

MAESTRÍA EN DISEÑO Y PRODUCCIÓN EDITORIAL



FOTO: CLAUDIA LILIANA LÓPEZ
LÓPEZ

Se da por hecho que el libro, la revista y el periódico son indispensables para la educación, pero en México pocas escuelas se arriesgan a enseñar lo editorial, que se profesionaliza en la práctica y, por tradición, los editores, correctores y libreros no van a la universidad. En realidad, gran parte del personal editorial sí tiene estudios superiores, pero no aprendió ahí su oficio editorial. Vienen de filosofía y letras, ciencias sociales y artes, o son matemáticos, biólogos y químicos. Pero excepto los periodistas y los diseñadores (que, con sus crisis y todo, cuentan con tradiciones educativas propias), el resto del personal no estudió para el negocio editorial y todavía habla frecuentemente de sí mismo como un “oficio” sin teoría ni escolaridad formal. Hace

unos treinta años los correctores se preocupaban porque sus normas editoriales dependían de cada editor, es decir del mentor que se las hubiera enseñado. Algunas empresas organizaron los primeros cursos para resolver dudas y establecer consensos, y la edición apareció por fin en las

1. GERARDO KLOSS FERNÁNDEZ DEL CASTILLO HA SIDO EDITOR, CORRECTOR, TIPÓGRAFO, PUBLICISTA, DISEÑADOR, GUIONISTA Y REPORTERO. ESTUDIÓ LA MAESTRÍA EN EDICIÓN EN LA UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA Y EL DOCTORADO EN LA UNIVERSIDAD DE MORELOS. EN LA UAM XOCHIMILCO HOY COORDINA LA MAESTRÍA EN DISEÑO Y PRODUCCIÓN EDITORIAL. ESCRIBIÓ TRES LIBROS: ENTRE EL DISEÑO Y LA EDICIÓN, EL PAPEL DEL EDITOR E HISTORIA, DISEÑO Y EDICIÓN, ASÍ COMO EL ENSAYO “LAS ESCUELAS DE DISEÑO GRÁFICO” EN EL LIBRO COLECTIVO 100 AÑOS DE DISEÑO GRÁFICO EN MÉXICO.

carteleras de difusión cultural y educación continua, a veces entre artesanías y manualidades.

Con los años se fueron abriendo más cursos, foros y diplomados en edición, aunque respetando las fronteras provinciales entre los textos, las imágenes y las formas, los derechos, las mercancías y los dineros. La universidad cultiva todas las herramientas de la edición, pero mediante cánones separados: literatura, filología, lingüística, periodismo, comunicación, derecho, diseño gráfico, artes gráficas, mercadotecnia, publicidad. Estas carreras universitarias se asumen como saberes bien definidos, pero no se permiten tocarse muy de cerca.

La industria editorial necesita profesionalizarse, pero no tiene tiempo para estos refinados laberintos disciplinarios. La edición se aprende editando y no hay una teoría o un método esencial que supla por sí solo la experiencia de editar. La edición, más que una ciencia, es una industria, con la particularidad de que desarrolla productos culturales, mediante la interacción entre subjetividades de orden cultural, estético, lingüístico, artístico, tecnológico y económico.

Pero aprender haciendo tiene sus inconvenientes. La gente aprende de lo que hace a diario, pero sin una perspectiva de lo que pasa fuera de su vista. Hay problemas de comunicación, todos se quejan, pocos escuchan, se repite lo ya aprendido, falta imaginación y se teme al cambio, y por eso es difícil desarrollar productos nuevos y diversos, en formatos y tecnologías cambiantes, imaginar el potencial de nuevos textos, formatos y lectores, y la industria se abraza a sus viejos mercados como un salvavidas.

