



Incorporación del diseñador en las empresas editoriales de la ciudad de Valparaíso

Tesina de grado

**Esta Tesina de Grado se inscribe en el marco de la investigación
del Proyecto N° 11110129 Fondecyt Iniciación 2011**

Autor

Constanza Gálvez Páez

Profesor guía

Dra. Rossana Bastías Castillo

Mag. Patricia Günther Buitano

Escuela de Diseño

Universidad de Valparaíso

ÍNDICE

AGRADECIMIENTOS	8
ABSTRACT	9
1. INTRODUCCIÓN	10
1.1 Fundamento del área de estudio	10
1.2 Tipo de Investigación	10
1.3 Preguntas de investigación	11
1.4 Objetivo general	11
1.5 Objetivo específico	11
2. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	12
2.1 Fases de la investigación	12
2.2 Recopilación de antecedentes	12
2.3 Selección de casos	13
2.4 Instrumentos diseñados y aplicados en la investigación	13
2.4.1 Encuesta: Cuadros de tabulación de datos	14
2.4.2 Cuadros comparativos: Análisis de datos	17
3. MARCO REFERENCIAL	20
3.1. Sector editorial en Chile	20
3.1.1. Organización de una editorial	21
3.2. Sector editorial en Valparaíso	22
3.2.1. Editoriales Adscritas a Universidades	22
3.2.2. Editoriales independientes de Valparaíso	22
3.3 Diseño Editorial	23
3.3.1 Elementos del diseño editorial	23
3.3.2 Tipos de publicaciones	30
3.4. Gestión del diseño	
3.4.1 Integración del diseño en la empresa	34
3.4.2 Contratación de servicio de diseño	35
3.4.3 Etapas de diseño en la empresa	36
4. DESARROLLO DE LA INVESTIGACIÓN	38
4.1 Empresas editoriales seleccionadas	38
4.2 Desarrollo de la entrevista a empresas editoriales Independientes	39
4.2.1 Caso Editorial Plantea de papel	39
4.2.2 Caso Editorial América en Movimiento	43
4.2.3 Caso Editorial Árbol	47
4.2.4 Caso Editorial Narrativa Punto Aparte	51

4.3 Desarrollo de la entrevista a empresas editoriales adscritas a Universidades	55
4.3.1 Caso editorial UV	55
4.3.2 Caso Sello editorial Puntángeles UPLA	59
5. PRESENTACIÓN DE RESULTADOS	63
5.1 Análisis resultados	63
5.1.1 Resultados nivel estratégico	63
5.1.2 Resultados nivel funcional	64
5.1.3 Resultados nivel operativo	67
5.2 Comparación de resultados	69
5.2.1 Comparación nivel estratégico	69
5.2.2 Comparación nivel funcional	70
5.2.3 Comparación nivel operativo	72
6. DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS	74
7. CONCLUSIONES	79
BIBLIOGRAFÍA GENERAL	80

ÍNDICE DE CUADROS Y TABLAS

<i>Cuadro 1: Recolección de datos. Fuente: Elaboración propia.</i>	14
<i>Cuadro 2: Visión y misión. Fuente: Elaboración propia</i>	14
<i>Cuadro 3: Roles y actores presentes en la editorial. Fuente: Elaboración propia.</i>	15
<i>Cuadro 4: Modo de integración del diseño en la empresa. Fuente: Elaboración propia.</i>	15
<i>Cuadro 5: Perfil del diseñador. Fuente: Elaboración propia.</i>	15
<i>Cuadro 6: Servicios contratados del diseñador. Fuente: Elaboración propia.</i>	16
<i>Cuadro 7: Especialidades del diseño incorporadas en la empresa. Fuente: Elaboración propia.</i>	16
<i>Cuadro 8: Etapas del proceso metodológico. Fuente: Elaboración propia</i>	16
<i>Cuadro 9: Encargado de las competencias de diseño. Fuente: Elaboración propia</i>	16
<i>Cuadro 10: Tabulación de resultados del modo de integración del diseñador. Fuente: Elaboración propia</i>	17
<i>Cuadro 11: Tabulación de roles en las editoriales seleccionadas. Fuente: Elaboración propia</i>	17
<i>Cuadro 12: Tabulación de resultados de los servicios contratados del diseñador. Fuente: Elaboración propia.</i>	18
<i>Cuadro 13: Tabulación de resultados del perfil del diseñador contratado. Fuente: Elaboración propia.</i>	18
<i>Cuadro 14: Tabulación de resultados de tipología de las publicaciones. Fuente: Elaboración propia.</i>	19

INDICE DE FIGURAS

<i>Figura 1: Diagrama propuesta metodológica.</i> <i>Fuente: Elaboración propia.</i>	12
<i>Figura 2: Etapas del Proceso Editorial. Fuente: Elaboración propia</i>	23
<i>Figura 3: Ejemplo de Alto contraste. Fuente:</i> <i>http://tarantino176.rssing.com/chan-4902912/all_p2.html</i>	24
<i>Figura 4: Ejemplo de Medio tono. Fuente: Como preparar diseños para la imprenta</i>	25
<i>Figura 5: Ejemplo de impresos a un color: Fuente:</i> <i>Elaboración propia</i>	25
<i>Figura 6: Ejemplos de trama. Fuente: Como prepara diseños para la imprenta</i>	25
<i>Figura 7: Impresión a dos colores. Fuente: Como preparar diseños para la imprenta</i>	26
<i>Figura 8: Color duotono. Fuente:</i> <i>https://tecnologiagrafica1.wordpress.com/category/color/</i>	26
<i>Figura 9: Color cuatricromía. Fuente:</i> <i>http://sinsustrativa.blogspot.com/</i>	26
<i>Figura 10: Tiras de color. Fuente:</i> <i>http://www.proyectacolor.cl/aplicacion-del-color/el-color-en-el-diseno/el-color-en-imprenta/pruebas-de-color/</i>	27
<i>Figura 11: Color sistema Pantone. Fuente: Elaboración propia</i>	27
<i>Figura 12: Tipos de papel. Fuente: Elaboración propia</i>	28
<i>Figura 13: Formatos de papel serie A. Fuente: http://pixel-creativo.blogspot.com/2011/12/formatos-y-medidas-de-papel.html</i>	29
<i>Figura 14: Fotografía de libros. Fuente: Elaboración propia.</i>	30
<i>Figura 15: Fotografía de revista VD. Fuente: Elaboración propia.</i>	31
<i>Figura 16: Fotografía de periódico Adelante. Fuente:</i> <i>Elaboración propia.</i>	31

ÍNDICE DE FIGURAS

<i>Figura 17: Fotografía de boletín Metro Valparaíso. Fuente: Elaboración propia.</i>	32
<i>Figura 18: Fotografía de folleto promocional Líder. Fuente: Elaboración propia.</i>	32
<i>Figura 19: Fotografía de catálogo Especias Muebles 2015, Homecenter Sodimac. Fuente: www.sodimac.cl/sodimac-cl/static/staticContent1.jsp?active=0&id=cat120032</i>	32
<i>Figura 20: Diagrama de niveles de incorporación del diseño en la empresa. Fuente: Elaboración propia.</i>	34
<i>Figura 21: Diagrama de integración del diseño en la empresa. Fuente: Elaboración propia.</i>	35
<i>Figura 22: Modelo de design management propuesto por B. Borja de Mozota. Fuente: Elaboración propia.</i>	37

ÍNDICE DE GRÁFICOS

<i>Gráfico 1: Tipos de publicaciones. Fuente: Elaboración propia.</i>	63
<i>Gráfico 2: Línea editorial. Fuente: Elaboración propia.</i>	64
<i>Gráfico 3: Actores presentes en las editoriales de Valparaíso. Fuente: Elaboración propia.</i>	64
<i>Gráfico 4: Modo de integración del diseñador. Fuente: Elaboración propia.</i>	65
<i>Gráfico 5: Actor que desarrolla el rol del diseño. Fuente: Elaboración propia.</i>	66
<i>Gráfico 6: Especialidad del diseñador contratado. Fuente: Elaboración propia.</i>	66
<i>Gráfico 7: Procesos metodológicos dentro de las editoriales. Fuente: Elaboración propia.</i>	67
<i>Gráfico 8: Servicios contratados del diseñador. Fuente: Elaboración propia.</i>	68
<i>Gráfico 9: Competencias de diseño en las empresas editoriales. Fuente: Elaboración propia.</i>	68
<i>Gráfico 10: Comparación de la línea editorial. Fuente: Elaboración propia.</i>	69
<i>Gráfico 11: Comparación de los actores presentes. Fuente: Elaboración propia.</i>	70
<i>Gráfico 12: Comparación del modo de integración del diseño. Fuente: Elaboración propia.</i>	71
<i>Gráfico 13: Especialidad del diseñador contratado. Fuente: Elaboración propia.</i>	71
<i>Gráfico 14: Comparación de los procesos metodológicos. Fuente: Elaboración propia.</i>	72
<i>Gráfico 15: Comparación de los servicios contratados del diseñador. Fuente: Elaboración propia.</i>	73

AGRADECIMIENTOS

Quiero partir agradeciendo a mi familia, por el apoyo incondicional en cada paso y decisión tomada, por alentarme a no decaer en situaciones difíciles. A mis amigos, por confiar en que puedo dar lo mejor de mí y animarme a seguir adelante. Y a mis profesoras guías por la paciencia y dedicación entregada en el desarrollo de esta investigación.

ABSTRACT

La presente investigación tiene como objetivo identificar el modo de integración del diseñador en las empresas editoriales existentes en la ciudad de Valparaíso, a modo de determinar el rol que este cumple y los actores presentes en los procesos metodológicos.

A modo de obtener resultados, se diseña una encuesta semi estructura que tiene como finalidad obtener datos concretos para realizar una comparación de los modos de integración y metodologías de las empresas editoriales adscritas a Universidades de la ciudad con las empresas editoriales Independientes de Valparaíso. Identificando no solo el modo en el cual se integra, sino que las funciones que desarrollan un diseñador dentro de la empresa y su respectivo enfoque.

Los casos analizados permitieron identificar con mayor certeza el modo de incorporación del diseño por medio de departamento internos especializado, junto la externalización de servicios puntuales. Concluyendo que son las empresas editoriales un área de integración profesional para los diseñadores, específicamente las editoriales independientes de la ciudad, considerando la tipología de las publicaciones que estas realizan y la línea editorial a la cual se enfoca, lo que le permite al diseñador desenvolverse en su área, adquirir y entregar conocimientos para un optimo proceso metodológico de la empresa.

Palabras claves: Empresas editoriales – Diseño editorial – Editoriales independientes – Gestión del diseño.

1. INTRODUCCIÓN

La presente investigación abordará la incorporación del diseñador en las empresas editoriales de Valparaíso. Este estudio permitirá indagar en el rol que cumple el diseñador como agente de la gestión del diseño y por otra parte el modo de organización del diseño en estas unidades empresariales de la ciudad de Valparaíso

1.1. Fundamento del área de estudio

El estudio de la integración del diseñador en las empresas editoriales de Valparaíso nos permitirá determinar el rol que cumple el diseñador al incorporarse a en estas unidades productivas (editorial), de qué manera interviene como agente de gestión. Cuáles son las funciones profesionales disciplinares que el diseñador desarrolla en estas unidades empresariales.

Según un estudio preliminar exploratorio en las web de las editoriales de Valparaíso, encontramos editoriales adscritas a Universidades e Independientes, en las cuales observamos la presencia de diversos profesionales del área periodística, artes visuales, historia, entre otras, conformando parte de su organización, desenvolviéndose en áreas externas respecto sus experticias. Sin embargo, no se observa la participación de diseñadores, considerando que el diseño de cada una de estas editoriales requiere de un diseñador, no solo en su forma sino en la estructura de los mensajes y la información.

De aquí surgen las interrogantes a desarrollar, en relación al modo en que se integra el diseñador en la empresa editorial y al rol que este cumple en el proceso productivo, sea una incorporación interna o externalización de sus servicios, o también quienes cumplen la función del diseño en la empresa editorial cuando no se cuenta con un profesional del diseño. Las respuestas a las interrogantes expuestas nos permitirán determinar la importancia de la presencia del diseñador en el sector de las empresas editoriales de la ciudad de Valparaíso, si existe o no, y las diferencias de las funciones entre un diseño interno y un diseñador externo. Este estudio permitirá a su vez determinar los aportes que supone contar con un diseñador (interno o externo) en las editoriales, tomando en cuenta que el diseño editorial es un área de la disciplina del diseño, es decir que tiene un conocimiento específico y un con que cumplir en estas unidades empresariales.

1.2. Tipo de Investigación

Investigación cualitativa, que contempla el levantamiento de información y catastro de las empresas editoriales existentes en Valparaíso, y su contextualización de las empresas editoriales en Chile. Junto con un trabajo de campo para levantar información sobre la incorporación del diseño a través de entrevistas a directivos de estas unidades empresariales, visitas a las empresas seleccionadas para el estudio, con el fin de registrar el proceso de gestión de diseño en las editoriales de Valparaíso.

1.3 Preguntas de investigación

- ¿Es fundamental la integración del diseñador en las empresas editoriales de Valparaíso?
- ¿Son las editoriales un área de integración profesional para los diseñadores?
- ¿Cómo se integran los diseñadores en el campo editorial de Valparaíso?

1.4 Objetivo general

Identificar el modo de integración del diseño en las empresas editoriales de la ciudad de Valparaíso.

1.5 Objetivo específico

- Identificar la misión de las editoriales independientes y adscritas a Universidades de la ciudad de Valparaíso.
- Describir las funciones que cumple el diseñador en una empresa editorial.
- Identificar la metodología del proceso de edición en las distintas editoriales de Valparaíso.

2. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

La presente investigación se basa en cinco etapas de desarrollo, las que constan de un estudio preliminar exploratorio, el cual genera un levantamiento de información de las empresas editoriales existentes en la ciudad de Valparaíso y conversaciones con expertos para generar una claridad del contexto editorial de la ciudad; recopilación bibliográfica de antecedentes para el marco teórico; creación de instrumentos de medición tabulares y comparativos; selección de las empresas editoriales de Valparaíso y la aplicación de los instrumentos.

2.1 Fases de la investigación

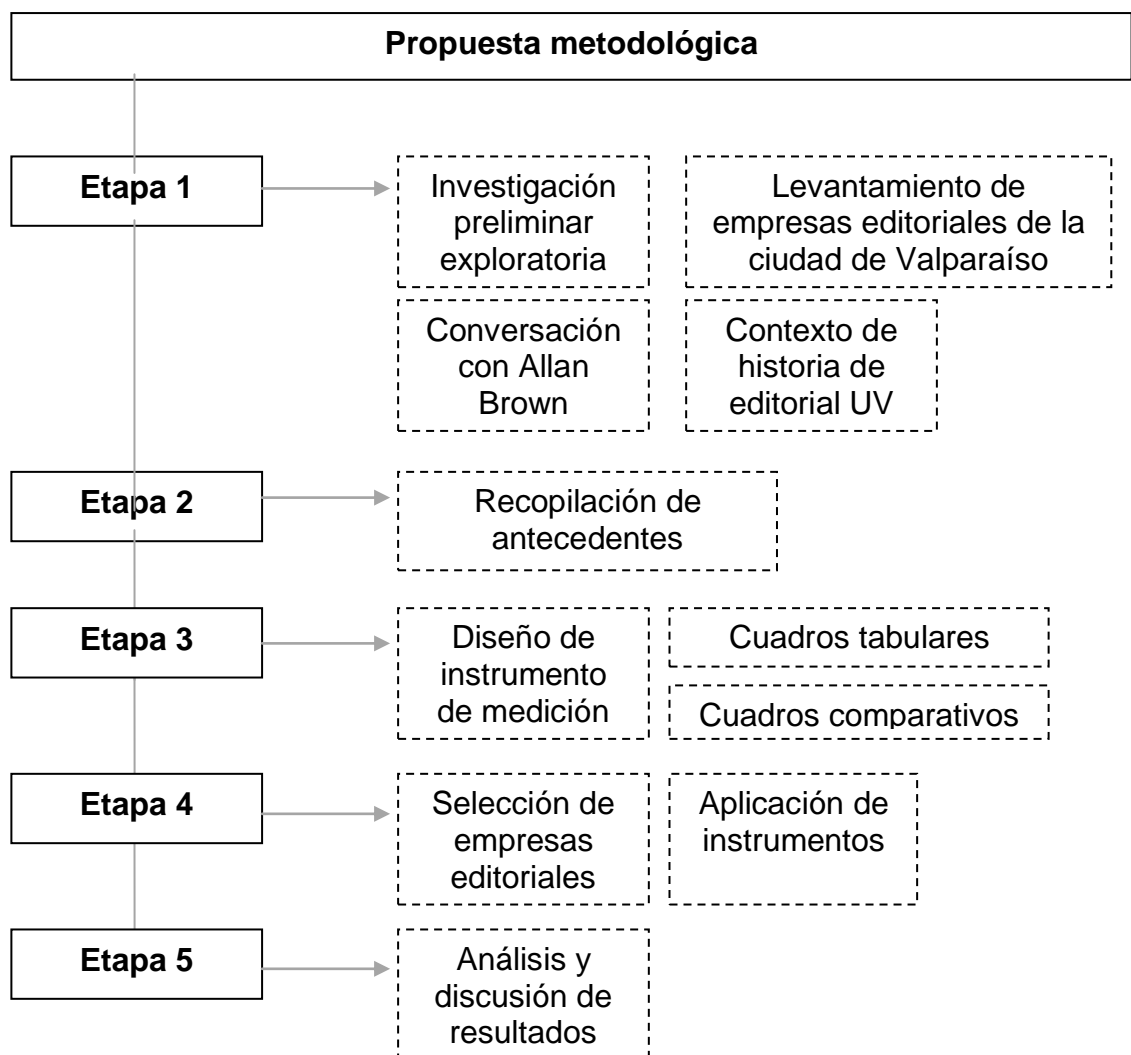


Figura 1: Diagrama propuesta metodológica. Fuente: Elaboración propia.

