digitales; únicamente se requiere de un equipo co-

¹¹⁰ Díaz Barriga, 2022, *op. cit.*, p. 53.

nectado a internet y los estudiantes obtienen, en cuestión de segundos, una multiplicidad de opciones de información: correcta, científica, superficial, deformada, errónea.¹¹⁰ Todos los acontecimientos están completamente al alcance de la mano. Las tecnologías digitales rodean por completo a los alumnos de las nuevas generaciones.

Aunado a este panorama, los estudiantes ya son pertenecientes a la llamada Generación Z (también conocida como *post-millennial*), comenta Tulgan, han crecido casualmente durante una época con profundos cambios e incertidumbre, lo cual ha provocado transformaciones en todos los niveles de convivencia e interacción. Algunos macrofactores son: la globalización (ubican a jóvenes de su edad en todo el mundo), la tecnología (la rapidez y acceso a conocimiento pasajero), la inseguridad institucional (las organizaciones no son los pilares del éxito, lo saben), acceso a la información (son nativos digitales, acostumbrados a respuestas rápidas y digeridas, con muy poco fundamento), diversidad (referente a su estilo de vida, preferencias sexuales y cualquier otro aspecto de categorización). Esperan sea el entorno el que se adapte a sus necesidades y no lo opuesto.¹¹¹

¹¹¹ Bruce Tulgan, *Bridging the soft skills gap: how to teach the missing basics to today's young talent*. EUA, John Wiley & Sons, 2015, pp. 11-19.

El profesor frente a un grupo de estudiantes es responsable de construir tácticas de trabajo con ellos según los cimientos a donde quiere permear. Es muy diferente realizar un ejercicio por cumplir con una actividad a construir desde la convicción como respuesta propia del trabajo docente. Por supuesto, cualquier actividad que sume a la formación «actualizada» implica un reto de aprendizaje por parte del profesor y de una visión contemporánea para la escuela. Proyectar el objetivo, los métodos de estudio, considerar los temas a abordar, concretar los tiempos y llevar a cabo las actividades correspondientes para mantener al estudiantado actualizado es un trabajo conjunto, involucra a especialistas en la enseñanza, a pedagogos, por ejemplo.

Estamos ante una época de nuevas experiencias y desafíos. Klaus Schwab plantea, en lo tecnológico se están viviendo cambios a gran velocidad afectando lo económico, social y cultural; lo llama, la Cuarta Revolución Industrial (Sociedad 4.0). Las nuevas tecnologías están cambiando la manera de vivir y trabajar; incluso, en las relaciones de los unos con los otros. Explica la rapidez, amplitud y profundidad de esta revolución, obligando a repensar cómo la innovación tecnológica modificará las relaciones entre el profesor y el alumno, entre el

¹¹² Klaus Schwab, *La cuarta revolución industrial*, <https://es.scribd.com/read/473191738/Resumen-de-The-Fourth-Industrial-Revolution-de-Klaus-Schwab> [Consulta: mayo de 2023].

¹¹³ Gerardo Kloss, 2021, *op. cit.*, p. 301.

¹¹⁴ Gerardo Kloss, 2023, *op. cit.*, pp. 429 y 430.

¹¹⁵ *Ibid.*, p. 41.

trabajador y el empleador. Esto aunado al «fantasma»: las profesiones ya no tendrán mucho para ofrecer frente a las nuevas tecnologías.¹¹²

El mayor peligro en este momento es que las editoriales, presionadas por los cambios tecnológicos, crean que su salvación es producir objetos digitales y adapten urgentemente sus procesos para eso, sin cambiar la lógica de que venden objetos, porque los objetos seguirán cambiando. Su trabajo es poner los contenidos ahí donde el lector los necesita y el objeto portador se volverá sólo una consideración táctica.¹¹³

Urge entender al diseño editorial como una necesidad de la gente por acceder a los contenidos, advierte Kloss. El diseño requiere una nueva filosofía de los temas a tratar, otra forma de pensar, conocer y resolver los problemas. La edición no está atada a una tecnología. Quien gestiona contenidos en papel sólo necesita aprender a hacerlo por otros medios.¹¹⁴

La reflexión orientada a la solución de problemas y la habilidad para pensar estratégicamente los objetos que todavía no existen, para satisfacer las necesidades del futuro, es una de las mayores aportaciones que puede hacer el diseño a la compresión del campo editorial.¹¹⁵

El objetivo (como lo veíamos en el Capítulo 2) es formar en el alumno una ética basada en el pensamiento crítico, para detonar no sólo en un aspecto material, sino social y cultural. Si desde las instancias correspondientes hay desequilibrios en la manera de direccionar la impartición de las unidades de aprendizaje, eludiendo temas y conocimientos contemporáneos bajo determinaciones, como: los tiempos indicados son muy cortos, vamos muy rápido con tantas unidades por desarrollar, hay pocas semanas para explicarlo todo, no domino todas las áreas de la industria editorial; aunado a la falta de práctica y actualización del profesorado; entonces, los criterios para afrontar un entorno de aprendizaje más integrador, congruente y actualizado quedará truncado.

Bajo estas circunstancias, situemos esta dupla, *diseño y edición* (junto con su enseñanza), como ese espacio conformado por las representaciones y discurs-

ses sociales, quienes después de todos los contextos por los que han pasado, se sigue confiando en su gran capacidad —según la historia lo ha demostrado— de adaptarse al cambio, conforme las necesidades de cada época.

3.3.2. Competencias profesionales de un diseñador editorial

El fin esencial de aprender y estar lo mejor capacitado dentro de la orientación en la licenciatura no es realizar productos novedosos y atractivos estéticamente, eludiendo cualquier otro tipo de responsabilidad entre el autor, texto, editor y audiencia. Como sugiere el escritor uruguayo Eduardo Galeano, «vivimos en un mundo donde el funeral importa más que el muerto, la boda más que el amor y el físico más que el intelecto. Vivimos en la cultura del envase que desprecia al contenido».¹¹⁶

No se pretende del egresado se convierta en un «todólogo», tampoco, asuma el papel de editor. Se busca abrir paso a un planteamiento sobre el diseño y la edición desde la comprensión de diversas disciplinas involucradas en la producción editorial, con un enfoque no lineal, pero sí con unidad de sentido en beneficio del alumnado y de mejorar el enjambre editorial; porque un diseñador transdisciplinario, además de dar forma a muchos objetos distintos, podría ganar posibilidades de movilidad social y laboral al encargarse de la concepción, producción, gestión, distribución, venta, apropiación, uso, consumo y postconsumo de lo que diseña.¹¹⁷

Este término [transdisciplina], que apareció hace tres décadas de manera casi simultánea en los trabajos de investigadores tan diversos como Jean Piaget, Edgar Morin, Eric Jantsch y muchos otros, se inventó en aquel momento para traducir la necesidad de una transgresión jubilosa de las fronteras entre las disciplinas, sobre todo en el campo de la docencia, para superar la pluri y la interdisciplinariedad.¹¹⁸

Una vez investigados e identificados los actores y factores en cuestión, la apuesta sería realizar una «reconfiguración» de la disciplina desde las responsabilidades y retos que tienen tanto la institución como el profesorado. Indagar, plantear e introducir conocimientos con un aumento sustancial del ámbito edi-

¹¹⁶ Entrevista a Risto Majide, por Francisco Alcaide, «Risto Mejide: contra la dictadura de las formas» en *Executive Excellence* n° 53, octo 8, 10 de febrero de 2010, <https://www.eexcellence.es/entrevistas/con-talento/risto-mejide-contra-la-dictadura-de-las-formas> [Consulta: febrero de 2023].

¹¹⁷ Gerardo Kloss, 2023, *op. cit.* p. 232.

¹¹⁸ Basarab Nicolescu, *et. al., Manifiesto de la transdisciplinariedad*, México, Multiversidad Edgar Morin, 1996, p. 11.

torial, dando mayor sentido y enriquecimiento a la formación del alumno en su paso por la universidad, de esta manera su experiencia de aprendizaje sería más valiosa por ser más verosímil.

A partir de los datos recabados en los planes de estudio de algunas universidades de educación superior se observó, en la mayoría, tienen un enfoque centrado en temas meramente gráficos.

El objetivo de esta investigación no es consolidar un modelo de diseño curricular para contextos educativos diversos; pues es un ejercicio estratosférico el cual necesita de un complejo grupo de profesionistas trabajando en conjunto. Al menos se requieren cinco agentes según Perilla: (1) quienes aprenden, (2) quienes enseñan, (3) el medio educativo, (4) los expertos curriculares y (5) los expertos disciplinares.¹¹⁹ En gran medida el éxito de un plan de estudios depende de su continua problematización frente a su pertinencia contextual, pedagógica e ideológica, por cuanto la propuesta no tiene nunca un término, sino siempre se hace, se crea y se resignifica; «su naturaleza no es de llegada sino de camino».¹²⁰

El reto para las comunidades académicas del diseño que tratan de actualizar permanentemente los conocimientos con el fin de mantener vigentes las currículas y programas de estudio, es comprender la vorágine del cambio mundial, comenta Francisco Gutiérrez.¹²¹

Los resultados arrojados en las entrevistas hacen alusión al tipo de perfil esperado en un egresado de diseño en el área editorial. El cual va más allá de manejar la paquetería Adobe o realizar, perfectamente, la famosa «puesta en página». Un diseñador orientado al área editorial, consideran, es importante; sin embargo, aseguran podrían realizar mejor sus actividades si conocieran más el campo de la edición, y no tanto el universo gráfico; casi no les gusta leer, no dan importancia, muchas veces, ni a la ortografía.

El diseño editorial no es sólo una «cuestión de estilo». El diseño editorial es un problema editorial y no un simple problema de diseño, [por ende] se requieren conocimientos de edición.¹²²

El poner un libro a disposición de los lectores, explica Piccolini lleva mucho trabajo en el que participan diversos especialistas. Y se pregunta ¿cómo es que un conjunto de ideas se transforma en el prototipo de una publicación?¹²³ De-

¹¹⁹ Juan Perilla, *Diseño curricular y transformación de contextos educativos desde experiencias concretas*, Colombia, Universidad Sergio Arboleda, 2018, p. 23.

¹²⁰ *Ibid.*, p. 16.

¹²¹ Franciso Gutiérrez y Jorge Rodríguez, «Mundo académico y mundo profesional. Un continuum en movimiento», en *Dos mundos del diseño. Formarse en diseño y ganarse la vida diseñando*, coords. Francisco Gutiérrez y Jorge Rodríguez, México, UAM, 2021, p. 54.

¹²² Gerardo Kloss, 2023, *op. cit.*, pp. 68-69.

¹²³ Patricia Piccolini, *De la idea al libro. Un manual para la gestión de proyectos editoriales*, México, FCE, 2019, p. 171.

finir, coordinar y resolver proyectos de consistencia social, técnica y material puede ser una labor ardua y compleja. El campo laboral necesita de conocedores los cuales coordinen y resuelvan de manera eficiente, dominando las bases de lenguajes teóricos y tecnológicos; sepan qué solicitar, a quién y cuál es la solicitud por resolver. Identificar destinatarios, estudiar audiencias y, entonces, construir diálogos a través de la edición. Gerardo Kloss expone que todos estos agentes o especialistas son necesarios para editar, dar presencia y accesibilidad a los discursos, y volverlos productos elocuentes, creíbles y sustentables.

Exagerando: imaginemos un poema intimista corregido con criterios de estilo académicos, ilustrado con imágenes futuristas, formado en una tipografía publicitaria, sobre una retícula periodística, impreso con papel revolución, encuadernado en *wire-o* y exhibido en el Palacio de Hierro. Aunque cada agente haga lo mejor que sabe hacer, el producto puede no evidenciar sentido alguno. Como ninguna disciplina determinada responde por sí sola a esta complejidad, se necesita abordar a lo editorial como un lugar transdisciplinario específico. Su enseñanza tendría que desarrollar la visión integradora, y proveer herramientas para investigar, analizar y socializar problemas; proponer estrategias y argumentos; tomar, coordinar y ejecutar decisiones técnicas; mantener la coherencia y la apropiación específica de cada estrategia; pensar productos accesibles y de calidad; gestionar empresas exitosas y lograr su sustentabilidad social, económica y ambiental.¹²⁴

¹²⁴ Gerardo Kloss, *Antologías. Historia, diseño y edición*, México, UAM, 2013, p. 190.

