

CARTA DE AUTORIZACIÓN DE LOS AUTORES PARA LA CONSULTA Y PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DEL TEXTO COMPLETO

Bogotá, D.C., 9 de septiembre de 2020

Señores
BIBLIOTECA JOSÉ MANUEL RIVAS SACCONI
Cuidad

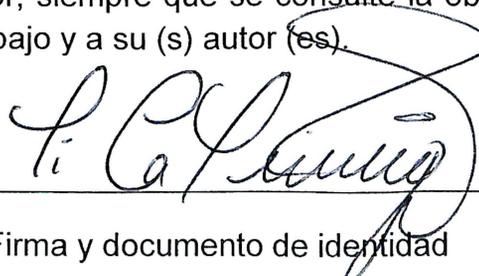
Estimados Señores:

Yo (nosotros) LILIANA CAROLINA GUZMÁN RÍOS, identificado(s) con C.C. No. 52.463.940 de Bogotá, autor(es) del trabajo de grado titulado INFORME FINAL DE PASANTÍAS presentado en el año 2020 como requisito para optar el título de MAGISTER EN ESTUDIOS EDITORIALES; autorizo (amos) a la Biblioteca José Manuel Rivas Sacconi del Instituto Caro y Cuervo para que con fines académicos:

- Ponga el contenido de este trabajo a disposición de los usuarios en la biblioteca digital Palabra, así como en redes de información del país y del exterior, con las cuales tenga convenio el Seminario Andrés Bello y el Instituto Caro Y Cuervo.
- Permita la consulta a los usuarios interesados en el contenido de este trabajo, para todos los usos que tengan finalidad académica, ya sea formato impreso, CD-ROM o digital desde Internet.
- Muestre al mundo la producción intelectual de los egresados de las Maestrías del Instituto Caro y Cuervo.
- Todos los usos, que tengan finalidad académica; de manera especial la divulgación a través de redes de información académica.

De conformidad con lo establecido en el artículo 30 de la Ley 23 de 1982 y el artículo 11 de la Decisión Andina 351 de 1993, "**Los derechos morales sobre el trabajo son propiedad de los autores**", los cuales son irrenunciables, imprescriptibles, inembargables e inalienables. Atendiendo lo anterior, siempre que se consulte la obra, mediante cita bibliográfica se debe dar crédito al trabajo y a su (s) autor (es).

C.C. No. 52.463.940 de Bogotá


Firma y documento de identidad

DESCRIPCIÓN TRABAJO DE GRADO

AUTOR O AUTORES

| Apellidos | Nombres |
|-------------|------------------|
| Guzmán Ríos | Liliana Carolina |

DIRECTOR (ES)

| Apellidos | Nombres |
|--------------------|-----------|
| Valencia de Lleras | Margarita |

TRABAJO PARA OPTAR POR EL TÍTULO DE: Magíster en Estudios Editoriales

TÍTULO DEL TRABAJO: Informe Final de Pasantías en Editorial Planeta

SUBTÍTULO DEL TRABAJO: _____

NOMBRE DEL PROGRAMA ACADÉMICO: Maestría en Estudios Editoriales

CIUDAD: Bogotá

AÑO DE PRESENTACIÓN DEL TRABAJO: 2020

NÚMERO DE PÁGINAS: 36

TIPO DE ILUSTRACIONES: Ilustraciones ___ Mapas ___ Retratos ___ Tablas, gráficos y diagramas ___ Planos ___ Láminas ___ Fotografías ___

MATERIAL ANEXO (Video, audio, multimedia):

Duración del audiovisual: _____ Minutos.

Número de casetes de vídeo: _____ Formato: ___ Mini DV ___ DV Cam ___ DVC Pro ___
Video 8 ___

Hi 8 ___ Otro. Cuál? _____

Sistema: Americano NTSC _____ Europeo PAL _____ SECAM _____

Número de casetes de audio: _____

Número de archivos dentro del CD (En caso de incluirse un CD-ROM diferente al trabajo de grado: _____)

PREMIO O DISTINCIÓN (En caso de ser Laureadas o tener una mención especial):

DESCRIPTORES O PALABRAS CLAVES: Son los términos que definen los temas que identifican el contenido. *(En caso de duda para designar estos descriptores, se recomienda consultar a la dirección de biblioteca en el correo electrónico biblioteca@caroycuervo.gov.co):*

| ESPAÑOL | INGLES |
|----------------------------------|-------------------------------------|
| Pasantías editoriales | Publishing internship |
| Editorial Planeta Colombia | Publisher Planeta Colombia |
| Proceso editorial | Publishing process |
| Gestión administrativa editorial | Editorial administrative management |
| Plan editorial | Editorial plan |
| Títulos en cesión | Titles in cession |

RESUMEN DEL CONTENIDO Español (máximo 250 palabras):

El presente documento da cuenta de las actividades, alcances, logros, aportes y el análisis que se ha dado en el desarrollo de pasantías durante un periodo de 11 meses (2019-2020) en la Editorial Planeta Colombia. Dentro de este proceso de aprendizaje, aplicación de conocimiento y enriquecimiento profesional, se logró tener un conocimiento directo del contexto editorial a nivel comercial desde diferentes aristas, tales como: 1) la gestión administrativa en el sector editorial, 2) los procesos operativos y técnicos en el ejercicio de los planes editoriales que dispone de títulos nacionales e internacionales para publicar y, 3) los procesos editoriales propiamente manejados con obras de diferentes géneros literarios. Finalmente, el documento brinda un paralelo entre la edición comercial y la edición académica.

RESUMEN DEL CONTENIDO Inglés (máximo 250 palabras):

This document gives an account of the activities, scopes, achievements, contributions, and analysis that have taken place in the development of internships during a period of 11 months (2019-2020) in Editorial Planeta Colombia. Within this process of learning, application of knowledge and professional enrichment, it was possible to have a direct knowledge of the editorial context at a commercial level from different angles, such as: 1) the administrative management in the editorial sector, 2) the operative and technical processes in the exercise of the editorial plans that have national and international titles to publish and, 3) the editorial processes properly handled with works of different literary genres. Finally, the document provides a parallel between commercial and academic publishing.

PRIMER INFORME DE PASANTÍAS

MAESTRÍA EN ESTUDIOS EDITORIALES

INSTITUTO CARO Y CUERVO

SEMINARIO ANDRÉS BELLO

| | |
|--|-------------------------------|
| Fecha | Noviembre 28 de 2019 |
| Estudiante: | Liliana Carolina Guzmán Ríos |
| Tutora: | Margarita Valencia |
| Lugar de pasantía: | Grupo Planeta Colombiana S.A. |
| Supervisora de la pasantía en la editorial: | Mariana Marczuk |

I. Antecedentes

La editorial Grupo Planeta dispone su sede principal en Madrid (España), fundada en 1949 por José Manuel Lara Hernández. Actualmente tiene presencia en 25 países de habla hispana y en dos países europeos (Francia y Portugal). Dispone de más de 100 marcas y sellos editoriales en los países donde se encuentra cubriendo todos los géneros literarios. En Colombia, Grupo Planeta maneja aproximadamente 30 sellos editoriales orientados a los géneros literarios de ficción, no ficción y textos empresariales, bienestar y crecimiento personal, infantil-junior y juvenil y de actualidad.

El equipo de trabajo editorial de Grupo Planeta en Colombia con el cual se estuvo desarrollando el proceso de pasantías durante el tercer semestre de la Maestría de Estudios Editoriales (2019) está estructurado por:

- Gerente Editorial: Mariana Marczuk
- Gerente de Ficción: Juan David Correa
- Gerente de No Ficción y Libros de Empresa: Luis Fernando Páez

- Gerente de Literatura Infantil – Juvenil: Carolina Venegas Klein
- Gerente de Plan Lector: Miguel A. Manrique
- Gerente de Literatura de Actualidad: Edgar Enrique Téllez
- Editor de Ficción: Christopher Tibbler
- Editor de Literatura Infantil y Juvenil: Cristiam Muñoz
- Editor de No Ficción: Andrés Grillo
- Editora de Bienestar y Crecimiento Personal: Carolina Venegas
- Gerente de Diseño: Juan Felipe San Miguel
- Diseñadores: Paula Salazar, Gabriel Henao y Susan Heilbron.

Otros profesionales del Grupo Planeta Colombia con quienes se ha tenido apoyo e interacción durante el tiempo de pasantías en el tercer semestre de estudios son:

- Jefe Departamento de Derechos de Autor: Abogada Isabel Cristina Ruiz Ruiz
- Producción: Edna Margareth Fandiño, David Rojas Bueno
- Contabilidad: Miguel Ángel Quiroga y Carol Díaz.

El propósito de la pasantía establecido para este periodo de agosto – diciembre de 2019 estuvo estructurado por la orientación de Mariana Marczuk (Gerente Editorial de Planeta Colombia), siendo el siguiente:

- Apoyo inicial a labores operativas con Santiago Díaz (Coordinador de Realización) con el fin de tener conocimiento del manejo del CMS (sistema editorial donde se registra toda la información de los títulos a publicar tanto nacionales como internacionales —por sesión—) y el Sistema de Gestión Editorial (SGE) donde se hacen las solicitudes de títulos en sesión a las diferentes casas editoriales hispanoamericanas de Planeta y la casa principal en España.
- Una vez alcanzado el conocimiento de los dos sistemas de gestión editorial se orientarían las labores de pasantía para apoyar a los editores de las diferentes líneas editoriales con el fin de familiarizarme con la edición literaria en cada una de estas y géneros manejados por esta editorial.

Legalmente, el desarrollo de las pasantías estuvo soportado por un Contrato por Prestación de Servicios Profesionales en condición de Pasante con una duración de 10 meses, donde su fecha de inicio fue el 20 de agosto de 2019 y su fecha de finalización es el 20 de junio de 2020. Semanalmente se cubría una jornada de 4 horas diarias laborales para un total de 20 horas semanales.

Para el desarrollo de las actividades, se disponía de un computador portátil, el acceso al computador de la Coordinación de Realización y al de la Coordinación Editorial con el fin de apoyar las diferentes labores que posteriormente serán descritas.

II. Trabajo realizado

A continuación, se brindará una descripción de las actividades desarrolladas por el pasante durante el periodo de pasantías comprendido entre el 20 de agosto y el 23 de diciembre de 2019¹.

| ACTIVIDAD DESARROLLADA | ESTRATEGIAS DE EJECUCIÓN APLICADAS POR EL PRACTICANTE | ANEXO DE SOPORTE |
|---|--|--|
| Validación de títulos en el programa CMS Editorial. | Esta labor comprende el poder verificar el diligenciamiento completo de todos los datos de identificación de los títulos tanto nacionales como en cesión en el programa CMS. Esta labor apoya al Coordinador de Realización para que pueda brindar los recordatorios respectivos a los editores de cada línea editorial sobre los datos pendientes de ser registrados en el CMS y que se requieren para dar de alta el título en el sistema. | Anexo 1 y sus derivados. |
| Consolidación de metadatos de dos sellos (Seix Barral y TusQuest) para Gerente Editorial de Ficción | Se creó en el Drive del correo asignado para la pasante un documento Word donde se consolidaron los metadatos y una breve sinopsis de títulos publicados de los sellos mencionados durante el 2019 con el fin de establecer una pieza publicitaria. Esta labor fue requerida por el Gerente editorial de Ficción (Juan David Correa). Una vez entregado el archivo se tuvo conocimiento por parte del gerente editorial que la información pasó al área de diseño. | Anexo 2 y sus derivados. |
| Solicitud de ISBN de títulos en cesión. | <p>A partir de un formulario establecido al interior del editorial en Google se gestiona la solicitud de ISBN de los títulos en cesión que han sido autorizados para su publicación en Colombia desde diferentes casas editoriales de Planeta a nivel hispanoamericano y por España. Los datos de cada uno de los títulos se obtienen del programa CMS y por cada solicitud se obtiene un registro que llega de forma automática al correo institucional.</p> <p>Durante el periodo de la pasantía se ha realizado la solicitud de 50 títulos, empleando tanto el correo del Coordinador de Realización como el asignado a la pasante.</p> | Anexo 3 y sus derivados (solamente se brinda un anexo completo del formulario que queda registrado en el correo del solicitante del ISBN, pues todos los formularios son iguales, |