2.2 Recopilación de antecedentes

El instrumento de recolección utilizado se basa en el esquema de diseño de investigación cualitativa (Valles, 2003), específicamente la formulación del tema o problemática, los objetivos e hipótesis de trabajo, las decisiones maestras

(selección de contextos, casos de editoriales adscritas e independientes) y la selección de estrategias y técnicas de obtención, análisis y presentación de los datos. Para estos efectos, se han establecido tres plataformas de recolección:

- a) Virtual: Registros disponibles en la Web
 - a. Catastro de las editoriales existentes en la ciudad de Valparaíso
- b) Escrita: Recopilaciones bibliográficas
- c) Oral: Conversaciones con expertos del tema

2.3 Selección de casos

Los casos a analizar se seleccionan a través de un muestreo aleatorio, el cual se realiza por medio de una tabulación de los datos de las empresas editoriales existentes en la ciudad de Valparaíso, categorizadas por adscritas a Universidades y por empresas independientes. De ambas categorías se realiza la selección del 50%.

2.4 Instrumentos diseñados y aplicados en el desarrollo de la investigación

Los instrumentos diseñados y aplicados en el desarrollo de la investigación se dividen en dos fases:

- Entrevista estructurada con preguntas medio abiertas: entrevista sistematizada para todos los entrevistados. Aplicación de preguntas con respuestas limitadas y sin opinión del entrevistado.
- Cuadros de tabulación de datos: cuadros comparativos de organización de los resultados obtenidos en las entrevistas realizadas a los casos de empresas editoriales.

2.4.1. Diseño de entrevista

a) Cuadro de recolección de datos de las empresas editoriales:

Nombre empresa		
Forma jurídica	1. Individual Responsabilidad Ltda	
	2. Sociedad Responsabilidad Ltda	
	3. Sociedad Anónima	
	4. Persona Natural	
Dirección		
Sitio Web		
Tipo de empresa		

Cuadro 1: Recolección de datos. Fuente: Elaboración propia.

b) Cuadro de visión y misión de la empresa:

Visión de la empresa	
Misión de la empresa	

Cuadro 2: Visión y misión. Fuente: Elaboración propia.

c) Cuadro de roles y actores presentes en la editorial:

Actores Presentes	Presencia del cargo		Profesión de encargado
	Si	No	
Director			
Director Artístico			
Jefe de Producción			
Director de fotografía			
Diseñadores			
Editor			

Director comercial			
Otro ¿cuál?			

Cuadro 3: Roles y actores presentes en la editorial. Fuente: Elaboración propia.

d) Cuadro de integración del diseño en la empresa:

Modo de Integración del diseño en la empresa			
Contratación de servicios externos	Consulta regular o puntual a asesores externos	Creación de un departamento interno especializado	Ausencia de diseñador

Cuadro 4: Modo de integración del diseño en la empresa. Fuente: Elaboración propia.

e) Cuadro de perfil del diseñador contratado:

	Sí	No
Diseñador gráfico		
Publicista		
Diseñador digital y multimedia		
Comunicador		
Diseñador de productos		
Diseñador de espacios		
Diseñador textil		
Otro ¿Cuál?		

Cuadro 5: Perfil del diseñador. Fuente: Elaboración propia.

f) Cuadro de servicios contratados del diseñador

Área de comunicación	Sí	No
Edición del contenido		
Diagramado		
Corrección de estilos		
Maquetado		

Ilustración		
Fotografía		
Diseño de publicaciones		
Diseño de portadas		
Encuadernado y acabados		
Diseño web		
Otro ¿Cuál?		

*Cuadro 6: de servicios contratados del diseñador.
Fuente: Elaboración propia.*

g) Cuadro de especialidades del diseño incorporadas en la empresa

	Sí	No
Diseño de comunicación (imagen corporativa)		
Diseño gráfico		
Diseño digital y multimedia		
Diseño de productos		
Diseño de espacios		
Diseño de equipamiento		
Diseño textil		
Otra ¿cuál?		

*Cuadro 7: Especialidades del diseño incorporadas en la empresa.
Fuente: Elaboración propia.*

h) Cuadro de etapas del proceso metodológico en la empresa

Etapas	Actividad	Especificaciones
Nº1		
Nº2		
Nº3		
Nº4		
Nº5		

Cuadro 8: Procesos metodológicos de la empresa. Fuente: Elaboración propia.

i) Cuadro de encargado de las competencias del diseño en la empresa:

	Sí	No
Gerencia General		
Gerencia Marketing		
Gerencia Comercial		
Investigación y Desarrollo (I+D)		
Gerencia de Producción		
Gerencia de Finanzas		
Director de Proyecto		
Empresario		
Otro ¿Quién?		

*Cuadro 9: Encargado de las competencias del diseño en la empresa. Fuente:
Elaboración propia.*

2.4.2. Cuadros de tabulación de información

a) Diseño de cuadro: Tabulación de resultados del modo de integración del diseño en las empresas editoriales seleccionadas.

Modo de Integración del diseño en la empresa				
Empresas Editoriales Independientes	Contratación de servicios externos	Consulta regular o puntual a asesores externos	Creación de un departamento interno especializado	Ausencia de diseñador
Editorial 1				
Editorial 2				
Editorial 3				
Editorial 4				
Editorial 5				

Cuadro 10: Tabulación de resultados del modo de integración del diseño. Fuente: Elaboración propia.

b) Diseño de cuadro comparativo: Actores presentes en editoriales adscritas e independientes:

Actores Presentes	Editorial 1	Editorial 2	Editorial 3
Director			
Director Artístico			
Jefe de Producción			
Director de fotografía			
Diseñadores			
Editor			
Corrector			
Director comercial			
Otro			

Cuadro 11: Tabulación de los roles en las editoriales seleccionadas. Fuente: Elaboración propia.

c) Cuadro de tabulación de resultados de servicios contratados del diseñador en los casos de empresas editoriales seleccionadas.

Servicios	Editorial 1	Editorial 2	Editorial 3
Edición del contenido			
Diagramado			
Corrección de estilos			
Maquetado			
Ilustración			
Fotografía			
Diseño de publicaciones			
Diseño de portadas			
Encuadernado y acabados			
Diseño web			
Otro ¿Cuál?			

*Cuadro12: Tabulación de resultados de servicios contratados del diseñador. Fuente:
Elaboración propia.*

d) Cuadro de tabulación de resultados del perfil del diseñador contratado en los casos de empresas editoriales seleccionadas.

	Editorial 1	Editorial 2	Editorial 3
Diseñador gráfico			
Publicista			
Diseñador digital y multimedia			
Comunicador			
Diseñador de productos			
Diseñador de espacios			
Diseñador textil			
Otro ¿Cuál?			

*Cuadro13: Tabulación de resultados del perfil del diseñador contratado. Fuente:
Elaboración propia.*

e) Cuadro de tabulación de los resultados de tipología de las publicaciones realizadas por los casos de empresas editoriales seleccionadas.

		Si	No
Libros	Poesía		
	Narrativa		
	Novelas		
	Ensayos		
	Literatura fantástica		
	Otro ¿Cuál?		
Revista	Científica		
	Informativa		
	Especializada		
	De Ocio		
	Otra ¿Cuál?		
	Folletos		
	Periódicos		
	Catálogos		
	Boletín		
	Otro ¿Cuál?		

Cuadro 14: Tabulación de tipología de las publicaciones. Fuente: Elaboración propia.

3. MARCO REFERENCIAL

3.1 Sector editorial en Chile

En Chile, la mayoría de las grandes empresas editoriales son sucursales de transnacionales, las cuales por medio de la fusión y adquisición han logrado aumentar el número de autores con los cuales trabajan, abaratando los costos de producción y potenciando los costos de distribución¹.

Las empresas más importantes del mercado chileno son:

- Editorial Sudamericana
- Alfaguara
- Grijalbo
- Plantea
- Emecé
- Urano
- Ediciones B

Estas empresas editoriales forman parte del grupo “G-7”, el cual tiene como objetivo incrementar el nivel de lectura, reduciendo los costos y privilegiando a los narradores nacionales.

Nuestra industria editorial se encuentra en un momento crucial de su desarrollo. Junto a problemas heredados desde hace décadas —en particular por el golpe de Estado—, que provocaron un gran deterioro de la valorización simbólica del libro en nuestra sociedad y de toda la cadena del libro (empobrecimiento de los canales de distribución, insuficientes librerías y bibliotecas, bajos niveles de compra y lectoría de libros, etc.), Chile presenta actualmente un nivel de producción editorial muy auspicioso con gran impulso en la creación y producción.²

En cuanto industria, el principal soporte del sector editorial es la creatividad de los creadores, traductores y actores de toda la cadena del libro, un sector de valor económico que contribuye efectivamente a la creación de empleos, la innovación y el emprendimiento, como también a una sociedad más democrática, creativa, y pro activa

En los países latinoamericanos con industrias editoriales más desarrolladas, como México, Brasil, Argentina y Colombia, las librerías compran mayoritariamente a las editoriales; mientras que en países como Chile, las librerías realizan directamente las importaciones, además de comprar a los distribuidores y editores locales.³

¹ Ejemplo tomado de El Sector Editorial en Chile, Sonia Masip Moriarty, Becaria de la Cámara de Comercio de Madrid 2000, Oficina comercial de la embajada de España en Chile.

² Ejemplo tomado de Consejo de la Cultura: <http://www.cultura.gob.cl/wp-content/uploads/2014/08/estrategia-internacionalizacion.pdf>

³ Ejemplo tomado de La edición independiente como herramienta protagónica de la bibliodiversidad, Gilles Colleu,

En Chile se produce más literatura que educación, y se edita más poesía que novela. Sin embargo, el público percibe que tanto los textos locales como los importados son caros.

La lectura en Chile, ha comprendido un cambio significativo en muchos sentidos, la mayoría se debe al avance tecnológico en el cual estamos inmersos. La instauración de nuevos sistemas de lectura mediante dispositivos móviles ha permitido al usuario disponer de libros en sus celulares, tablet y computadores.

Masificación e inmediatez a la hora de obtener un libro o revista, ha dejado de lado la exclusividad de adquirirlos en tiendas, permitiendo que se incrementen las publicaciones digitales por las editoriales u organizaciones que rigen estos productos en nuestro país.

3.1.1. Organización de una editorial

*La editorial es una empresa o entidad que realiza y publica libros, periódicos y otras clases de impresos.*⁴

Una empresa editorial ofrece servicios de corrección ortográfica y de estilo, la traducción del texto, la maquetación y el diseño de portada. Sin embargo hay labores que dependen netamente de la organización que esta posee⁵.

- **Corrector tipográfico:** corrección de pruebas o corrección gráfica que es posterior a la maquetación o puesta en página y consiste en revisar la composición de toda la publicación en búsqueda de erratas, verificar viudas y huérfanas, identificar sílabas repetidas al inicio de línea y la separación correcta de palabras, corroborar el tipo y cuerpo de los diferentes niveles de textos, entre otros.
- **Coordinador editorial:** su labor es gestionar toda la elaboración de una publicación. Se trata de coordinar el trabajo de todos los profesionales que participan en el proceso de edición, de controlar los tiempos de puesta en marcha y entrega del trabajo y velar por la calidad de cada uno de los procesos.
- **Imprenta:** aunque la empresa o los profesionales que brindan otros servicios editoriales no posean una imprenta, se suele ofrecer este servicio; básicamente, para facilitarle la vida al cliente y así este tiene un tema menos del cual ocuparse y centra todo el proceso de creación y edición de una publicación en un solo profesional o empresa.
- **Prensa y marketing:** debido a la necesidad de visibilidad que tiene un producto o servicio —sea en el ámbito *online* como *offline*— las acciones de prensa, difusión, promoción y comunicación también comenzaron a formar parte de los servicios editoriales que se ofrecen en la actualidad. Dentro de esta área se encuadran los servicios de *community*

⁴ Ejemplo tomado del Manual De Edición y Autoedición. José Martínez De Sousa

⁵ Ejemplos tomados de Servicios editoriales: más allá de la corrección, la traducción, la maquetación y el diseño, Mariana Eguaras, consultoría editorial

management, que abarca bastante más tareas y responsabilidades que la gestión de las redes sociales y la presencia del cliente en la web.

Actores presentes en el proceso Editorial:

- Director
- Director artístico
- Jefe de Producción
- Director de fotografía
- Diseñadores
- Editor
- Director comercial

3.2. Sector editorial en Valparaíso

En Valparaíso, a fines de la década de los 70, se realizaron numerosas ediciones proyectadas por diseñadores, escritores y poetas que constituyeron interesantes propuestas tanto en el soporte como en la estructura gráfica para las obras de bajo tiraje. La presencia de editores más audaces motivó la creación de publicaciones cuya aparición tuvo una importante repercusión en el diseño de colecciones y nuevas líneas de edición.⁶

Dentro de las editoriales existentes en la ciudad de Valparaíso, encontramos editoriales adscritas a Universidades de ciudad y editoriales de carácter independiente.

3.2.1. Editoriales Adscritas a Universidades

Editoriales que realizan publicaciones bajo un sello Universitario, respaldadas por la institución educacional. En Valparaíso encontramos tres editoriales de esta tipología:

- Editorial UV
- Sello Editorial Puntángelos, Universidad de Playa Ancha
- Editorial PUCV
- Editorial UTFSM

3.2.2. Editoriales independientes de Valparaíso

Los editores independientes son los actores esenciales que permiten la difusión de ideas, la promoción de los patrimonios culturales, la transmisión de los saberes plurales. Son los garantes de la pluralidad de ideas frente a la mercantilización creciente de la cultura impuesta por las lógicas esencialmente financieras de los grupos de comunicación internacionales.⁷

En Valparaíso encontramos editoriales que no están respaldadas por una institución, poseen sello propio, las cuales se denominan Independientes.

⁶ Ejemplo tomado de hDGch, Historia del diseño gráfico en Chile, Pedro Álvarez Caselli

⁷ Ejemplo tomado de Declaración de los editores independientes y solidarios, Dakar, 4 de diciembre de 2003

- Editorial Árbol
- Editorial Planeta de Papel
- Ediciones Perro de Puerto
- Narrativa Punto Aparte
- La picadora de papel
- Editorial Alba
- Editorial Puerto de Escape
- Editorial América en movimiento

3.3. Diseño Editorial

El estudio del diseño editorial observa la forma, el formato, efectividad y funcionalidad del medio para transmitir un mensaje. No solo es importante el contenido de un artículo u historia, todos los elementos de diseño y producción determinan que tan bien recibido es nuestro mensaje.

La estética encuentra su base en la aceptación del mensaje. Un mensaje bien recibido es un mensaje bello. Algo bello es algo que comprendemos tan bien que lo aceptamos sin duda alguna. La belleza de un diseño esta en entregar una comprensión absoluta de nuestro mensaje. Y para desarrollar esta comprensión tenemos infinidad de herramientas (Forma, Textura, Peso, Contraste, Balance, Proporción, Ritmo, Armonía, Movimiento, Simetría, etc) pero la más importante es el criterio para entender el mensaje y plasmarlo de manera que cualquiera que lo reciba pueda comprender exactamente lo que queremos comunicar.⁸

El diseño de un mensaje, el entendimiento y conocimiento de las herramientas permitirán formular mensajes estéticos y funcionales.

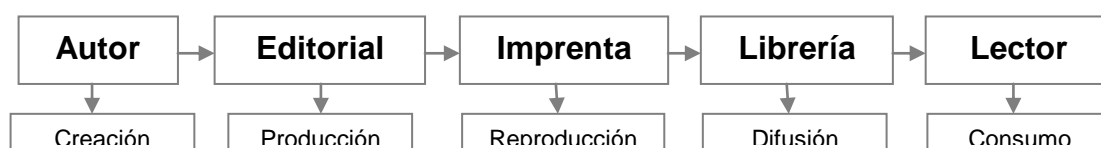


Figura 2: Etapas del Proceso Editorial. Fuente: Elaboración propia.

3.3.1. Elementos del diseño editorial

Desde el punto de vista de un diseñador, el propósito del diseño editorial es observar una publicación como un proyecto de imagen y diseño.

Se debe considerar la tipología del producto que se quiere publicar y el tipo de lector al cual está dirigido el periódico, folleto, revista, entre otros. Estos factores determinan la línea editorial que limitará la creatividad mediante un

⁸ Ejemplo tomado de Diseño Editorial, L.D. G Juan José Manjarrez de la Vega, licenciatura en diseño gráfico, Universidad de Londres.

concepto a trabajar, referentes a los códigos tipográficos, fotográficos, paleta cromática, tipo de papel, acomodo de texto, etc.

Preimpresión

Termino empleado por los impresores para referirse a todos los procesos que preparan las páginas compuestas por el diseñador.