Por ello, la enseñanza del diseño editorial sugiere un enfoque ya no sólo multi e inter, sino transdisciplinario. La educación superior permite una comprensión en cuanto a la índole laboral, sin embargo, su implementación al mundo real puede diferir cuando sólo implica resolver situaciones meramente de diseño gráfico con casos ficticios. La universidad requiere establecer un aparato crítico más dotado hacia una correlación entre el sentido académico y profesional del diseño y la edición, generando un particular perfil.

De las dos instituciones analizadas en el Capítulo 2, es perceptible que una de ellas pareciera tener más claros los enfoques, los modelos de aprendizaje y la ejecución en sus programas de enseñanza. Sin embargo, ambas universidades (según los datos recabados) necesitan un reajuste, una actualización corres-

pondiente a tiempos más contemporáneos. Idóneamente, será óptimo, además, incluir dentro de su aprendizaje el entorno de las competencias transversales.

Rafael Tejeda, en su artículo «Las competencias transversales, su pertinencia en la integralidad de la formación de profesionales», retoma referencias contemporáneas, sobre el término. Sostiene:

¹²⁵ Rafael Tejeda, «Las competencias transversales, su pertinencia en la integralidad de la formación de profesionales», en *Didascalia: Didáctica y Educación*, Dialnet, No. Extra 6, julio 2016, España, p. 210, <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6672964> [Consulta: enero de 2024].

Las competencias transversales son un tema recurrente y de mucha actualidad en la educación superior, las que le dan un sentido especial a la formación de los profesionales en aras de lograr un desempeño idóneo y auténtico para satisfacer las demandas de la sociedad moderna.¹²⁵

Éstas sirven para el desarrollo de la personalidad, la adquisición de la autonomía y el aprendizaje de la vida social: la responsabilidad, el respeto de las reglas, la tolerancia, la cooperación, el saber escuchar y la sensibilidad estética, y algunos más. En tal sentido, Tejeda genera una lista de competencias transversales las cuales deberían ser tomadas en cuenta para la formación y fortalecimiento de profesionales, y con ellas ser capaces de liderar o trabajar en equipos multi, inter y transdisciplinarios, así como crear espacios de negociación, identificar y solucionar problemas, realizar emprendimientos, tener actitud ética y proactiva, manifestar autonomía y autocontrol, usar las tecnologías de la información, saber gestionar el tiempo y recursos, tener interés por aprender a aprender, así como comunicarse asertiva y respetuosamente.¹²⁶

¹²⁶ *Ibid.*, pp. 212-220.

Los contenidos transversales son aquellos temas no precisados en las diversas asignaturas, pero sí transmitidos, consciente o inconscientemente por el educador en el mismo acto de enseñar.¹²⁷ Es necesario incluir, además del aprendizaje de asignaturas con contenidos disciplinares, las competencias en la educación, las cuales proveen un enfoque integral hacia otros aspectos estrechamente ligados al «saber hacer», al «saber ser» y al «saber estar». Según los expertos, éstas son importantes de considerar para la formación profesional de los estudiantes. Y pueden ejercitarse, por ejemplo, al propiciar un mayor acercamiento entre empleadores y futuros egresados, así los jóvenes conocen y practican algunas de las competencias transversales por medio de su relación con otras formas de organización y campos de acción, acompañados del asesoramiento del profesor.

¹²⁷ *Idem.*

La persuasión, la adaptabilidad; inclusive, la administración del tiempo, son algunas de ellas. La interacción entre diferentes disciplinas, fortalece y flexibiliza las destrezas genéricas, convirtiéndose en instrumentos muy valiosos. En realidad, se busca en el estudiantado una sensibilidad a necesidades tangibles del medio y no al contrario, que el medio se adapte a ellos.

Estas posibilidades conceden al futuro graduado la reducción de incertidumbre, porque estará aplicando lo aprendido en situaciones reales. No se niega el hecho que desde el aula sea posible; sin embargo, esto queda en lo ficticio y no en el quehacer real.

La edición es un campo naturalmente transdisciplinario. Hacer realidad un libro, revista o periódico requiere la colaboración de expertos en muchos ámbitos diferentes. Entre ellos: la calidad de los textos; las reglas, alcances y límites del lenguaje; las estructuras narrativas y argumentativas; la decisión de qué decir, cuándo, dónde, cómo y a quién; los riesgos económicos de vender cultura; la protección o el abuso de los derechos del autor; la tipografía como signo lingüístico y a la vez plástico; los órdenes posibles del espacio escénico que llamamos «página»; los caprichos de la celulosa y la magia de las imprentas; e incluso de la logística de distribuir productos tan frágiles al maltrato como en una vidriería, perecederos en el tiempo como en una pescadería y tan irremplazablemente específicos como en una farmacia. Una editorial no sólo emplea diseñadores, sino también egresados de letras, lingüística, comunicación, periodismo, informática, mercadotecnia, administración, derecho y muchas otras profesiones y oficios.¹²⁸

¹²⁸ Gerardo Kloss, 2021, *op. cit.*, p. 306.

Dice Piccolini, «Ahora bien, ¿se necesita la contribución de tantos profesionales en el proceso de la edición? ¿No es riesgoso que intervengan tantas manos en un mismo proyecto? El problema no es dividir las tareas, ya que cada una de ellas requiere de las competencias de un especialista [...], el problema es que estas tareas no estén organizadas en un proceso coherente y, al mismo tiempo, atento a los detalles.»¹²⁹

¹²⁹ Piccolini, 2019, *op. cit.* p. 206.

¿Qué es más importante? ¿Autor, texto, corrección, aparato crítico, tipografía, diseño, ilustraciones, impresión, encuadernación, precio, punto de venta? Todos. Depende a qué agente se le pregunte. El editor tiene una difícil posición

de autoridad central, obligada a negociar hasta la mejor realización posible de un concepto.

Para los diseñadores editoriales en formación, la invitación es abrazar temas como: aspectos legales, gestión empresarial, mercadotecnia, comunicación, lingüística, por mencionar algunos. En las universidades, la cátedra de la elaboración del contenido dentro de un soporte sigue siendo (primordialmente) la típica de hojas impresas.

Las maneras y métodos pedagógicos los dirige cada profesor dentro de su módulo o asignatura. Lo valioso recae en hilar contenidos, formas de comunicación, de presentar proyectos pertinentes y llevarlos a la práctica, desde la realidad profesional.

Los editores entrevistados consideran poco posible que un diseñador «genérico» sea capaz de entender lo que un egresado de la orientación de diseño editorial (o edición gráfica) comprende; aún con todos los «huecos» de conocimiento al egresar.

La interrogante es si, al ahondar en los temas anteriores ¿el ámbito educativo puede detonar en profesionistas mejor preparados, quienes entiendan la generalidad de los problemas que enfrenta la industria editorial y sean capaces de contextualizarlos? No es una pregunta de fácil respuesta. Quizá un diálogo más permanente y directo entre los actores del medio académico y los actores del medio profesional generarían propuestas necesarias para mejorar la enseñanza de los estudiantes. Una iniciativa de este tipo podría alentar no sólo la preparación de profesionistas mejor perfilados para la industria editorial, sino traería a la academia enfoques más puntuales sobre los escenarios diversos para la orientación.

Esta iniciativa puede ser polémica y difícil de poner en práctica. Para empezar se necesitan expertos en temas insertos dentro de otras licenciaturas. Quizá la estructura administrativa conformada por la UAM Unidad Xochimilco permite incorporar a profesores de diversas disciplinas al cuerpo académico de la licenciatura de Diseño de la Comunicación Gráfica (abogados, administradores, mercadólogos, contadores, literatos, etcétera); mientras para la licenciatura en Diseño y Comunicación Visual de la FAD, quizá sea menos factible integrar a la planta docente profesores provenientes de otras licenciaturas.

A continuación se hace un breve listado de temas a integrarse en los saberes de nivel licenciatura o, si ya están incluidos dentro de los mapas curriculares, reiterar la importancia de llevarlos al campo académico, y no «sólo tocarlos de pasadita», pues son conocimientos realmente relevantes para la formación universitaria.

De ninguna manera entiéndase esto como una lista exhaustiva. En realidad sólo es un boceto del camino hallado a partir de la información recabada en esta investigación, sin ningún ánimo de ofertar verdades absolutas.

¹³⁰ Equipo editorial, Etecé, «Administración», en Concepto.de., 16 de septiembre de 2016, Argentina, <https://concepto.de/administracion/> [Consulta: junio de 2024].

CLASES DE ADMINISTRACIÓN. La administración es una ciencia social cuyo interés se centra en las organizaciones humanas, así como en las técnicas y procedimientos disponibles para la planificación, organización, dirección y control de recursos, en pro de obtener de ellos el mayor beneficio posible. Hay muchas definiciones de la administración, dependiendo de las perspectivas empleadas para estudiarla.¹³⁰

El diseño editorial claramente es un área de mucha planificación, organización, dirección, costos y presupuestos. Los estudiantes deben comprender y aplicar conceptos de administración para aprovechar al máximo lo sustancial en las complejas tareas organizacionales del campo editorial y, así, contribuir a la creación de una cadena de valor. El alumno, o mejor dicho, el futuro egresado debe relacionarse con asuntos administrativos para el desarrollo de los proyectos, de lo contrario quedará rezagado en ciertas competencias, impidiéndole potenciar sus alcances; como generalmente sucede, quedará encasillado en las cuestiones «artísticas».

Estudiar el diseño editorial desde su lugar en la administración dará como resultado un egresado vinculado al ejembre editorial, pero no desde la subordinación a los designios de estos saberes; tendrá propósitos, motivos y objetivos mejor delimitados.

El estudiante debe entender la importancia de la organización de proyectos, de recursos humanos, sobre planes de distribución, elaboración de diagnósticos, medidas de eficacia organizacional, administración de los medios, diseño de estructuras de negocio, cronogramas, realización de presupuesto. Y con todo ello, garantizar el mayor beneficio para lograr el cumplimiento de cada proceso. La

apuesta permitiría realizar el diseño editorial desde una perspectiva de proyecto ejecutivo y no desde un ejercicio escolar.

¹³¹ Rubén Sahagún, «Diseño mexicano en empresa mexicana. Caso: Rotoplas», en *Dos mundos del diseño. Formarse en diseño y ganarse la vida diseñando*, coords. Francisco Gutiérrez y Jorge Rodríguez, México, UAM, 2021, p. 299.

¹³² Gerard Unger, *¿Qué ocurre mientras lees? Tipografía y legibilidad*, Campgràfic, España, 2012, p. 175.

Si existiera el ejercicio desde la academia en donde se pudieran trabajar los contenidos en conjunto con las empresas o las instituciones públicas, habría una claridad de la relación de la teoría y práctica, y se reduciría la brecha entre lo que se hace y lo que se enseña.¹³¹

CLASES DE LECTURA Y REDACCIÓN. «¿Para qué sirve leer?» La lectura no es un fin en sí mismo, sino un medio para adquirir conocimiento y experimentar múltiples cosas a través de la lengua, explica Unger. Este ámbito es fundamental.¹³²

En este medio es indispensable insentivar «buenos lectores», la intención es ir más allá de saber sobre qué tipografía es más legible o cuál transmite mejor el contexto de un libro, revista, periódico o *ebook*. Es sobre todo comprender el contenido, el ambiente, la intención y, a partir de ello, puedan comunicar su esencia de la manera más integral posible.

No sólo es diseñar un contenido sobre un soporte, sino conocer bajo qué contexto se ha escrito. No sólo es lograr una buena portada, sino conocer del escritor, «saber de escritores»; ni qué decir acerca de entender géneros literarios.

La mayoría de los programas académicos de diseño editorial están más ocupados en proveer a los estudiantes temas de motivación gráfica que pierden de vista la inclusión de conocimiento sobre distintos contenidos, autores, colecciones, estilos literarios, redacción de textos, criterios ortográficos... y si fuese posible, estudiar catálogos de algunas editoriales o platicar con editores y autores. Esto contribuiría a un perfil de egreso más calificado, redituando en un rol más participativo y cercano a la germinación de proyectos.