¹ Se especifica que la fecha en que fue entregado el presente informe para este periodo de pasantías difiere de la terminación de actividades, debido a que se dio cumplimiento al tiempo establecido en el contrato de pasantías.

| ACTIVIDAD DESARROLLADA | ESTRATEGIAS DE EJECUCIÓN APLICADAS POR EL PRACTICANTE | ANEXO DE SOPORTE |
|--|--|--|
| | | solamente cambian los datos del título). |
| Lectura y evaluación del manuscrito original <i>Y todas esas cosas</i> . | <p>Se tuvo una dedicación en tiempo de una semana y media para la lectura del manuscrito original y las respectivas observaciones se brindaron al Coordinador de Realización quien es la persona que está direccionando actualmente la edición de la obra.</p> <p>Posteriormente se tuvo una primera reunión con el autor de la obra con quien se hizo un acercamiento explicando la metodología de trabajo para la intervención de esta y reducir su extensión, los términos generales en que se estaría trabajando y para la recolección de documentos con el fin de gestionar el contrato.</p> <p>Una vez disponibles los documentos completos del autor, se gestionó ante la Oficina de Derechos de Autor la creación como proveedor y el proceso de realización del contrato con apoyo del editor familiarizado con la obra.</p> <p>Este proyecto editorial no se continuó apoyando, frente a lo cual no se tuvo certeza por parte de la pasante el motivo por el cual no se continuo con el mismo, y sumado a ello la situación coyuntural del retiro de dos profesionales ocasionó que el tiempo que era posible dedicar a este proyecto editorial se dispusiera para apoyar las actividades administrativas.</p> | Anexos 4 y sus derivados. |
| Lectura y observaciones del manuscrito <i>El libro amarillo del Freelancer independiente</i> | Se realizó durante tres días (horas no continuas) la lectura del manuscrito en mención, archivo brindado por el Gerente Editorial de No Ficción (Luis Fernando Páez). Las observaciones se brindaron al editor en una reunión y se envió por email el archivo con los comentarios. Entre los aspectos mencionados al editor se pueden destacar: puntos débiles en el uso de regionalismos por parte del autor en el escrito, posible conflicto de intereses si se llega a hacer mención de marcas particulares (comerciales) de productos, la posibilidad de enriquecer un apartado del libro pues el contenido es muy básico para el tipo de libro que se direcciona a orientar a una persona deseosa de entrar a trabajar como independiente en su campo profesional, y las posibles impresiones que pueda llegar a tener un lector si se conserva cierto uso de frases que se perciben como subvalorando el entendimiento del lector frente al producto en algunos casos, y en otros la | Anexo 5 y sus derivados. |

| ACTIVIDAD DESARROLLADA | ESTRATEGIAS DE EJECUCIÓN APLICADAS POR EL PRACTICANTE | ANEXO DE SOPORTE |
|--|--|---------------------------------|
| | orfandad que puede generar el manejo de ideas inconclusas y que van dirigidas a orientar al lector como instructivo. | |
| <p>Revisión, seguimiento, digitalización y entrega de contratos al área de Derechos de Autor (Jurídica) y envío respectivo de las copias de soporte a los autores.</p> | <p>Este apoyo se brinda en dirección al área de Derechos de Autor con el fin de disponer de archivos digitales de los contratos firmados de los títulos publicados de autores colombianos, radicados en territorio colombiano o contratos con otras casas editoriales internacionales para publicar títulos específicos en el país.</p> <p>Una vez digitalizados los contratos, se procedía a registrarlos en una carpeta Drive donde se organizan según sea el caso (contrato, otrosí o escandallo) en la respectiva carpeta del autor o se creaba una de acuerdo con la necesidad. Este grupo de carpetas fue compartido por la Coordinadora Editorial quien brindó los permisos para alimentar la misma en la medida en que se contaba con nuevos contratos o escandallos.</p> <p>Finalizada la organización de los contratos digitalizados, se procede al envío de las copias a los autores según sea el caso de envío local o nacional. Para ello se organizaba el sobre con el documento y se gestionaba el envío según la dirección de destino. Esta labor inicialmente se apoyaba para la Coordinadora Editorial, pero una vez retirada la profesional, la pasante asumió la misma realizando envíos de contratos y muestras (libros) a nivel nacional e internacional, para lo cual tuvo oportunidad de conocer la gestión desde dos sistemas de envíos independientes.</p> <p>Esta actividad se proyecta suspender para la última semana de noviembre - 2019, siendo en este tiempo en que se han vinculado los respectivos profesionales de las coordinaciones.</p> | <p>Anexo 6 y sus derivados.</p> |
| <p>Registro y entrega de escandallos al área de Derechos de Autor.</p> | <p>Esta actividad se realiza con el fin de disponer de soportes digitales de los escandallos elaborados por los editores frente a aquellos títulos a publicar, sea de contratación nacional o en calidad de cesiones. La finalidad es llevar un registro de los escandallos entregados al área de Derechos de Autor. Todo se hace con soporte de envíos vía email. Esta labor se estuvo apoyando para la Coordinadora Editorial, pero una vez retirada la profesional, no se continuó debido al apoyo que brindó la pasante durante el tiempo previo al ingreso de los profesionales que suplían las vacantes requeridas.</p> | <p>Anexo 7 y sus derivados.</p> |

| ACTIVIDAD DESARROLLADA | ESTRATEGIAS DE EJECUCIÓN APLICADAS POR EL PRACTICANTE | ANEXO DE SOPORTE |
|---|---|--------------------------|
| | Se proyecta continuar apoyando esta actividad para la última semana de noviembre de 2019, siendo en este tiempo en que se han vinculado los respectivos profesionales de las coordinaciones. | |
| Elaboración y actualización de la base de datos de autores y proveedores. | <p>Se creó un archivo en el Drive y compartido con la Gerente Editorial, asistente de gerencia y Coordinador de Realización donde se dispone de los datos de identificación y de contacto de los autores firmados por Grupo Planeta y sus respectivos títulos publicados con la editorial.</p> <p>Esta base de datos se está actualizando en la medida en que se obtienen nuevos contratos firmados con autores nacionales o llegan títulos autorizados en calidad de cesión de otras casas editoriales a nivel hispano o desde España.</p> <p>Para el caso de la base de proveedores, esta se alimenta en la medida en que se obtiene datos de nuevos proveedores que apoyan diferentes labores editoriales de forma externa o con apoyo de las cuentas de cobro.</p> <p>Estas dos actividades fueron suspendidas por la pasante debido a que inició apoyo de las funciones manejadas por los dos profesionales retirados de la editorial (Coordinación Editorial y de Realización) mientras llegaban el nuevo personal.</p> | Anexo 8 y sus derivados. |
| Solicitud de títulos en cesión por el Sistema de Gestión Editorial (SGE) de otras casas editoriales a nivel hispano y/o de la casa editorial en España. | <p>Esta labor se realizó de forma frecuente una vez retirado el Coordinador de Realización, en la que se requiere estar diariamente revisando en SGE con el fin de verificar el estado de las solicitudes de títulos en cesión de derechos y estar atento de la respuesta otorgada a cada solicitud, sea para descargar archivos del CMS o para realizar nuevas solicitudes según sea el caso de rechazo o nuevos títulos requeridos por los diferentes Gerentes Editoriales. Para esta labor se tiene en cuenta las solicitudes enviadas vía correo por los gerentes editoriales.</p> <p>Para este proceso, la pasante tuvo que familiarizarse con el SGE y el CMS, siendo el primer sistema empleado para la solicitud de los títulos (en firme, por simulación o contratación directa) y el segundo para la descarga de los archivos de aquellos títulos autorizados para publicar en Colombia.</p> <p>Teniendo en cuenta el alto número de títulos en cesión solicitados durante un periodo de 2 meses (83 títulos en cesión de los diferentes planes editoriales e IBD -impresión bajo demanda- para los meses de diciembre, enero y parte de febrero), y aprovechando un archivo compartido por Drive</p> | Anexo 9 y sus derivados. |

| ACTIVIDAD DESARROLLADA | ESTRATEGIAS DE EJECUCIÓN APLICADAS POR EL PRACTICANTE | ANEXO DE SOPORTE |
|---|--|--------------------------------------|
| | <p>de uno de los editores, se modificó y adaptó el mismo con el fin de llevar un registro completo de cada solicitud, su estado actual y procesos derivados de rechazos u otras respuestas, como también la recolección de información en cuanto a regalías y solicitud de ISBN, con el fin de compartir la herramienta a todo el equipo de editores para que llevase un seguimiento y trazabilidad en tiempo real del estado actual de cada solicitud. El enlace de este instrumento se compartió por el correo institucional asignado a la pasante.</p> <p>Igualmente, para este proceso, la pasante tuvo que familiarizarse con el SGE y el CMS expuestos anteriormente.</p> <p>Esta actividad se proyecta suspender para la última semana de noviembre de 2019, siendo en este tiempo en que se han vinculado los respectivos profesionales de las coordinaciones.</p> | |
| <p>Cargar en el CMS los archivos finales de aquellos títulos solicitados en cesión por otras casas editoriales hispanas y que previamente han sido avalados por el área de Derechos de Autor en Planeta Colombia.</p> | <p>Esta labor se realiza de forma esporádica y para ella, al igual que para la anterior actividad se debe estar revisando frecuentemente el SGE, particularmente las solicitudes de otras casas editoriales a nivel hispano para Colombia de alguno de los títulos publicados en territorio nacional y los correos que remiten los coordinadores editoriales de aquellas casas de Planeta hispanas.</p> <p>Para ello se debe contar con una consulta del SGE, verificar el estado de cada solicitud remitida a Colombia e identificar si desde la oficina de Derechos de autor fueron avalados los títulos para su publicación en los otros países solicitantes.</p> <p>Esta actividad se proyecta suspender para la última semana de noviembre de 2019, siendo en este tiempo en que se han vinculado los respectivos profesionales de las coordinaciones.</p> | <p>Anexo 1 y 10 y sus derivados.</p> |
| <p>Descarga de archivos desde el CMS de los títulos en cesión y su respectiva entrega al área de Diseño y Realización.</p> | <p>Una vez verificado en el SGE que los títulos solicitados en cesión han sido avalados y se encuentra finalizado el proceso, se remite a verificar archivos disponibles para descarga en el CMS. Cada uno de los grupos de archivos de los títulos se dispone en una carpeta compartida en red con los diseñadores. Respectivamente se informa al Gerente de Diseño (Juan Felipe San Miguel) sobre los títulos que están disponibles y llegado el caso especificaciones particulares que fueron solicitadas por correo.</p> <p>Esta actividad se proyecta suspender para la última semana de noviembre de 2019, siendo en este tiempo en que se han vinculado los respectivos profesionales de las coordinaciones.</p> | <p>Anexo 11 y sus derivados.</p> |