En esta etapa se prepara el material en temas de contenido, estilos gráficos y pruebas de impresión, para ser enviado correctamente a la imprenta. Consta de cinco fases:

- Elaboración del escrito: Se elabora el escrito o se determinan artículos que serán expuestos en la publicación.
- Edición del contenido: Temas generales que tienen que ver con el contenido y la estructura.
- Corrección de estilos: Erradica redundancias, inconsistencias, errores lingüísticos. Análisis de cada palabra y frase, revisión literaria desde el punto de vista gramatical.
- Corrección de pruebas: Ortotipografía, se comprueba la corrección, consistencia y fluidez de las páginas ya compuestas.
- Maquetado: Categorización del contenido visual, definición de línea editorial, disposición de texto, titulares, fotografías, elementos iconográficos, columnas.

El diseñador o encargado de la etapa de preimpresión debe contar con conocimientos de las siguientes técnicas para preparar los archivos para enviarlo a una imprenta⁹:

a) Alto contraste: Forma de impresión reproducido en un solo color plano sin variaciones de tono o densidad. Este sistema se emplea en textos o imágenes y puede componerse de zonas solidas, puntos o líneas.



Figura 3: Ejemplo de alto contraste. Fuente: http://tarantino176.rssing.com/chan-4902912/all_p2.html

⁹ Ejemplo tomado del libro Como preparar diseños para la imprenta, capítulo creación de efectos, Lynn John

b) Medio tono: La imagen se transforma en una trama de puntos de diferentes dimensiones. Las áreas más claras son puntos negros sobre blanco y las más oscuras son puntos blancos en negativo

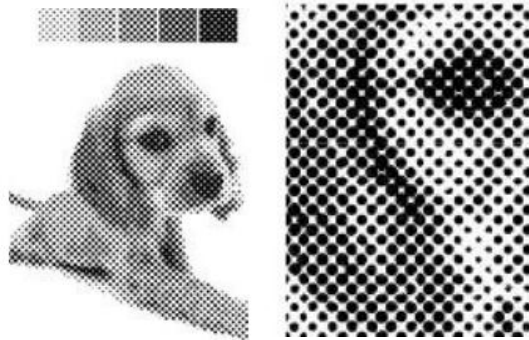


Figura 4: Medio tono. Fuente: Como preparar diseños para la imprenta

c) Impresión a un color: Uso de un color en sus diversos porcentajes para crear diferencia de tonalidades.



Figura 5: Impresión a un color. Fuente: Elaboración propia

d) Trama: Las tramas se emplean para reproducir tono en imágenes o texto. Las tramas de semitono se calibran según el número de líneas por pulgadas. Existen varios tipos de trama, entre ellas de líneas o círculos de varias dimensiones. Ejemplo de trama de 22 puntos por cm. El original en blanco y negro debía reproducirse fielmente sólo en áreas negras, blancas y grises. La conversión a trama de punto reproduce con precisión los reflejos en la lata.

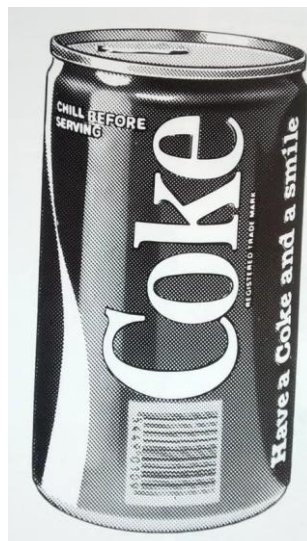


Figura 6: Tipos de tramas. Fuente: Como preparar diseños para la imprenta

e) Impresión a dos colores: o bitono, uso de dos colores creando un tercero, generalmente tienen un óptimo resultado cuando se utiliza un color oscuro sobre un color pastel, con ello se consigue que el contraste de la imagen no quede dominado por uno u otro de los dos colores.



Figura 7: Impresión a dos colores. Fuente: Como preparar diseños para la imprenta

f) Color duotono. Uso de dos colores en una pieza gráfica o como recurso en la fotografía, vinculación por medio de dos planchas de impresión que se superponen.

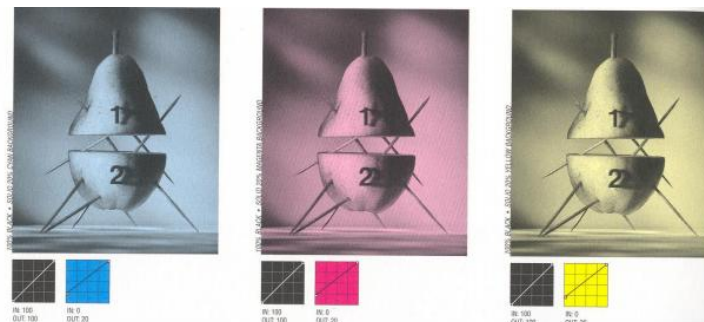


Figura 8: Color duotono:
<https://tecnologiagrafica1.wordpress.com/category/color/>

h) Color cuatricromía: Los tonos de los colores se obtienen imprimiendo un porcentaje de color, a partir de los cuatro colores de la gama CMYK



Figura 9: Color cuatricromía. Fuente: <http://sinsustrativa.blogspot.com/>

i) Pruebas de color: En este proceso se comprueba que todos los elementos de la impresión estén correctamente reproducidos antes de comenzar la fase final. Existen pruebas de prensa, pruebas digitales o reproducción digital.

j) Tiras de control: Tiras o bandas de color, presentan los colores y tramas diversas ordenadas en forma de tira. Se colocan en los documentos para controlar la calidad de los impresos resultantes. Las tiras de control se sitúan en las zonas marginales de los papeles para que una vez recortados los documentos no se vean o no molesten.

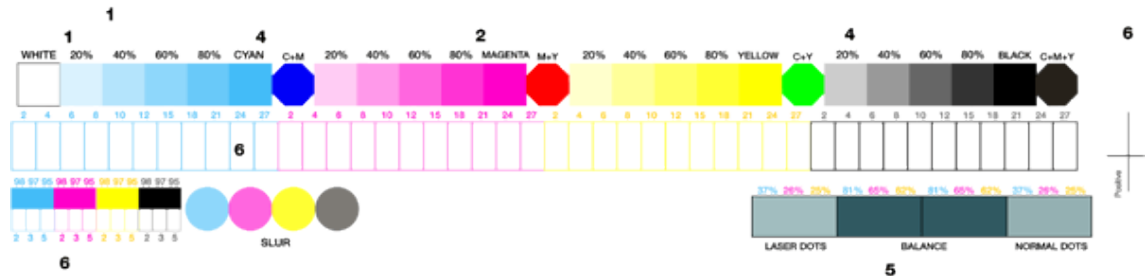


Figura 10: Tiras de color: Fuente: <http://www.proyectacolor.cl/aplicacion-del-color/el-color-en-el-diseno/el-color-en-imprenta/pruebas-de-color/>

k) Color sistema Pantone: Es el sistema más extendido y estándar, ofrece más de 1.000 colores básicos en un muestrario.

- El color Pantone coated / uncoated, se utiliza en trabajos monocromáticos o en combinaciones de colores.
- El color Pantone process para trabajos en cuatricromía. Existen también Pantones en tonos pastel, metálicos y barnices.



Figura 11: Muestrario Pantone Solid Coated. Fuente: Elaboración propia.

El encargado del proceso de pre impresión debe tener conocimiento de los materiales y acabados que se requieren en una publicación, para tomar las decisiones correctas de las técnicas que utilizarán.

a) Material Papel: Se elabora con fibras de celulosa, que es el componente primordial, entre ellos el pino y eucalipto. La madera es una estructura

compuesta, formada por fibras paralelas entre sí, unidas por pegamento llamado lignina. Las fibras aportan elasticidad y el pegamento rigidez¹⁰. Dentro de las combinaciones de fibras podemos encontrar los siguientes papeles:

- Papel blanco para oficina: Por el color y la suavidad exigidos, se usa mezcla de celulosa blanca fibra larga y celulosa blanca fibra corta, para obtener a la vez buenas propiedades mecánicas visuales.
- Papel kraft para sacos de cemento: Como el color y aspecto no son relevantes, pero sí su resistencia, se utiliza 100% de celulosa kraft fibra larga.
- Papel de diario: En este caso el costo es fundamental, por lo que se usa una pulpa mecánica, con un pequeño porcentaje de celulosa blanca fibra larga, para dar resistencia mecánica en el proceso de impresión.
- Cartulina dúplex: Consta de tres capas; en la superior prima el aspecto visual, se usa celulosa blanca fibra corta. En el reverso de color café, por lo que se usa celulosa kraft fibra larga. En la capa interior, no visible, prima el factor de costo, por lo que se usa recorte.



Figura 12: Fotografía de tipos de papeles. Fuente: Elaboración propia.

Los tipos de papeles podemos diferenciarlos por composiciones de fibras o en su defecto, sus características:

- **Gramaje:** El peso en gramos, de un metro cuadrado de papel. Se expresa en gramos/m²
- **Humedad:** Es el contenido de agua en el papel. Normalmente está en el rango de 6 a 10%. Es una variable que debe ser cuidadosamente controlada en el proceso de impresión, ya que un cambio de humedad provocará contracciones o dilataciones en la hoja de papel.
- **Superficie:** Se puede modificar la hoja de papel con diferentes tratamientos que permiten variar la textura de la superficie del papel permitiendo diferentes acabados: Satinado, glaseado, couché, alto brillo, dúplex, vitela o pergamino, entre otros.

¹⁰ Ejemplos tomados de Presentación Profesora Andrea Aspee, Laboratorio de Impresión y Prerensa, Materiales y Acabados.

b) Formatos: Los materiales anteriormente mencionados se encuentran bajo la normalización de formatos establecidos, europeos (clasificados por series A, B o C) y estadounidense¹¹.

- **Serie A:** Son para la generalidad de los trabajos de imprenta. La hoja estándar básica mide 841x1189mm lo cual equivale a la superficie de un metro cuadrado. Cada número después de la inicial A indica la mitad del tamaño de la superficie procedente.

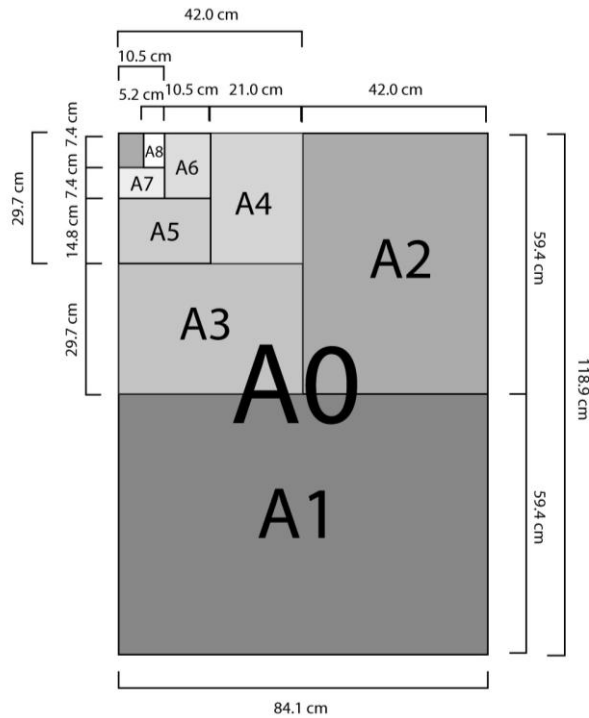


Figura 13: Formato Serie A. Fuente: <http://pixel-creativo.blogspot.com/2011/12/formatos-y-medidas-de-papel.html>

- **Serie B:** Se usan como alternativa para las series A y se usan principalmente en posters, mapas murales e impresos similares, donde la diferencia de tamaño con las mayores hojas de la series A representa un salto demasiado alto. El tamaño básico B, llamado B0 mide 1000 x 1414mm.
- **Serie C:** Se usan en folletos, tarjetas postales y sobres. Las series C de tamaños para sobres permite la inserción de tamaños correspondientes de serie A. Por ejemplos, un sobre C6 podrá contener una hoja A6.
- Sistema de tamaño mercurio: 1100x770mm

c) Acabados: En las publicaciones editoriales podemos encontrar distintos tipos de acabados, estos les otorgan una caracterización

¹¹ Ejemplos tomados de Fuente <http://pixel-creativo.blogspot.com/2011/12/formatos-y-medidas-de-papel.html>

- **Encuadernación:** Es el proceso de juntar hojas de papel o materiales similares por sus márgenes o zonas intermedias para formar un cuadernillo que se pueda consultar de forma secuencial.
- **Costura al hilo:** Las hojas se unen formando cuadernillos que se cosen en el lomo formado por el pliegue central. Es un sistema resistente y de gran calidad que un acabado profesional a los documentos
- **Hotmelt:** Las hojas se pegan al lomo. Como las páginas son independientes se pueden intercalar distintos tipos de papeles. Es más económico que la costura al hilo, pero con el tiempo las páginas pueden tender a despegarse.
- Corchete el lomo
- Corchete el caballete
- **Anillado o encuadernación de espiral:** Consiste en colocar las hojas formando bloques, hacer una fila de agujeros en el lado del lomo y pasar un espiral de alambre o plástico por estos orificios.
- **Costura oriental o costura sin pegamento:** Es un tipo de encuadernación que forma parte del diseño de la edición. Se llama también costura a la vista.
-

3.3.2 Tipos de publicaciones

a) Libro: Es un impreso encuadernado que desarrolla extensamente un tema acorde con su título, un ensayo grande, una novela u obra literaria larga o una compilación de cuentos, ensayos u obras más pequeñas.



Figura 14: Fotografía de libros. Fuente: Elaboración propia.

b) Revista: Son publicaciones periódicas, interesadas en un tema en particular y dan cabida a una serie de textos similares (artículos). Se clasifican en volúmenes, que corresponden numéricamente de la primera impresión a la última. Tienen un interés primeramente económico y usualmente se encuentran financiadas por publicidad externa.



Figura 15: Fotografía de revista VD. Fuente: Elaboración propia.

c) Periódico: Es un boletín no institucional que aparece regularmente y contiene noticias de índole general sobre lo que sucede en un área geográfica o del conocimiento.



Figura 16: Fotografía de periódico Adelante. Fuente: Elaboración propia.

d) Boletín: Son publicaciones periódicas que buscan informar a los integrantes de una comunidad, institución, corporación, empresa, partido o grupo acerca de los sucesos y opiniones que trascienden en el interior de la propia organización.



Figura 17: Fotografía de boletín Metro Valparaíso.
Fuente: Elaboración propia.

e) Folleto promocional: Podemos definirlo como una publicación no encuadernada utilizada, generalmente, para transmitir información publicitaria, que ofrece información de los productos o servicios de una empresa, lleva información solo de algunos productos y servicios puntuales o de ofertas concretas.



Figura 18: Fotografía de folleto Promocional Lider. Fuente: Elaboración propia.

f) Catálogo: Publicación extensa en la que se da información de todos los productos de la empresa en cuestión



Figura 19: Fotografía de catálogo Especial Muebles 2015, Homecenter Sodimac. Fuente: Elaboración propia.

3.4. GESTIÓN DEL DISEÑO

En los países latinos, *editor* o *Publisher* son dos caras de una misma actividad. Parte esencial de las llamadas industrias culturales (o industrias creativas), en aras de la eficiencia, ha ido subdividiendo sus tareas: editor, agente de derechos, *scout*, agente literario, director de colección, lector, corrector, diseñador, maquetador, tipógrafo, ilustrador, iconografista, productor gráfico, distribuidor, agente de prensa, corredor, promotor.¹²

El diseñador como agente profesional, cuenta con conocimientos de edición que preparan la producción de una pieza gráfica (libro, periódico, revista, entre otros). Estos conocimientos son vitales a la hora de relacionarse directamente con el impresor, lo que permite que el mensaje que se pretende entregar no se modifique o altere al momento de su impresión.

Una parte importante de las funciones editoriales es llevada adelante fuera de la empresa y se observa una verdadera pauperización de la población de trabajadores freelance. Remunerados sobre un volumen horario negociado de antemano (en ocasiones incluso de derechos de autor), estos efectúan –de la manera más económica posible, en la mayor precariedad- la corrección, la reescritura, la puesta en página, el seguimiento editorial, etc.¹³

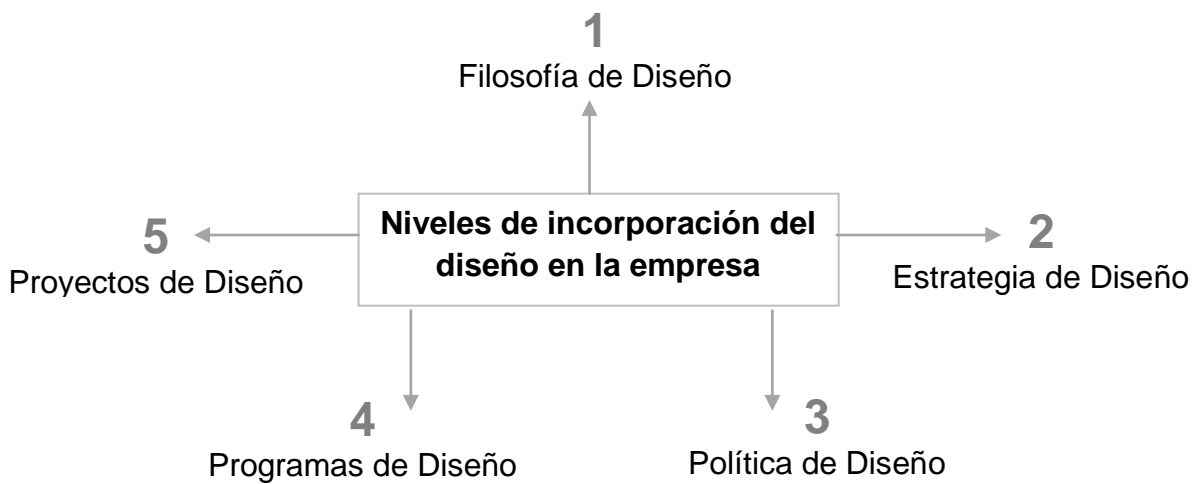
¹² Ejemplo tomado de La edición independiente en América Latina, La edición independiente como herramienta protagonista de la bibliodiversidad, pág 9, Gilles Colleu.