Lo anterior no sólo les compete a los estudiantes de la licenciatura en Letras. Tampoco se está sugiriendo preparar al alumnado para convertirse en destacados literatos (no se descarta la posibilidad); pero más bien se trata de equiparlos desde diversas áreas o disciplinas con las cuales puedan afrontar el enjambre editorial desde distintas aristas, permitiéndoles consolidar su cercano trabajo con el editor y sacar a la luz proyectos desde un eje más transversal.

Hay un número considerable de alumnos de diseño editorial que presentan poco interés por ser lectores asiduos de textos inmersivos. Seguramente leen,

pero quizá lo más consumido son textos breves de lectura rápida, generalmente en redes sociales.

Si el alumno no se ejercita en la lectura, ¿cómo pretende ser un profesional al momento de diseñar cierto tipo de textos? Definitivamente debe involucrarse en los contenidos. Señala Kloss, «no sólo es una cuestión gráfica: también hace falta ser un buen lector, leer mucho y escribir bien [...]».¹³³ La creatividad y la búsqueda de nuevos lenguajes son parte de cada proyecto. La investigación y todo el proceso mental generado al momento de leer y escribir, desemboca en soluciones más nutridas y enfocadas.

Ahora bien, estos mismos alumnos requieren escribir correctamente; saber expresarse por escrito a través de una redacción clara y una ortografía adecuada. Este conocimiento debe fomentarse durante toda la carrera, no únicamente dejarlo al tronco común. Necesitan estar en una constante práctica, provistos de trabajo continuo, ambientarse. A muchos les es difícil y, en ocasiones, hasta tortuoso.

Contrario al lenguaje hablado, el lenguaje escrito tiene posibilidades más modestas, aunque propias y suficientes para indicar, por ejemplo: una pausa, una duda, una interrupción, un énfasis, una interrogación y otros. Escribir, refiere Unger, permite rebobinar, cambiar o desarrollar; incluso, eliminar. Se apoya en los medios de la tipografía para darse a entender mejor. Así, los signos de interrogación, las exclamaciones, los paréntesis, las comillas, las cursivas, los acentos, etcétera, ayudan a ello.¹³⁴ La industria editorial poco se tomará en serio a un diseñador editorial quien ni siquiera acentúe correctamente, no es alguien confiable.

CLASES DE ASPECTOS LEGALES. Desde el punto de vista de esta investigación, los aspectos legales son uno de los temas más alejados de los cimientos para un estudiante de diseño editorial a nivel licenciatura. La consideración de estos temas pasa desapercibido al momento de elaborar los mapas curriculares.

¿Por qué es sustancial para el estudiantado conocer sobre la protección legal a la propiedad intelectual? ¿Será que no se trata, únicamente, de elegir un texto, diseñarlo y ya? ¿Qué pasa cuando un proyecto proviene de la «originalidad» o cuando se gesta desde un sustento elaborado anteriormente? En otras palabras, ¿qué justifica la existencia de este tipo de temas durante la formación de los jóvenes universitarios del área de diseño de la edición? Al fin y al cabo, para

¹³³ Gerardo Kloss, 2021, *op. cit.*, p. 311.

¹³⁴ Gerard Unger, 2012, *op. cit.*, p. 178.

ello existen en México programas de posgrado enfocados a analizar todo desde un perfil más amplio.

Nuevamente, el primordial interés no es capacitar a la máxima potencia al alumnado sobre aspectos legales; pero sí formar egresados conscientes de la importancia, en estos días, de tener una perspectiva jurídica dentro del derecho de propiedad intelectual. En definitiva es un área poco abordada, y realmente todo proyecto editorial lo requiere.

En el sentido más estricto, el derecho de autor está muy ligado a temas inmersos dentro del ámbito editorial. Por ejemplo la tipografía elegida para trabajar, las ilustraciones o fotografías requeridas para tal publicación, e incluso los textos como elemento más «primigenio» (fruto de actividades intelectuales altamente expresivas, tales como las novelas, o fruto de actividades menos expresivas, como la investigación científica). Todo ello requiere de conocimientos sobre aspectos de la propiedad intelectual.

Es justo destacar el derecho de autor como un derecho humano. La Declaración Universal de Derechos Humanos de la Organización de las Naciones Unidas (ONU), en su artículo 27.2 establece: «Toda persona tiene derecho a la protección de los intereses morales y materiales correspondientes por razón de las producciones científicas, literarias o artísticas de que sea autora». Como explica Óscar Solorio, en algún momento Kant y Hegel desarrollaron un pensamiento en relación con los derechos de autor considerando la protección legal el resultado del trabajo de autores e inventores, quienes legítimamente deben ganarse no sólo el respeto, el honor y la admiración de la sociedad, sino también dinero del público mediante la venta de copias de su trabajo.¹³⁵

Los derechos de autor se dividen en intereses económicos (derechos patrimoniales) y derechos personales (derechos morales). Los alumnos con esta información sabrán por qué es importante elegir una tipografía libre de derechos o no, lo mismo respecto de las imágenes a utilizar, así como los textos propuestos para trabajar, o bien, si van a realizar una publicación de autoría propia. Es necesario saber qué es lo básico y necesario para elaborar un contrato, sin ignorar la responsabilidad legal para todo ello. No se trata de dominar el tema, simplemente se apela a ubicar las características y necesidades de cada proyecto dentro de este entorno. Todo sea por atender las exigencias legales en el ámbito de creación, producción, desarrollo y formalización de productos editoriales.

¹³⁵ Óscar Solorio, *Derecho de la propiedad intelectual*, Oxford, México, 2015, pp. 43 y 44.

El negocio editorial se desplaza hacia la gestión de los flujos de una nube de partículas dispersas, dejando de ser una cadena lineal [...] Quizá este problema se relacione con la pérdida de lectores y la dificultad para formar lectores nuevos, quizá no. Pero sin duda se está detrás de la precarización laboral de los propios trabajadores del sector editorial, que idealizan pero no logran sistematizar la confusión que reina en las funciones reales de cada perfil de puesto.¹³⁶

¹³⁶ Gerardo Kloss, 2021, *op. cit.*, p. 313.

CLASES DE DISEÑO DIGITAL. El mundo editorial conserva su estatus dentro de la sociedad y, a pesar de su ardua tarea por mantenerse «vigente» como productor de cultura (frente a la demanda del público consumidor), reconfigurar la enseñanza desde las universidades en el ámbito digital es confrontar la disciplina del diseño desde un *corpus* de conocimientos teóricos, técnicos y del vínculo con otros saberes, usados para lograr nuevos enfoques a fenómenos y problemas. La naturaleza de una formación universitaria de calidad es integral; todo profesor experimentado lo debería saber, trasciende una mera educación técnica orientada hacia las necesidades del mercado, esto se ha vuelto difícil de entender ante el creciente utilitarismo que prevalece en la sociedad.

Actualmente se reconocen nuevos énfasis en el trabajo del diseñador editorial. Someter la enseñanza de los jóvenes al interés del mercado es una tendencia que demerita el sentido de la educación universitaria, desafortunadamente se da un valor exorbitante a los asuntos tecnológicos en ciertas instituciones académicas.

La revolución informática supone ser alfabetizado, las clases medias tradicionalmente lo han sido. Para sobrevivir en la era de la información, se necesita estar alfabetizado en múltiples lenguajes y códigos (orales, escritos, visuales, audiovisuales, cibernéticos y en lenguas extranjeras). Por lo tanto, debe ser un derecho conocer estos lenguajes y estar educado para comprender su significado social [...]. Vista desde esa perspectiva, el diseño [editorial] tendría que ser una práctica pedagógica orientada a educar y formar ciudadanos capaces de sobrevivir en la sociedad global, informatizada e hipermediatizada.¹³⁷

¹³⁷ Mauricio Andión, *Universidad Nodo. Modelo para la formación de comunicadores en la era digital*, México, UAM, 2019, p. 46.

¹³⁸ Franciso Gutiérrez y Jorge Rodríguez, «Reflexionar desde el enfoque sistémico la correlación formación-ejercicio profesional», en *Dos mundos del diseño. Formarse en diseño y ganarse la vida diseñando*, coords. Francisco Gutiérrez y Jorge Rodríguez, México, UAM, 2021, p. 54.

¹³⁹ Gerardo Kloss, 2021, *op. cit.*, p. 315.

¹⁴⁰ *Ibid.*, p. 315.

Desde la perspectiva sistemática, por ejemplo, al diseño de experiencias se le pueden cuestionar aspectos tan elementales como son, ¿qué valor tiene disfrutar de experiencias significativas de minutos? ¿cuál es la contribución concreta del «diseño de experiencias de usuario» en la realización personal integral?¹³⁸

Por mencionar un ejemplo, en las entrevistas, los alumnos indicaron haber adquirido conocimiento tecnológico a través de tutoriales o cursos externos a la licenciatura. Acerca de los profesores, refirieron no están actualizados y por ende parte de su preparación resulta afectada, sobre todo cuando se trata de salir a buscar empleo. Los contratantes solicitan capacidades las cuales no se aprendieron en la universidad. Al respecto, si bien es cierto, tanto profesores como estudiantes señalaron lo imposible de aprender todo en la licenciatura, y más hablando de tecnología (la cual avanza a pasos agigantados), las nuevas generaciones requieren destrezas digitales.

La industria editorial no desaparecerá, pero debe reconvertirse y reemplazar su modelo de «cadena» de perfiles fijos, enfocada a la reproducción de objetos físicos, por algo más parecido a una «nube» o a un «enjambre» de productores-consumidores. Esto hace urgente redefinir las competencias de los diseñadores y gestores de estas nubes hacia las labores de filtraje, curaduría, diferenciación y amplificación de contenidos, relatos y discursos.¹³⁹

Así, la lista podría continuar con clases de marketing, estudio de audiencias, distribución, ventas, promoción y difusión, comercialización y más. Desde este enfoque cualquier otra disciplina o área de conocimiento relacionada será oportuna; la exploración es importante para llegar al resultado final. Es muy probable que Michael Bhaskar se esté refiriendo a toda esta sumatoria cuando habla de «enmarcar» los contenidos.

Si las cosas siguen por este camino no moriremos de hambre, pero veremos un paisaje profesional muy distinto del que conocemos. Y si le hacemos caso a Stevie Marsden, de la Universidad de Leicester, es probable que dentro de pocos años desaparezcan las escuelas de diseño, periodismo, publicidad, comunicación, marketing, literatura, informática, artes, cine, música y teatro, para fusionarse en unas futuras, fuertes y muy prósperas Facultades de Economía Cultural.¹⁴⁰

A modo de comentario final

Las propuestas pedagógicas son acciones planificadas que tienen como propósito facilitar la adquisición de conocimientos significativos y duraderos para el estudiante. Su intención es fomentar habilidades cognitivas avanzadas como el análisis, la reflexión y la resolución de problemas; depende del profesor colocar al alumno en un rol protagonista de su propio aprendizaje, alejándose de la enseñanza vertical, virando hacia la horizontalidad.

El proceso de enseñanza-aprendizaje es construido por profesores y estudiantes, y esto se proyecta a través de modelos educativos planteados por cada institución, modelos como el constructivista, el modular, el situado (por mencionar los descritos en esta investigación), cuya efectividad radica en el diseño de actividades para realizar con los alumnos.

Un docente experto estructura y gestiona su saber proveyendo entornos específicos con el fin de potenciar el aprendizaje, planificando estrategias de trabajo a través de ejercicios iterativos de prueba y error con el fin de estimular el pensamiento crítico y propositivo, en este caso no sólo de las competencias gráficas sino de las habilidades blandas, como el liderazgo, la creatividad, el trabajo colaborativo en distintos niveles de gestión. También es de suma importancia incorporar dentro del proceso de enseñanza del diseño editorial disciplinas como administración, derecho, lectura y redacción, ventas, marketing; siempre bajo un contexto multi, inter y transdisciplinario.

Existe una línea delgada entre el *debe ser de un diseñador*, frente al *debe ser de un editor*. En cualquiera de las dos áreas el interés es prefigurar un producto, definir su forma de producción, distribución y consumo; todo, dentro de este enjambre de circuitos donde se entretajan el *diseño* y la *edición*.