| ACTIVIDAD DESARROLLADA | ESTRATEGIAS DE EJECUCIÓN APLICADAS POR EL PRACTICANTE | ANEXO DE SOPORTE |
|---|--|---|
| <p>Informar a los gerentes editoriales y editores de las diferentes líneas sobre las regalías manejadas para aquellos títulos en cesión que han sido autorizados los derechos por el SGE para su publicación en Colombia.</p> | <p>Culminada la labor de derechos de títulos en cesión, descargados los archivos y remitidos al área de diseño. Se dispone a informar vía correo a los gerentes editoriales de las regalías de los títulos dados en cesión y cualquier observación particular según el caso.</p> <p>Para brindar este dato se debe consultar el SGE, apartado DAU donde son indicados los porcentajes de regalías que se deben tener presente para cada título autorizado en cesión.</p> <p>Para esta labor, igualmente se adaptó e implementó el uso del archivo compartido en el Drive, instrumento de trazabilidad de todos los títulos solicitados.</p> <p>Esta actividad se proyecta suspender para la última semana de noviembre de 2019, siendo en este tiempo en que se han vinculado los respectivos profesionales de las coordinaciones.</p> | <p>Anexo 12 y sus derivados.</p> |
| <p>Recepción de cuentas de cobro de proveedores y gestionar los soportes para su respectiva radicación en el Departamento de Contabilidad.</p> | <p>Esta labor se ha venido realizado de forma frecuente y directa una vez se retiraron los Coordinadores de Realización y Editorial, contemplando desde la recepción de las cuentas de cobro enviadas por los diferentes proveedores externos, aquellas remitidas vía email sea por los mismos proveedores o por los gerentes editoriales y editores de apoyo.</p> <p>La actividad consiste en recepcionar los documentos soporte (cuenta de cobro firmada y planilla de pago de aportes, si aplica) para tramitar la cuenta de cobro. Una vez se disponga de los soportes de la cuenta de cobro se gestiona la orden de trabajo sea de forma manual (fuera del sistema y codificada) o por el sistema ARGOS donde se registran los diferentes costos editoriales de los títulos en proceso de realización en un escandallo particular para cada producto editorial.</p> <p>Luego se dispone a gestionar por sistema ARGOS la orden de compra, la cual debe ser avalada por la Gerente Editorial y dos instancias más. Una vez brindados estos avales que van de acuerdo con el monto de la cuenta, se consolidan todos estos soportes, se pasan a firma de la Gerente Editorial y son sellados con fecha antes del 25 de cada mes para luego radicarlos en el área de Contabilidad, donde son recepcionadas las cuentas de cobro hasta el 25 de cada mes. Cada cuenta de cobro debe llevar su respectiva copia de todos los soportes para el seguimiento a futuro que se tenga que dar según la necesidad que se presente.</p> <p>Para llevar un control de las cuentas de cobro que durante el mes de noviembre estuvieron en responsabilidad de la pasante para radicar en el área contable, se creó un formato de registro con</p> | <p>Anexo 13 y sus derivados.</p> <p>(Se aclara que por la cantidad de cuentas de cobro que se recepcionan vía email o entregadas en la oficina, solamente se brindarán pocos soportes).</p> |

| ACTIVIDAD DESARROLLADA | ESTRATEGIAS DE EJECUCIÓN APLICADAS POR EL PRACTICANTE | ANEXO DE SOPORTE |
|---|--|----------------------------------|
| | <p>información a tener en cuenta para futuros rastreos, herramienta de trabajo que ha sido compartida con las profesionales que entran en las Coordinaciones Editorial y de Realización.</p> <p>Esta actividad se proyecta suspender para la última semana de noviembre de 2019, siendo en este tiempo en que se han vinculado los respectivos profesionales.</p> | |
| <p>Gestionar con el profesional encargado la creación de proveedores.</p> | <p>Esta labor se apoya para aquellos momentos en que los gerentes editoriales requieren la creación de un proveedor nuevo con quien por primera vez se trabaja externamente y luego estaría brindando su cuenta de cobro.</p> <p>Esta actividad se proyecta suspender para la última semana de noviembre de 2019, siendo en este tiempo en que se han vinculado los respectivos profesionales de las coordinaciones.</p> | <p>Anexo 14 y sus derivados.</p> |
| <p>Gestionar con el profesional encargado la creación de PALES (códigos para títulos en el sistema ARGOS) con el fin de gestionar las cuentas de cobros de proveedores.</p> | <p>Esta labor está directamente relacionada con la gestión de la orden de compra de las cuentas de cobro remitidas por los proveedores, pues la finalidad de los PALES es identificar cada producto editorial en el sistema ARGOS para poder registrar el monto del servicio a la cuenta específica de cada producto.</p> <p>Esta actividad se proyecta suspender para la última semana de noviembre de 2019, siendo en este tiempo en que se han vinculado los respectivos profesionales de las coordinaciones.</p> | <p>Anexo 15 y sus derivados</p> |
| <p>Gestionar el envío de documentos (contratos) y muestras (libros) a nivel nacional e internacional de acuerdo con las peticiones de los editores.</p> | <p>Esta labor entro a ser apoyada una vez se retiró la Coordinadora Editorial, particularmente los envíos realizados contemplaros muestras (libros) para autores y contratos para firma nacional e internacional.</p> <p>Para esta actividad la pasante se tuvo que familiarizar con dos sistemas de envíos diferentes y, por ende, dos plataformas separadas para envíos nacionales e internacionales.</p> <p>Esta actividad se proyecta suspender para la última semana de noviembre de 2019, siendo en este tiempo en que se ha vinculado el respectivo profesional de la Coordinación Editorial.</p> | <p>Anexo 16 y sus derivados.</p> |

III. Conclusiones

Durante el periodo de pasantías comprendido entre el mes de agosto y diciembre de 2019 la pasante puede destacar los siguientes aspectos:

Problemas identificados (Debilidades - Amenazas):

- Por parte de la pasante considera que el bajo nivel de conocimiento que tiene en lo referente a géneros literarios y escritores ha generado una dificultad para poder participar activamente de comités editoriales.
- Es de aclararse que una situación coyuntural presentada en la Editorial Planeta fue el retiro de los dos coordinadores de realización y editorial, profesionales que la pasante entró a apoyar a principios de septiembre para conocer los procesos básicos de la cadena editorial y los sistemas (plataformas) manejados y alimentados en todo el proceso. Ante esta situación la pasante acogió la solicitud por parte de la supervisora de la editorial de apoyar momentáneamente en dichas actividades mientras se buscaban los profesionales a vincular. El tiempo de apoyo se extendió a 2 meses, ocasionando que las competencias de aprendizaje orientadas a proyectos editoriales se vieran disueltas en medio de las actividades administrativas que apoyó la pasante. Frente a ello, la amenaza identificada en la entidad es la no disponibilidad de planes de contingencia que solucionaran este tipo de inconvenientes que se pueden presentar de improvisto.
- La Editorial Planeta al contar esta como su primera experiencia en disponer y dar espacio a el desarrollo de una pasantía por parte de una estudiante de maestría en Estudios Editoriales, no está familiarizada con este tipo de procesos y con la estructuración de un espacio de aprendizaje y enriquecimiento de ambas partes (editores y pasante) en el contexto de edición literaria.
- La pasante considera que una debilidad de su parte fue el no haber solicitado conocer las funciones y actividades desde el primer momento antes de iniciar su pasantía en la editorial, lo cual generó que a medida que transcurría las horas de pasantías los diferentes editores y su supervisora en la editorial lograran identificar aquellas actividades en que era asequible y posible recibir el apoyo de la pasante.

Estrategias de solución (Oportunidades):

- Se ha buscado incrementar la lectura de contenido literario mediante el consumo de audiolibros, y así, conocer más sobre los diferentes géneros literarios manejados en Grupo Planeta.
- Escoger obras literarias de Planeta con el fin de desarrollar trabajos de otras asignaturas de la maestría y conocer directamente los productos comercializados por la editorial.
- Aprovechar los procesos de solicitudes de títulos en cesión de otras casas de Planeta a nivel hispanoamericano para poder leer la sinopsis de estos y así diferenciar los géneros manejados por Planeta.
- Teniendo en cuenta el apoyo brindado a labores administrativas y con el fin de tener mayor efectividad para dar solución a las diferentes solicitudes, consultas y requerimientos de los diferentes editores de la editorial en lo referente a solicitudes de títulos de cesión, la pasante adaptó un instrumento (archivo Excel) compartido por uno de los editores con el fin de disponer de una herramienta que permitiese manejar información actualizada en tiempo real sobre el estado de cada una de las solicitudes de títulos en cesión para los diferentes planes editoriales y títulos de impresión bajo demanda.
- Una alternativa asumida por voluntad propia por parte de la pasante es llegar más temprano del horario establecido para la pasantía (8 am. a 12 m.), y así aprovechar el tiempo disponible para el desarrollo de las labores pendientes, especialmente cuando se presentaba la acumulación de labores administrativas que se apoyaron en su momento (finales del mes de noviembre de 2019).

Experiencia y conocimientos adquiridos (Fortalezas):

- Una mayor comprensión del modelo editorial comercial, particularmente, lo referente a la adquisición de títulos de publicaciones nacionales e internacionales.
- Mayor conocimiento frente a los procesos operativos y administrativos que intervienen en la cadena editorial de un sello consolidado por los años de trayectoria y que cuenta con presencia en diferentes países de habla hispana.
- Acercamiento y conocimiento de las partes y aspectos para tener en cuenta dentro de la firma de un contrato editorial con un autor y el manejo legal que ello implica para las partes firmantes. Este conocimiento fue adquirido por la pasante a partir de tener oportunidad de

poder escanear los contratos firmados y hacer lectura de estos para alimentar la base de datos de los autores.

- La oportunidad de contar con una familiaridad y experiencia previa frente al manejo de sistemas y plataformas editoriales ha facilitado el aprendizaje rápido en el manejo de los sistemas editoriales (CMS y SGE) manejados por la Editorial Planeta en cuanto al alojamiento de contenidos (archivos finales) de los diferentes títulos publicados tanto nacional como internacionalmente y el sistema de solicitud de títulos en cesión.
- Tener oportunidad de consultar directamente los contratos le permitió a la pasante familiarizarse y comprender los porcentajes de derechos de autor que se manejan en un contrato, el sistema de regalías y las muestras otorgadas a los autores a partir de las estipulaciones establecidas en el contrato.
- Adquisición de información frente a los sistemas de clasificación temática (nacional e internacional) requeridos para el proceso de solicitud de ISBN.
- Partiendo de una observación directa al modelo editorial comercial de una empresa con presencia en diferentes países de habla hispana, se podría considerar que:
 - La gran cantidad de títulos que se contemplan en un plan editorial (aproximadamente 25 a 30 títulos mensuales) desencadena que el tiempo que los editores puedan brindar a todos los títulos manejados sea limitado y se concentren particularmente en los títulos de autores colombianos que se trabajan dentro de los Planes Editoriales para cada mes.
 - Esa limitación de tiempo con que cuenta los editores frente a los títulos originales postulados por autores colombianos desencadena que los procesos de evaluación de manuscritos sea un servicio tercerizado a un grupo de evaluadores externos que cuentan con trayectoria en este tipo de labor. Personalmente considero que sería provechoso que esa actividad evaluadora de originales se conservara para ser desarrollada por el equipo de editores en pro de encontrar e identificar potenciales autores haciendo uso de su vasta experiencia (aclarando que esta es una apreciación que se basa en la observación de lo poco que la pasante ha vislumbrado del modelo editorial).
 - El modelo editorial de corte comercial se centraliza en el capital económico que se obtengan de los diferentes títulos que publica mensualmente, pues al ser Editorial

Planeta un grupo empresarial robusto con diferentes departamentos (comercial y ventas, publicidad y finanzas, entre otros); permite que se puedan obtener reportes de ventas sistematizados en tiempos prudentes y que son base para la toma de decisiones a favor de movilizar y comercializar los productos editoriales.

- La obtención de nuevos autores y potenciales escritores para posibles productos editoriales que pueden llegar a tener una gran acogida dentro del público lector, no se limita a la recepción de manuscritos inéditos que son evaluados para un posible interés en algún género literario, sino que el rastreo en redes sociales e internet son herramientas que los editores tienen en cuenta para capturar potenciales figuras que disponen de un capital social y cultural consolidado o en un acelerado proceso de capitalización (especialmente en redes sociales, blogs y páginas web). Y a partir de las temáticas trabajadas por estas figuras se buscan construir un autor y su pluma sea por el apoyo de autores fantasmas o el padrinazgo de la obra por autores consolidados que la misma casa editorial publique o sean reconocidos en el medio, con el fin de darle un apoyo de apertura en el mercado a ese autor que está en construcción.