¹³ Ejemplo tomado del libro Como preparar diseños para la imprenta, Lynn John.

3.4.1 Integración del diseño en la empresa

En las empresas editoriales se pueden detectar déficit o problemas de diseño, las cuales requieren de actores específicos que entreguen soluciones concretas. Para ello se aborda la definición de una estrategia general que incorpora el diseño según los intereses, recursos y/o necesidades propias de la empresa. *Para ello se define cinco niveles de incorporación del diseño en la empresa.*¹⁴

Niveles de incorporación del diseño en la empresa



*Figura 20: Diagrama de niveles de incorporación del diseño en la empresa.
Fuente: Elaboración propia.*

a) Nivel 1: Filosofía de Diseño:

Implica la integración plena del diseño en los valores de la empresa. “Empresa basada en el diseño”. Los valores del diseño rigen y regulan las actividades internas y externas de la empresa.

b) Nivel 2: Estrategia de Diseño:

Estrategia competitiva basada en la aplicación del diseño en sus tres ámbitos: producto, comunicación de producto e imagen corporativa. Para ello se recomienda una gestión de diseño tecnificada y especializada.

c) Nivel 3: Políticas de Diseño:

Elaboración de programas de gestión que permiten el desarrollo de diversos programas de diseño. Es importante, en este caso, crear al interior de la empresa un departamento de diseño independiente y ligado al máximo a la dirección de esta. Recomendaciones: departamento de diseño independiente a la estructura organizativa y ligado lo más posible a dirección, con capacidad suficiente como para coordinar los diferentes departamentos de la empresa.

¹⁴ Ejemplo tomado del Manual sobre Gestión de Diseño, para empresas que abren nuevos mercados. Manuel Lecuona

d) Nivel 4: Programa de Diseño:

La empresa tiene planes sistemáticos estructurados con fases y objetivos. Idealmente esta acción debiera ser dirigida por un gestor interno de diseño para coordinar desde allí a los distintos departamentos de la empresa. Recomendaciones:

- a. Gestor interno del programa de diseño con autoridad suficiente para coordinar las decisiones que afectan a varios departamentos de la empresa.
- b. Desarrollo de una gama de productos.
- c. Programa de una buena imagen corporativa.

e) Nivel 5: Proyectos de Diseño:

La empresa contrata servicios de diseño para externos o un diseñador internamente a tiempo parcial, para resolver casos puntuales de diseño. Recomendaciones:

- a. Contratación de diseñador o gabinete externo;
- b. Gestor interno de diseño a tiempo parcial (enlace entre la empresa y el diseñador/gabinete de diseño).

3.4.2 Contratación de servicio de diseño

La integración de la disciplina del diseño en las empresas editoriales de la ciudad de Valparaíso, exige que su modo de organización responda a un conocimiento específico sobre la variedad de servicios que el diseño puede aportar en su modelo de gestión. La manera en la cual se hace presente esta disciplina es determinada por cada empresa, la que le asigna una mayor o menor importancia, considerando que el rendimiento que se le exige depende de la posición que ocupe.

El diseño se adquiere como un proceso que depende de una red de interacciones y decisiones que involucran a los entes multidisciplinarios que componen la empresa editorial

*Las políticas de integración del diseño en la empresa pueden hacerse de tres formas:*¹⁵

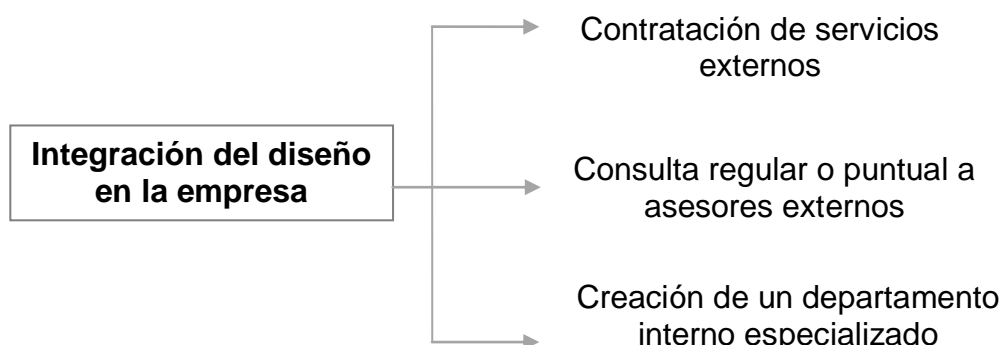


Figura 21: Diagrama de integración del diseño en la empresa. Fuente: Elaboración propia.

¹⁵ Ejemplo tomado del Manual sobre Gestión de Diseño, para empresas que abren nuevos mercados. Manuel Lecuona.

a) La contratación de servicios externos

La adquisición directa de servicios finales a proveedores externos constituye un recurso expeditivo de fácil gestión y seguimiento. Sin embargo, su uso puede demorar la conceptualización e integración de esta disciplina en la organización. En tales circunstancias, las decisiones sobre diseño quedan supeditadas a criterios puramente personales e intuitivos.

b) La consulta regular o puntual a asesores externos

La consulta regular o puntual a asesores externos puede atenuar o suplir este déficit de la organización gracias a que los asesores transfieren su conocimiento a la empresa.

c) La creación de un departamento interno especializado

La creación de un departamento interno es uno de los caminos para integrar el diseño pero, por otro lado, genera la problemática de su gestión integrada. La mayor ventaja reside en que la empresa se autoabastece con mucha versatilidad, adapta los servicios a sus necesidades específicas, integra el cuerpo de diseño en la vida propia de la organización y controla los desarrollos como actividad interna.

3.4.3. Etapas de diseño en la empresa

B. Borja define tres niveles de gestión del diseño en la empresa: Nivel estratégico, nivel funcional y nivel operativo, dentro de los cuales intervienen once variables en el proceso de gestión.

- Nivel estratégico: nivel en el cual está presente la planificación y estructura de una empresa, desde el punto de vista de los gerentes y su pensamiento en el diseño como factor importante para su desarrollo.
- Nivel funcional: nivel enfocado a la organización de los sistemas dentro de la empresa, los roles y funciones, la gestión de los recursos humanos y la comunicación.
- Nivel operativo: nivel en cual se gestiona el proyecto, iniciando con la investigación y desarrollo, la toma de decisiones, la generación de una marca como sello de la empresa o de lo que se pretende proyectar, y por último la evaluación de los puntos ya mencionados para lograr óptimos resultados.



Figura 22: Modelo de design management propuesto por B. Borja de Mozota. Fuente: Elaboración propia.

4. DESARROLLO DE LA INVESTIGACIÓN

En esta investigación se seleccionan cinco casos de empresas editoriales existentes en la ciudad de Valparaíso, con la finalidad de verificar si existe presencia de diseñadores, analizar y comparar los procesos metodológicos e identificar el modo de integración del diseñador en sus procesos creativos-productivos.

La selección de los casos se realiza de forma aleatoria, considerando tanto empresas editoriales adscritas, como empresas editoriales independientes de la ciudad.

4.1 Empresas editoriales seleccionadas

Considerando una totalidad de 12 empresas existentes en la ciudad de Valparaíso, se clasifican en dos categorías:

Editoriales independientes seleccionadas:

- 1) Ediciones Perro de Puerto
- 2) Editorial Planeta de Papel Ltda
- 3) Narrativa Punto Aparte
- 4) Editorial América en Movimiento
- 5) Editorial Árbol
- 6) Puerto de Escape
- 7) Editorial Alba
- 8) La Picadora de Papel

Editoriales Adscritas a Universidades seleccionadas

- 1) Editorial Universidad de Valparaíso
- 2) Sello editorial Puntángeles, Universidad de Playa Ancha
- 3) Editorial Universitaria, Pontificia Universidad Católica de Valparaíso
- 4) Editorial UTFSM

De cada categoría de empresa editorial se selecciona de modo aleatorio el 50% para analizar. Correspondiente a las empresas editoriales independientes existentes en la ciudad de Valparaíso, las seleccionadas son: Editorial Planeta de Papel Ltda, Editorial América en Movimiento, Editorial Árbol y Narrativa Punto Aparte; De la categoría de empresa editorial adscrita a instituciones Universitarias se selecciona: Editorial Universidad de Valparaíso, Sello editorial Puntángeles, Universidad de Playa Ancha;

4.2 Desarrollo de entrevista a empresas editoriales Independientes

A continuación se presentan las entrevistas estructuradas con preguntas medio abiertas, desarrolladas a los casos de editoriales independientes.

4.2.1 Caso Editorial Planeta de Papel

Entrevista desarrollada de forma presencial al director de la empresa, Marcelo Beltrand Opazo, Sociólogo.

1. DATOS DE LA EMPRESA – NIVEL ESTRATÉGICO

Nombre empresa	Editorial Planeta de Papel Ltda.	
Forma jurídica	1. Individual Responsabilidad Ltda	
	2. Sociedad Responsabilidad Ltda	x
	3. Sociedad Anónima	
	4. Persona Natural	
Dirección	Errazuríz 1178, Of. 75	
Sitio Web	Editorialplanetadepapel.blogspot.com	
Tipo de empresa	Editorial Independiente	

1.1. Visión y misión

Visión de la empresa	La Editorial Planeta de Papel Ltda., es una editorial que tiene por objetivo la publicación de libros de narrativa, poesía, filosofía, testimonios y ensayos de autores Latinoamericanos. Queremos construir, a través de los distintos sellos editorial agrupados, a un diálogo entre los distintos países, levantar puentes entre autores. Tenemos una misma lengua, compartimos una misma historia, habitamos un mismo continente.
Misión de la empresa	La Editorial Planeta de Papel Ltda., quiere fomentar y promover la lectura, a través del acercamiento de los autores con los lectores, en recitales y lecturas literarias y aportando con una opinión clara sobre lo literario y el mundo editorial, pero sobre todo, sobre la cultura y su quehacer en la vida de una sociedad.

1.2 ¿Qué línea editorial posee la empresa?

Narrativa, Poesía, Arte, Ensayos

1.3. ¿Cuál es la tipología de las publicaciones que realizan?

Revistas, catálogos, todos los servicios de imprenta.

1.4. Número de empleados

4

2. INTEGRACIÓN DEL DISEÑO EN LA EMPRESA – NIVEL FUNCIONAL

2.1. Roles (*Solicitar documento existente de organigrama, con funciones, responsables y personal a cargo*)

	Presencia del cargo		Profesión de encargado
	Si	No	
Actores Presentes			
Director	x		Sociólogo
Director Artístico			
Jefe de Producción			
Director de fotografía			
Diseñadores	X		Diseñador
Editor	X		Sociólogo
Corrector	X		Licenciado en literatura
Director comercial	x		Psicólogo
Otro ¿cuál?			

2.2. ¿Existe contratación de diseño dentro de la empresa?

Si x No

2.3. Integración del diseño

Marque con una "x" la casilla que corresponda:

Modo de Integración del diseño en la empresa			
Contratación de servicios externos	Consulta regular o puntual a asesores externos	Creación de un departamento interno especializado	Ausencia de diseñador
		X	

2.4. En el caso de que haya ausencia del diseñador ¿Quién cumple la función de diseñar?

2.5. ¿Cuál es el perfil profesional del diseñador contratado?

	Sí	No
Diseñador gráfico	X	
Publicista		
Diseñador digital y multimedia	X	
Comunicador		
Diseñador de productos		
Diseñador de espacios		
Diseñador textil		
Otro ¿Cuál?		

2.6. Servicios contratados del diseñador

Área de comunicación	Sí	No
Edición del contenido		
Diagramado	X	
Corrección de estilos		
Maquetado	X	
Ilustración	X	
Fotografía	X	
Diseño de publicaciones	X	
Diseño de portadas	x	
Encuadernado y acabados		
Diseño web	X	
Otro ¿Cuál?		

2.7. ¿Qué especialidades de Diseño están incorporadas en su empresa?

	Sí	No
Diseño de comunicación (imagen corporativa)		
Diseño gráfico	x	
Diseño digital y multimedia		
Diseño de productos		
Diseño de espacios		
Diseño de equipamiento		
Diseño textil		
Otra ¿cuál?		

3. PROCESO METODOLÓGICO – NIVEL OPERATIVO

3.1. Describa las etapas que componen el proceso metodológico dentro de la empresa (*agregar más etapas de ser necesario*)

Etapas	Actividad	Especificaciones
Nº1	Edición	Corrección de estilos
Nº2	Diseño	Interior y portada
Nº3	Imprenta	Impresión Offset o digital
Nº4	Difusión / comunicaciones	Lanzamiento, presentaciones, difusión prensa
Nº5	Distribución	
Nº6		
Nº7		

3.2. ¿De quién dependen las competencias de diseño en la empresa?

	Sí	No
Gerencia General	x	
Gerencia Marketing		
Gerencia Comercial		
Investigación y Desarrollo (I+D)		
Gerencia de Producción		
Gerencia de Finanzas		
Director de Proyecto		
Empresario		
Otro ¿Quién?		

4.2.2 Caso Editorial América en Movimiento

Entrevista desarrollada vía mail a socia de la empresa Eva Rayén Osorio, Licenciada en Historia, Mención en Ciencia Política, Magíster en Relaciones Internacionales.

1. DATOS DE LA EMPRESA – NIVEL ESTRATÉGICO

Nombre empresa	Editorial América en Movimiento	
Forma jurídica	1. Individual Responsabilidad Ltda	
	2. Sociedad Responsabilidad Ltda	
	3. Sociedad Anónima	X
	4. Persona Natural	
Dirección	San Ignacio de Loyola 1230	
Sitio Web	www.americaenmovimiento.cl	
Tipo de empresa	Editorial	

1.1. Visión y misión

Visión de la empresa	Aportar en la comunicación del pensamiento crítico desde y para las organizaciones sociales de nuestro país. Comunicación con una doble finalidad: por un lado, para difundir y hacer dialogar distintas realidades de las sociedades contemporáneas; por otro, contribuir a la (auto)constitución de sujetos que tratan de comprender y elaborar propuestas para transformar su realidad.
Misión de la empresa	Rescate de reflexiones y experiencias prácticas de distintos actores y actrices en busca del cambio social en nuestro país y continente. Fortalecimiento de dos ejes de publicación, que a su vez dialogan entre sí y con la realidad social: a) el rescate y desarrollo de la teoría y pensamiento crítico nacional y regional; b) relevar experiencias y propuestas políticas emanadas de las mismas organizaciones sociales de la región.

1.2 ¿Qué línea editorial posee la empresa?

Nuestras publicaciones están vinculadas a estudios de ciencias sociales, política, movimientos sociales e Historia, con pretensiones de nuestras áreas de publicación hacia la literatura y artes.

1.3. ¿Cuál es la tipología de las publicaciones que realizan?

Libros

1.4. Número de empleados

Cuatro

2. INTEGRACIÓN DEL DISEÑO EN LA EMPRESA – NIVEL FUNCIONAL

2.1. Roles (*Solicitar documento existente de organigrama, con funciones, responsables y personal a cargo*)

	Presencia del cargo		Profesión de encargado
	Si	No	
Actores Presentes			
Director		X	
Director Artístico		X	
Jefe de Producción		X	
Director de fotografía		X	
Diseñadores	x		Diseño gráfico (Estudiante)
Editor	x		Diseño gráfico (Estudiante)
Corrector	X		Corrección de estilo (redacción y ortografía)
Director comercial		X	
Otro ¿cuál?			

2.2. ¿Existe contratación de diseño dentro de la empresa?

Si No X

2.3. Integración del diseño

Marque con una "x" la casilla que corresponda:

Modo de Integración del diseño en la empresa			
Contratación de servicios externos	Consulta regular o puntual a asesores externos	Creación de un departamento interno especializado	Ausencia de diseñador
			X

2.4. En el caso de que haya ausencia del diseñador ¿Quién cumple la función de diseñar?

Estudiante de diseño gráfico

2.5. ¿Cuál es el perfil profesional del diseñador contratado?

	Sí	No
Diseñador gráfico	x	
Publicista		
Diseñador digital y multimedia		
Comunicador		
Diseñador de productos		
Diseñador de espacios		
Diseñador textil		
Otro ¿Cuál?		

2.6. Servicios contratados del diseñador

Área de comunicación	Sí	No
Edición del contenido	x	
Diagramado	x	
Corrección de estilos		
Maquetado	x	
Ilustración		
Fotografía	x	
Diseño de publicaciones	X	
Diseño de portadas	X	
Encuadernado y acabados		
Diseño web	x	
Otro ¿Cuál?		