Con base en los datos recopilados en esta Idónea Comunicación de Resultados, se reafirma la importancia de integrar en los planes de estudio (a nivel licenciatura) un beneficio mayor para la comunidad estudiantil; estudiar y enseñar la edición, y el diseño desde sus distintas aristas. Un reto en constante cambio.

Los planes de estudio universitarios deben estructurarse con el fin de atender las necesidades reales de la sociedad y su contexto cultural. Para lograrlo se requiere generar un balance entre teoría, práctica y el uso de la tecnología. Todo a través de la gestión de productos de diseño a partir problematizar el trabajo por proyectos en colaboración con el mundo real. Fundamentado, así, los siguientes pilares:

- Pertinencia: Responder a las necesidades sociales y al contexto cultural
- Formación integral: Equilibrar la teoría con la práctica mediante el trabajo por proyectos, integrando el uso de tecnología en su ejecución
- Competencias: Fomentar la innovación, emprendimiento y creatividad
- Desafío: Colaborar con el campo editorial real

Conclusiones

En distintos medios —como libros, investigaciones, redes sociales, incluso en cursos y talleres del campo editorial—, se observa la intención por mantener en un alto valor el nivel de profesionalización del diseñador editorial, no devaluando ni demeritando su labor. Sin embargo, en la práctica es común encontrar situaciones las cuales minimizan o limitan el ejercicio profesional, restringiendo su participación a la de un ejecutante.

Por un lado, los empleadores perciben al diseñador editorial como ese ser con talento y educación visual, apto para representar ideas gráficamente, gracias al manejo de las herramientas tecnológicas. Es capaz de plasmar solicitudes y perspectivas indicadas por alguien más, acotando su participación (en la vida laboral) únicamente al cumplimiento de ideas, sin reconocerle ninguna otra habilidad más allá de su enfoque estético.

Por otro lado, el reto para los profesores es considerar al futuro profesionista del diseño editorial, como un gestor, un estratega, quien implemente propuestas durante el desarrollo de proyectos integrales de comunicación; es cierto que mucho de esto depende de los objetivos de las universidades, de sus planes de estudio, de los tiempos de enseñanza y de la capacidad del profesor para impartir el aprendizaje.

Una parte del estudiantado manifiesta cierta frustración porque pareciera su valía está delimitada por la capacidad técnica que tiene de los programas de diseño, específicamente, de diseño digital (saberes con los cuales no egresan); mientras otra parte dijo haber comprendido que su valía no radica en resolver técnicamente un producto, sino en todo el proceso que conlleva al resultado.

Es posible corroborar estas percepciones gracias a las entrevistas otorgadas por profesores, contratantes y estudiantes, en donde cada uno habló desde su experiencia.

Por su parte, aunque los editores procuran dirigir las condiciones visuales y formales de cada proyecto (desde su autoridad a partir de su capital simbólico

y experiencia), lo cierto es que trabajan muy de cerca con los diseñadores, de quienes reconocen sus capacidades y habilidades, estéticas y compositivas en aspectos de conceptualización, uso de tipografías, manejo del *software* especializado, entre otras. Sin embargo, es evidente la poca injerencia otorgada en otras partes del proceso editorial. La formación de un diseñador editorial no sólo se reconoce en la capacidad de plasmar y conceptualizar gráficamente, sino en su capacidad de analizar y ejecutar, comentan los editores entrevistados. Consideran a este profesionista un elemento de valor para los proyectos liderados.

Gracias al análisis comparativo también se observaron las diferentes maneras de llevar la enseñanza entre la Facultad de Artes y Diseño y la Universidad Autónoma Metropolitana Unidad Xochimilco.

La FAD es un espacio con un relevante peso debido a su historia de siglos. Existe un respaldo importante tras ella, por ser al día de hoy la institución encargada de la enseñanza de las artes y el diseño en la máxima casa de estudios, la Universidad Nacional Autónoma de México. Al día de hoy la Facultad debe lograr una mejor fundamentación en su actual plan de estudios, pareciera no haber suficiente claridad en su modelo educativo, sus objetivos son inconsistentes respecto a la forma de llevarlos a la práctica. La manera en cómo están segmentadas las orientaciones y el «individualismo» con el que se llevan a cabo los proyectos entre asignaturas impide desarrollar la enseñanza a través de un eje interdisciplinario y transdisciplinario, transversal.

Otro aspecto observable es la falta de construcción de proyectos donde se trabaje con clientes reales, siendo esto un factor decisivo para el desarrollo de mejores competencias, tanto profesionales como personales, pues la interacción con el cliente complejiza la metodología y vuelve mucho más nutrido el proceso de aprendizaje. También se resalta el tipo de enseñanza y evaluación la cual se objetiva cuando el peso recae más en el proceso mismo del planteamiento y no tanto en la entrega del producto gráfico.

Por otro lado, la UAM Unidad Xochimilco presenta una mejor claridad en su modelo educativo, pues los tres maestros entrevistados explicaron ideas similares en cierto momento de la charla, sin siquiera preguntarles. Sus objetivos los llevan a cabo mediante una estructura bien definida, y entendida por los profesores, lo cual permite desarrollar de manera más efectiva las habilidades necesarias para el pensamiento integral de los alumnos, sobre todo en la etapa

de profundización, pues es a través de un proyecto eje que logran validar la factibilidad y el grado de intervención del diseño dentro de la sociedad; tal es el caso de la revista *Espacio Diseño* (por mencionar un ejemplo), o a través de la solicitud de algún cliente propuesto por el profesor o por el alumno, procurando en todo momento una enseñanza interdisciplinaria.

Su manera de evaluar resulta interesante. Durante un trimestre (duración de cada módulo) el proceso de enseñanza-aprendizaje gira alrededor de un trabajo central —éste puede ser multi, inter e, incluso, transdisciplinario (aunque este último es sobre todo en el tronco inicial y de manera más profunda en el posgrado)—. A partir de ello se valora todo el proceso. Desde su problematización hasta el planteamiento del proyecto. La evaluación se hace de manera conjunta, es decir, si en alguno de los apoyos (como se denomina a cada asignatura) se considera el trabajo no cumple con las especificaciones requeridas, entonces está «incompleto» y «reprueba» todo el módulo; sin embargo, hay una prórroga donde el objetivo es mejorar la entrega según las recomendaciones recibidas y, posteriormente se vuelve a presentar para reconsiderar la evaluación.

Mientras siga existiendo un desfase entre los planes de estudio y la práctica profesional, seguirá habiendo una percepción débil y condicionada por parte de la sociedad y de las corporaciones contratantes respecto a los alcances que un diseñador editorial puede aportar. La construcción *light* del diseño es un extravío del verdadero propósito y función de éste dentro del enjambre editorial. El fin esencial debería ser la construcción de un profesional especializado como pieza clave para el enriquecimiento del diseño de una edición en este circuito de la industria editorial.

Ejercitar el pensamiento crítico de los futuros profesionales es un gran reto y una labor constante dentro de los procesos de enseñanza-aprendizaje. Siendo los talleres una influencia primordial para ello, porque es en el aula donde deberían generarse experiencias cercanas, completas y consistentes, semejantes a la realidad laboral. Si esto no sucede, los alumnos seguirán concibiéndolo que egresan para desarrollar productos gráficos bien elaborados y ejercitándose sólo para trabajos escolares, sin terminar de entender la importancia de la suma de los procesos editoriales y sus complejidades. Ello fragmenta su posición entre la cultura escolar y la editorial, lo cual impide permear en puestos de mayor responsabilidad.

El perfil y la experiencia profesional de los maestros resulta determinante para instruir el desarrollo intelectual, crítico y de habilidades cognitivas del estudiantado. El cuerpo docente debe estar preparado y motivado para enseñar de manera significativa. Entre más seguridad y experiencia tengan quienes lo conforman en su área de conocimiento podrá transmitir de mejor manera el ejercicio práctico y teórico —vehículo indispensable para el aprendizaje—. Es necesaria su constante actualización. El profesor sigue siendo una pieza clave para el fortalecimiento del futuro egresado.

Hay una disparidad de saberes tecnológicos entre la escuela y los profesores, respecto a los alumnos y lo solicitado por los contratantes. Los estudiantes refirieron salir muy inseguros en esta área al finalizar sus estudios, pues comentan actualmente las empresas solicitan no sólo experiencia en paquetería «básica», sino en paquetería para publicación digitales. Es cierto, el estudiantado de la UAM-X está consciente que a pesar de no egresar con las herramientas suficientes en este aspecto, las van a saber usar o las llegaron a aprender a través de sus experiencias laborales o por sí mismos. Mientras los alumnos de la FAD, aunque también han buscado por sus propios medios dichos conocimientos, consideran es responsabilidad de la planta docente mantenerse actualizados.

Tanto lo teórico como lo tecnológico son sumamente importantes; no se trata de argumentar cuál requiere mayor atención. Se constató la teoría tiene mucha más relevancia y peso frente a los aspectos técnicos; sin embargo, en esta profesión ambas partes tienen su razón y valor, no es sencillo lograr un punto de equilibrio. Se necesita encontrar la manera de construir nuevos caminos para el aprendizaje en dicho aspecto.

Del comparativo de los mapas curriculares con otros afines, lo más destacable es la relevancia otorgada por la mayoría de las esucelas hacia lo gráfico por encima de otros temas alrededor del ejercicio laboral, manteniendo un enfoque de salida técnica, más allá de una formación superior. A pesar de ser una minoría, sí existen entidades las cuales buscan fomentar un ciclo de aprendizaje más completo durante el paso del alumno por la licenciatura. Y no sólo eso, sino promueven y vinculan el relacionarse con el campo laboral. Tal es el caso de la UAM-X, quien practica de manera casi obligatoria (al menos en la etapa terminal) el contacto con el ámbito profesional; mientras en la FAD eso se encuentra poco.

Otro aspecto es el nivel de investigación y profundización en la gestión del diseño, el cual está mejor focalizado en los estudios de posgrado.

El perfil de las universidades internacionales seleccionadas (tanto a nivel licenciatura como de estudios posteriores) propone un modelo educativo de investigador-creativo, consideran dentro de sus procesos de enseñanza técnicas y materiales tradicionales, así como digitales con los últimos desarrollos tecnológicos. Su plan de estudios se enfoca en la investigación e innovación, así como en la solución de problemas del mundo actual, ello a través de una sólida formación social y cultural. Plantean conocimientos literarios, de mercadeo, legislativos, hablan de consultoría y de la creación editorial como negocio, pero también como cultura, del cambio de las mentalidades a través del *diseño de la edición*. Esto sí lo contemplan algunas entidades extranjeras (como la Universidade deSão Paulo), quizá poco a poco se llegue a incorporar esta misma perspectiva en otras latitudes, implementándose cada vez más en diversas escuelas de diseño en México.

En perspectiva, para materializar un currículo nutrido, capaz de responder las necesidades existentes de un mundo, amplio y ambiguo, se requiere de la participación permanente de múltiples especialistas quienes hagan de él una construcción con posibilidades creativas, efectivas, consistentes y eficientes. Dichos especialistas habrían de fortalecer la planificación de un plan de estudios sin dejar cabos sueltos, información abstracta, aplicaciones ambiguas; al contrario, debe ser muy específico, incluso, no sólo en su manera de trabajar sino en su manera de evaluar. Queda pendiente la consideración para construir procedimientos consistentes de evaluación cuyos resultados proporcionen información sobre el impacto de la praxis del diseño más allá de las aulas.

El énfasis reiterativo en el rol de los maestros debe basarse en un planteamiento sólido, evitando la generalidad y teniendo claridad en los objetivos por cumplir y en el cómo lograr la materialización de los mismos. Los profesores requieren asumir y reconocer su responsabilidad como agentes de cambio dentro del ámbito de la enseñanza. Muchos teóricos del diseño de currículas y de la pedagogía tienden a establecer sus propias concepciones de la educación de una de manera generalizada, pero existen profesores quienes hacen efectivos sus métodos pedagógicos desde su interés y compromiso por la enseñanza, más allá de basarse en uno u otro método.

El propósito de escribir sobre temas pedagógicos (entre múltiples razones), es el concientizar la importancia y gran oportunidad, de los profesores, de contribuir en los procesos de aprendizaje de los futuros profesionales. Se observa, por ejemplo, en el modelo educativo de la UAM-X, es «fácil» delegar obligaciones y responsabilidades, y por ende los conocimientos no se cristalizan, detonando en una mediana contribución en la dupla aprendizaje-enseñanza, lo cual desemboca en resultados carentes de experiencias significativas y demerita considerablemente los estándares de la institución.