Aportes realizados al sector editorial colombiano (Oportunidades):

- Teniendo en cuenta el apoyo adicional que la pasante ha realizado en las dos coordinaciones, la construcción de un registro para el control de las cuentas de cobro; demuestra la importancia que implica en los procesos administrativos, de producción y en el contexto editorial disponer de un adecuado registro y sistematización de los datos, especialmente cuando se maneja una vasta lista de publicaciones mensuales. Ya que, de este control y trazabilidad de información en tiempo real, depende la adecuada gestión de los editores, diseñadores y demás profesionales y personas involucradas en la cadena de producción editorial.
- Esta misma estrategia de manejar un registro control para las cuentas de cobro, se aplicó en las solicitudes de títulos en cesión, siendo este archivo Excel alimentado con la información necesaria y esencial dentro del proceso editorial acerca de aquellos títulos solicitados a otras casas editoriales de Planeta a nivel hispano. Esto se hizo con el fin de que todos los editores puedan tener acceso al mismo archivo para que se disponga de una base de solicitud de

títulos en cesiones actualizada, donde puedan llevar tanto una trazabilidad de la fase en que se encuentra cada título, como conocer las observaciones puntuales para determinados casos.

Satisfacción personal del pasante:

- En el tiempo transcurrido en las pasantías, la estudiante ha tenido oportunidad de conocer procesos operativos y administrativos dentro de contexto editorial para la adquisición y publicación de libros. Es de tener en cuenta que siendo algunas de estas actividades de corte administrativo y que no estuvieron directamente relacionadas con apoyo en proyectos editoriales, el familiarizarse y conocerlas le han permitido a la pasante explorar el contexto administrativo que está relacionado directamente con la cadena editorial. Es de considerar que estas actividades no están contempladas dentro del plan de competencias proyectado para las prácticas editoriales y, por ende, las expectativas de la pasante frente a la posibilidad de conocer y apoyar proyectos editoriales de corte literario aún se encuentran pendiente de satisfacer.
- La oportunidad de conocer desde la pasantía el trabajo editorial manejado en un modelo editorial comercial como Grupo Planeta y la experiencia laboral que la pasante tiene en el contexto de edición académica - universitaria, le ha permitido el poder establecer un comparativo entre estos dos modelos editoriales.

INFORME FINAL DE PASANTÍAS
MAESTRÍA EN ESTUDIOS EDITORIALES
INSTITUTO CARO Y CUERVO
SEMINARIO ANDRÉS BELLO

| | |
|---|-------------------------------|
| Fecha | Junio 20 de 2020 |
| Estudiante | Liliana Carolina Guzmán Ríos |
| Tutora | Margarita Valencia |
| Lugar de pasantía | Grupo Planeta Colombiana S.A. |
| Supervisora de la pasantía en la editorial | Mariana Marczuk |

I. Antecedentes

La editorial Grupo Planeta dispone su sede principal en Madrid (España), fundada en 1949 por José Manuel Lara Hernández. Actualmente tiene presencia en 25 países de habla hispana y en dos países europeos (Francia y Portugal). Dispone de más de 100 marcas y sellos editoriales en los países donde se encuentra, cubriendo todos los géneros literarios. En Colombia, Grupo Planeta maneja aproximadamente 30 sellos editoriales orientados a los géneros literarios de ficción, no ficción y textos empresariales, bienestar y crecimiento personal, infantil-junior y juvenil, y de actualidad.

El equipo de trabajo editorial de Grupo Planeta en Colombia presentó vinculaciones de nuevos editores en las líneas de Ficción y No Ficción para el primer bimestre de 2020 en reemplazo de los editores de apoyo que se retiraron en estas líneas. Igualmente se vincularon para el último bimestre de 2019 los coordinadores de realización y editorial:

- Mónica Laverde Henao (No Ficción).
- Salomé Cohen Monroy (Ficción)
- María Angélica Ramírez Escobar (Coordinadora de Realización)
- Jackeline Cárdenas Sandoval (Coordinadora Editorial)

El resto del grupo de editores se mantuvo según la estructura organizacional conocida en el segundo semestre de 2019, momento en que se inició la pasantía de la Maestría de Estudios Editoriales

(agosto de 2019):

- Gerente Editorial: Mariana Marczuk
- Gerente de Ficción: Juan David Correa
- Gerente de No Ficción y Libros Epresarial: Luis Fernando Páez
- Gerente de Literatura Infantil – Juvenil: Carolina Venegas Klein
- Gerente de Plan Lector: Miguel A. Manrique
- Editor de Literatura Infantil y Juvenil: Cristiam Muñoz
- Editor de No Ficción: Andrés Grillo
- Editora de Bienestar y Crecimiento Personal: Carolina Venegas
- Gerente de Diseño: Juan Felipe San Miguel
- Diseñadores: Paula Salazar, Gabriel Henao y Susan Heilbron.

El propósito de la pasantía establecido para el periodo enero - junio de 2020 estuvo estructurado por la orientación de Mariana Marczuk (Gerente Editorial de Planeta Colombia), siendo el siguiente:

- Desarrollo del proceso editorial para la obra literaria (novela histórica) de la línea de Ficción *Y todas esas cosas*.
- Apoyo en procesos editoriales de libros dentro de las líneas de No Ficción e Infantil y Juvenil.

Para el desarrollo de las actividades, se dispuso de las siguientes herramientas proporcionadas por miembros del equipo editorial:

- Un computador de escritorio.
- Un cubículo de trabajo.
- Material diagramado (libros culminados) de acuerdo con los proyectos editoriales en los que se estuvo apoyando durante el presente semestre de la pasantía.

II. Trabajo realizado

En este apartado se brinda una descripción de las actividades desarrolladas por la pasante durante el periodo de pasantías comprendido entre el 13 de enero y el 20 de junio del 2020.

Debido a la situación de cuarentena obligatoria decretada por el Gobierno Nacional como medida de prevención por la pandemia mundial del Covid-19, las labores de pasantía fueron desarrolladas

en casa por la pasante desde mediados del mes de marzo hasta su culminación (junio 20 del 2020), teniendo contacto permanente por correo con los editores a quienes se les brindó apoyo en las labores asignadas.

En el siguiente cuadro se presenta una descripción de cada labor realizada durante este periodo con sus respectivos soportes (anexos).

| ACTIVIDAD DE ARRO-LLADA | ESTRATEGIAS DE EJECUCIÓN APLICADAS POR EL PRACTICANTE | ANEXO DE SOPORTE |
|---|---|--|
| Participación en los comités editoriales semanales. | Durante este segundo periodo de pasantía se participó en una sola sesión del Comité Editorial realizada antes de iniciar la cuarentena obligatoria por la pandemia del Covid-19. En dicho Comité Editorial los miembros del equipo editorial revisaron medidas alternativas y de contingencia frente a los diferentes títulos previstos para los planes editoriales de los meses siguientes a marzo del año 2020. | Para esta actividad no se cuenta con soporte debido a que la notificación de Comités se realizó durante este 2020 mediante llamado personal. |
| Gestionar derechos de autor con la respectiva oficina jurídica. | <p>La elaboración del contrato editorial para la obra literaria <i>Y todas esas cosas</i> que hace parte del plan editorial de Ficción proyectado para el mes de agosto de 2020, y en la que apoyó la pasante desde finales del 2019 (noviembre y diciembre de 2019), fue gestionado ante la oficina Jurídica desde octubre del 2019.</p> <p>Una vez dispuesto este documento en diciembre del 2019, se tuvo reunión con el autor y el Gerente Editorial de Ficción (Juan David Correa) para la revisión del mismo. En dicha reunión se identificaron ajustes necesarios en el documento, los cuales fueron gestionados por la pasante ante la oficina Jurídica.</p> <p>Una vez dispuesto el nuevo contrato ajustado para enero del 2020, se procedió a la firma por parte del autor y el representante legal de la Editorial.</p> | Anexo 1 |
| Edición del libro <i>Y todas esas cosas</i> | <p>Una vez la pasante retomó el proceso editorial con la obra <i>Y todas esas cosas</i> desde noviembre del 2019, se realizaron reuniones semanales con el autor, siendo el objetivo de estas hacer una revisión y edición completa de la obra, buscando omitir apartados, textos, capítulos y demás fragmentos para reducir la extensión del texto y reorganizarlo.</p> <p>Inicialmente la obra contaba con una estructura de: 558 páginas (incluidas imágenes) distribuidas en XII libros con 173 capítulos. Una vez se terminada la intervención editorial realizad en conjunto con el autor, el libro terminó con una estructura de 395 páginas y 8 páginas como inserto para fotografías familiares, 117 capítulos en X libros².</p> <p>Para este trabajo editorial con el autor y la intervención de la obra, la pasante tuvo en cuenta los siguientes aspectos:</p> | Anexo 2 y sus derivados |

² El concepto de “libro” empleado para describir la estructura de la obra, no debe acogerse como generalmente se asume, es decir un texto terminado en formato físico que se vaya a publicar. Para esta ocasión el término se asume como apartados contemplados en una misma obra. Para este caso, por orden jerárquico los libros son apartados que contienen los capítulos (véase Anexo 2I).

| ACTIVIDAD DESARROLLADA | ESTRATEGIAS DE EJECUCIÓN APLICADAS POR EL PRACTICANTE | ANEXO DE SOPORTE |
|---|---|---------------------------------|
| | <ul style="list-style-type: none"> • Consulta permanente de la opinión del autor y el aval de su parte frente a cada intervención hecha a profundidad en la obra. • Se dio prelación a la subjetividad del autor como creador de la obra literaria. • Se buscó mantener la voluntad del autor en conservar nombres reales y ficticios para los personajes trabajados en la obra, y otros descriptores geográficos abordados en la obra. • Se estuvo pendiente de que los regionalismos y modismos propios de diferentes personajes de la obra quedasen explicados durante el desarrollo de las escenas o en los momentos en que estos (modismos, regionalismos) se presentasen por primera vez en el texto. • Se manejó una secuencialidad en los archivos trabajados para las sesiones, pues ello permitió retomar versiones anteriores para revisar apartados eliminados y reintegrarlos o modificarlos en la versión final de la obra. | |
| <p>Se estableció el inicio del proceso corrección de estilo de la obra <i>Y todas esas cosas</i>.</p> | <p>Una vez culminado el proceso de edición e intervención de la obra <i>Y todas esas cosas</i>, se procedió a concertar con el Gerente de Ficción (Juan David Correa) el proceso de corrección de estilo y un estimado de las fechas para los siguientes procesos y la disposición del texto para iniciar el proceso de diagramación. Para la corrección de estilo se proyectó inicialmente un tiempo de tres semanas y se tuvo oportunidad de contar con los datos de dos correctoras de estilo brindados por el Gerente Editorial de Ficción.</p> <p>Para la selección del corrector de estilo que realizaría esta labor con la obra, la pasante revisó los perfiles públicos en Internet de cada uno de ellos y se hizo contacto telefónico con la persona que según datos consultados reportaba un alto nivel de experiencia con obras literarias.</p> <p>Una vez hecho el primer acercamiento con la correctora de estilo seleccionada, se explicaron las características de la obra y se hizo una entrega parcial del primer capítulo para la revisión y verificación por parte de la correctora.</p> <p>Teniendo en cuenta la extensión de la obra y el aplazamiento de la misma por parte del Gerente Editorial de Ficción y la Gerencia General Editorial para el Plan Editorial del año 2021 debido a la situación de cuarentena obligatoria a nivel nacional; y junto a ello el que la correctora dio en conocimiento la presencia de varios errores redaccionales, la repetición de ideas y el interés de seguir acortando la obra, se concertó con la correctora de estilo y el Gerente Editorial de No Ficción extender el plazo para esta labor hasta la tercera semana de junio de 2020.</p> | <p>Anexo 3 y sus derivados.</p> |
| <p>Revisión, digitalización y alojamiento de contratos de obras a</p> | <p>Para esta labor se brindó apoyo por parte de la pasante desde el segundo semestre del 2019 (primer periodo de la pasantía), y se mantuvo en los primeros meses del segundo periodo de pasantía (enero, febrero y parte de marzo de 2020).</p> | <p>Anexo 4 y sus derivados.</p> |