2.7. ¿Qué especialidades de Diseño están incorporadas en su empresa?

	Sí	No
Diseño de comunicación (imagen corporativa)	X	
Diseño gráfico	X	
Diseño digital y multimedia	X	
Diseño de productos		
Diseño de espacios		
Diseño de equipamiento		
Diseño textil		
Otra ¿cuál?		

3. PROCESO METODOLÓGICO – NIVEL OPERATIVO

3.1. Describa las etapas que componen el proceso metodológico dentro de la empresa (*agregar más etapas de ser necesario*)

Etapas	Actividad	Especificaciones
Nº1	Evaluación	
Nº2	Corrección del manuscrito	
Nº3	Diagramación	
Nº4	Revisión	
Nº5	Diseño de portada	
Nº6	Supervisión del proceso de impresión	
Nº7	Distribución	

3.2. ¿De quién dependen las competencias de diseño en la empresa?

	Sí	No
Gerencia General		
Gerencia Marketing		
Gerencia Comercial		
Investigación y Desarrollo (I+D)		
Gerencia de Producción		
Gerencia de Finanzas		
Director de Proyecto		
Empresario		
Otro ¿Quién?		

4.2.3 Caso Editorial Árbol

Entrevista desarrollada de forma presencial a uno de los socios de la empresa, Sebastián Pezúa, Publicista.

1. DATOS DE LA EMPRESA – NIVEL ESTRATÉGICO

1.1. Visión y misión

Nombre empresa	Árbol Editorial	
Forma jurídica	1. Individual Responsabilidad Ltda	x
	2. Sociedad Responsabilidad Ltda	
	3. Sociedad Anónima	
	4. Persona Natural	
Dirección	Condell #1226	
Sitio Web	www.arboleditorial.cl	
Tipo de empresa	Editorial	

Visión de la empresa	Somos una editorial inspirada en el fruto de las nuevas ideas, con espíritu joven y creativo. Nacimos bajo la finalidad de convertirnos entre los lectores en una editorial versátil y atenta a las nuevas tendencias.
Misión de la empresa	-----

1.2 ¿Qué línea editorial posee la empresa?

Vanguardia / contingencia

1.3. ¿Cuál es la tipología de las publicaciones que realizan?

Libros

1.4. Número de empleados

4

2. INTEGRACIÓN DEL DISEÑO EN LA EMPRESA – NIVEL FUNCIONAL

2.1. Roles

	Presencia del cargo		
	Si	No	
Actores Presentes	Si	No	Profesión de encargado
Director	x		Publicista
Director Artístico			
Jefe de Producción	x		
Director de fotografía	x		Fotógrafo
Diseñadores	x		Diseñador
Editor			
Corrector			
Director comercial			
Otro ¿cuál?			

2.2. ¿Existe contratación de diseño dentro de la empresa?

Si		No	X
----	--	----	---

2.3. Integración del diseño

Marque con una "x" la casilla que corresponda:

Modo de Integración del diseño en la empresa			
Contratación de servicios externos	Consulta regular o puntual a asesores externos	Creación de un departamento interno especializado	Ausencia de diseñador
	x		

2.4. En el caso de que haya ausencia del diseñador ¿Quién cumple la función de diseñar?

Publicista

2.5. ¿Cuál es el perfil profesional del diseñador contratado?

	Sí	No
Diseñador gráfico		
Publicista	x	
Diseñador digital y multimedia		
Comunicador		
Diseñador de productos		
Diseñador de espacios		
Diseñador textil		
Otro ¿Cuál?		

2.6. Servicios contratados del diseñador

Área de comunicación	Sí	No
Edición del contenido	x	
Diagramado	x	
Corrección de estilos		
Maquetado		
Ilustración		
Fotografía		
Diseño de publicaciones		
Diseño de portadas		
Encuadernado y acabados		
Diseño web		
Otro ¿Cuál?		

2.7. ¿Qué especialidades de Diseño están incorporadas en su empresa?

	Sí	No
Diseño de comunicación (imagen corporativa)		X
Diseño gráfico		X
Diseño digital y multimedia		X
Diseño de productos		X
Diseño de espacios		X
Diseño de equipamiento		X
Diseño textil		X
Otra ¿cuál?		

3. PROCESO METODOLÓGICO – NIVEL OPERATIVO

3.1. Describa las etapas que componen el proceso metodológico dentro de la empresa (*agregar más etapas de ser necesario*)

Etapas	Actividad	Especificaciones
N°1	Escritura	Recopilación de antecedentes, entrevista, fuentes.

Nº2	Corrección	Con editorial
Nº3	Corrección de estilos	
Nº4	Portada	Realizada por el director(publicista)
Nº5	Imprenta	Diseño de diagramado e impresión
Nº6	Lanzamiento	
Nº7	Distribución	

3.2. ¿De quién dependen las competencias de diseño en la empresa?

	Sí	No
Gerencia General	x	
Gerencia Marketing		
Gerencia Comercial		
Investigación y Desarrollo (I+D)		
Gerencia de Producción		
Gerencia de Finanzas		
Director de Proyecto		
Empresario		
Otro ¿Quién?		

4.2.4 Caso Editorial Narrativa Punto Aparte

Entrevista desarrollada de forma presencial a Marcela Küpfer, periodista y encargada del área de edición en la empresa editorial.

1. DATOS DE LA EMPRESA – NIVEL ESTRATÉGICO

Nombre empresa	Narrativa Punto Aparte	
Forma jurídica	1. Individual Responsabilidad Ltda	x
	2. Sociedad Responsabilidad Ltda	
	3. Sociedad Anónima	
	4. Persona Natural	
Dirección	Esmeralda 1131 of. 209, Valparaíso	
Sitio Web	www.narrativapuntoaparte.cl	
Tipo de empresa	Editorial	

1.1. Visión y misión

Visión de la empresa	Editorial Narrativa Punto Aparte nace en Valparaíso en 2010, con la finalidad de publicar textos de narrativa de escritores chilenos. Nuestra iniciativa responde a la demanda de contar con canales de publicación y difusión de narradores que ya han recorrido una cierta trayectoria en sus carreras literarias y que hoy encuentran una voz original y reconocible en sus relatos y novelas.
Misión de la empresa	-----

1.2 ¿Qué línea editorial posee la empresa?

Narrativa contemporánea, principalmente chilena.

1.3. ¿Cuál es la tipología de las publicaciones que realizan?

Libros

1.4. Número de empleados

5

2. INTEGRACIÓN DEL DISEÑO EN LA EMPRESA – NIVEL FUNCIONAL

2.1. Roles

	Presencia del cargo		
	Si	No	
Actores Presentes	Si	No	Profesión de encargado
Director	x		Periodista
Director Artístico	X		Periodista
Jefe de Producción	X		Periodista
Director de fotografía			
Diseñadores	X		Periodista
Editor	x		Periodista
Corrector			
Director comercial			
Otro ¿cuál?			

2.2. ¿Existe contratación de diseño dentro de la empresa?

Si		No	X
----	--	----	---

2.3. Integración del diseño

Marque con una "x" la casilla que corresponda:

Modo de Integración del diseño en la empresa			
Contratación de servicios externos	Consulta regular o puntual a asesores externos	Creación de un departamento interno especializado	Ausencia de diseñador
		x	

2.4. En el caso de que haya ausencia del diseñador ¿Quién cumple la función de diseñar?

Periodista

2.5. ¿Cuál es el perfil profesional del diseñador contratado?

	Sí	No
Diseñador gráfico		
Publicista		
Diseñador digital y multimedia		
Comunicador	X	
Diseñador de productos		
Diseñador de espacios		
Diseñador textil		
Otro ¿Cuál?		

2.6. Servicios contratados del diseñador

Área de comunicación	Sí	No
Edición del contenido		
Diagramado	x	
Corrección de estilos		
Maquetado	X	
Ilustración		
Fotografía		
Diseño de publicaciones	X	
Diseño de portadas	X	
Encuadernado y acabados		
Diseño web		
Otro ¿Cuál?		

2.7. ¿Qué especialidades de Diseño están incorporadas en su empresa?

	Sí	No
Diseño de comunicación (imagen corporativa)		
Diseño gráfico	X	
Diseño digital y multimedia		
Diseño de productos		
Diseño de espacios		
Diseño de equipamiento		
Diseño textil		
Otra ¿cuál?		

3. PROCESO METODOLÓGICO – NIVEL OPERATIVO

3.1. Describa las etapas que componen el proceso metodológico dentro de la empresa (*agregar más etapas de ser necesario*)

Etapas	Actividad	Especificaciones
Nº1	Escritura	

Nº2	Edición	
Nº3	Diseño y diagramación	
Nº4	Corrección	
Nº5	Impresión	
Nº6	Difusión	
Nº7	Distribución	

3.2. ¿De quién dependen las competencias de diseño en la empresa?

	Sí	No
Gerencia General		
Gerencia Marketing		
Gerencia Comercial		
Investigación y Desarrollo (I+D)		
Gerencia de Producción		
Gerencia de Finanzas		
Director de Proyecto	x	
Empresario		
Otro ¿Quién?		

4.3 Desarrollo de entrevista a empresas editoriales adscritas a Universidades

A continuación se presentan las entrevistas estructuradas con preguntas medio abiertas, desarrolladas a los casos de editoriales adscritas a la Universidad de Valparaíso y Universidad de Playa Ancha.

4.3.1 Caso Editorial UV

Entrevista desarrollada de forma presencial a Jovana Skarmeta, RR.PP, encargada del área de comunicaciones y distribución de la Editorial.

1. DATOS DE LA EMPRESA – NIVEL ESTRATÉGICO

Nombre empresa	Editorial UV	
Forma jurídica	1. Individual Responsabilidad Ltda	
	2. Sociedad Responsabilidad Ltda	
	3. Sociedad Anónima	
	4. Persona Jurídica	X
Dirección	Errázuriz 1108, Valparaíso	
Sitio Web	www.editorial.uv.cl	
Tipo de empresa	Editorial Adscrita a Universidad	

1.1. Visión y misión

Visión de la empresa	Que el sello sea parte de una universidad estatal implica que su foco principal es hacerse cargo de la obra poética y de pensamiento de valor, lo que nos lleva a focalizar el esfuerzo editorial en hacer libros de calidad a un precio accesible, y por lo tanto el objetivo no está en función de meros éxitos comerciales o mediáticos, sino en la calidad de lo publicado, tanto en el valor literario como en la factura de los libros.
Misión de la empresa	<p>El proyecto nace de un compromiso de la UV con la difusión del pensamiento y la poesía como parte de su misión de universidad estatal vinculada con la creación estética y la cultura.</p> <p>La renovación de la Editorial busca generar pensamiento vivo y poesía en “tiempos de indigencia”: la expresión del poeta F. Hölderlin grafica la devastación que en el ámbito espiritual y cultural ha provocado el triunfo sin contrapesos de un “pensar calculante”. Frente a ese pensar, participar del florecimiento de un “pensar meditativo”, que nace sólo en y desde la gratuidad, es una forma de resistencia cultural activa y no reactiva.</p>

1.2 ¿Qué línea editorial posee la empresa?

Poesía y pensamiento

1.3. ¿Cuál es la tipología de las publicaciones que realizan?

Libros y pronto a publicaciones de revista periodística

1.4. Número de empleados

6

2. INTEGRACIÓN DEL DISEÑO EN LA EMPRESA – NIVEL FUNCIONAL

2.1. Roles *(Solicitar documento existente de organigrama, con funciones, responsables y personal a cargo)*

	Presencia del cargo		
	Si	No	
Actores Presentes			Profesión de encargado
Director	x		Profesor de literatura
Director Artístico			
Jefe de Producción	x		RR.PP
Director de fotografía			
Diseñadores	x		Diseñador gráfico
Editor	x		Profesor de literatura
Corrector	x		Profesor de literatura
Director comercial			
Otro ¿cuál?	x		Secretaria

2.2. ¿Existe contratación de diseño dentro de la empresa?

Si	x	No	
----	---	----	--

2.3. Integración del diseño

Marque con una "x" la casilla que corresponda:

Modo de Integración del diseño en la empresa			
Contratación de servicios externos	Consulta regular o puntual a asesores externos	Creación de un departamento interno especializado	Ausencia de diseñador
x		x	

2.4. En el caso de que haya ausencia del diseñador ¿Quién cumple la función de diseñar?

--

2.5. ¿Cuál es el perfil profesional del diseñador contratado?

	Sí	No
Diseñador gráfico	x	
Publicista		
Diseñador digital y multimedia		
Comunicador		
Diseñador de productos		
Diseñador de espacios		
Diseñador textil		
Otro ¿Cuál?		

2.6. Servicios contratados del diseñador

Área de comunicación	Sí	No
Edición del contenido		
Diagramado	x	
Corrección de estilos		
Maquetado		
Ilustración		
Fotografía		
Diseño de publicaciones		
Diseño de portadas	x	
Encuadernado y acabados		
Diseño web		
Otro ¿Cuál?		

2.7. ¿Qué especialidades de Diseño están incorporadas en su empresa?

	Sí	No
Diseño de comunicación (imagen corporativa)	x	
Diseño gráfico		
Diseño digital y multimedia		
Diseño de productos		
Diseño de espacios		
Diseño de equipamiento		
Diseño textil		
Otra ¿cuál?		

3. PROCESO METODOLÓGICO – NIVEL OPERATIVO

3.1. Describa las etapas que componen el proceso metodológico dentro de la empresa (*agregar más etapas de ser necesario*)

Etapas	Actividad	Especificaciones
Nº1	Elaboración de documento	
Nº2	Corrección de texto y estilos	
Nº3	Diagramado	
Nº4	Diseño de portada	
Nº5	Distribución	
Nº6	Comunicación	Prensa, redes sociales y lanzamiento

3.2. ¿De quién dependen las competencias de diseño en la empresa?

	Sí	No
Gerencia General	x	
Gerencia Marketing		
Gerencia Comercial		
Investigación y Desarrollo (I+D)		
Gerencia de Producción		
Gerencia de Finanzas		
Director de Proyecto		
Empresario		
Otro ¿Quién?		

4.3.2 Caso Sello editorial Puntángeles, Universidad de Playa Ancha

Entrevista desarrollada de forma presencial al director del sello editorial, Doctor en Filología, Alberto Madrid, profesor de Teoría del Arte de la Universidad de Playa Ancha.

1. DATOS DE LA EMPRESA – NIVEL ESTRATÉGICO

Nombre empresa	Sello editorial Puntángeles Universidad de Playa Ancha	
Forma jurídica	1. Individual Responsabilidad Ltda	
	2. Sociedad Responsabilidad Ltda	
	3. Sociedad Anónima	
	4. Persona Natural	x
Dirección	Avenida Playa Ancha 850	
Sitio Web		
Tipo de empresa	Editorial adscrita a Universidad	

1.1. Visión y misión

Visión de la empresa	Como universidad pública, en esta área se han destinado los recursos con el propósito de brindar un espacio para las publicaciones originales de los académicos de la UPLA y de creadores externos, proyectando el quehacer intelectual fuera de sus aulas y la sistematización del conocimiento generados dentro de ellas.
Misión de la empresa	Pensamos que la labor editorial realizada responde a un fundamento ético fijado por universitarios como Juvenal Hernández, que vieron en la labor editorial uno de los vasos comunicantes entre la labor del claustro universitario y la sociedad chilena, y, como ha planteado el filósofo Sergio Vuskovic, el Sello Puntángeles es un sistema complejo que "lanza libros, independientemente de la dimensión económica de su publicación, lleva el conocimiento a lugares donde este no había llegado.

1.2 ¿Qué línea editorial posee la empresa?

Patrimonio, Historia y geografía, Ciencias sociales, literatura.

1.3. ¿Cuál es la tipología de las publicaciones que realizan?

Libros

1.4. Número de empleados

3

2. INTEGRACIÓN DEL DISEÑO EN LA EMPRESA – NIVEL FUNCIONAL

2.1. Roles (*Solicitar documento existente de organigrama, con funciones, responsables y personal a cargo*)

	Presencia del cargo		
	Si	No	
Actores Presentes			Profesión de encargado
Director	X		Profesor de Teoría del arte, Dr Filología
Director Artístico			
Jefe de Producción			
Director de fotografía			
Diseñadores	X		Diseñador gráfico
Editor			
Corrector	X		Profesor de humanidades
Director comercial			
Otro ¿cuál?	x		Servicios de impresión externalizado cmyk

2.2. ¿Existe contratación de diseño dentro de la empresa?

Si	x	No	
----	---	----	--

2.3. Integración del diseño

Marque con una "x" la casilla que corresponda:

Modo de Integración del diseño en la empresa			
Contratación de servicios externos	Consulta regular o puntual a asesores externos	Creación de un departamento interno especializado	Ausencia de diseñador
		x	

2.4. En el caso de que haya ausencia del diseñador ¿Quién cumple la función de diseñar?

--

2.5. ¿Cuál es el perfil profesional del diseñador contratado?

	Sí	No
Diseñador gráfico	x	
Publicista		
Diseñador digital y multimedia		
Comunicador		
Diseñador de productos		
Diseñador de espacios		
Diseñador textil		
Otro ¿Cuál?		