Sumado a lo anterior, será importante mejorar o actualizar los planes de estudio, suscribir fundamentos a situaciones cuyas necesidades, intereses y exigencias den cuenta de los actores en este círculo virtuoso (desde estudiantes, docentes, editores, expertos curriculares y, por supuesto, expertos de las disciplinas). Esto permitiría la formación de un cúmulo de información la cual equilibre lo requerido por la industria, según los cambios sociales, y la aportación de la universidad, como este importante agente de cambio.

Como en toda disciplina, el reto es atender y comprender las competencias de las nuevas generaciones; más allá de los avances tecnológicos, se trata de comprender los procesos de cambio generacionales vividos en la sociedad y desde lo individual. Es fundamental aprender a debatir asertivamente con especialistas de otros campos y ser empáticos al trabajar en equipo y bajo presión. Todo apunta a considerar la relevancia de la llamada inteligencia emocional, la cual se ha convertido en una de las claves para adaptarse a las exigencias laborales. A esto se sumaría la integración de conocimientos de diversas áreas para lograr soluciones en el diseño de una edición; aun cuando pareciera los libros se vuelven un bien intangible, la vida editorial deberá ajustarse al rigor de cambios a los cuales siempre se han sabido adaptar, bajo circunstancias de resistencia, pero aprendiendo a sobrellevarlos.

Por otro lado, queda en el tintero la propuesta de Fuentes y Kloss acerca de replantear la enseñanza del diseño editorial desde la perspectiva del diseño de la edición, en donde se pide a las universidades indagar maneras de profundizar en el campo hacia un enfoque mucho más completo, concibiendo distintas formas de entender y enseñar el diseño y la edición. Plantear al *diseño editorial* desde un panorama más completo, es decir, desde la edición y las diversas disciplinas que la acompañan.

Otro caso interesante es el de la Universidad Iberoamericana-Ciudad de México, la cual ha reestructurado su oferta educativa y pareciera haber superado lo «gráfico» para dar paso a nuevas licenciaturas enfocadas al mundo tecnológico y al diseño de experiencias: Diseño Sensorial y Dirección Creativa, son algunos ejemplos de esta iniciativa. Estos programas dan cuenta de su nueva oferta educativa, cuyos objetivos están destinados a formar profesionales quienes identifiquen oportunidades para el diseño y la experiencia de usuario. Es de llamar la atención, sobre todo porque esta fue la primera escuela de diseño gráfico en México. El tiempo dirá a qué puertos llevan tales decisiones.

Idealmente, la enseñanza del diseño editorial, una vez replanteada, debería contribuir a mejorar los paradigmas dentro del ámbito editorial, con el objetivo de ofrecer condiciones más favorables a los egresados en el campo de acción, así como la construcción de líneas de pensamiento más completo, competentes, donde la enseñanza transdisciplinar juegue un papel preponderante dentro del modelo educativo, el cual se halla mal planteado o desactualizado, aunado a la poca disposición de los docentes como facilitadores del aprendizaje.

Esta visión en prospectiva procura romper paradigmas al plantear la necesidad del rediseño de nuevos sistemas de trabajo comunitarios, más transversales, con lazos de compromiso y confianza, reconociendo los puntos por resarcir, lo contrario a la formación actual.

Glosario

¹⁴¹ Karl Maton, «Pierre Bourdieu: Key Concepts. Routledge», en *M. J., Grenfell*. Sidney, 2014, p. 49.

¹⁴² Pierre Bourdieu, In *Other Words: Essays Towards a Reflexive Sociology*, EUA, Stanford University Press, 1994, p. 170.

¹⁴³ Real Academia Española: *Diccionario de la lengua española*, 3, 22.^a ed., [versión en línea 2001], <https://www.rae.es/drae2001/edici%C3%B3n#> [Consulta: junio de 2024].

¹⁴⁴ Joan Corominas, *Breve diccionario etimológico de la lengua castellana*, España, Gredos, 1987, p. 224.

¹⁴⁵ Alejandro Tapia, *El árbol de la retórica*, <https://elarboldearetorica.blogspot.com/> [Blog, 2009].

¹⁴⁶ Gerardo Kloss, «Entre el oficio y el beneficio: el papel del editor. Práctica social, normatividad y producción editorial», en *Espacio Diseño*, No. 166, marzo-mayo de 2008, México, p. 14, <https://espacioidisenoojs.xoc.uam.mx/index.php/espacioidisenoojs/issue/view/62> [Consulta: junio 2024].

Habitus: Karl Maton¹⁴¹ comenta que el concepto *habitus* ha llegado a ser muy entendido y usado, no obstante, frecuentemente no se le ha comprendido y se ha utilizado mal; por lo cual se considera necesario aclarar a qué se refiere el término *habitus*. Son las prácticas sociales que se caracterizan por ciertas regularidades. Cómo se regula el comportamiento sin que necesariamente este sea producto de la obediencia de reglas. Bourdieu lo define como: “*as a property of actors (whether individuals, groups or institutions) that comprises a structured and structuring structure*”.¹⁴² Dicha estructura se da por nuestras circunstancias pasadas y presentes, y comprende a un sistema de disposiciones que generan: percepciones, apreciaciones y prácticas.

Edición. Según la Academia, es la producción impresa de ejemplares de un texto, una obra artística o un documento visual.¹⁴³ *Edición*, 1553. Del lat. *editio*, -onis ‘parto’, ‘publicación’, deriv. de *edere* ‘hacer salir’, ‘dar a luz’, ‘publicar’.¹⁴⁴ La edición es una labor decisiva para la formación de autonomía intelectual de una comunidad, pues en ella se seleccionan y se cristalizan los argumentos con los que esa comunidad se informa y se narra el mundo para comprenderse a sí misma y al mundo que la rodea.¹⁴⁵ Es una tarea típicamente transdisciplinaria: se hace con la concurrencia de decenas de personas, que participan desde la perspectiva de distintos oficios, disciplinas y especialidades. Es un proceso coordinado de numerosas etapas de trabajo intelectual e industrial, así como de riesgo financiero.¹⁴⁶ La edición de un texto para su publicación tiene tres fases básicas. La edición de desarrollo o edición conceptual (*developmental editing*) que aborda cuestiones generales del contenido y la estructura de una obra; incluso puede juzgar, en primer lugar, la validez de un trabajo que ha de publicarse. La edición de manuscritos o corrección de estilo (*copy editing*), busca erradicar

¹⁴⁷ Ellen Lupton, *Thinking with type: a critical guide for designers, writers, editors, & students*. EUA: Princeton Architectural Press, 2010.

redundancias, inconsistencias, errores gramaticales y otros defectos que aparecen en el cuerpo del trabajo. No se espera que el corrector de estilo o *copy editor* —que debe estudiar cada palabra y oración— cuestione el significado general o la estructura de una obra, ni que altere el estilo de un autor, sino que más bien la perfeccione y corrija. La lectura de pruebas (*proofreading*), que comprueba la corrección, consistencia, la composición y el flujo de páginas diseñadas, es la etapa final. Dependiendo de la naturaleza del proyecto y de su equipo, cada una de estas fases puede pasar por varias rondas.¹⁴⁷

Analizar las perspectivas con las que se aborda la edición resulta interesante. En principio consideremos que una de sus traducciones es ‘hacer salir’, ‘publicación’; en sentido estricto podríamos decir que todo lo que se publica es este acto de salir y tener presencia en el exterior. Bajo esta premisa entonces hay que poner atención a lo que Lupton señala sobre considerar la validez de lo que se publica, y ¿qué es validez? Que resulta consistente y se convierte en evaluable para el público, entonces la referencia más importante para considerar es el lector.

Si a la audiencia le interesa la publicación por motivos suficientes, como el tema, el diseño, los acabados, entre otros, significa que este producto tiene personalización y alto valor de traer una nueva propuesta o mejora de este. Lo que no se debe perder de vista es buscar esa capacidad de encontrar una solución, una forma distinta o creativa de proponer un “nuevo” producto. Este material será exhibido al público y se espera sea bien recibido por él. Lo anterior repercutirá necesariamente, como lo señala Kloss, en un riesgo financiero que siempre se debe tener presente.

De manera concisa podemos decir que la edición es una labor decisiva para colocarse en la memoria de la audiencia, a través del trabajo transdisciplinario de un grupo de personas, cuya labor converge en unificar la capacidad intelectual, técnica, persuasiva y laboral en favor lograr un argumento que halle cabida en la dignidad, cultura y estética de una sociedad, con el fin de hacer un mundo más comprensible.

¹⁴⁸ Edgardo López, *Glosario. Tipografía y producción editorial*, México, Editoriales e Industrias Creativas de México, 2019, p. 244.

Diseño. De conformidad con el *Glosario de tipografía y diseño editorial* de Edgardo López¹⁴⁸ el diseño puede ir desde un proyecto o plan hasta la «prefiguración de un producto [...] y la definición de su forma de

¹⁴⁹ Gabriel Martínez, Gerardo Kloss, et. al., *Diseño, tipografía y lenguaje*, México, Designio, 2007, p. 9.

¹⁵⁰ Información obtenida del sitio: <https://programas.uniandes.edu.co/blog/didactica#:~:text=La%20did%C3%A1ctica%20puede%20definirse%20como,por%20parte%20de%20los%20estudiantes> [Consulta: agosto de 2025].

¹⁵¹ Información obtenida del sitio: <https://online.anahuac.mx/contenidos-educativos/educacion/educacion-y-pedagogia-diferencias/#:~:text=La%20pedagog%C3%ADa%20es%20la%20disciplina,maestro%20y%20la%20instituci%C3%B3n%20educativa> [Consulta: agosto de 2025].

¹⁵² Información obtenida del sitio: <https://programas.uniandes.edu.co/blog/didactica#:~:text=La%20did%C3%A1ctica%20puede%20definirse%20como,por%20parte%20de%20los%20estudiantes> [Consulta: agosto de 2025].

producción, distribución y consumo», así como la «actividad de naturaleza principalmente mental y analítica, consistente en decidir el aspecto visual y físico de una obra». Esto que muestra que aun entre diseñadores no se ha podido establecer una definición común, por lo que habrá que decir que «el diseño es una disciplina cuya mezcla de teoría y práctica está en constante discusión [] parece claro que no bastan los criterios estéticos, y mucho menos los meramente técnicos, para definir el *quehacer proyectual*» [las cursivas son mías].¹⁴⁹

Didáctica. Rama de la pedagogía que se ocupa de las estrategias, métodos y técnicas para la enseñanza y el aprendizaje. Se centra en cómo enseñar de manera efectiva para lograr que los estudiantes adquieran conocimientos y desarrollen habilidades. En resumen, es el arte y la ciencia de la enseñanza.¹⁵⁰

Pedagogía. La pedagogía es la ciencia y el arte que estudia la educación y la enseñanza, con el objetivo de comprender y mejorar los procesos de aprendizaje. Se enfoca en la investigación de métodos, técnicas y principios educativos para optimizar la formación integral de las personas, considerando aspectos cognitivos, emocionales, sociales y culturales.¹⁵¹

Docencia. Se refiere a la práctica y al ejercicio de la enseñanza. Implica la labor de un docente, que es la persona que imparte conocimientos y guía a los estudiantes en su aprendizaje. La docencia no se limita a la transmisión de información, sino que también incluye la creación de un ambiente propicio para el aprendizaje, la motivación de los estudiantes y el desarrollo de sus habilidades. La docencia es una profesión compleja que requiere vocación, habilidades pedagógicas y un compromiso con el aprendizaje de los estudiantes. Es un proceso dinámico que involucra tanto al docente como al estudiante en la construcción del conocimiento.¹⁵²

La docencia abarca:

- *Planificación de clases.* Diseñar estrategias, actividades y materiales para facilitar el aprendizaje.
- *Impartición de clases:* Explicar contenidos, responder preguntas y fomentar la participación de los estudiantes.

¹⁵³ Información obtenida del sitio: https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0185-26982004000100003#:~:text=La%20docencia%20es%20un%20espacio,ense%C3%B1ar%20a%20pensar%20la%20realidad [Consulta: agosto de 2025].