| ACTIVIDAD DESARROLLADA | ESTRATEGIAS DE EJECUCIÓN APLICADAS POR EL PRACTICANTE | ANEXO DE SOPORTE |
|---|--|---------------------------------|
| <p>carpetas compartidas a nivel institucional y entrega a la oficina de Derechos de Autor (Jurídica).</p> | <p>El objetivo de esta labor era proporcionar archivos digitales para luego alojarlos en una carpeta compartida en OneDrive, a la que tienen acceso diferentes dependencias de la Editorial. En dicha carpeta se consignan los archivos digitales de los contratos que ya han sido firmados por las diferentes partes que intervienen en el mismo. Los contratos corresponden a obras de autores colombianos o internacionales, escandallos, contratos de cesiones y otrosí de productos editoriales dispuestos en el plan editorial del presente año.</p> <p>Una vez digitalizados los contratos por parte de la pasante, se procedió a registrarlos en la carpeta OneDrive donde se organizaban según el caso (contrato, otrosí o escandallo), estando las carpetas identificadas con el nombre del autor.</p> <p>Finalizado el escaneo de los contratos se remitieron en físico a la oficina de Derechos de Autor.</p> | |
| <p>Alimentación de la base de datos de autores a partir de nuevos contratos de obras firmadas en las diferentes líneas editoriales y apoyo en la creación del Directorio para la consulta del equipo editorial.</p> | <p>A partir de un archivo Excel construido y alimentado en el OneDrive por la pasante desde el primer periodo de la pasantía en el 2019, se consolidó un directorio y datos de contacto de autores y proveedores con que cuenta la Editorial.</p> <p>La alimentación de este archivo se realizó de forma permanente a partir de la información consignada en los diferentes contratos alojados en la carpeta de contratos dispuesta en el OneDrive, como también de las cuentas de cobro remitidas por los proveedores. Una vez depurada la base de datos de autores y proveedores, se compartió la misma con la Gerente Editorial (Mariana Marczuk) y la Coordinadora Editorial (Jackeline Cárdenas), siendo con esta última colaboradora del equipo editorial con quien se estableció la alternativa de crear un directorio autores y proveedores con la posibilidad de consulta por todos los miembros del equipo editorial, y que al mismo tiempo fuese administrado por una sola persona, quien sería la única que tuviese permisos de edición.</p> <p>Esta propuesta de crear el directorio de contactos permitiría tener información actualizada y en tiempo real sobre los datos de autores y proveedores según las necesidades de cada miembro del equipo editorial.</p> <p>Para esta labor se iniciaron pruebas con apoyo de la Coordinadora Editorial para consolidar la misma a partir del archivo OneDrive que fue creado por la pasante. Los diferentes momentos que se tuvo en la construcción de este directorio de contactos fueron:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Construcción de archivo Excel en OneDrive y alimentación de este a partir de contratos de obras literarias firmados y cuentas de cobro de proveedores. • Adaptación y ajuste del archivo Excel a formato CSV según los criterios y registros estandarizados en la estructura de agenda que dispone Outlook. • Realización de pruebas para la alimentación de las carpetas dispuestas en el Outlook a partir de los archivos CSV. | <p>Anexo 5 y sus derivados.</p> |

| ACTIVIDAD DESARROLLADA | ESTRATEGIAS DE EJECUCIÓN APLICADAS POR EL PRACTICANTE | ANEXO DE SOPORTE |
|--|---|---------------------------------|
| | <ul style="list-style-type: none"> • Ajustes y depuración de la alimentación de la base de contactos en el correo seleccionado de la Coordinadora Editorial en Outlook. • Revisión de errores menores y depuración de contactos replicados o asociados a varias carpetas. • Entrega de la base de contactos (archivos base y finales) a la Coordinadora Editorial y Gerente Editorial. | |
| <p>Inserción de correcciones al texto <i>Un escarabajo en bicicleta. Historia y ciclismo en Colombia: de Efraín Forero a Egan Bernal</i></p> | <p>El apoyo de esta labor se realizó para el Gerente Editorial de No Ficción (Luis Fernando Páez C.), consistiendo en insertar correcciones en el archivo Word del libro que fueron remitidas tanto por el corrector de estilo como por el autor sobre un archivo PDF diagramado del libro que presentó diversos problemas en esta fase editorial, tales como la omisión de la palabra “cita”, ocasionando que varias palabras a lo largo del texto quedasen cortadas, entre otros errores.</p> <p>Este libro cuenta con una estructura de 355 páginas, distribuidas en 16 capítulos y bibliografía (formato Word).</p> <p>La primera fase de esta labor fue insertar las correcciones brindadas por el corrector de estilo, identificando el tipo de marcaciones y anotaciones estandarizadas y trabajadas en el proceso de corrección.</p> <p>Una segunda fase fue insertar las observaciones brindadas por el autor en el mismo archivo Word que se venía trabajando en la primera fase de inserción de correcciones.</p> <p>Para esta actividad la pasante tuvo en cuenta y aplicó los conocimientos en la marcación que se realiza para los diferentes libros que entran a diagramación, e igualmente las siglas y tipos de comentarios que los correctores emplean para solicitar ajustes sobre archivos PDF de libros ya diagramados. También solicitó al Gerente Editorial aclaración de otras marcaciones, lo cual permitió conocer otros estilos de simbología o abreviaturas que se encuentran directamente relacionadas a las que previamente conocía la pasante.</p> | <p>Anexo 6 y sus derivados.</p> |
| <p>Depuración de archivos que inician proceso de diagramación de las obras de Alejandro Ambrad: <i>La estrategia del delfín y ¿Cuánto vale tu pescado?</i></p> | <p>Apoyo brindado al Gerente Editorial de No Ficción (Luis Fernando Páez C.), el cual consistió en depurar y limpiar el formato Word brindado por el autor de los dos textos que entraban a diagramación, revisar errores básicos de ortografía, estandarizar aspectos generales a lo largo del texto, revisar normas de citación y unificar la presentación de citas, y a nivel general estandarizar la presentación de texto para que los archivos entrasen a proceso de diagramación.</p> <p>Para el desarrollo de esta labor, la pasante tuvo en cuenta:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Normativa manejada por el <i>Diccionario Panhispánico de Dudas</i>, el <i>Diccionario de la Lengua Española</i> y el <i>Diccionario de Americanismos</i> de la Real Academia Española. • Sistema de citación APA. • Criterios de marcación para obras literarias y textos que entran a proceso de diagramación, como | <p>Anexo 7 y sus derivados.</p> |

| ACTIVIDAD DESARROLLADA | ESTRATEGIAS DE EJECUCIÓN APLICADAS POR EL PRACTICANTE | ANEXO DE SOPORTE |
|--|---|---------------------------------|
| | <p>son: niveles de titulación, identificación de citas textuales, normalización del sistema de citación y ajuste de referencias.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Criterios básicos para la identificación de diálogos en los dos textos. <p>Los anteriores aspectos fueron aplicados en los dos libros del mismo autor, Alejandro Ambrad. Primero se trabajó con el libro <i>La estrategia del delfín</i> y, una vez entregado el mismo y conocer la retroalimentación del Gerente Editorial, se continuo con el segundo libro <i>¿Cuánto vale tu pescado?</i> Un aspecto adicional que se trabajó para el segundo libro fue la neutralización y reemplazo de palabras conjugadas en segunda y tercera persona con estilo español que el autor empleó a lo largo del texto, como por ejemplo: vuestro, creeréis, estáis, disponíais, confesáis, etc.</p> | |
| <p>Revisión de archivo diagramado del libro <i>El día que Dios entró al banco</i> de Juan David Gómez Gómez para reimpresión</p> | <p>Esta última labor asignada por el Gerente Editorial de No Ficción (Luis Fernando Páez C.), consistió en hacer una revisión del archivo diagramado PDF del libro <i>El día que Dios entró al banco</i> de Juan David Gómez Gómez, con el fin de identificar errores orto tipográficos o de diagramación para depurar el archivo que se dispone para reimpresión.</p> <p>Para el desarrollo de esta labor, la pasante tuvo en cuenta:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Normativa manejara por el <i>Diccionario Panhispánico de Dudas</i>, el <i>Diccionario de la Lengua Española</i> y el <i>Diccionario de Americanismos</i> de la Real Academia Española. • Errores generados a partir de diagramación como la formación de calles o líneas continuas que terminan en palabras separadas. • Unificación en la presentación de puntos suspensivos dentro de las citas textuales realizadas a lo largo del libro, entre otros aspectos generales. | <p>Anexo 8 y sus derivados.</p> |

Una de las líneas editoriales consideradas en el plan de trabajo para el segundo semestre de pasantía fue la Infantil y Juvenil, pero debido a retrasos en procesos de diagramación y otros aspectos, no fue factible apoyar esta línea de trabajo, por tanto, se incrementaron los títulos en los que la pasante colaboró para la línea de No Ficción.

III. Conclusiones

A partir del desarrollo de las pasantías que tuvo oportunidad de realizar la pasante durante 10 meses (dos semestres 2019-2020) en el marco de la Maestría en Estudios Editoriales en la Editorial Planeta Colombiana S.A., los aspectos que la estudiante destaca de esta experiencia son los siguientes:

Comparativo entre Edición Comercial y Edición Académica

Teniendo en cuenta la oportunidad que tuvo la estudiante de realizar sus pasantías en el sector editorial comercial y contar con una experiencia laboral en el sector editorial académico, pudo establecer un comparativo entre estos sectores. Para la presentación de este se consideraron como criterios los principales actores de la cadena del libro y aquellos procesos que intervienen en la producción del producto final. Se destacan aspectos positivos y negativos en ambos sectores, siendo identificados cada uno con viñetas **P** y **N** respectivamente.

Es de aclarar que este comparativo ha sido realizado a partir del conocimiento que se tuvo de la estructura organizacional y los procesos manejados en Editorial Planeta, por tanto, varios de estos aspectos pueden ser similares a otras casas editoriales a nivel comercial, pero no es prudente generalizar los mismos, pues cada casa editorial cuenta con sus particularidades. En el caso del sector académico, las diferencias en el entorno editorial de las universidades no llega a ser tan marcado, debido que a nivel nacional se manejan lineamientos similares en el sector universitario por los decretos y normativa legal que desde el Gobierno Nacional son establecidos para regir los servicios educativos que prestan estas instituciones (públicas y privadas). Ello acarrea la existencia de protocolos, normativas y lineamientos que establecen condiciones de manejo similares tanto administrativamente como en las diferentes dependencias universitarias, dentro de las cuales se encuentra la edición universitaria.