2.6. Servicios contratados del diseñador

Área de comunicación	Sí	No
Edición del contenido		
Diagramado	x	
Corrección de estilos		
Maquetado		
Ilustración		
Fotografía		
Diseño de publicaciones		
Diseño de portadas	x	
Encuadernado y acabados		
Diseño web		
Otro ¿Cuál?		

2.7. ¿Qué especialidades de Diseño están incorporadas en su empresa?

	Sí	No
Diseño de comunicación (imagen corporativa)	X	
Diseño gráfico		
Diseño digital y multimedia		
Diseño de productos	X	
Diseño de espacios		
Diseño de equipamiento		
Diseño textil		
Otra ¿cuál?		

3. PROCESO METODOLÓGICO – NIVEL OPERATIVO

3.1. Describa las etapas que componen el proceso metodológico dentro de la empresa (*agregar más etapas de ser necesario*)

Etapas	Actividad	Especificaciones
N°1	Entrega texto	Autor entrega texto Word
N°2	Diagramado	Por parte del diseñador
N°3	Diseño de portada	
N°4	Corrector de estilo	
N°5	Impresión	
N°6	Difusión	En sitio web
N°7		

3.2. ¿De quién dependen las competencias de diseño en la empresa?

	Sí	No
Gerencia General	x	
Gerencia Marketing		
Gerencia Comercial		
Investigación y Desarrollo (I+D)		
Gerencia de Producción		
Gerencia de Finanzas		
Director de Proyecto		
Empresario		
Otro ¿Quién?		

5. PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

A continuación se presenta de manera gráfica, los resultados obtenidos en las entrevistas realizadas al 50% correspondiente a las empresas editoriales de la ciudad de Valparaíso.

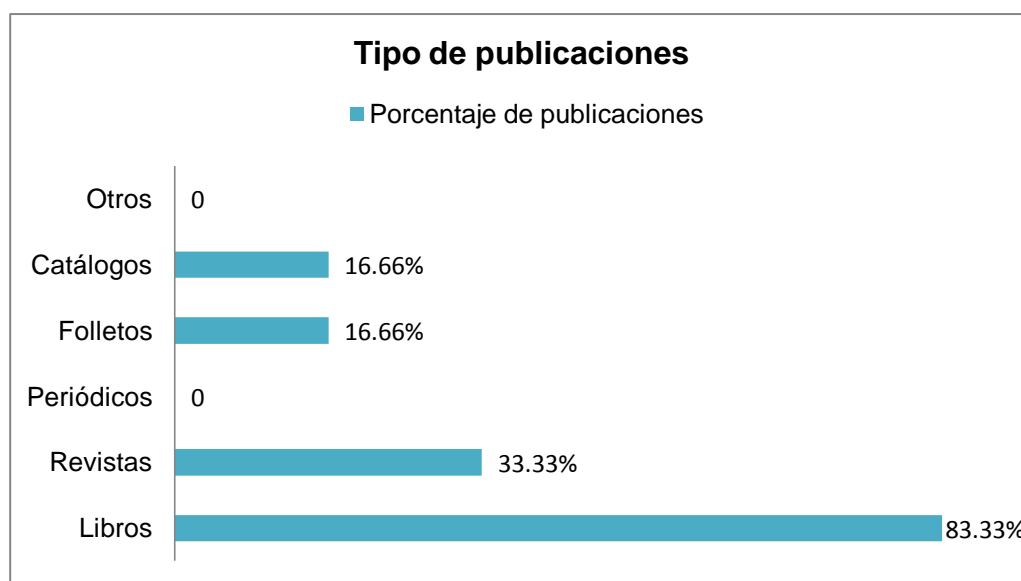
5.1 Análisis de resultados

De la totalidad porcentual de las empresas editoriales de Valparaíso seleccionadas, se grafican los resultados considerando tanto las editoriales independientes, como las empresas editoriales adscritas a Universidades de la ciudad, a modo de generar un análisis de los datos obtenidos en el ámbito estratégico, funcional y operativo.

5.1.1 Nivel estratégico

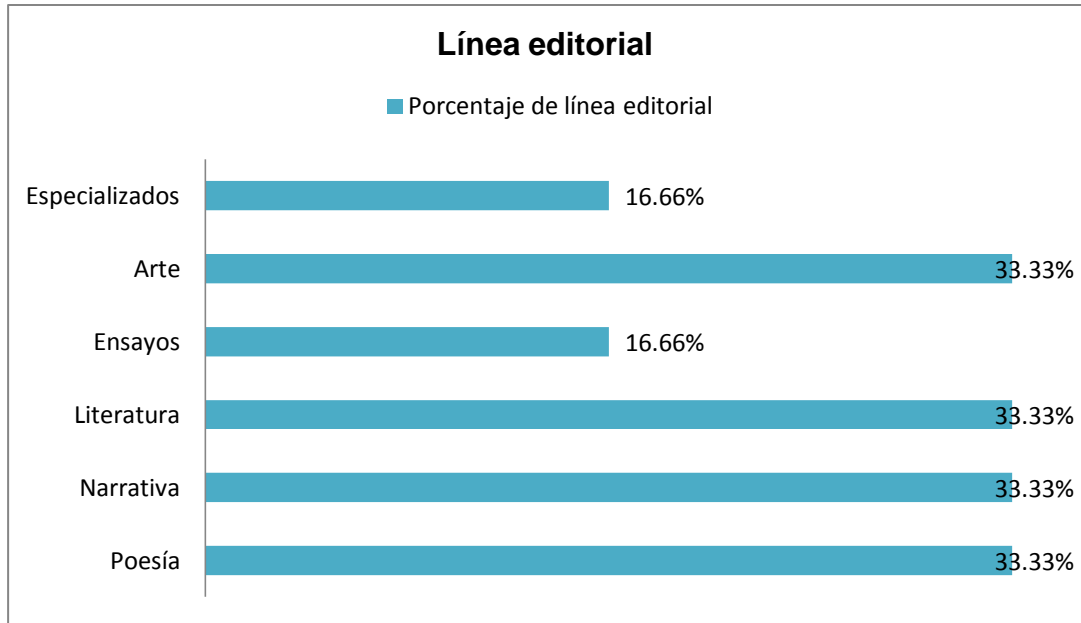
En el nivel estratégico de las empresas editoriales de la ciudad de Valparaíso, específicamente en el tipo de publicaciones que estas ejecutan, priman los libros por sobre los demás servicios de imprenta (Catálogos, folletos, revistas y periódicos), determinando la línea editorial según su inclinación, que como empresa poseen.

Gráfico 1: Tipos de publicaciones. Fuente: Elaboración propia.



En estos casos de empresas editoriales, las publicaciones de libros se orientan principalmente a temas ligados con el arte (ver Gráfico 2), dejando de segundo plano temáticas de poesía, narrativa, literatura, ensayos y otros.

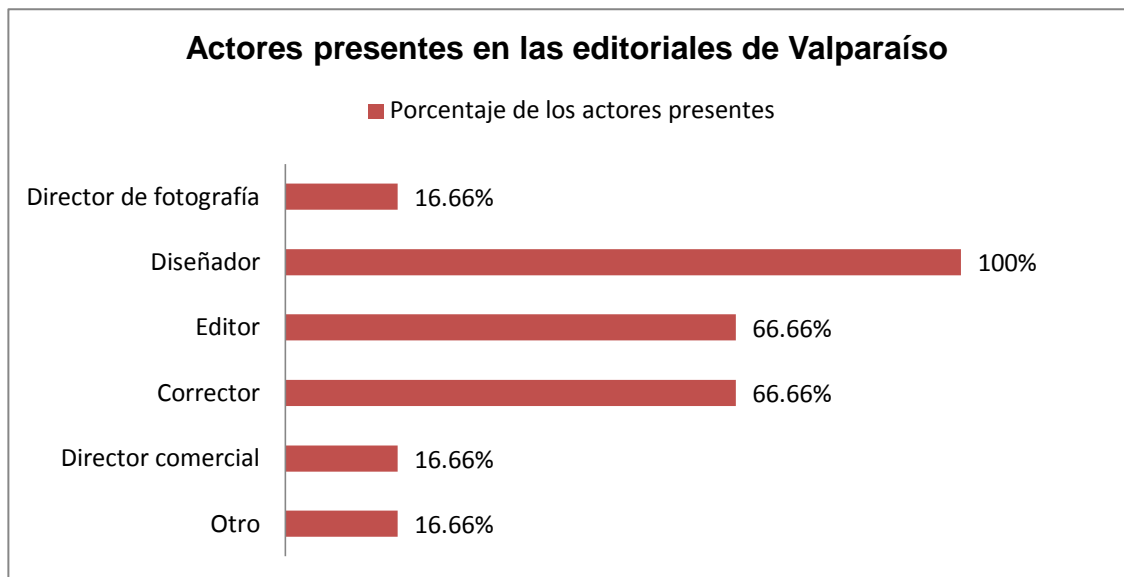
Gráfico 2: Línea editorial. Fuente: Elaboración propia.



5.1.2 Resultados nivel funcional

La siguiente gráfica de actores presentes en las editoriales de Valparaíso, da como resultado una alta presencia de diseñadores dentro de la empresa, cuya integración puede ser por contratación de servicio externo, creación de un departamento interno especializado o consultas regulares a asesores externos.

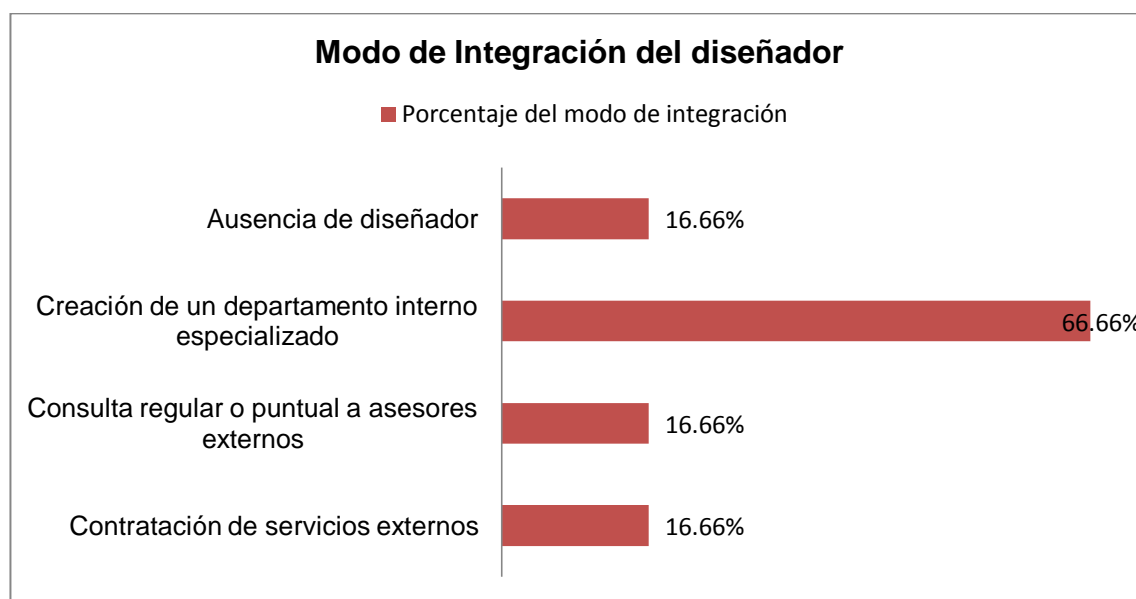
Gráfico 3: Actores presentes en las editoriales de Valparaíso. Fuente: Elaboración propia.



Como resultado del modo de integración del diseñador en las empresas editoriales de Valparaíso (gráfico 4), encontramos igualdad de resultados en:

- **Ausencia de diseñador:** Considerando la ausencia del profesional y de departamentos o consultas a expertos del área.
- **Creación de un departamento interno especializado:** Considerando su ocupación por profesionales de área creativa.
- **Consulta regular o puntual a asesores externos:** Considerando la consulta a asesores profesionales del área.

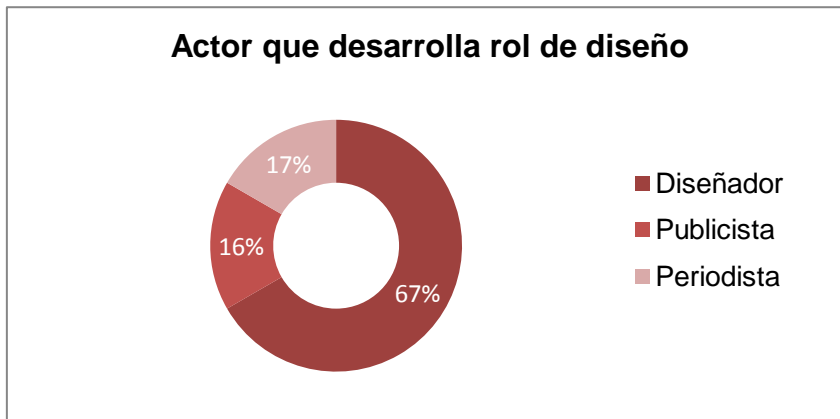
Gráfico 4: Modo de integración del diseñador. Fuente: Elaboración propia.



Dentro de los actores presentes en las empresas editoriales, se determinan profesionales del área que desarrollan la actividad de diseño, dentro de los cuales encontramos (ver gráfico 5):

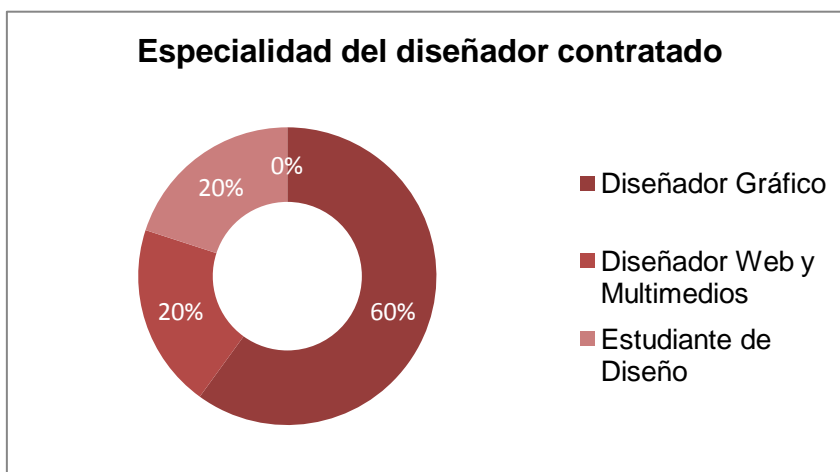
- **Diseñador:** Ejecuta labores de maquetado, ilustración, fotografía, diagramado, diseño de portadas y publicaciones.
- **Publicista:** Ejecuta labores de diseño de portadas y gráfica.
- **Periodista:** Ejecuta labores de diagramado, maquetado, diseño de publicaciones y portadas.

Gráfico 5: Actores que desarrollan el rol de diseño. Fuente: Elaboración propia.



En las empresas editoriales de la ciudad, el diseñador contratado, ya sea de modo externo o interno, posee especialidades como diseñador gráfico, diseñador web y multimedia, y estudiante de diseño.

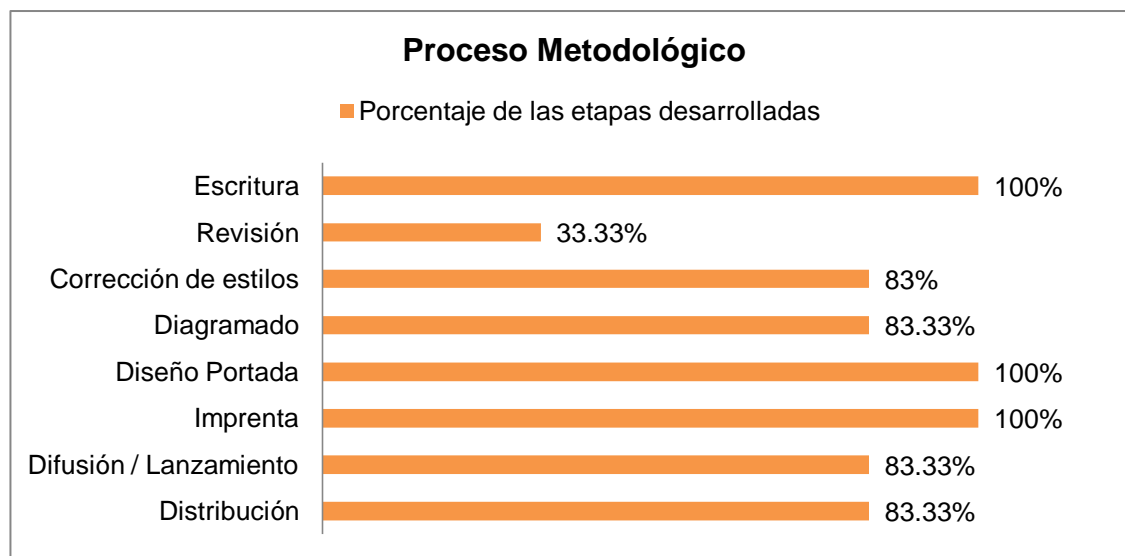
Gráfico 6: Especialidad del diseñador contratado. Fuente: Elaboración propia.