¹⁵⁴ CODEIC (Coordinación de Desarrollo Educativo e Innovación Curricular) 2017. Guía Metodológica para elaborar la fundamentación de un plan de estudios, Estudios de pertinencia y factibilidad, p. 15.

- *Evaluación del aprendizaje:* Medir el progreso de los estudiantes y brindar retroalimentación para su mejora.
- *Creación de un ambiente de aprendizaje:* Fomentar la participación, el respeto y la colaboración entre estudiantes.
- *Desarrollo de habilidades:* Ayudar a los estudiantes a desarrollar habilidades de pensamiento crítico, resolución de problemas y creatividad.
- *Motivación y orientación:* Inspirar a los estudiantes a aprender y a alcanzar sus metas académicas.¹⁵³

Modelo educativo. Es la representación sobre la forma en que se desea llevar a cabo el proceso de enseñanza-aprendizaje; se sustenta en teorías y enfoques filosóficos, sociológicos, psicológicos y pedagógicos. Implica una concepción de: alumno, enseñanza, aprendizaje, docente y formación. Este modelo orienta la práctica educativa: guía las tareas de diseño, planeación, implementación y evaluación dentro de una institución.¹⁵⁴

Anexos

BASE DE DATOS DE LAS PERSONAS ENTREVISTADAS PARA ESTA
IDÓNEA COMUNICACIÓN DE RESULTADOS*

CONTRATANTES	EDITORES	
1	Coordinador de obra editorial, Trillas. Su llegada a la editorial Trillas fue en 2018.	
2	Coordinador de Comunicación e identidad institucional, UNAM. Su llegada al mundo editorial fue hace 20 años.	
3	Editor de publicaciones, Trillas. Subgerente de Traducción y Corrección Editorial. Su llegada a la editorial Trillas fue en 2005.	
4	Director de la editorial de la Universidad Nacional Autónoma de Honduras (UNAH). Su llegada al mundo editorial fue aproximadamente hace tres décadas (alrededor de su adolescencia).	
EGRESADOS	FAD-UNAM	UAM-X
1	Coordinadora de publicaciones digitales en la UNAM	Coordinador de obra editorial en Trillas
2	Diseñadora editorial en el área de marketing para una marca francesa de productos cosméticos	Diseñador y editor en diversas editoriales periodísticas
3	Editora de una editorial mexicana fundada en 1994, dirigida a jóvenes y niños	Asistente de editora en revista universitaria

DOCENTES	FAD-UNAM	UAM-X
1	Profesora hace 25 años	Profesora hace 4 años
2	Profesor hace 35 años	Profesor hace 40 años
3	Profesor hace 8 años	Profesor hace 45 años
Externo	Profesor hace 14 años	

* Entrevistas realizadas entre el verano de 2022 y el verano de 2025.

TABLA 2. ESCUELAS DE DISEÑO GRÁFICO EN MÉXICO ACREDITADAS POR ENCUADRE (2020). NIVEL LICENCIATURA			
NOMBRE	SIGLAS	ESTADO	OBSERVACIONES
Universidad Autónoma de Aguascalientes, Centro de Ciencias del Diseño y de la Construcción* Licenciatura en Diseño Gráfico	UAA	Aguascalientes	Semestre 2: Redacción y Fundamentos de tipografía; Semestre 4: Diseño editorial; Semestre 5: Diseño editorial avanzado
Centro de Enseñanza Técnica y Superior, CETYS Campus Ensenada* Licenciatura en Diseño Gráfico e Innovación Creativa	CETYS Ensenada	Baja California	Semestre 3: Diseño tipográfico; Semestre 4: Diseño editorial
Centro de Enseñanza Técnica y Superior CETYS Campus Tijuana*/1 Licenciatura en Diseño Gráfico e Innovación Creativa	CETYS Tijuana	Baja California	

NOMBRE	SIGLAS	ESTADO	OBSERVACIONES
Facultad de Estudios Superiores Acatlán, División de Diseño y Edificación*/1 Licenciatura en Diseño Gráfico	FES Acatlán	Estado de México	Semestre 4: Tipografía; Semestre 5: Creación y aplicación de la tipografía, Composición editorial electrónica, Diseño editorial, Técnicas de impresión, Optativa: Sociología y medios impresos; Semestre 6: Métodos de reproducción gráfica, Optativa: Escritura y caligrafía. Semestre 7: Aspectos legales, Optativas: Taller de medios editoriales; Semestre 9: Optativa: Proyecto de investigación editorial
Escuela de Diseño del Instituto Nacional de Bellas Artes*/1 Licenciatura en Diseño	INBAL-EDINBA	CDMX	Mapa curricular dividido en proyección y diseño en ocho niveles: nivel receptivo y resolutivo para «proyectar diseños» y autónomo y estratégico para «diseñar diseños»
Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Cuajimalpa* Licenciatura en Diseño	UAM-C	CDMX	Trimestre 1: Taller de literacidad académica; Trimestres 6-12: Optativas de orientación, Bloque V Mensajes visuales: Diseño tipográfico, Diseño editorial, Dirección y cuidado editorial; Infografía. Optativas divisionales e interdivisionales: Introducción a la experiencia literaria

NOMBRE	SIGLAS	ESTADO	OBSERVACIONES
Universidad Autónoma Metropolitana - Azcapotzalco, División de Ciencias y Artes para el Diseño* Licenciatura en Diseño de la Comunicación Gráfica	UAM-A	CDMX	Trimestre 3: Diseño de mensajes gráficos I (Signos tipográficos), Expresión del diseño gráfico I (Principios básicos de la letra); Trimestre 4: Tecnología para el Diseño Gráfico (Introducción a las Artes Gráficas); Trimestre 5: Tecnología para el diseño gráfico III (<i>Software</i> básico para el diseño); Trimestre 6: Diseño y mensajes gráficos IV (Sistemas de signos en publicaciones); Teoría y metodología aplicada (apoyo a Diseños y mensajes gráficos IV,); Gestión del Diseño Gráfico II (Desarrollo Profesional); Trimestres 10-12: Sistemas Integrales I, II, III. Práctica Profesional I, II. Oralidad y Escritura para diseñadores; Trimestres 6-12: Optativas de expresión: Caligrafía, Tipografía digital para impresos, Tipografía digital para pantallas, Temas selectos de tipografía, Infografía, Optativas de tecnología: Pre-prensa e impresión offset y digital.

NOMBRE	SIGLAS	ESTADO	OBSERVACIONES
Universidad Autónoma Metropolitana Unidad Xochimilco, División de Ciencias y Artes para el Diseño* Licenciatura en Diseño de la Comunicación Gráfica	UAM-X	CDMX	Trimestre 7: Unidad de enseñanza-aprendizaje Lenguaje de la comunicación gráfica I: Introducir al alumno al conocimiento de los métodos, técnicas y lenguajes de la comunicación gráfica en la producción editorial; Trimestres 7-9: Lenguajes de la comunicación gráfica I; Trimestres 10-12: Capacitar al alumno en el diseño, planeación y organización de estrategias para la comunicación gráfica en el área editorial de la etapa terminal, de acuerdo a las condiciones actuales de la sociedad mexicana; Trimestre 10-12: Desarrollo de la comunicación gráfica I y II; Desarrollo de la Comunicación Gráfica I, II, III
Universidad del Valle de México, Campus Tlalpan/1 Licenciatura en Diseño y Comunicación Gráfica	UVM	CDMX	Semestre 3: Sistemas de impresión; Semestre 4: Diseño de ediciones digitales, Diseño tipográfico; Semestre 8: Legislación para el diseño

NOMBRE	SIGLAS	ESTADO	OBSERVACIONES
Universidad Intercontinental, Escuela de Diseño Gráfico*/1 Licenciatura en Diseño de la Comunicación Visual	UICW	CDMX	Semestre 3: Tipografía I; Semestre 4: Tipografía II y Principios de impresión; Semestre 5: Composición tipográfica I y Edición Digital; Semestre 6: Composición tipográfica II y Sistemas de impresión; Semestre 7: Preprensa I; Semestre 8: Preprensa II
Universidad Justo Sierra Campus 100 metros* Licenciatura en Diseño y Comunicación Visual		CDMX	Semestre I: Redacción para el diseño; Semestre 3: Morfología, Semestre 4: Diseño y edición de publicaciones, Creación y aplicación de la tipografía, Composición editorial, Sistemas de impresión
Universidad La Salle, Ciudad de México, Facultad Mexicana de Arquitectura Diseño*/1 Licenciatura en Diseño Gráfico Digital		CDMX	Semestre 2: Fundamentos tipográficos; Semestre 3: Composición tipográfica, Formación editorial digital; Semestre 4: Taller de diseño editorial
Universidad Simón Bolívar, Facultad de Ciencias Humanas* Licenciatura en Diseño y Comunicación Visual	FCH	CDMX	Diseño editorial digital y publicaciones electrónicas, Seminario de diseño tipográfico, Seminario de diseño editorial, Técnicas de impresión, Gestión del diseño, Métodos de producción gráfica, Aspectos legales del diseño

NOMBRE	SIGLAS	ESTADO	OBSERVACIONES
Universidad Autónoma de Ciudad Juárez, Instituto de Arquitectura, Diseño y Arte*/1 Licenciatura en Diseño Gráfico	UACJ	Chihuahua	Diseño tipográfico, Pre-prensa digital, Diseño editorial
Universidad Autónoma de Coahuila, Escuela de Artes Plásticas Prof. Rubén Herrera* Licenciatura en Diseño Gráfico	UA de C	Coahuila	No disponible
Universidad de Colima*/1	UCOL	Colima	Tipografía, Edición digital de textos, Edición digital de imágenes
Universidad Autónoma del Estado de México, Facultad de Arquitectura y Diseño* Licenciatura en Diseño Gráfico	UAEMEX	Estado de México	Semestre 3: Diseño tipográfico, Edición de imágenes digitales; Semestre 4: Diseño editorial I, Sistemas artesanales de impresión, Grafimática de textos; Semestre 5: Diseño editorial II, Sistemas industriales de impresión; Semestre 6: Diseño editorial digital, Sistemas digitales de impresión

NOMBRE	SIGLAS	ESTADO	OBSERVACIONES
Universidad de Ixtlahuaca CUI* Licenciatura en Diseño Gráfico	CUI	Estado de México	Semestre 3: Diseño tipográfico, Edición de imágenes digitales; Semestre 4: Diseño editorial I, Sistemas artesanales de impresión, Grafimática de textos; Semestre 5: Diseño editorial II, Sistemas industriales de impresión; Semestre 6: Diseño editorial digital, Sistemas digitales de impresión
Universidad IUEM* Licenciatura en Diseño Gráfico		Estado de México	Semestre 3: Diseño tipográfico, Edición de imágenes digitales; Semestre 4: Diseño editorial I, Sistemas artesanales de impresión, Grafimática de textos; Semestre 5: Diseño editorial II, Sistemas industriales de impresión; Semestre 6: Diseño editorial digital, Sistemas digitales de impresión
Universidad de La Salle, Bajío, Facultad de Diseño*/1 Licenciatura en Diseño Gráfico Estratégico		Guanajuato	Semestre 2: Fundamentos de tipografía; Semestre 3: Tipografía aplicada, Edición digital de imágenes; Semestre 4: Diseño editorial, Composición editorial digital; Semestre 6: Prerensa y producción sustentable

NOMBRE	SIGLAS	ESTADO	OBSERVACIONES
Universidad Iberoamericana, León, Departamento de Arquitectura y Diseño* Licenciatura en Diseño Gráfico e Innovación	Ibero	Guanajuato	Semestre 2: Redacción universitaria; Semestre 4: Taller de diseño editorial
Universidad La Salle, Pachuca, Escuela de Arquitectura y Diseño* Licenciatura en Diseño Gráfico Digital		Hidalgo	Semestre 2: Fundamentos tipográficos, Edición de imagen digital; Semestre 3: Composición tipográfica, Formación editorial digital; Semestre 4: Taller de diseño editorial
Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente*/1 Licenciatura en Diseño	ITESO	Jalisco	Semestre 2: Edición de imágenes, Fundamentos de la tipografía; Semestre 5: Procesos de impresión, Semestre 6: Prerensa y salidas digitales
Universidad de Guadalajara, Campus Centro Universitario de la Costa* Licenciatura en Diseño para la Comunicación Gráfica	CUAAD	Jalisco	Morfología de la letra, Interpretación y aplicación tipográfica, Representación y edición digital I y II; Área de orientación en gestión y producción editorial: Diseño de publicaciones impresas, Gestión y planeación estratégica para productos editoriales, Diseño de publicaciones digitales