Una segunda particularidad que debe aclararse antes de presentar el siguiente comparativo entre sector editorial comercial y el sector editorial universitario, es que en este último existe la posibilidad de que se encuentren conformados Centros Editoriales propios de cada Facultad, teniendo en cuenta que las universidades se dividen por facultades según las áreas del conocimiento, y también exista una Editorial Universitaria Central que brinda servicios editoriales para toda la universidad.

| Criterio | Sector Editorial Comercial | Sector Editorial Académico |
|----------------------------|--|---|
| Objetivo del sector | <p>P. Brindar diversidad de productos editoriales que permitan abarcar diferentes sectores y nichos de lectores que buscan literatura de entretenimiento, informativa, de innovación, de crecimiento personal, entre otros productos relacionados a personajes de moda o situaciones coyunturales.</p> <p>P. Se venden productos de moda según la situación coyuntural que se vivencie a nivel social y político.</p> <p>P. Los productos editoriales publicados están orientados a recuperar la inversión realizada en el proceso editorial. De las cifras reflejadas en la venta de los libros se establece la acogida del autor, del producto y el éxito de este.</p> | <p>P. Brindar productos editoriales (libros y artículos) que permitan enriquecer y dar soporte de enseñanza en las diferentes áreas del conocimiento abordadas por las universidades, al igual que difundir conocimiento científico.</p> <p>P. Se busca ofrecer productos editoriales para la comunidad académica y científica a bajos costos o con acceso libre, pues el objetivo no es recuperar inversión a partir de la venta del producto académico, sino construir una comunidad académica e investigativa con instancias nacionales e internacionales tanto académicas como investigativas.</p> <p>P. Los productos académicos se orientan a un sector particular de lectores, que cuenta con intereses académicos y científicos, sean por su formación o campo investigativo. La ventaja de ello es que este grupo de lectores está en constante renovación debido al ingreso de estudiantes nuevos y el avance de los antiguos a semestres avanzados dentro de sus programas curriculares.</p> |
| Autor | <p>P. Se da una construcción de autores y productos editoriales a partir de personalidades públicas reconocidas o coyunturales por hechos del momento y, además, que ya cuentan con un capital social y cultural consolidado. Ello permite que, para la publicidad y venta del producto editorial, se disponga previamente de un público específico establecido (seguidores de celebridades en redes sociales, miembros de organizaciones, simpatizantes, etc.).</p> <p>P-N. Teniendo en cuenta la diversidad de líneas editoriales que maneja una editorial comercial, se identifica una gran variedad de perfiles de autores: de corte académico, literario, crecimiento personal, infantil, juvenil, comics, reportaje, crónica, entre otros. Por tanto, no hay una especificidad de libros trabajados, sino una diversidad de estos para cualquier tipo de lector.</p> <p>N. Para la creación del producto editorial partiendo de una personalidad pública reconocida, se hace necesario contar con autores fantasmas, quienes crean el producto editorial según criterios y especificaciones establecidas por el editor que direcciona el producto y el autor que ya dispone de un capital social y simbólico establecido.</p> <p>N. Poco se tiene en cuenta autores desconocidos que no cuenten con un capital social y cultural previamente consolidado.</p> <p>N. Varios autores cuentan con un solo título, pues sus productos editoriales han sido publicados a partir de un evento, situación coyuntural o moda en un tiempo determinado, llegando a convertirse</p> | <p>P. Los autores que publican libros – artículos están vinculados al campo académico científico e investigativo. Ello permite que cuenten con un grupo de colegas, estudiantes e investigadores que se pueden proyectar como potenciales compradores para los productos publicados en un sello editorial académico.</p> <p>N. Los autores que son publicados en el sector académico deben estar vinculados a la academia, a la universidad donde pertenezca el sello editorial o en el campo de conocimiento e investigativo en que se especialice una publicación seriada, como es el caso de las revistas.</p> <p>P. El autor – docente – investigador elabora su libro académico a partir de necesidades académicas e investigativas identificadas. No es factible que el producto editorial sea creado por el sello editorial académico.</p> <p>Los libros que se construyen por iniciativa de la editorial académica son orientados a las conmemoraciones de fechas destacables dentro del campo académico y según los requerimientos de la universidad.</p> <p>P. No hay discriminación para publicar libros o artículos científicos de autores e investigadores reconocidos o de aquellos que comienzan su trayectoria en la publicación.</p> <p>P. Es más alto el porcentaje de que autores (investigadores – docentes) cuenten con varios títulos publicados en el sello editorial de la universidad a la que pertenecen. Para el caso de las publicaciones seriadas (revistas científicas), no hay restricción de</p> |

| Criterio | Sector Editorial Comercial | Sector Editorial Académico |
|---------------|---|--|
| | <p>en “Autores del momento”.</p> <p>N. No se maneja un cronograma establecido para la recepción de obras propuestas por cualquier autor que lo desee a partir de convocatorias o concursos. Los gerentes editoriales son autónomos en decidir si reciben o no obras de autores no recomendados.</p> | <p>publicar en revistas de la misma universidad o externas.</p> <p>P. Los autores académicos cuentan con fechas establecidas para presentar sus productos editoriales fruto de investigaciones, experiencias académicas o trabajos de campo entre otros. Estos tiempos están regidos por Comités de Facultad y Editoriales según las Unidades Básicas Académicas o convocatorias desde la Dirección Editorial que brindan apoyo económico para la publicación de dichos productos académicos.</p> |
| Editor | <p>P. El ejercicio editorial de los editores está acreditado y respaldado por la experiencia y los conocimientos adquiridos desde el aprendizaje autónomo y los estudios realizados.</p> <p>P. El editor comercial cuenta con la acumulación de un capital social, cultural y simbólico que es reconocido por los diferentes actores y concedores en el sector editorial.³</p> <p>N. En los créditos editoriales de los libros que se publican no se hace mención del editor. Su labor se reconoce por los anteriores capitales que va construyendo y consolidando a partir de los productos editoriales que publica.</p> <p>N. Se evidencia una alta competencia entre editores, lo cual parte de los éxitos y fracasos obtenidos por los productos editoriales que hayan direccionado.</p> <p>Esta competitividad genera que no haya posibilidad de establecer redes de colaboración entre los editores de diferentes sellos o casas editoriales, a excepción de las alianzas para la compra de derechos editoriales o el desarrollo de proyectos editoriales ambiciosos que requieran una alta inversión económica (casos excepcionales).</p> | <p>N. La figura de editores para el caso de las revistas científicas recaen en docentes de las unidades académicas básicas a las que pertenece la revista.</p> <p>Los editores no cuentan con una preparación dentro del campo editorial, pues el criterio de elección para asumir este cargo es que sean docentes del Departamento, Centro Investigativo o Asociación. Por tanto, la experiencia que se adquiriera en el sector editorial académico parte del aprendizaje autónomo y el intercambio de experiencias con otros editores y equipos editoriales.</p> <p>En el caso de las editoriales universitarias, los cargos directamente relacionados al sector editorial están respaldados por la experiencia y estudios adquiridos propios del campo de acción en particular o en áreas afines (Comunicación Social, Literatura, Bibliotecología, o carreras afines a las unidades básicas de las diferentes Facultades que maneje la universidad).</p> <p>P. El editor académico cuenta con una acumulación de capital intelectual, simbólico y social dentro de la comunidad académica, investigativa, en las redes de colaboración institucional y en todo entorno que esté relacionado al ámbito de formación e investigación universitaria.</p> <p>P. El nombre del editor sea en libros o revistas es mencionado en los créditos de las publicaciones, considerándose este un reconocimiento fehaciente de su labor.</p> <p>P. Los editores académicos manejan una competencia orientada al reconocimiento alcanzado por la revista científica o el sello editorial que se dirige. Dentro de esta competencia se dispone de redes de colaboración entre editores y sellos editoriales de diferentes</p> |

³ El orden de los capitales que acumula el editor se menciona según el orden de importancia que se identificó en los dos sectores editoriales comparados.

| Criterio | Sector Editorial Comercial | Sector Editorial Académico |
|---|---|--|
| | | universidades, lo que permite el establecimiento de convenios tanto nacionales como internacionales para el desarrollo de un producto editorial. |
| Contratos Editoriales | <p>P. Los contratos editoriales que son firmados entre autores y representantes legales de los sellos editoriales comerciales cuentan con lineamientos específicos previamente establecidos, por tanto, los cambios en ellos deben ser revisados, consultados y avalados en las diferentes instancias legales y gerenciales.</p> <p>N. Los derechos editoriales que le favorecen al sello editorial para explotar la obra literaria se orientan a cubrir todas las diferentes formas en que dicho producto editorial pueda ser explotado a tiempo presente y futuro (libro físico, digital, e-book, audiolibros, adaptaciones, etc.), aun cuando algunas de estas alternativas de comercialización no sean trabajadas o contempladas dentro de los diferentes departamentos que integran el sello editorial comercial.</p> <p>P. Los derechos de las obras que buscan ser traducidas acarrear un costo comercial, por tanto, este tipo de productos editoriales solamente es soportado por sellos editoriales que cuentan con un sólido capital para invertir en la compra de este tipo de derechos.</p> | <p>P-N. Los contratos editoriales que son firmados entre los autores y el sello editorial universitario no contempla porcentajes de regalías según la venta de los libros. El reconocimiento que obtiene el autor, parte del capital simbólico, intelectual y cultural que este acumule a partir de la difusión de la obra por los diferentes medios de comunicación en el contexto académico e investigativo.</p> <p>P-N. La retribución económica que recibe el autor de las obras (libros-artículos) en el contexto universitario están reguladas a partir del Decreto 1279 de 2002. Dinero que se ve retribuido en el salario una vez se cumplan con todos los criterios descritos en el decreto, según el tipo de publicación.</p> <p>P. Los derechos editoriales que le favorecen al sello editorial académico se limitan a la explotación de la obra en dos soportes (físico – digital).</p> <p>P. Los derechos de las obras que son traducidas, generalmente no acarrear costos, pues se enmarcan en la intencionalidad de enseñanza en un contexto académico, por tanto, los derechos de traducción se orientan a la obtención de permisos de los autores y el sello editorial académico que haya publicado la obra en el país de donde procede la misma.</p> |
| Actores y servicios dentro del proceso editorial (correctores, traductores, diseñadores, ilustradores) | <p><u>Correctores</u></p> <p>P. Las editoriales comerciales cuentan con un amplio directorio de correctores que apoyan la labor de corrección de acuerdo con las diferentes líneas editoriales manejadas por el sello editorial.</p> <p>N. Los tiempos proyectados para el proceso de corrección llegan a ser ambiguos, ya que en la marcha de este se pueden presentar eventualidades, sea por parte del corrector o debido a particularidades de la obra, lo cual genera se extiendan los tiempos en esta fase.</p> <p>P. Los servicios de corrección son tercerizados (externos) debido al alto volumen de títulos que se contemplan dentro del plan editorial.</p> <p><u>Traductores</u></p> | <p><u>Correctores</u></p> <p>P. Las editoriales académicas cuentan con un directorio de correctores que apoyan la labor de corrección de acuerdo con las líneas académicas a las que pertenezca cada producto editorial.</p> <p>P. Los tiempos proyectados para el proceso de corrección parte de cálculos realizados a partir del número de cuartillas promedio trabajadas en la labor correctora (sea libro o artículo científico). Estos tiempos proyectados buscan ser cumplidos a cabalidad, ya que existe una hoja de ruta (cronograma de trabajo) previamente establecida con fechas para cada producto editorial.</p> <p>P. Los servicios de corrección son tercerizados (externos) especialmente por la limitación de espacios disponibles para los</p> |