5.1.3 Resultados nivel operativo

El proceso metodológico de las empresas editoriales de Valparaíso, consta de ocho fases, las cuales tienen como prioridad la escritura del contenido, el diseño de la portada y la impresión del documento. El desarrollo de la edición gráfica queda en segundo plano, considerando dentro de estas etapas, el diagramado del texto, la corrección de estilos, las campañas comunicacionales como difusión y lanzamiento de la publicación.

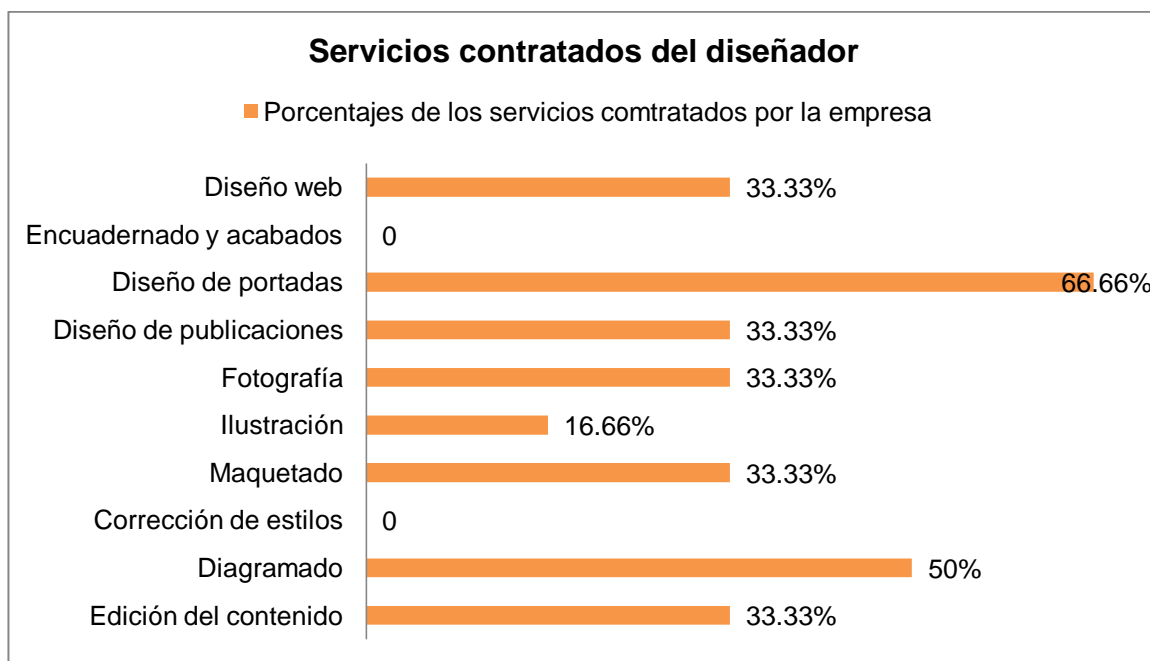
Gráfico 7: Procesos metodológicos dentro de las editoriales. Fuente: Elaboración propia.



En la figura 44 se presentan los servicios contratados del diseñador, en la mayoría de los casos de las empresas editoriales de Valparaíso, la contratación del diseñador, sea esta interna o externa, tiene como objetivo ejecutar las portadas de las publicaciones, a excepción de un caso analizado, Editorial Árbol, que dicha labor la desarrolla un publicista.

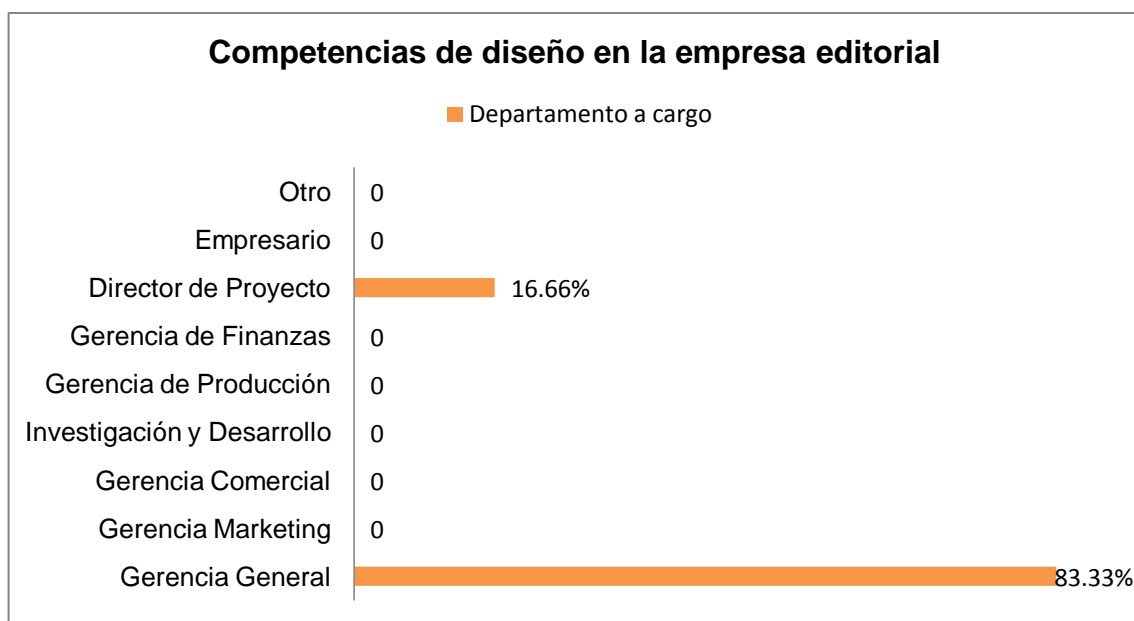
En segundo lugar encontramos el diagramado como servicio contratado del diseñador, seguido por desarrollos de sitios web, el diseño de las publicaciones, fotografías internas o externas de la publicación, maquetado y edición del contenido.

Gráfica 8: Servicios contratados del diseñador. Fuente: Elaboración propia.



Las competencias de diseño dentro de las empresas editoriales de la ciudad de Valparaíso, están a cargo mayoritariamente de la gerencia general, lo que determina, en los casos encuestados, el interés por incorporar diseño en las fases metodológicas. En segundo lugar, las competencias del diseño, se encuentran a cargo del director de proyectos, el cual distribuye las labores dentro de una publicación determinada.

Gráfico 9: Competencias de diseño en la empresa editorial. Fuente: Elaboración propia.



5.2 Comparación de resultados

A continuación se realiza de forma gráfica una comparación de los resultados obtenidos entre las empresas editoriales independientes de la ciudad de Valparaíso, con las empresas editoriales adscritas a instituciones Universitarias.

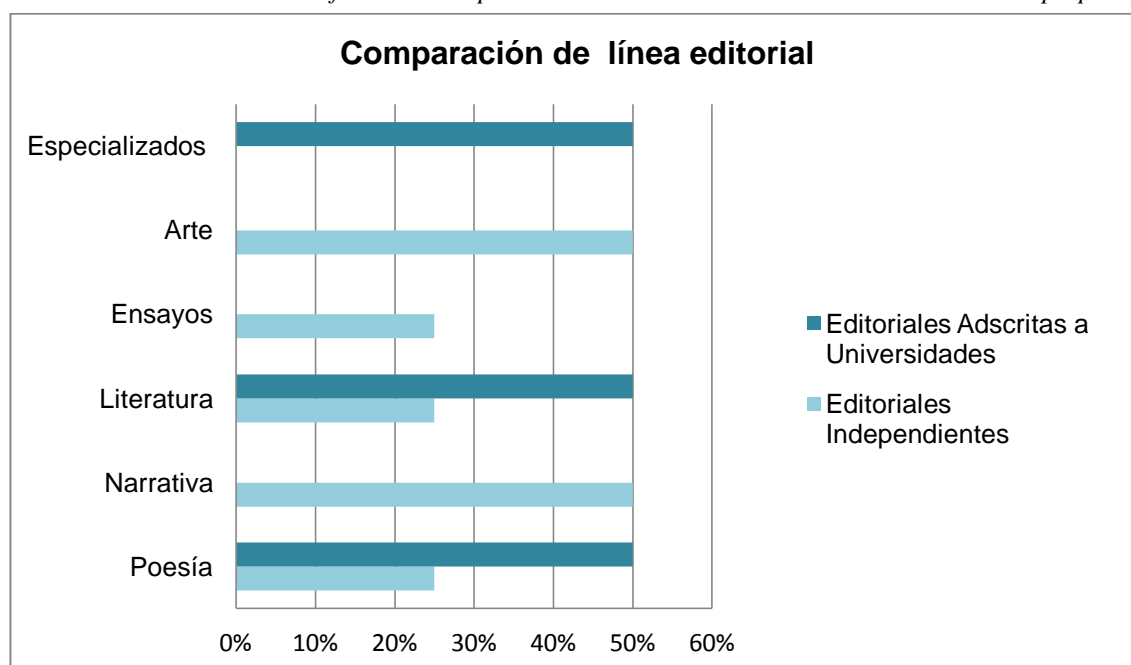
Cada gráfica se desarrolla presentando porcentualmente los resultados. Se debe considerar la cantidad de 2 editoriales adscritas a Universidades como el 100% de su categoría; de igual modo para las editoriales independientes, la cantidad de 4 como el 100%.

5.2.1 Comparación nivel estratégico

Dentro de las publicaciones realizadas por las empresas editoriales de la ciudad, en las empresas adscritas a Universidades, priman la elaboración de libros especializados (Lingüística, Ciencias Sociales, Historia y Patrimonio) junto con la elaboración de textos literarios y poesía.

En cambio en las empresas editoriales independientes de la ciudad de Valparaíso, la línea editorial se inclina mayoritariamente por textos relacionados con el arte y narrativa, seguido por los ensayos, literatura contemporánea y poesía.

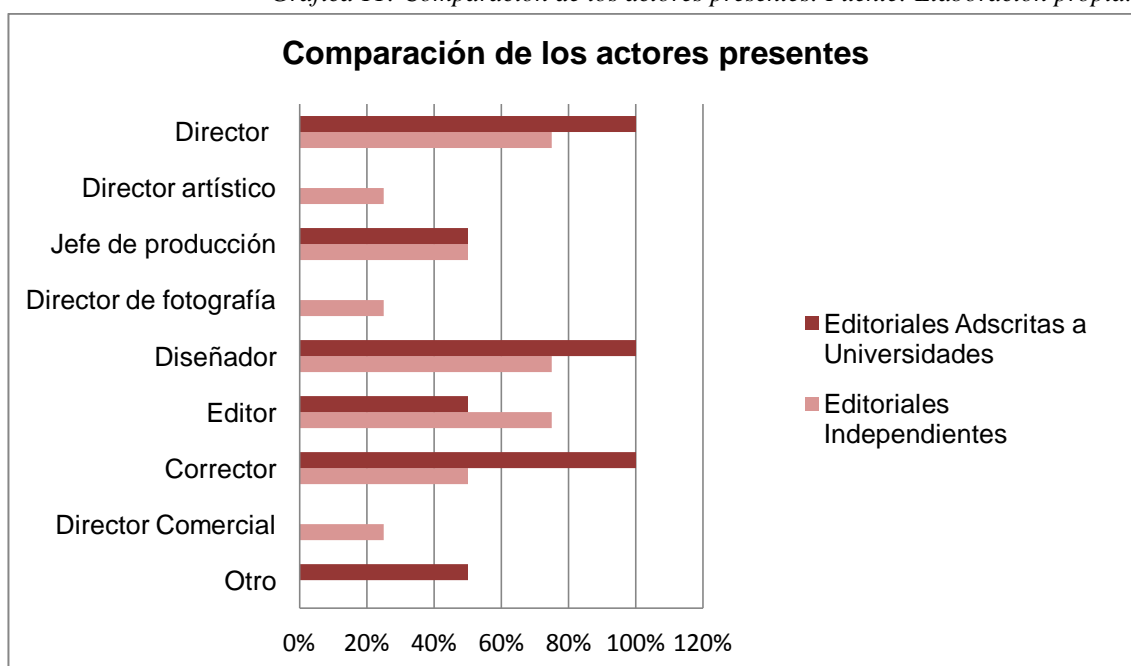
Gráfico 10: Comparación de la línea editorial.. Fuente: Elaboración propia.



5.2.2 Comparación nivel funcional

Dentro de los actores presentes en las empresas editoriales adscritas a Universidades de la ciudad, encontramos la presencia mayoritariamente de director, diseñador y corrector, lo que significa que la totalidad de los casos editoriales seleccionados de dicha categoría, consideran la integración del diseño dentro de sus empleados. En los casos de las editoriales independientes de Valparaíso, podemos visualizar que un 75% contrata diseñadores como actores activos dentro de la empresa, de igual modo se encuentra el editor y director.

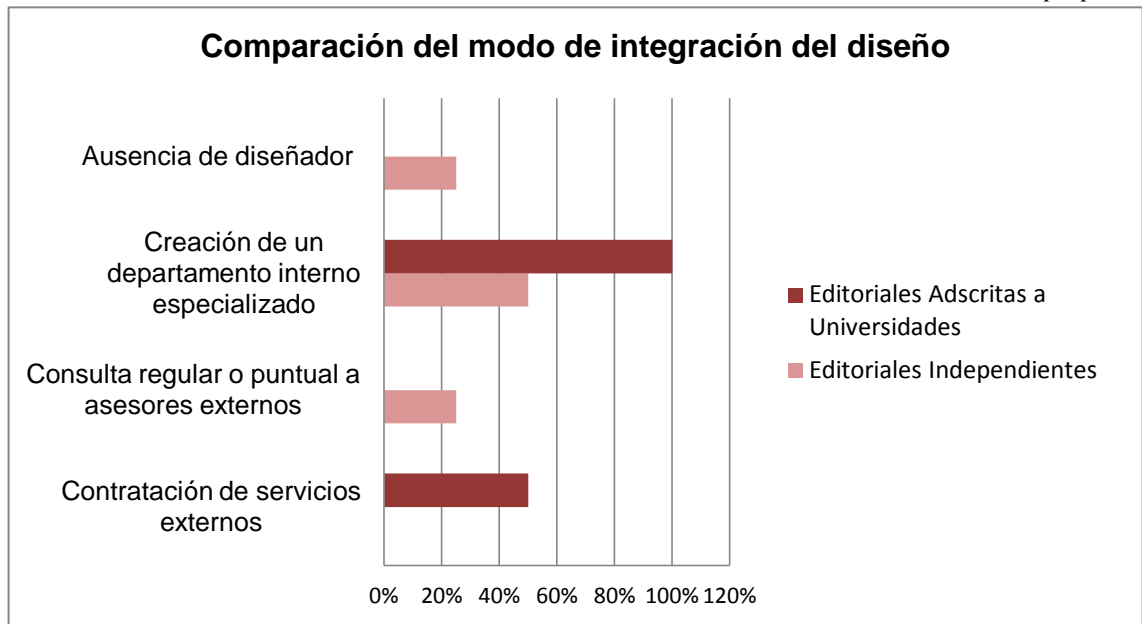
Gráfica 11: Comparación de los actores presentes. Fuente: Elaboración propia.



En los casos de empresas editoriales adscritas a Universidades, la integración del diseño se genera en su mayoría con un departamento interno especializado, el cual se dedica de forma permanente a las labores encomendadas. El 50% de los casos contrata servicios externos de diseño para labores específicas como el caso de diseño de portadas de la Editorial UV.

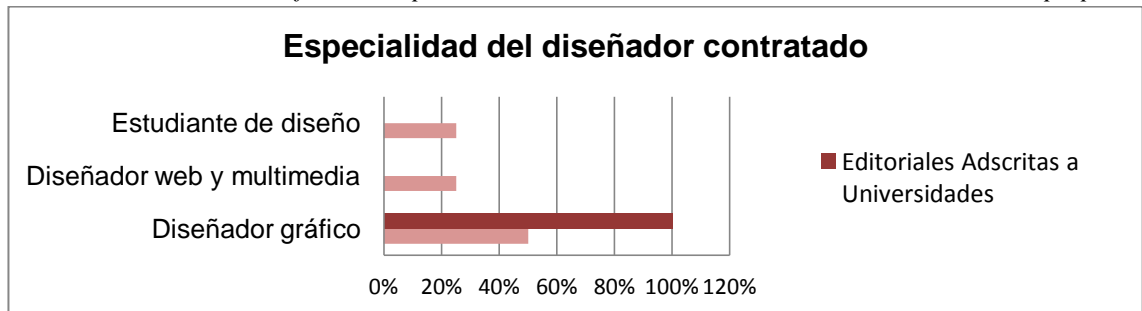
En las empresas editoriales independientes, el modo de integración del diseñador se genera en un 50% de forma permanente (gráfico 12), es decir la creación de un departamento interno especializado, el porcentaje restante se divide de igual forma en ausencia de diseñador (en casos remplazado por otros profesionales) y consulta regular o puntual a asesores externos.

Gráfico 12: Comparación del modo de integración del diseño
Fuente: Elaboración propia.



Dentro de la contratación de diseñadores en las empresas editoriales de la ciudad, podemos visualizar perfiles de diseñador gráfico, presente en su totalidad en las empresas editoriales adscritas a universidades y en un 50% en las editoriales independientes, diseñador web y multimedia, presente en un 25% de las empresas independientes al igual que estudiantes del área gráfica.

Gráfico 13: Especialidad del diseñador contratado. Fuente: Elaboración propia.

