

Facultad de Filosofía y Letras
Colegio de Letras Modernas
(Tronco común, Departamento de Letras o Área complementaria)

Nombre de la asignatura: Creación de proyectos editoriales

Horario: martes de 13:00 a 15:00 horas

Semestre: 2026-1

Nombre de la profesora: María Teresa Jiménez Andreu

Correo institucional: mteresajimeneza@filos.unam.mx

Objetivo general

Conocer cada una de las etapas del proceso editorial: planeación, creación de contenidos; producción —edición y diseño— y comercialización/distribución, con la finalidad de realizar proyectos editoriales impresos y digitales.

Objetivos particulares del curso

1. Adquirir los conocimientos teóricos y las competencias prácticas necesarias para crear proyectos editoriales, tanto impresos como digitales.
2. Distinguir las diferencias entre diversos soportes y plataformas a fin de diseñar los contenidos y la difusión de los mismos según las características técnicas y particularidades de cada cual.
3. Adquirir los conocimientos básicos para la protección de las obras y sus autores, así como las licencias de uso y distribución de materiales en librerías y en Internet.
4. Conocer las funciones básicas de las herramientas de diseño, a fin de poder diseñar una publicación.

Metodología

La asignatura se desarrollará tanto de forma teórica como práctica, con la finalidad de elaborar un producto editorial publicable al término del curso. Para ello se emplearán diversas estrategias de enseñanza-aprendizaje, tales como lecturas guiadas y comentarios de los textos, exposiciones de temas por parte de las y los estudiantes y la docente, intercambio de ideas y propuestas (de forma semejante a las discusiones de las juntas de redacción) y la elaboración de contenidos escritos y gráficos.

Temario/Contenidos

1. Introducción a la edición
2. Planeación del proyecto editorial
3. Gestión del proyecto editorial
4. Comercialización y distribución
5. Producción editorial
6. Diseño editorial
7. Inteligencia Artificial aplicada a la edición

Calendario de actividades

Semana /Tema	Subtemas
Semana 1 12/08/2026 Introducción a la edición	1.1 Conceptos básicos 1.2 Actores del proceso editorial y organigrama de una editorial 1.3 Modelos de negocio 1.4 Modalidades: edición impresa y digital
Semana 2 19/08/2024 Planeación del proyecto editorial	2.1 Concepto editorial 2.2 Lineamientos editoriales 2.3 Manual de estilo 2.4 Colecciones
Semana 3 26/08/2024 Gestión del proyecto editorial	3.1 Legislación: propiedad intelectual y derechos de autor 3.2 Licencias de Uso 3.3 Trámites: contratos, cartas de cesión de derechos. 3.3 Registro de las obras: ISBN, ISSN 3.4 Ética y buenas prácticas de la edición
Semana 4 2/09/2024 Comercialización y distribución	4.1 La edición comercial 4.2 La edición universitaria o académica 4.3 Plataformas de venta (redes sociales) 4.4 Marketing editorial 4.5 Modelo y plan de negocio
Semana 5 9/09/2024	5.1 Evaluación caso práctico 5.2 Revisión de evaluación
Semana 6 23/09/2024 Producción editorial	6.1 Curaduría de contenidos: de la idea al texto 6.2 Elección del soporte (digital o impreso) y del formato (libro, cuaderno, fanzine, ePub, PDF interactivo) 6.3 autoría de contenidos, de ilustración y de fotografía 6.4 Elaboración del cronograma
Semana 7 30/09/2024 Producción editorial	7.1 Edición de los textos 7.2 Corrección de estilo, marcaje 7.3 Lectura de pruebas 7.4 Cuidado de la edición

Semana 8 7/10/2024 Producción editorial	Trabajo práctico de lo aprendido en la semana 6
Semana 9 14/10/2024 Producción editorial	Trabajo práctico de lo aprendido en la semana 7
Semana 10 21/10/2024 Diseño editorial	10.1 Diagramación, 10.2 Retícula 10.3 Márgenes 10.4 Caja tipográfica 10.5 Trabajo práctico
Semana 11 28/10/2024 Diseño editorial	11.1 Tipografía 11.2 Otros elementos de diseño (horizontes, plecas, cornisas, etc.) 11.3 Diseño de la cubierta (tapa, cuarta de forros, solapa, camisa) 11.4 Trabajo práctico
Semana 12 04/11/2024 Diseño editorial	12.1 Imágenes 12.2 Composición 12.3 Resolución 12.4 Teoría del color 12.5 Trabajo práctico
Semana 13 11/11/2024 Inteligencia artificial para la edición	13.1 ¿Qué es la Inteligencia Artificial? Introducción 13.2 Antecedentes y evolución 13.3 Incidencia de la IA en el trabajo editorial: corrección, edición, traducción 13.4 Procesos y herramientas 13.4.1 ChatGpt 13.4.2 MidJourney y otras plataformas
Semana 14 18/11/2024 Inteligencia artificial para la edición	14.1 Generación y edición de contenidos textuales y visuales 14.1 Etica y buen uso de la IA 14.2 Trabajo práctico de lo visto en la clase de la semana 13

Semana 15 25/11/2024 Cierre del producto final	Presentación producto final
Semana 16 2/12/2024 Evaluación del producto final	Presentación producto final (continuación) Análisis colectivo (<i>Post mortem</i>)

Formas de evaluación y fechas

Participación 30%. Durante todo el curso, del 12 de agosto al 2 de diciembre 2025

Evaluación 20%. 09 de septiembre 2024

Producto final* (revista) 50%. 25 de noviembre 2025

*Incluye el trabajo práctico elaborado durante las semanas 8 y 9

Políticas de clase

- La asistencia del 80% de las clases es obligatoria para tener derecho de examen y de evaluación del producto final (Artículo 6o del Reglamento general de exámenes de la UNAM). Las inasistencias se justificarán únicamente con certificado médico.
- Puntualidad: se dará un margen de tolerancia de 15 minutos después de la hora de inicio de la clase.
- Las fechas de entrega de trabajos y aplicación del evaluación parcial son inamovibles.
- El plagio en cualquier modalidad y porcentaje implica la no acreditación de la materia.
- El formato de los trabajos se establecerá en las clases de las semanas 8 y 9 de acuerdo con las características de los entregables.

Bibliografía inicial

Claravalls Esther, *Cómo crear contenido digital sin vulnerar los derechos de autor* (Cataluña: Edición independiente, 2021).

Ginna, Peter, *La labor del editor: el arte, el oficio y el negocio de la edición* (México: FCE, 2022).

Indautor, <https://www.idautor.gob.mx>.

Magaña José Manuel, *Panorama del derecho de autor en México*. México: Ed. Reus, 2019.

Materiales del repositorio Proyectos editoriales

Picollini, Patricia, *La edición de libros en tiempos de cambio* (México: Paidós, 2017).

Zappaterra, Yolanda, *Diseño editorial N.E.*(Barcelona: Gustavo Gili, 2014).