| Criterio | Sector Editorial Comercial | Sector Editorial Académico |
|----------|--|---|
| | <p>P. En la labor de traducción se contemplada el nivel de complejidad de la obra y su autor, como también el país de procedencia de esta, pues de ello depende que sea requerido un proceso adicional de neutralización de la obra original al contexto y territorio donde se vaya a publicar su traducción.</p> <p>Este proceso de neutralización puede considerarse como un aspecto negativo, ya que de alguna forma se está alterando el sentido y voluntad que el autor le ha brindado a su obra a partir del uso de palabras y modismos particulares de la jerga manejada por él o en el contexto donde se desenvuelva. Igualmente, esta neutralización de modismos y términos en las obras (sean traducidas o no), desencadena que a futuro se esté limitando al lector de enriquecer su capital cultural a partir de la lectura de obras de autores internacionales y que, a través de su escritura de su literatura puedan conocer otras culturas.</p> <p>P. Los servicios de traductores son tercerizados (externos) teniendo en cuenta el alto costo que este tipo de producto editorial acarrea dentro del escandalo del producto editorial, como también la frecuencia con que son requeridos.</p> <p><u>Ilustradores</u></p> <p>P. Este servicio es frecuentemente empleado en las editoriales comerciales según las especificidades del producto editorial que se desea sacar al mercado y del público lector al cual val dirigido.</p> <p>P. Los productos de ilustradores cuentan con una remuneración económica y el reconocimiento en los créditos de la obra.</p> <p><u>Diseñadores</u></p> <p>P. Este servicio está contemplado de forma permanente dentro del equipo editorial de empresas editoriales del sector comercial, pues se dispone de un área de diseño con varios colaboradores que apoyan las labores de este departamento.</p> <p>P. Debido al alto volumen de títulos que se contemplan dentro de los planes editoriales, el servicio de diseño y diagramación también llega a ser tercerizado según la urgencia del trabajo, sea por fechas o eventos de lanzamiento que socialmente marcan la intencionalidad de publicar y comercializar el libro.</p> <p>P. La diversidad de productos editoriales permite que el departamento de diseño pueda innovar en el diseño y diagramación de los libros,</p> | <p>equipos editoriales. Igualmente, esta característica de contratación externa para este servicio se debe a que administrativamente no es considerado como un requerimiento permanente.</p> <p><u>Traductores</u></p> <p>P. Los servicios de traducción se limitan para el caso de las publicaciones seriadas (revistas científicas) a la revisión y traducción de los metadatos de los artículos.</p> <p>En el caso de libros, generalmente los productos traducidos ya son presentados con esta fase de traducción realizada por parte del académico. Por tanto, el apoyo dado desde los equipos editoriales se orienta a una revisión de dicha labor de traducción ya finalizada.</p> <p>P. Los servicios de traducción son tercerizados (externos) especialmente por el poco volumen de trabajo que se presenta en este sector editorial, pues especialmente este servicio se aplica para publicaciones periódicas (revistas). Y sumado a ello, este servicio administrativamente no es catalogado como un requerimiento permanente.</p> <p><u>Ilustradores</u></p> <p>N. Este servicio no es frecuentemente utilizado, pues los productos editoriales de corte académico buscan hacer uso de figuras o imágenes elaboradas por los mismos autores e investigadores que escribieron el libro-artículo.</p> <p>P-N. En los productos editoriales donde se hace uso de ilustraciones, estas son manejadas a partir del apoyo en reconocimiento (capital cultural) que pueda adquirir el ilustrador al permitir hacer uso de su obra en algún libro.</p> <p>N. Son pocos los casos donde el uso de ilustradores u obras artísticas acarrear un costo económico, aspecto que previamente debió haber considerado el autor del libro para conseguir los recursos económicos para pagar el uso de las imágenes.</p> <p><u>Diseñadores</u></p> <p>P. Los sellos editoriales del sector académico cuentan con un equipo de diseñadores de forma permanente. Esta área entra a apoyar el diseño y diagramación de los productos académicos, sean libros o publicaciones periódicas.</p> |

| Criterio | Sector Editorial Comercial | Sector Editorial Académico |
|---|---|--|
| | <p>respetando los lineamientos generales y básicos de cada sello o colección.</p> <p>N. La cantidad de sellos editoriales manejados por una empresa editorial comercial, permite que se disponga de una variedad de diseños para cada uno de los sellos, generado que la identidad de la empresa editorial deba ser bien demarcada por el uso de un logo representativo. En algunos casos este logo empresarial de la casa editorial comercial no es incluido dentro del diseño de carátula de cada colección, lo cual dificulta que, a simple vista de las carátulas, personas no vinculadas al sector editorial puedan reconocer los diferentes sellos que llega a manejar una editorial comercial.</p> | <p>P. No es frecuente que sea tercerizado el servicio de diseño o diagramación de libros – revistas. Los casos excepcionales se dan según particularidades propias del producto editorial y por convenios establecidos para el desarrollo de este.</p> <p>P-N. Los criterios de diseño establecidos para las diferentes publicaciones parten de los lineamientos generales que previamente se han implementado para cada una de las colecciones manejadas por las editoriales académicas.</p> <p>Las modificaciones que se puedan hacer al diseño de los libros son muy limitadas, pues prevalece los lineamientos de cada colección, los cuales brinda una uniformidad en la presentación de los productos editoriales, y por ende, una identificación visual del sello editorial universitario.</p> <p>P. La diversidad del diseño de publicaciones es más explotada en las revistas científicas, ya que cada una es autónoma de manejar su imagen y diagramación de acuerdo con los requerimientos del área y los intereses visuales que se buscan explotar por parte de cada editor en su revista.</p> |
| <p>Proceso de producción y actores de servicios (impresores)</p> | <p>P. Los servicios de impresión son tercerizados, para lo cual se disponen de varios proveedores.</p> <p>P. El proceso de impresión de los libros es supervisado por el departamento de producción del sello editorial comercial, el cual se rige a partir de los lineamientos de producción establecidos para cada uno de los títulos a publicar según las especificaciones dadas para la colección y por el editor y grupo de diseñadores.</p> <p>P. Los archivos finales para el proceso de producción masiva (tiraje) son brindados directamente por el departamento de producción establecido al interior de la editorial, luego de que hayan sido revisados los archivos diagramados por miembros del equipo de diseño y avalados por el editor responsable de la obra.</p> <p>P. El sistema de manejo de archivos se realiza con el apoyo de plataformas en red dispuestas para todas las casas editoriales, a la cual tiene acceso solamente los departamentos de diseño y producción.</p> <p>N. La supervisión de la impresión masiva de los libros recae en el departamento de producción, siendo este diferente al departamento de diseño y al editor responsable de la obra. Por tanto, al no estar tan involucrados estos dos últimos actores mencionados en la fase final</p> | <p>P. Los servicios de impresión en el sector editorial universitario se pueden manejar desde dos modalidades: 1) tercerizados a proveedores externos y 2) por departamentos o áreas que manejan esta actividad en particular (casos en que las universidades disponen de una imprenta propia y el servicio se brinda para tirajes menores).</p> <p>P. El proceso de impresión de los libros es supervisado por el diseñador que apoyó la diagramación y diseño del libro o revista y editor (sea de las revistas científicas o de los libros). Las especificaciones del libro están dadas por decisiones editoriales que se direccionan desde el área de diseño, según especificaciones de las colecciones y particularidades de las publicaciones periódicas.</p> <p>P. Los archivos finales para el proceso de impresión masiva (tiraje) son brindados directamente por el área de diseño de la editorial académica.</p> <p>P-N. El sistema de manejo de archivos se soporta por emails, transferencia de archivos por plataformas de acceso libre (WeTransfer) o entregas personales según los requerimientos del producto y peso de los archivos.</p> <p>P. La supervisión de la impresión para aquellos productos editoriales</p> |

| Criterio | Sector Editorial Comercial | Sector Editorial Académico |
|------------------------------------|--|---|
| | <p>de producción de las obras, genera que, en ocasiones se pasen por alto errores visibles que podrían haberse subsanado si durante la revisión de la fase de impresión masiva se involucrase al diseñador o editor que participó en el proyecto editorial, y no limitar esta supervisión solamente al departamento de producción.</p> <p>Un factor que influye en que el área de diseño y el editor responsable de la obra no se vean involucrados en la supervisión de la fase de producción masiva se debe al alto volumen de títulos que se publican mensualmente (entre 25 y 30 títulos, entre obras de autores nacionales, internacionales y cesiones).</p> <p>P. El tiraje de los títulos se establece según decisiones del Comité Editorial y proyecciones dadas a partir del escandallo y el departamento de ventas.</p> | <p>que cuenten con características particulares es realizada por el diseñador que estuvo involucrado en el diseño y diagramación del producto, lo cual facilita la identificación y pronta enmienda de errores identificados en esta fase de impresión masiva.</p> <p>P-N. El tiraje de los libros se determina a partir de los lineamientos que previamente ya fueron establecidos para las diferentes colecciones manejadas por el sello editorial académico. Este tiraje puede variar en el caso de publicaciones seriadas (revistas), pero generalmente es limitado, pues no llega a superar los 1.000 ejemplares para los libros y 300 ejemplares para las revistas.</p> <p>Frente al tiraje de las revistas, se ha comenzado a reducir este de forma paulatina, considerando que los canales de promoción y difusión de los contenidos de estas publicaciones se manejan en mayor proporción por medios digitales. En su defecto, el tiraje se ha comenzado a limitar solamente para un determinado número de ejemplares para cumplir con la distribución institucional.</p> |
| Almacenamiento del producto | <p>P. Debido a la solidez económica con que cuenta los sellos editoriales comerciales, el almacenamiento de los libros está dispuesto en instalaciones de su propiedad.</p> <p>N. El distanciamiento de las oficinas administrativas y editoriales de los sellos comerciales en relación con los espacios de almacenaje, dilatan los tiempos de disposición de las existencias en físico para distribución tanto al interior de los equipos editoriales como para la entrega de muestras a los autores.</p> | <p>P. El almacenamiento de los productos editoriales está dado dentro de las instalaciones de la universidad a la que pertenece la editorial universitaria.</p> <p>N. Los espacios de bodega llegan a ser reducidos y poco óptimos para la cantidad de títulos que publican las diferentes unidades académicas.</p> <p>P. El distanciamiento entre la bodega y los Centros Editoriales de las Facultades es reducido, facilitando esto el acceso y disposición de ejemplares para su distribución institucional y muestras a los autores.</p> <p>N. Para el caso de productos editoriales desarrollados desde la editorial universitaria central, el acceso a ejemplares según las necesidades del momento (eventos, docentes invitados, etc.), no llega a ser tan fácil debido a los procesos administrativos que implica el solicitar dichos ejemplares.</p> |
| Publicidad | <p>P. La publicidad de los productos editoriales está centralizada en un departamento comercial.</p> <p>N. La comunicación poco fluida entre el departamento comercial y los editores de los títulos que han sido publicados, genera que en ocasiones se pierdan oportunidades de establecer campañas publicitarias que impacten y brinden buenos resultados a la hora de impulsar las ventas de los libros, pues se dispersan particularidades y características de los</p> | <p>P. La difusión de los contenidos recae en la editorial académica, que cuenta con profesionales que apoyan esta labor.</p> <p>P. El autor académico se ve altamente involucrado en la promoción y difusión de los libros o artículos, pues de ese actor se parte el conocer varios espacios donde puedan ser promocionados los productos editoriales.</p> <p>P. Los espacios para promocionar y difundir los productos editoriales</p> |

| Criterio | Sector Editorial Comercial | Sector Editorial Académico |
|---|--|---|
| | <p>títulos que solamente han llegado a ser conocidas por el editor durante el proceso editorial. Sumado a ello, el departamento comercial desconoce o no tiene en cuenta el capital social que previamente han consolidado los autores, siendo este un factor que desde el inicio el editor lo ha considerado para producir la obra literaria o producto editorial, pues tiene claridad que ese capital social del autor se convierte en un nicho específico de lectores disponible y dispuesto a recepcionar positivamente los títulos que se publiquen (por ejemplo, para aquellos casos donde los productos editoriales se crean a partir de personalidades reconocidas socialmente).</p> <p>P. Los espacios para publicitar los libros son gestionados en la mayoría de los casos por los editores y el departamento comercial.</p> <p>P. Los autores igualmente participan de la publicidad de sus libros dentro de sus redes sociales, conocidos y colegas. Siendo esta una estrategia de difusión que se viene implementando por parte de los editores del sector comercial.</p> | <p>académicos son gestionados tanto por los Centros Editoriales, la editorial universitaria central y los autores de los libros o revistas.</p> <p>P. La difusión y promoción de los productos editoriales académicos no se limita exclusivamente a un formato físico, pues para ello se contemplan los diferentes sistemas de indexación y alojamiento de contenidos académicos en diferentes plataformas, tanto nacionales como internacionales.</p> <p>P. Las unidades básicas a las que se encuentran adscritos los autores (docentes) de los productos editoriales, también son un apoyo para la promoción de los productos editoriales académicos.</p> |
| <p>Canales de distribución y venta</p> | <p>P. La venta de los productos editoriales en el sector comercial está dada como tradicionalmente se conoce en este sector, es decir, mediante el apoyo de librerías (ventas en puntos físicos y por internet), ferias del libro regionales-nacionales-internacionales y grandes superficies.</p> <p>N. Las editoriales comerciales no cuentan con un punto de venta propio. Al respecto, algunos factores que intervienen son la necesidad de disponer de personal que atienda dicho punto de venta, como el espacio requerido para su ubicación.</p> <p>N-P. Teniendo en cuenta que las editoriales comerciales cuentan con un espacio de almacenamiento y bodegaje propio, esta oportunidad, podría ser mejor explotada si se dispusiera de un punto de venta propio de la editorial que le permitiera comercializar sus títulos, y así determinar rápidamente: a) el éxito y acogida que pueden llegar a tener los libros publicados, b) los títulos que requieren mayor movilidad publicitaria o rotación para impulsar las ventas, y c) se reducirían el porcentaje (40% en promedio) que queda en manos de los distribuidores externos, y por ende, aumentarían las ganancias que le quedarían a la editorial y posiblemente los porcentajes de regalías que se podrían negociar con los autores.</p> <p>N. No existe posibilidad de establecer alianzas entre diferentes editoriales comerciales que permitan contemplar el establecimiento de espacios para la difusión y venta de libros de ambas editoriales, esto</p> | <p>P. Los canales por los cuales se da la venta de los productos editoriales en el sector académico son los distribuidores especializados en este tipo de productos editoriales (puntos físicos de venta e Internet), en ferias del libro académico regionales y nacionales, y en algunos casos a nivel internacional.</p> <p>P. Las editoriales académicas cuentan con varios puntos de venta de sus productos al interior de la universidad (según la extensión del campo universitario), o con al menos un punto de venta propio. Esto permite conocer de primera mano datos importantes como son: a) los títulos de mayor acogida, b) la rotación que se necesita realizar a aquellos libros de poca acogida y c) la oportunidad de obtener ingresos directos por venta de libros y revistas para subsanar algunos gastos propios de la edición universitaria. Aunque se aclara que la venta de libros en el sector académico no es el principal objetivo, sino la creación de espacios de discusión y construcción de redes de apoyo e investigativas a nivel nacional e internacional, aspectos que a futuro le permiten tener otros beneficios a las unidades básicas académicas y facultades, como por ejemplo mejores posibilidades de obtener buenos resultados en los procesos de acreditación de calidad de los programas académicos, el establecimiento de apoyos e intercambios internacionales, entre otros.</p> |