NOMBRE	SIGLAS	ESTADO	OBSERVACIONES
Universidad de Guadalajara, Centro Universitario de Arte, Arquitectura y Diseño*/1 Licenciatura en Diseño para la Comunicación Gráfica	CUAAD	Jalisco	Área de formación básica particular: Morfología de la letra, Desarrollo de proyectos de impresión, Reproducción en medios impresos, Representación y edición digital I y II; Área de formación especializante selectiva (Orientación en gestión y producción editorial): Tipografía aplicada a proyectos editoriales, Diseño de publicaciones impresas, Gestión y planeación estratégica para productos editoriales, Diseño de publicaciones digitales
Universidad de Guadalajara. Red Universitaria e Institución Benemérita de Jalisco*/1 Licenciatura en Gestión de la Cultura	UDG	Jalisco	Semestre 1: Análisis de los contextos de la cultura; Semestre 2: Gestión de recursos informativos, Análisis de la legislación cultural; Semestre 3: Desarrollo de entornos culturales virtuales; Semestre 5: Formación de públicos, Liderazgo para el desarrollo; Optativas: Creación de empresas culturales, Estrategias para la recreación, Promoción de la lectura, Propiedad Intelectual

NOMBRE	SIGLAS	ESTADO	OBSERVACIONES
Universidad Latina de América* Licenciatura en Diseño de la Comunicación Gráfica	UNLA	Michoacán	Semestre 3: Tipografía; Semestre 4: Diseño editorial, Laboratorio de publicaciones digitales; Semestre 5: Sistemas de reproducción
Universidad Vasco de Quiroga* Licenciatura en Diseño Gráfico	UVAQ	Michoacán	Semestre 3: Tipografía, Maquetación digital, Semestre 4: Diseño editorial, Sistemas de impresión; Semestre 5: Prerensa digital; Semestre 7: Técnicas de impresión; Semestre 9: Acabados editoriales
Universidad Autónoma del Estado de Morelos*/1 Licenciatura en Diseño	UAEM	Morelos	Semestre 3: Escritura y análisis del contexto, Taller de composición de retículas, Fundamentos tipográficos; Semestre 4: Escritura y análisis del contexto; Semestre 5: Marco jurídico de la propiedad intelectual, Diseño editorial I, Técnicas de reproducción, Diseño inclusivo; Semestre 6: Prerensa digital, Diseño editorial II, Diseño para analfabetas, Diseño para comunidades indígenas, Diseño para educación especial

NOMBRE	SIGLAS	ESTADO	OBSERVACIONES
Universidad Autónoma de Nuevo León, Facultad de Artes Visuales*/1 Licenciatura en Diseño Gráfico	UANL	Nuevo León	Semestre 2: Tipografía; Semestre 3: Medios impresos; Semestre 5: Diseño editorial, Gestión y administración del diseño
Universidad de Monterrey*/1	UDEM	Nuevo León	Semestre 2: Introducción a la tipografía, Medios impresos y digitales; Semestre 3: Texto tipográfico; Semestre 4: Diseño de letra, Estudio de publicaciones
Universidad Metropolitana de Monterrey* Licenciatura en Diseño Gráfico	UMM	Nuevo León	Tetramestre 2: Taller de comunicación oral y escrita I; Tetramestre 3: Tipografía, Diseño reticular; Taller de comunicación oral y escrita II; Tetramestre 4: Diseño editorial, Taller de impresión gráfica, Producción digital; Tetramestre 5: Sistemas de impresión; Tetramestre 8: Costos y presupuestos; Tetramestre 9: Taller de costos y presupuestos

NOMBRE	SIGLAS	ESTADO	OBSERVACIONES
Instituto Tecnológico Latinoamericano ITLA Pachuca* Licenciatura en Diseño Gráfico	ITLA	Pachuca	Cuatrimestre 3: Sistemas de impresión manual; Cuatrimestre 4: Sistemas tradicionales de impresión, Tipografía, Diseño editorial digital, Diseño y producción editorial; Cuatrimestre 5: Sistemas digitales de impresión, Diseño y composición tipográfica; Cuatrimestre 6: Costos y presupuestos; Cuatrimestre 7: Fundamentos del derecho aplicados al diseño, Administración aplicada al diseño
Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, Facultad de Arquitectura*/1 Licenciatura en Diseño Gráfico	BUAP	Puebla	Semestre 2: Tipografía I; Semestre 3: Edición digital de imagen, Tipografía II; Semestre 4: Edición Editorial Digital, Sistemas de reproducción I; Semestre 5: Sistemas de reproducción II; Semestre 6: Administración de proyectos; Semestre 7: Redacción
Universidad Anáhuac Puebla*/1 Licenciatura en Diseño Visual Transmedia		Puebla	Semestre 1: Caligrafía; Semestre 2: Tipografía; Semestre 3: Composición tipográfica; Semestre 5: Exploración tipográfica; Semestre 6: Proyectos de diseño editorial; Semestre 8: Aspectos legales del diseño

NOMBRE	SIGLAS	ESTADO	OBSERVACIONES
Universidad de las Américas Puebla, Departamento de Diseño de Información*/1 Licenciatura en Diseño de Información Visual	UDLAP	Puebla	Semestre 2: Tipografía; Semestre 3: Ingeniería editorial, Escritura académica; Semestre 4: Producción editorial
Universidad del Valle de Puebla* Diseño y Comunicación Gráfica	UVP	Puebla	Semestre 3: Sistemas de impresión; Semestre 4: Diseño de ediciones digitales, Diseño tipográfico; Semestre 8: Legislación para el diseño
Universidad Iberoamericana, Puebla, Departamento de diseño*/1 Licenciatura en Diseño Gráfico	Ibero	Puebla	Periodo 1: Lectura y expresión académica; Periodo 3: Prerensa digital; Periodo 4: Seminario de producción; Periodo 5: Producción gráfica y costos; Periodo 6: Derechos de la propiedad industrial
Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla, Departamento Artes y Humanidades*/1 Licenciatura en Diseño Gráfico	UPAEP	Puebla	Primer módulo: Fundamentos Tipográficos, Taller de Composición; Segundo módulo: Estrategias tipográficas, Diseño de Edición Digital; Cuarto módulo: Escritura Académica, Productos Editoriales

NOMBRE	SIGLAS	ESTADO	OBSERVACIONES
Universidad Anáhuac Querétaro/1 Licenciatura en Diseño Gráfico		Querétaro	Ciclo 1: Caligrafía; Ciclo 2: Tipografía; Ciclo 3: Composición tipográfica, Producción y retoque de imagen; Ciclo 4: Edición de imagen; Ciclo 5: Exploración tipográfica; Ciclo 6: Proyectos de diseño editorial, Administración de proyectos de diseño, Sistemas de reproducción; Ciclo 8: Aspectos legales del diseño
Universidad Anáhuac Cancún*/1 Licenciatura en Diseño Gráfico		Quintana Roo	Primer semestre: Caligrafía; Segundo semestre: Tipografía, Fundamentos de Diseño; Tercer Semestre: Composición tipográfica, Sexto semestre: Proyectos de diseño editorial
Universidad La Salle, Cancún* Licenciatura en Diseño Gráfico Digital		Quintana Roo	Segundo semestre: Fundamentos tipográficos; Tercer semestre: Composición tipográfica, Formación Editorial Digital, Taller Diseño Editorial; Cuarto semestre: Taller de Diseño Editorial; Quinto Semestre: Retórica para el Diseño, Técnicas para la producción Gráfica; Sexto semestre: Sistemas de producción gráfica

NOMBRE	SIGLAS	ESTADO	OBSERVACIONES
Universidad Autónoma de San Luis Potosí, Facultad del Hábitat*/1 Licenciatura en Diseño Gráfico	UASLP	San Luis Potosí	Semestre 3: Gramática de la tipografía; Semestre 4: Sistemas y procesos en medios impresos; Imagen y maquetación digital; Semestre 5: Redacción y estilo, Pre-prensa digital y acabados; Semestre 6: Diseño editorial, Tipografía aplicada, Taller de impresión experimental; Semestre 7: Caligrafía; Semestre 8: Patentes y registros
Instituto Tecnológico Superior de Sinaloa* Licenciatura en Diseño Gráfico	ITESUS	Sinaloa	Semestre 1: Análisis de textos literarios; Semestre 3: Análisis de autores y obras artísticas; Semestre 5: Tipografía tradicional y digital, Pre-prensa digital
Universidad Autónoma de Tamaulipas, Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo*/1 Licenciatura en Diseño Gráfico y Animación Digital	FA-DU-UAT	Tamaulipas	Semestre 3: Taller de letra y tipografía, Sistemas de impresión y pre-prensa; Semestre 4: Composición tipográfica digital; Semestre 5: Taller de soportes editoriales, Gestión y costos para el diseño, Análisis del consumidor y mercados; Semestre 6: Narrativa gráfica, Diseño de publicaciones digitales

NOMBRE	SIGLAS	ESTADO	OBSERVACIONES
Universidad del Noreste* Licenciatura en Diseño Gráfico y Multimedia	UNE	Tamaulipas	Tercer cuatrimestre: Materiales promocionales, Medios impresos; Cuarto trimestre: Tipografía, Productos gráficos editoriales
Instituto de Estudios Superiores de Tamaulipas, Anáhuac*/1 Licenciatura en Diseño Gráfico	IENT	Tamaulipas	Semestre 1: Tipografía; Semestre 5: Proyectos de diseño editorial; Semestre 6: Exploración tipográfica
Universidad del Altiplano* Licenciatura en Diseño Gráfico	UDA	Tlaxcala	Periodo III: Tipografía; Periodo IV: InDesign; Periodo V: Diseño Editorial

NOMBRE	SIGLAS	ESTADO	OBSERVACIONES
Centro de Estudios Gestalt para el Diseño* Licenciatura en Diseño Gráfico	Gestalt	Veracruz	Semestre 1: Tipografía; Semestre 2: Tipografía II; Semestre 3: Sistemas de impresión; Semestre 4: Diseño editorial de publicaciones impresas, Taller de pre prensa; Semestre 5: Diseño editorial digital; Semestre 7: Costos y presupuestos, Planeación estratégica
Universidad Cristóbal Colón Campus Torrente V* Licenciatura en Diseño Gráfico	UCC	Veracruz	No disponible
Universidad Anáhuac Mayab*/1 Licenciatura en Diseño Gráfico		Yucatán	Semestre 1: Tipografía; Semestre 5: Proyectos de diseño editorial; Semestre 6: Exploración tipográfica
Universidad Marista de Mérida/1 Licenciatura en Diseño Gráfico		Yucatán	Semestre 1: Sistemas de impresión, Taller de redacción universitaria; Semestre 3: Tipografía; Semestre 6: Diseño editorial; Optativas: Caligrafía

NOMBRE	SIGLAS	ESTADO	OBSERVACIONES
Facultad de Artes y Diseño (Xochimilco) Licenciatura en Diseño y Comunicación Visual	UNAM	CDMX	Semestre 1. Tipografía I, Diseño Integrador I, Análisis de textos y redacción; Semestre 2. Tipografía II, Diseño Integrador II, Estrategias y Tecnologías en el diseño; Semestre 3. Laboratorio-Taller de Diseño en Edición Gráfica I; Semestre 4. Laboratorio-Taller de Diseño en Edición Gráfica II; Semestre 5. Laboratorio de Diseño en Edición Gráfica I, Laboratorio de Tecnología para Edición Gráfica I; Semestre 6. Laboratorio de Diseño en Edición Gráfica II, Laboratorio de Tecnología para Edición Gráfica II, Diseño, Mercadotecnia y Publicidad; Semestre 7. Laboratorio de Investigación- Producción en Edición Gráfica I, Laboratorio de Tecnología para Investigación-Producción en Edición Gráfica I; Semestre 8. Laboratorio de Investigación-Producción en Edición Gráfica II, Laboratorio de Tecnología para Investigación-Producción en Edición Gráfica II Optativas a partir del Semestre 5. Historia del Libro, Encuadernación, Diseño de Periódicos, Diseño de Cartel

NOMBRE	SIGLAS	ESTADO	OBSERVACIONES
Centro de Diseño, Cine y Televisión Licenciatura en Comunicación Visual	CENTRO	CDMX	Semestre 1: Comprensión y creación de textos I; Semestre 2: Comprensión y creación de textos II, Diseño de letras y alfabetos I; Semestre 3: Diseño de letras y alfabetos II, Exploración tipográfica, Introducción a las técnicas de impresión; Semestre 4: Código creativo: automatización de procesos editoriales en InDesign, Tipografía aplicada I, Sistemas de impresión en serie, Encuadernación; Semestre 5. Innovación social y sustentabilidad, Tipografía aplicada II, Producción y costos; Semestre 6. Laboratorio de tecnología, creatividad y emprendimiento: Finanzas y negocios, Publicaciones I; Semestre 7. Tipografía disidente, Publicaciones II; Semestre 8. Proyecto terminal

* Escuelas afiliadas a Encuadre.
 /1 Programas acreditados por Comaproductores vigentes hasta marzo de 2022.