DR. GERARDO KLOSS
FERNÁNDEZ DEL CASTILLO
FOTO: ANGEL VALDIVIA BRETÓN



Aprender haciendo implica ensayo y error, que hacen lenta y dolorosa la formación profesional. El editor no siempre aprende lo que necesita, sino lo que la suerte le arrima, y se generan grandes lagunas. A las empresas les resulta más caro y tardado capacitar a su personal, y la rotación es un problema. Los empleados que arriesgan todo por mejorar su salario van dando tumbos de empresa en empresa. Los que no, se quedan haciendo “lo de siempre”.

Tampoco hay tiempo para una teoría o una filosofía de lo editorial. Hay adaptaciones más o menos afortunadas de otros campos, y más o menos sabemos qué títulos publica, cuántos ejemplares imprime, cuánto dinero gana cada editorial, pero es débil el marco para saber si hace bien su trabajo. No hay mucha investigación sobre esta actividad y los debates sobre su futuro no se pueden centrar en todos esos hechos, datos y cifras que no tenemos, y que no estamos reuniendo sistemáticamente, sino en una gran carga de opiniones personales, especulaciones, sobreentendidos y lugares comunes.

La profesionalización editorial requiere un poco de “desespecialización”: el editor necesita salir de su estresada rutina y mirar más de lejos, disfrutando de un breve distanciamiento para reflexionar; un tiempo fuera para preguntarse si debe seguir haciendo lo que ha hecho siempre y si lo puede hacer mejor de otra manera.

La universidad no ha contribuido mucho a ofrecer respuestas: como la edición no es una profesión universitaria, no se le presta atención. Siguiendo una burda analogía ferroviaria, donde los libros fueran trenes cargados de relatos, que viajan desde los autores hasta los lectores, podríamos decir que las universidades están doctorando a los jefes de estación (filología, diseño, administración), pero desatienden como anticuado y artesanal el propio problema de conducir los trenes.

En 1993 una universidad mexicana se comprometió por primera vez con esta formación: la **Universidad de Guadalajara** creó la maestría en Edición en el Centro Internacional de Estudios para Editores y Libreros; sólo duró tres años, pero fue la primera en América Latina y dejó una honda huella por sus características únicas.

Fue encabezada por **Jesús Anaya Rosique**, un editor muy crítico y con amplia experiencia, cono-

cimiento y relaciones con editores del mundo entero. Aunque en México existen todas las contradicciones que señalamos, en otros países funcionan exitosamente varios modelos escolarizados de enseñanza de la edición. Jesús Anaya conocía las escuelas de Alemania, Francia, Italia, Reino Unido, Estados Unidos, Canadá y otras partes del mundo, de donde trajo métodos, conceptos y bibliografía que no se conocían en México.

El primer paso fue subrayar la distinción, ausente en el español de México, entre ser *editor* y ser *Publisher*; es decir, entre intervenir directamente en los textos y tomar la decisión de publicar, porque el primero es un corrector avezado y el segundo es una rica mezcla de empresario, líder intelectual y coordinador de producción. Otro rasgo de esa maestría fue su vinculación con el sector productivo, que se reflejaba en el uso de las instalaciones de la **Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana** y de la Feria Internacional del Libro, así como en la presencia de profesores activos en la industria y un perfil de alumno maduro, egresado de cualquier licenciatura, activo en el sector editorial y con experiencia laboral comprobable. Las clases se impartían los jueves y viernes por las tardes, y los sábados por la mañana. Incluso en su momento fue posible que, si el alumno no tenía licenciatura, obtuviera un título de técnico en funciones editoriales.

Aunque el énfasis estaba en la formación de *publishers*, que en el futuro llegaran a ser cuadros directivos de la industria, el programa mantenía un equilibrio entre los conocimientos dirigidos a trabajar con textos, administración, derechos, coordinación de la producción, diseño, promoción y comercialización, y la formación para la investigación aplicada. A pesar de que sólo duró dos generaciones, la maestría en Edición de la Universidad de Guadalajara se proyectó como una gran incubadora de innovación, pues todos sus egresados, aunque poco numerosos, se convirtieron en agentes de cambio en sus diferentes espacios profesionales.