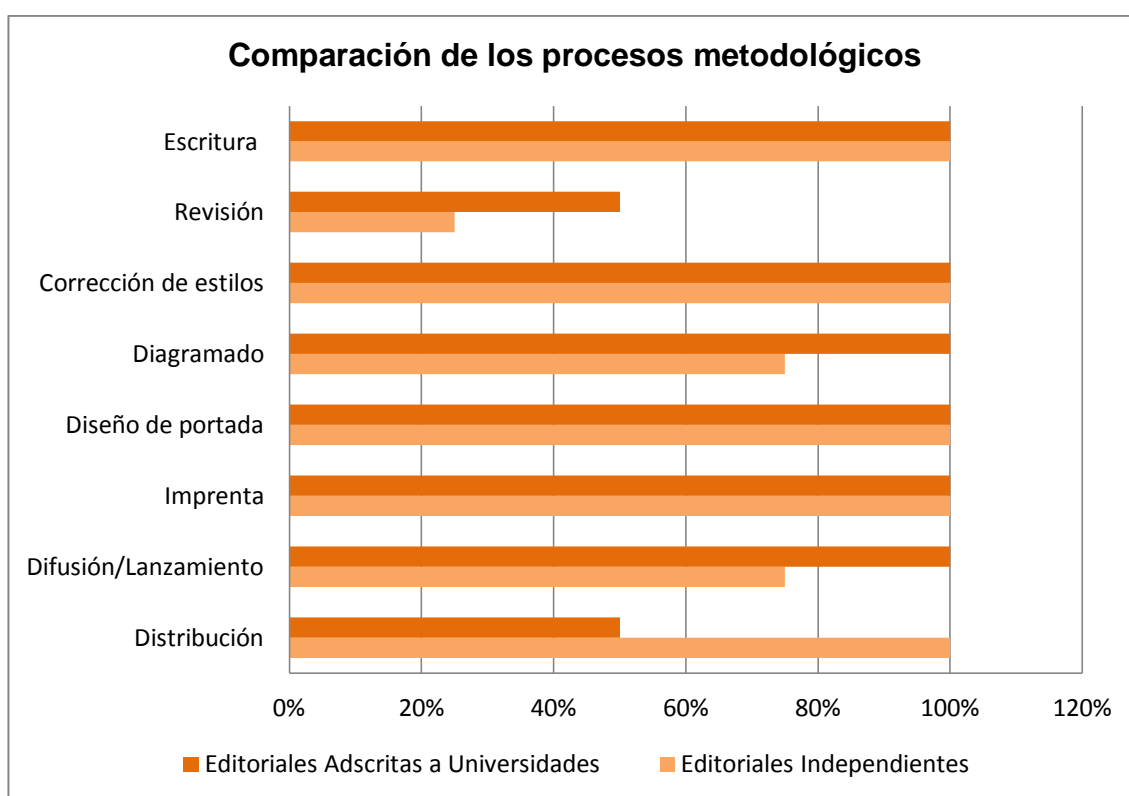


En las editoriales independientes se presenta el caso de “Ausencia del diseñador” equivalente al 25% de las empresas analizadas. En estos casos otros profesionales suplen la ausencia del experto, los cuales presentan un perfil de periodista y publicista, realizando labores de diseño de portadas y diseño del interior del libro.

5.2.3 Comparación nivel operativo

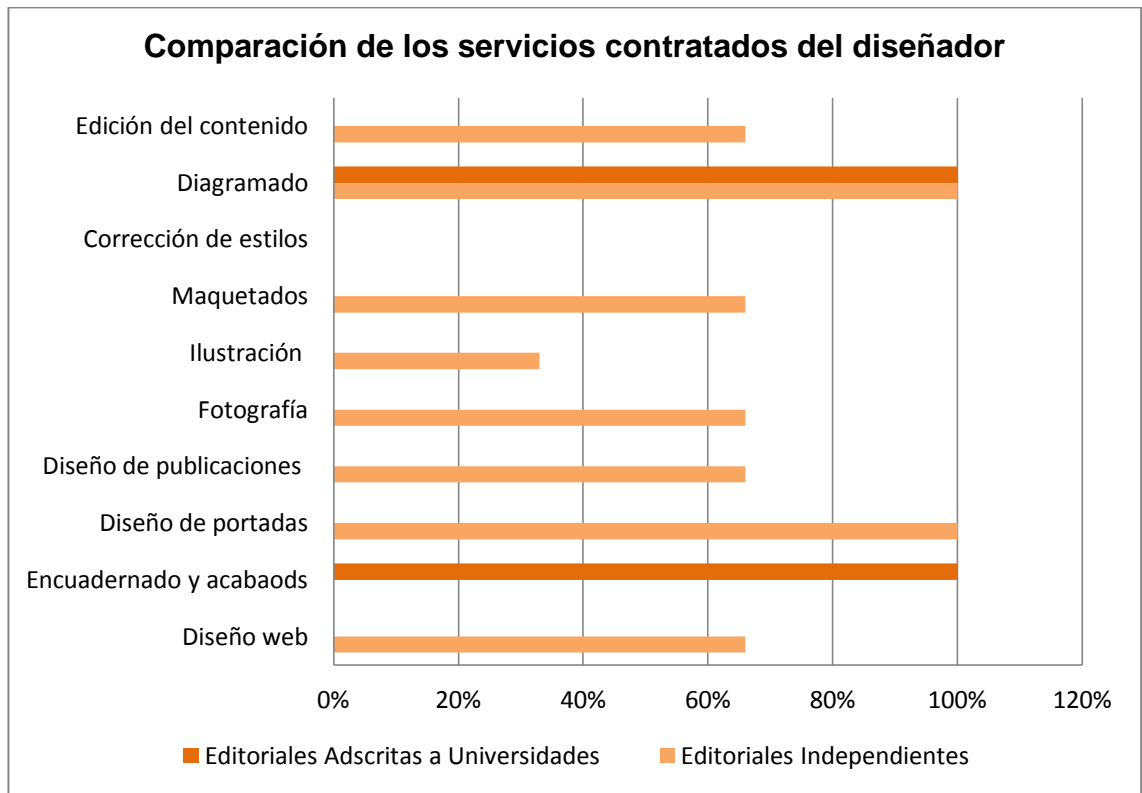
De los resultados obtenidos en los procesos metodológicos de las empresas editoriales de la ciudad de Valparaíso, encontramos similitudes en la metodología de ambas categorías de empresas. La diferencia más significativa se presenta en la etapa de distribución del producto editorial, obteniendo una totalidad del porcentaje en las empresas editoriales independientes y un 50% en las editoriales adscritas a Universidades. Esto se debe a que las empresas editoriales adscritas poseen distribuidores internos en las instituciones universitarias, específicamente el caso del sello editorial Puntángelos de la Universidad de Playa Ancha, en cambio las editoriales independientes requieren de la distribución para mantener la empresa y seguir elaborando publicaciones.

Gráfica 14: Comparación de los procesos metodológicos. Fuente: Elaboración propia.



Al realizar la comparación de los servicios contratados del diseñador, se visualiza una diferencia significativa en las tareas realizadas por el diseñador dentro de las editoriales. Las empresas editoriales adscritas a Universidades contratan al profesional para labores específicas las que serían de diagramado y diseño de portada; en cambio en las empresas editoriales independientes, se contrata al diseñador para realizar los diversos procesos, como edición del contenido, diagramado, maquetado, ilustración, fotografía, diseño de publicaciones, diseño de portadas y diseño web.

Gráfico 15: Comparación de los servicios contratados del diseñador . Fuente: Elaboración propia.



6. DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS

Objetivo	Resultado
<p>Identificar el modo de integración del diseño en las empresas editoriales de la ciudad de Valparaíso.</p>	<p>La integración del diseño en las empresas editoriales de la ciudad de Valparaíso se genera mayoritariamente por medio de la creación de un departamento interno especializado, el cual está compuesto por profesionales del área, seguido por la externalización de servicios puntuales a expertos del tema.</p> <p>El diseño en las empresas editoriales de la ciudad se incorpora a dos de los cinco niveles propuestos por Lecuona M.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Nivel 2: Estrategia de Diseño: Estrategia basada en la aplicación del diseño en el ámbito de producto, considerando las ediciones como productos de las empresas editoriales, las cuales se desarrollan bajo procesos creativos de diagramado, maquetado y diseño de portadas, que requieren de los conocimientos de profesionales del diseño. <p>En el ámbito comunicacional, las empresas editoriales independientes ponen énfasis en este nivel, considerando al diseñador no solo en etapas de creación gráfica, sino que en los procesos de difusión y lanzamiento de los productos.</p> <p>Las empresas editoriales cuentan con diseñadores internos o externos para el desarrollo de la imagen corporativa, otorgándole identidad a la empresa.</p> - Nivel 5: Proyectos de diseño: Las empresas editoriales adscritas a universidades de la ciudad de Valparaíso contratan a diseñadores de forma permanente para desarrollar los proyectos editoriales, esta condición no los limita a externalizar ciertas labores como en el caso de la Universidad de Valparaíso, el cual cuenta con un departamento especializado con un profesional del diseño para realizar labores de diagramado y externaliza la tarea de diseño de portadas con un diseñador experto.

	<p>En los casos de empresas editoriales independientes la contratación del diseñador se genera principalmente por la creación de departamento interno, en el cual no solo encontramos profesionales del área, sino que periodistas y publicistas realizando labores gráficas.</p>
<p>Identificar la misión de las editoriales independientes y adscritas a Universidades de la ciudad de Valparaíso.</p>	<p>La principal misión de las empresas editoriales es realizar y publicar libros, periódicos y otras clases de impresos. Cada empresa define la misión y visión que pretende enfocar con las publicaciones.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Misión de las empresas editoriales adscritas a Universidades <ul style="list-style-type: none"> - Editorial UV El proyecto nace de un compromiso de la UV con la difusión del pensamiento y la poesía como parte de su misión de universidad estatal vinculada con la creación estética y la cultura - Sello editorial Puntángeles, UPLA Pensamos que la labor editorial realizada responde a un fundamento ético fijado por universitarios como Juvenal Hernández, que vieron en la labor editorial uno de los vasos comunicantes entre la labor del claustro universitario y la sociedad chilena, y, como ha planteado el filósofo Sergio Vuskovic, el Sello Puntángeles es un sistema complejo que "lanza libros, independientemente de la dimensión económica de su publicación, lleva el conocimiento a lugares donde este no había llegado. • Misión de las empresas editoriales Independientes <ul style="list-style-type: none"> - Editorial Narrativa Punto Aparte Editorial Narrativa Punto Aparte nace en Valparaíso en 2010, con la finalidad de publicar textos de narrativa de escritores chilenos. Nuestra iniciativa responde a la demanda de contar con canales de publicación y difusión de narradores que ya han recorrido una cierta trayectoria en sus carreras literarias y que hoy encuentran una voz original y reconocible en sus relatos y novelas.

- **Editorial Planeta de Papel**

La Editorial Planeta de Papel Ltda., quiere fomentar y promover la lectura, a través del acercamiento de los autores con los lectores, en recitales y lecturas literarias y aportando con una opinión clara sobre lo literario y el mundo editorial, pero sobre todo, sobre la cultura y su quehacer en la vida de una sociedad.

- **Editorial América en Movimiento**

Rescate de reflexiones y experiencias prácticas de distintos actores y actrices en busca del cambio social en nuestro país y continente.

Fortalecimiento de dos ejes de publicación, que a su vez dialogan entre sí y con la realidad social:

- a) el rescate y desarrollo de la teoría y pensamiento crítico nacional y regional;
- b) relevar experiencias y propuestas políticas emanadas de las mismas organizaciones sociales de la región.

- **Editorial Árbol**

Somos una editorial inspirada en el fruto de las nuevas ideas, con espíritu joven y creativo. Nacimos bajo la finalidad de convertirnos entre los lectores en una editorial versátil y atenta a las nuevas tendencias.

La elaboración de publicaciones estructuradas como en los casos de las empresas editoriales adscritas a Universidades, limita la creación por parte de los diseñadores, lo que se justifica al momento de la contratación de solo un diseñador.

El caso contrario ocurre en las editoriales independientes, las que al tener una visión más amplia de las publicaciones que realizan (textos literarios, revistas en casos puntuales y relacionados con el arte) permiten que el diseñador entregue más contenido dentro del proceso de elaboración, no solo en temas de diagramado y diseño de portada, sino que en fases de maquetados y conceptualización de la idea que se quiere publicar.

<p>Identificar la metodología del proceso de edición en las distintas editoriales de Valparaíso.</p>	<p>Los procesos metodológicos que desarrolla una empresa editorial deben contar con profesionales / expertos del área para obtener óptimos resultados.</p> <p>En los casos de empresas editoriales de la ciudad de Valparaíso, la metodología consta de la escritura del documento, en la mitad de los casos se realiza una revisión del contenido, el cual junto con el proceso de corrección de estilos es desarrollado por un especialista, para luego desarrollar los procesos de diseño de la publicación, impresión de este, terminando con la difusión/lanzamiento y distribución.</p> <p>Las empresas editoriales independientes, enfatizan los procesos de elaboración del texto, la corrección de estilos y la distribución de documento, dejando en segundo plano las labores gráficas, realizadas en casos puntuales por publicista (diseño de portadas) y periodista (diagramado), junto con la difusión y lanzamiento del libro o publicación. Esta última fase permite a la empresa editorial, llegar al lector, validando y comprobando los procesos metodológicos que tuvo que pasar una publicación para llegar a su destino.</p> <p>La contratación de los especialistas esta bajo la gerencia general de la empresas, lo que permite un optimo desarrollo de las fases editoriales. Es allí donde se evalúan los procesos metodológicos y donde se debe tener conocimiento de las capacidades de los empleados contratados, no solo en los departamentos de diseño, sino que en cada una de las fases de la metodología de la empresa.</p>
--	--

<p>Describir las funciones que cumple el diseñador en una empresa editorial.</p>	<p>Según la comparación de resultados de los servicios contratados por el diseñador, se genera una diferencia en la cantidad de tareas que este realiza dentro de una empresa editorial adscrita a Universidad con una empresa editorial independiente de la ciudad de Valparaíso.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Nivel operativo: Etapas en las cuales se incorpora un diseñador en una empresa editorial independiente <ul style="list-style-type: none"> - Maquetado - Diagramado - Ilustración - Diseño de portadas - Diseño web - Fotografía - Diseño de publicaciones • Nivel operativo: Etapas en las cuales se incorpora un diseñador de una empresa editorial adscrita a Universidad <ul style="list-style-type: none"> - Diagramado - Diseño de portadas <p>La oportunidad del diseñador de desarrollar labores que van con sus conocimientos se presenta en las editoriales independientes, lo cual permite no solo incorporar diseñadores del área editorial, sino que también otros profesionales del área como diseñador web, diseñador gráfico e integral. El caso de las labores que ejecuta un diseñador en las editoriales Adscritas a Universidades, se limita a dos, al igual que el número de diseñadores contratados.</p>
--	--

9. CONCLUSIONES

Por medio del análisis realizado a las empresas editoriales de la ciudad de Valparaíso, queda demostrado que las editoriales son un área de integración profesional para los diseñadores, específicamente las editoriales independientes de la ciudad, considerando la tipología de las publicaciones que estas realizan y la línea editorial a la cual se enfoca, lo que le permite al diseñador desenvolverse en su área, adquirir y entregar conocimientos para un óptimo proceso metodológico de la empresa.

Gracias a las entrevistas desarrolladas, se pudo identificar el modo de integración del diseñador a las empresas editoriales, siendo estas por medio de la creación de un departamento interno especializado, que contrata de forma permanente al diseñador o la externalización de su servicio para encargos puntuales.

Los casos analizados permitieron identificar con mayor certeza los procesos metodológicos que se desarrollan dentro de las empresas editoriales categorizadas como independientes y adscritas a universidades, y así determinar los roles que ejecutan los diseñadores dentro de estas, considerando la labor del diseñador como una profesión multidisciplinaria, lo que es fundamental a la hora de insertarse en una empresa de carácter creativo, que requiere de retroalimentación e interacción con todas las áreas presentes en una empresa editorial.

BIBLIOGRAFÍA GENERAL

Álvarez D. (2006). Prerensa Digital, Universidad de Londres.

Álvarez P. (2004) hDGch, Historial del diseño gráfico en Chile. Chile, Consejo Nacional del Libro y la Lectura, Gobierno de Chile.

Colleu G. (2008). La edición independiente como herramienta de la bibliodiversidad. Buenos Aires, Argentina. La Marca Editora.

John L. (1994). Como preparar diseños para la imprenta. España. Editorial Gustavo Gili.

Lecuona M. 2007. Manual sobre Gestión de Diseño, para empresas que abren nuevos mercados. España. BCD, Barcelona Centro de Diseño.

Lupton E. (2013). Pensar con tipos. España. Editorial Gustavo Gili

Masip S. (2000). El sector editorial en Chile. Oficina Comercial de la Embajada de España en Chile.

Martinez de Sousa J. (2005). Manual de edición y autoedición. Pirámide.

Manjarrez J. (2006). Bloque especializado Diseño Editorial. Universidad de Londres.

Moll I & Montaña J. (2008). Diseño e Innovación. La gestión del diseño en la empresa. España. Fundación Cotec para la Innovación y Tecnología

Sitios web consultados:

- <http://www.cultura.gob.cl/wp-content/uploads/2014/08/estrategia-internacionalizacion.pdf>