Fuente: Elaboración propia con datos de Encuadre (2020) y páginas web de los centros de estudio mencionados.

Referencias

- Andión, Mauricio, *Universidad Nodo. Modelo para la formación de comunicadores en la era digital*, México, UAM, 2019.
- Arbesú, María Isabel y Luis Barruecos, «El Sistema Modular en la Universidad Autónoma Metropolitana», México, UAM-X, 1996. <https://biblioteca.xoc.uam.mx/docs/tid/arbesu.pdf> [Consulta: junio de 2025].
- Arroyo, Ana, María A. Mondragón y Carlos E. Arozamena (coordinadores), *Educación superior del diseño: pedagogía y conocimiento*, México, UAM, 2016.
- Basarab, Nicolescu, *La transdisciplinariedad. Manifiesto*, México, Multiversidad Mundo Real Edgar Morin, A.C., 1996.
- Barbier, Frédéric, *Historia del libro*, España, Alianza Editorial, 2015.
- Bhaskar, Michael, *La máquina de contenido*, México, FCE, 2014.
- Bourdieu, Pierre, *In Other Words: Essays Towards a Reflexive Sociology*, EUA, Stanford University Press, 1994.
- _____. *Campo de poder, campo intelectual. Itinerario de un concepto*, Argentina, Quadrata Editorial, 2003.
- Candelas, Edith, et. al., «Fundamentos de Administración», en *Apunte electrónico. SUAyED*, México, UNAM, 2013.

Castañón, Adolfo, *Trópicos de Gutenberg. Escenas y mitos del editor*, España, Trama editorial, 2012.

Castillo, Antonio, «Armando Petrucci: un paseo por los bosques de la escritura. Una entrevista de Antonio Castillo Gómez», en *Litterae. Cuadernos sobre Cultura Escrita*, año II, No. 2, 2002, España, Editorial Calambur, pp. 9-37.

Chartier, Robert, «Del código a la pantalla: trayectorias de lo escrito», en *Quimera, Revista de literatura*, No. 150, septiembre 1996. Ediciones de Intervención Cultural, 1996, España, pp. 43-49. <https://bidi.uam.mx:5392/a/5958> [Consulta: mayo de 2022].

Comaprod, Encuadre y Di-Integra (compiladores), *Memorias. Sexto foro de diseño. La formación de los diseñadores y la relación con el ejercicio profesional*, Universidad de Guadalajara (UDG). Centro Universitario de la Costa (CUCOSTA), México, 2021.

Corominas, Joan, *Breve diccionario etimológico de la lengua castellana*, España, Gredos, 1987.

Dehaene, Stanilas, *¿Cómo aprendemos?*, Argentina, Siglo XXI Editores, 2019.

_____. «Stanilas Dehaene, neurocientífico: «Las pantallas empeoran la educación de los niños porque tienen atrapados a sus padres», en *El País*, 13 de febrero 2016, <https://elpais.com/salud-y-bienestar/2023-02-13/stanilas-dehaene-neurocientifico-las-pantallas-empeoran-la-educacion-de-los-ninos-porque-tienen-atrapados-a-sus-padres.html> [Consulta: mayo de 2023].

Díaz Barriga, Ángel, (coordinador), *Docente y didáctica. Acercamientos polémicos*, México, UNAM, 2022.

Díaz Barriga, Frida y Gerardo Hernández, *Estrategias docentes para un aprendizaje significativo. Una interpretación constructivista*, México, McGraw-Hill, 2002.

Dujovne, Alejandro, Valentina Cuneo y José Diego González Mendoza, *Navegando lo incierto: usos y percepciones de la IA Generativa en el sector editorial iberoamericano*, Colombia, Centro Regional para el Fomento del Libro en América Latina y el Caribe – Cerlalc, 2025.

Escuela Nacional de Artes Plásticas, UNAM. Plan y Programas de estudio de la Licenciatura en Diseño y Comunicación Visual. Tomo I, 2013.

Esqueda, Román, *El juego del diseño. Un acercamiento a sus reglas de interpretación creativa*, México, Designio, 2003.

Entrevista a Risto Majide, por Francisco Alcaide, «Risto Mejide: contra la dictadura de las formas» en *Executive Excellence* n° 53, octo 8, 10 de febrero de 2010, <https://www.eexcellence.es/entrevistas/con-talento/risto-mejide-contra-la-dictadura-de-las-formas> [Consulta: febrero de 2023].

Fontana, Rubén, *Antologías. Ganarse la letra*, México, UAM, 2019.

Frascara, Jorge, *Diseño gráfico y comunicación*, Argentina, Ediciones Infinito, 2000.

Fuentes, Andrea, *et. al., Romper tipos. Mujeres editoras*, México, Trazos editoriales, 2023.

Gutiérrez, Francisco y Jorge Rodríguez-Martínez (coordinadores), *Dos mundos del diseño. Formarse en diseño y ganarse la vida diseñando*, México, UAM, 2021.

Kloss, Gerardo, *Entre el oficio y el beneficio: el papel del editor. Práctica social, normatividad y producción editorial* (2a. ed.), México, Guadalajara: Editorial Universitaria, 2007.

_____. *Antologías. Historia, diseño y edición*, México, UAM, 2013.

_____. *Entre el diseño y edición. Tradición e innovación tecnológica en el diseño editorial*, México, UAM, 2013.

_____. La construcción del campo académico de los estudios editoriales. En *Memorias sexto foro de diseño 2019. La formación de los diseñadores y la relación con el ejercicio profesional*. COMAPROD, ENCUADRE, DI-INTEGRA, México, 2021.

_____. *El imaginario editorial. Cambio y resistencia de los editores (y los diseñadores editoriales) en México*, México, UAM, 2023.

_____. «Entre el oficio y el beneficio: el papel del editor. Práctica social, normatividad y producción editorial», en *Espacio Diseño*, No. 166, marzo-mayo, 2008, México, pp. 13-16, <https://espaciodisenoojs.xoc.uam.mx/index.php/espaciodiseno/issue/view/62> [Consulta: junio 2024]

López, Edgardo, *Glosario. Tipografía y producción editorial*, México, Editoriales e Industrias Creativas de México, 2019.

Lupton, Ellen, *Thinking with type: a critical guide for designers, writers, editors, & students*. EUA: Princeton Architectural Press, 2010.

- Marsden, Stevie, *Positioning Publishing studies in the creative and cultural economy*. Ponencia presentada en el Congreso de Estudios Editoriales By The Book 5, EuroPub, 14 de junio de 2018.
- Martínez, Gabriel, Gerardo Kloss *et. al.*, *Diseño, tipografía y lenguaje*, México, Designio, 2007.
- Maton, Karl, «Habitus», en *M. J., Grenfell. Pierre Bourdieu: Key Concepts*. Routledge, Sidney, 2014.
- Nada, Jordi y Franciso García, *Libros o velocidad. Reflexiones sobre el oficio editorial*, México, FCE, 2005.
- Nigel Whiteley, *El diseñador valorizado*. <https://es.slideshare.net/carolinamedinaslideshare/el-disenador-valorizado> [Consulta: marzo 2023].
- Nicolescu, Basarab, *La transdisciplinariedad. Manifiesto*, México, Multiversidad Mundo Real Edgar Morin, A. C., 1996.
- Orella, Diana y Ma. Sánchez, *Técnicas de recolección de datos en entornos virtuales más usadas en la investigación cualitativa*. España, Universidad de Salamanca, 2006.
- Perilla, Juan, *Diseño curricular y transformación de contextos educativos desde experiencias concretas*, Colombia, Universidad Sergio Arboleda, 2018.
- Petrucchi, Armando, *La ciencia de la escritura: primera lección de Paleografía*, México, FCE, 2003.
- Piccolini, Patricia, *De la idea al libro. Un manual para la gestión de proyectos editoriales*, México, FCE, 2019.

Rivero Roberto del, Sol Levin y Paola Zorrilla, *Modelar la edición: de la conceptualización de productos editoriales a la circulación en soportes diferenciados*, México, UAM, 2015.

Roberts, David, «La mayoría de las universidades del mundo van a desaparecer», en *El País*, 25 de octubre 2016, https://elpais.com/economia/2016/10/23/actualidad/1477251453_527153.html [Consulta: febrero de 2023].

Rodríguez, Juan, «Roger Chartier o las divergencias entre las culturas impresa y digital», en *Confabulario de El Universal*, 21 de enero 2021, <https://confabulario.eluniversal.com.mx/roger-chartier-o-las-divergencias-entre-las-culturas-impresa-y-digital/> [Consulta: marzo 2023].

Satué, Enric, *Profesiones del futuro: diseñador*, España, Grijalbo Mondadori, 1994.

Schön, Donald, *La formación de profesionales reflexivos*, España, Paidós, 1992.

Solorio, Óscar, *Derecho de la propiedad intelectual*, Oxford, México, 2015.

Tapia, Alejandro, «El árbol de la retórica» <https://elarbodelaretorica.blogspot.com/> [Blog, 2009] [Consulta: junio de 2025].

Tejeda, Rafael, «Las competencias transversales, su pertinencia en la integralidad de la formación de profesionales», en *Dialnet*, No. Extra 6, 20 de julio 2016, España, pp. 199-228, <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6672964> [Consulta: enero de 2024].

- Torrelles, Cristina, *et. al.*, «Competencia de trabajo en equipo: definición y categorización», en *Revista de currículum y formación del profesorado*, vol. 15, No. 3, diciembre 2011, España, pp. 329-344.
- Tulgan, Bruce, *Bridging the soft skills gap: how to teach the missing basics to today's young talent*. EUA, John Wiley & Sons, 2015.
- Unger, Gerard, *¿Qué ocurre mientras lees? Tipografía y legibilidad*, Campgràfic, España, 2012.
- Universidad Autónoma Metropolitana. Unidad Xochimilco. Plan y Programas de Estudios de la Licenciatura en Diseño y Comunicación Gráfica. División de Ciencias y Artes para el Diseño. Versión aprobada por el Colegio Académico en la sesión 182, 1997.
- Van der Linde, Guillermo, «¿Por qué es importante la interdisciplinariedad en la educación superior?», en *Cuaderno de Pedagogía Universitaria*, vol. 4, No. 8, de abril 2007, República Dominicana, pp. 11 y 12, http://investigare.pucmm.edu.do:8080/xmlui/bitstream/handle/20.500.12060/470/CPU_20070408_11-12.pdf?sequence=1&isAllowed=y [Consulta: abril 2025].
- Westbrook, Robert, «John Dewey (1859-1952)» en *Perspectivas: revista trimestral de educación comparada*, París, UNESCO: Oficina Internacional de Educación, vol. XXIII, n° 1-2, 1993, p. 11, file:///C:/Users/Alberto/Downloads/Westbrook%20(1).pdf [Consulta: marzo de 2023].
- Wiki Vinculación UNAB
<https://vinculacion.unab.cl/wiki/aprendizaje-situado/#:~:text=En%20resumen%2C%20el%20aprendizaje%20situado,y%20aplicable%20a%20situaciones%20reales> [Consulta: junio de 2025].