Si aquel proyecto se cerró en 1996 no fue por falta de demanda, pues dejó una lista de espera de más de 120 personas, sino por la dificultad de adaptar el modelo pedagógico europeo a la estructura de una gran institución pública mexicana de educación superior. A la academia no le



quedaba claro si una escuela de edición debía pertenecer a las humanidades, las artes o la administración.

Muy poco tiempo después, un grupo de egresados del CIEPEL empezó a deliberar acerca de la posibilidad de reanudar el proyecto en otra institución y, ya en 1997, quedaban claros algunos rasgos de la nueva maestría: debía abrirse en una institución pública, en la Ciudad de México, ser duradera, funcionar bajo reglas institucionales, seguir vinculada con el sector productivo, seguir reclutando a sus profesores en la industria, seguir aceptando alumnos laboralmente activos y con experiencia profesional previa, seguirse impartiendo en horarios vespertinos y sabatinos y seguir manteniendo el equilibrio entre las diferentes facetas del trabajo editorial, con énfasis en la figura del *Publisher*. Por lo demás, necesitaría modernizarse en tecnologías, reforzar su estructura teórica y metodológica, y fortalecer la investigación aplicada. El proyecto permaneció a la espera hasta que en 2006 se abrió una ventana de oportunidad en la Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco. No fue poco el desconcierto de algunos, ya que la invitación a crear la nueva maestría vino de la División de Ciencias y Artes para el Diseño; esta palabra, “diseño”, parecía amenazarnos con rebajar todo el proyecto a una cosa más bien formal y artística, casi decorativa. Sin embargo, aunque el plan se llamó maestría en *Diseño y Producción*

FOTO: CLAUDIA LILIANA LÓPEZ LÓPEZ

Editorial, en vez de *maestría en Edición*, el modelo departamental transdisciplinario de la UAM resultó suficientemente flexible para permitir que también participaran las carreras de Comunicación Social y Literatura Hispánica, impartiendo clases, formando parte del Comité Académico y tomando decisiones estratégicas. Esto evitó que el proyecto se inclinara más hacia una maestría en Diseño Editorial y permitió mantener el balance deseado entre ciencias, humanidades, artes y administración.

Por otro lado, la participación de la División de CyAD no se redujo sólo a enseñar trazo de cajas o tipografía, sino trajo grandes innovaciones en *design thinking* que veinte años antes no estaban disponibles, como sustentabilidad, diseño orientado al usuario, experiencias de uso, análisis de interacción, arquitectura de la información o pensamiento orientado a la resolución planificada de problemas.

Hoy en día aproximadamente la mitad de los participantes en la maestría son profesionales activos en la industria y la otra mitad son académicos. Por el lado del sector productivo, todos ocupan lugares destacados a nivel nacional en su desem-

peño laboral. Por el lado de la academia, todos tienen posgrados en campos afines a la edición, como historia cultural, retórica, semiótica, sociología y antropología, entre otras. Se ha puesto cuidado, en ambos casos, en elegir personas que sinteticen la teoría con la práctica, tanto en sus clases como en su trabajo; esto dificulta encontrar a las personas precisas, pero evita que sólo se hable acerca de las cosas sin actuar en ellas, y también que se actúe sobre las cosas sin haber pensado primero en ellas. La UAM hizo una concesión crucial al aceptar que los profesionales con experiencia ampliamente reconocida puedan impartir clases, dirigir trabajos de titulación y participar como jurados en los exámenes de grado, aunque carezcan de títulos académicos. Para egresar de la maestría se mantuvo el requisito de entregar una comunicación de resultados por escrito, aunque no se trata exactamente de una tesis. La idea es que el alumno, como profesional de la palabra impresa, logre hacer una devolución por escrito donde evidencie que es capaz de aplicar todo lo aprendido en un caso de la realidad. Por eso las comunicaciones de resultados pueden presentarse en tres modalidades diferentes:

a) *Intervención*, la más frecuente, requiere intervenir en una empresa o proyecto editorial concreto, ya existente, pero con problemas, y demostrar que el egresado logra aplicar sus conocimientos a mejorar y resolver la situación.

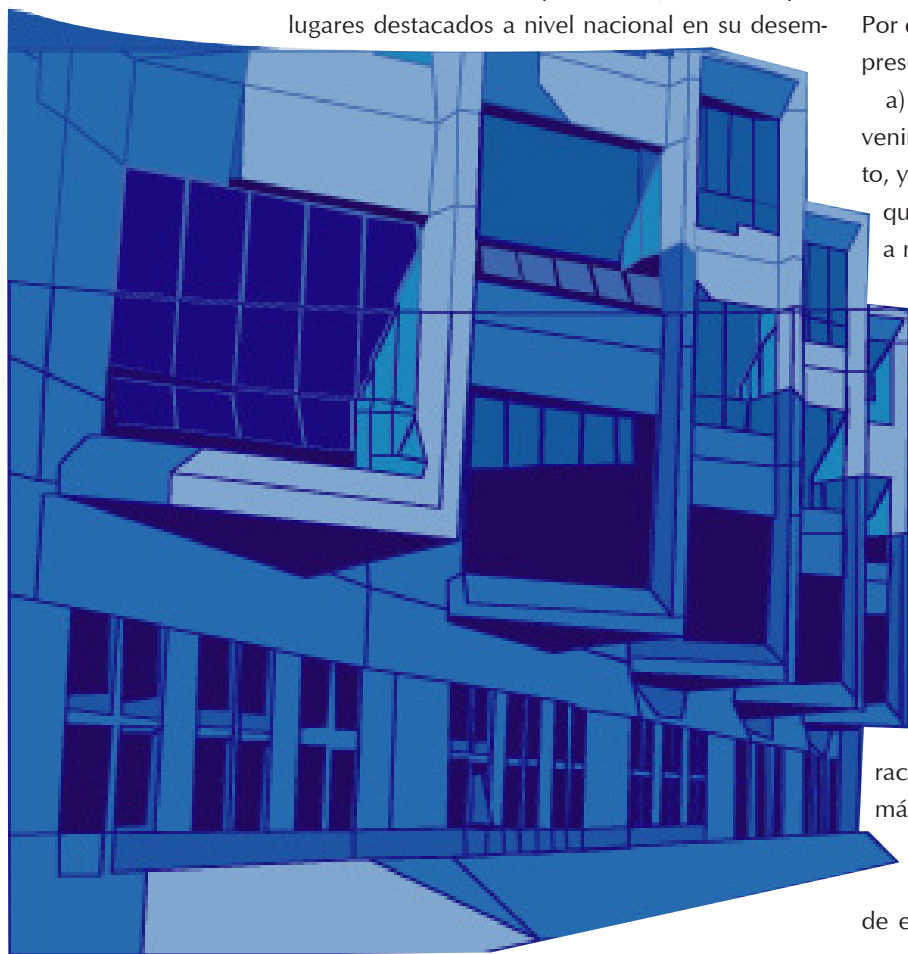
b) *Desarrollo* implica emprender un nuevo proyecto editorial, que puede ser una empresa, un programa editorial o una edición, demostrando la puesta en práctica de los conocimientos adquiridos.

c) *Investigación*, la menos frecuente todavía, implica generar nuevo conocimiento teóricamente sólido sobre un problema de la actividad editorial.

Al momento de redactar este texto nuestra quinta generación tiene escasas semanas de haber comenzado. La MDPE inició sus cursos en 2009 y sólo se admite una generación cada dos años, de 24 personas cada una, más por limitaciones presupuestales que por falta de demanda o de infraestructura. A la fecha tenemos un total de 129 alumnos; 60 de ellos ya se titularon con éxito, 27 se encuen-

CLAUSTRO DE CYAD

ILUSTRACIÓN: CLAUDIA LILIANA
LÓPEZ LÓPEZ



tran en el aula, sólo 11 han causado baja definitiva por diversos motivos y el resto 16 está formulando su comunicación de resultados. Así tenemos una alta eficiencia terminal, que es importante porque se sostiene a base de esfuerzo y compromiso: los alumnos no dejan de trabajar, asisten a clases en las noches y los sábados, no son candidatos a ninguna beca de manutención bajo la normativa vigente y suelen usar al máximo los plazos que la UAM les da.

Entre las comunicaciones de resultados de los alumnos que se han titulado ya encontramos varias pequeñas empresas editoriales incipientes que fueron incubadas en la maestría, como “Claro que Sí”, “La Zorra y las Uvas” o “Rompecabezas. Periódico de las niñas y los niños”. También algunas intervenciones exitosas en proceso, como la digitalización de la *Revista de la Universidad de México* y del *Anuario de Letras*, el rediseño integral de las revistas *Facmed* y *Tiempo de Diseño*, la mejora del trabajo en *Ediciones La Cabra*, el nuevo programa de publicaciones de la *Universidad Anáhuac* o los nuevos lineamientos del *Comité Editorial de Filosofía* de la *UAM-Iztapalapa*.

También se han generado o documentado materiales prácticos de utilidad, como las guías para la certificación de competencias en corrección de estilo, de pruebas y edición textual, manuales de corrección de estilo, conceptualización de productos editoriales, propuestas de nuevos proyectos (Gutenberg, laboratorio de edición digital libre), libros (pictodiario infantil, manual para la enseñanza del español como lengua extranjera), revistas (para jóvenes, de novela gráfica) y colecciones (de filosofía, de textos novohispanos), así como reportes de actividad profesional para diferentes empresas (OCDE, *LaJornada*, *Cengage*, *Scholastic*, Gustavo Gili, revista *Relatos e Historias en México*, *Revista Mexicana de Bachillerato a Distancia*). Finalmente, también ha habido algunos trabajos más teóricos o críticos sobre historia de la edición (edición porfiriana, llegada del linotipo a México,

un *blog* en 1930), gestión editorial (dictamen de libro de texto, autogestión y crisis del modelo editorial tradicional, métodos de citación, ediciones de arte, distribución del libro universitario, profesionalización del corrector) o comunicación de la edición (metáforas más frecuentemente empleadas en la promoción de la lectura).

Los egresados de la MDPE han mejorado su movilidad laboral, tanto ascendente, pues quienes cambian de empleo lo hacen para mejorar, como horizontal, transitando sin dificultad entre las áreas y funciones de una misma empresa: por ejemplo, algunos alum-

nos que al entrar a la maestría eran correctores ahora dirigen ediciones, y varios diseñadores trabajan con textos o con procesos administrativos. Todos han adquirido aptitudes para planear, organizar, ejecutar y evaluar proyectos, presupuestar costos y tiempos, y controlar el desarrollo de lo planeado, habilitándose para ocupar puestos más altos.

Podemos decir que la MDPE marcha por buen camino, es interesante para el personal de la industria editorial y tiene un impacto positivo en el sector, aunque ocho años es todavía poco tiempo para evaluar un proyecto de esta naturaleza. Y es que creemos que, como dijo Confucio, “si quieres progresar un año, debes sembrar trigo; si quieres progresar diez años, debes sembrar árboles, y si quieres progresar cien años, debes educar a tus hijos”. 🏠



FERIA DEL LIBRO REALIZADA EN CYAD
FOTO: CLAUDIA LILIANA LÓPEZ LÓPEZ

“La MDPE inició sus cursos en 2009 y sólo se admite una generación cada dos años, de 24 personas cada una, más por limitaciones presupuestales que por falta de demanda o de infraestructura”.