| Criterio | Sector Editorial Comercial | Sector Editorial Académico |
|-----------------------|--|--|
| | claramente es limitado por la competencia que se vivencia en este sector editorial. | P. Se da oportunidad de crear alianzas entre editoriales universitarias que permitan establecer espacios y tiempos recíprocos para promocionar y vender los productos editoriales a las diferentes comunidades académicas tanto a nivel regional, como nacional e internacional. |
| Producto final | <p>N. El producto final central es un libro en soporte físico, y aun cuando en el caso de Editorial Planeta se maneje igualmente un soporte digital (e-book), a este último producto editorial no se le brinda la misma importancia como al libro físico. Ello genera que se desperdicie y minimice las oportunidades que brinda el soporte digital, aun cuando este es contemplado dentro del contrato editorial. En consecuencia, la difusión publicitaria, su valor e interés por el formato y los potenciales lectores y consumidores del formato digital de cualquier título literario se ven relegados y poco optimizados a la hora de promocionar, difundir y vender el libro.</p> <p>N-P. Este aspecto debe ser tenido en cuenta y revaluado, especialmente en la actual situación de crisis que se ha presentado en diferentes sectores económicos a nivel nacional e internacional como consecuencia de la cuarentena obligatoria decretada en diferentes países para contrarrestar las consecuencias de la pandemia del Covid-19.</p> <p>El sector editorial es uno de aquellos que se ha visto seriamente afectado, pues no se ha dado una rotación permanente para la venta de libros en físico por los diferentes canales de distribución. En el caso de Editorial Planeta, al contar con el e-book como un producto editorial de sus diferentes títulos, este debería ser considerado como una alternativa para movilizar y comercializar los títulos disponibles en su catálogo, y manejarlo en igualdad de importancia desde el inicio junto con el libro en físico. De esta forma se contrarrestarían en cierto modo, las actuales consecuencias de no rotar ejemplares en físico de los diferentes títulos, y también se explorarían nuevos mecanismos y alternativas de venta como son las plataformas por Internet.</p> | <p>P. El producto final del sector editorial académico está dado tanto en soporte físico (libro o revista) como digital (e-book o archivos PDF). En este caso, al brindarse importancia en igualdad de condiciones para ambos soportes (físico y digital) desde que se inicia un proyecto editorial, permite que la difusión de producto no solamente se limite a un sector de lectores y compradores interesados en el formato físico, sino que, al contar con un soporte digital de los productos editoriales, se ampliar el espectro de lectores y compradores, aún en momentos de crisis.</p> <p>Igualmente, el soporte digital de los productos editoriales universitarios no presenta límite de acceso para su compra, venta y consulta, puesto que este formato como su nombre lo expone, directamente se comercializa en la web, espacio donde no existen las fronteras físicas entre países.</p> <p>P. En el caso de las publicaciones seriadas (revistas) prevalece el soporte digital (archivos PDF, HTML, XML), pues en la mayoría de estas para la difusión de sus contenidos se rige bajo una política de libre acceso y descarga, lo que hace que el soporte digital brinda una mayor funcionalidad en estos casos.</p> <p>Por ende, queda relegado el soporte físico para distribución institucional, pero no se ve limitada la difusión de los contenidos de una revista académica por la venta de ejemplares, sino que esta va más allá con apoyo del alojamiento de sus contenidos en repositorios, bases de indexación, índices bibliográficos y diferentes plataformas en Internet que trascienden las barreras y fronteras entre universidades y países.</p> |

Otros aspectos concluyentes

- La obtención de nuevos autores y potenciales escritores para posibles productos editoriales que proyecten una gran acogida dentro del público lector, no se limita a la recepción de manuscritos inéditos (que son evaluados de acuerdo con el interés de un género literario en particular). El rastreo que los editores y gerentes editoriales realizan en redes sociales e Internet son alternativas que ponen en práctica para capturar potenciales figuras que cuentan con un reconocimiento, un capital social y cultural consolidado o que se encuentra en un acelerado proceso de capitalización. Y es a partir de las temáticas trabajadas por estas figuras reconocidas, que se busca construir un producto editorial. De ello se desencadena que:
 - 1) Se identifica un alto número de autores con un único título, producto editorial que es publicado a partir de la moda (acogida y reconocimiento social), generando que estas personalidades se conviertan en “autores del momento”.
 - 2) Se hace uso de autores fantasmas (*ghostwriters*) para redactar el libro que será publicado bajo la autoría de la figura reconocida socialmente.
 - 3) Es limitada la recepción de obras escritas por autores desconocidos o que no cuenten con un capital social y cultural establecido.
 - 4) No se contempla dentro de las estrategias y alternativas para conseguir potenciales autores, el convocar o recepcionar obras de forma abierta o bajo convocatorias o concurso (exceptuando en concurso de Plan Lector). Esta es una decisión que cada gerente editorial puede tomar autónomamente para aplicar o no dentro de su plan de trabajo.
- Las tres líneas editoriales que maneja Editorial Planeta cuentan con un equipo de trabajo conformado por gerentes editoriales y de 2 a 3 editores responsables cada uno de una línea editorial (crecimiento personal, actualidad, comic, empresarial, infantil, juvenil, etc.). Esto devela que el alto volumen de títulos que se publican mensualmente les acarrea a los editores una carga laboral desbordante. Y en consecuencia, los editores no consideran establecer alternativas con las que busquen autores desconocidos que cuenten con una pluma ya establecida y caracterizada en sus escritos, los cuales lleguen a ser presentados y

promocionados como autores nuevos que a futuro puedan convertirse en referentes de la literatura nacional.

- El alto número de títulos que se publican mensualmente en una editorial comercial posibilita amortiguar los atrasos o salidas de títulos que se puedan presentar por diferentes situaciones, y en consecuencia no se ve debilitado el listado de novedades y oferta editorial que se pretende brindar al público lector en las diferentes líneas literarias trabajadas.

- Dentro de las labores de la edición de un texto (composición de contenidos, corrección de estilo, diagramación) se identificó la ausencia de un manual de estilo básico general o para cada línea editorial, lo cual desencadena:
 - 1) Se presenta una diversidad de estilos en realizar anotaciones, observaciones y ajustes que son entregados en el archivo PDF al equipo de diagramadores y diseñadores, lo cual desencadena en malas interpretaciones de las anotaciones por parte de los diseñadores y el desarrollo de ajustes no acordes a las observaciones.
 - 2) No se presenta una uniformidad de criterios básicos de edición en los textos dentro de una misma línea editorial.
 - 3) La edición de obras literarias pasa a ser una labor subjetiva, conllevando a que pueda llegar una misma obra literaria a ser intervenida más de una vez.
 - 4) La aclaración de dudas frente a la intervención de una obra depende de la presencia o ausencia de los editores (para el caso de la pasante o personal nuevo vinculado a la editorial).

- A partir de la situación de cuarentena decretada a nivel nacional por la pandemia mundial del Covid-19 que se presentó desde marzo de 2020, se identificó que el equipo de gerentes editoriales y las directivas de la Editorial Planeta tomaron como alternativas para subsanar las bajas ventas de libros en físico, limitar la publicación de nuevos títulos y el aplazamiento de obras proyectadas para fechas específicas relacionadas con eventos sociales o lanzamientos. Ello permitió vislumbrar que, aunque dentro de los contratos editoriales se contempla el e-book como un producto editorial que hace parte de las alternativas de edición de la obra, no se le brinda la importancia que tiene, así como se la dan al soporte en físico. Pues siendo

departamentos diferentes los que manejan cada soporte publicado del libro (físico-digital) dentro de la misma editorial, no se contemplan como productos en igualdad de condiciones para promocionar en este momento de cuarentena. Ello refleja que se está desaprovechando un alto potencial que brinda el e-book actualmente, pues los lectores, compradores de libros y público en general, por la actual situación de cuarentena obligatoria han visto en la Internet una alternativa para resolver dificultades en la adquisición de productos y servicios. Y siendo el libro digital un producto de directa comercialización en línea, es de considerar este como una alternativa a explotar actualmente para lanzar aquellos títulos que pueden estar siendo esperados por el público de lectores que ha visto alterado y, por ende, ha tenido que adaptar su nuevo estilo de vida y trabajo dentro de un mismo contexto y espacio físico, como también ajustar el manejo de su tiempo productivo, libre y de ocio.

Aportes realizados al Equipo Editorial

- El alto volumen de títulos en cesión⁴ que publica mensualmente Editorial Planeta (aproximadamente 15 a 20 títulos mensuales) genera una alta demanda en el manejo de archivos, requerimientos y procesos paralelos que se realizan para cada uno estos.

Frente a ello se identificó la necesidad de contar con un registro detallado que permitiese llevar un control y seguimiento de las diferentes actividades necesarias e indispensables para cada título en cesión solicitado desde las diferentes líneas editoriales. Por tanto, a partir de un archivo compartido por uno de los gerentes editoriales, la pasante enriqueció este archivo, alimentándolo con información que directamente se relacionaba a cada uno de los procesos llevados a cabo con los títulos en cesión.

Este archivo fue compartido vía OneDrive con todos los editores y gerentes editoriales, con el fin de disponer de un registro (base) de libre consulta y que fuese alimentado diariamente para conocer en tiempo real el estado actual de cada uno de los títulos en cesión solicitados por los diferentes editores.

Este registro se presentó como una herramienta de trabajo y fue entregado a la Coordinación de Realización durante el proceso de inducción, posibilitando que a partir de su

⁴ Los títulos en cesión son aquellos libros que han sido publicados en otras casas de Editorial Planeta a nivel hispano o en la casa central de España y que por el sistema CMS (conectado a cada una de las casas editoriales registradas en Latinoamérica y en España) se tramita el permiso para publicar la obra en el territorio colombiano.

implementación y uso permanente todos los miembros del equipo editorial (editores y gerente de diseño) dispongan de un control y trazabilidad de las fases en las que se encuentra cada título en cesión y conocer observaciones puntuales para casos particulares.

- El alto número de títulos publicados por la Editorial Planeta genera la existencia de un vasto cúmulo de datos de contacto de autores y proveedores en las diferentes líneas editoriales trabajadas. El acceso a dicha información de contacto sea para aclarar pendientes o cuentas de cobro de servicios prestados por proveedores, como el envío de ejemplares a los autores luego de la publicación de los libros, generalmente estaba sujeta a la disponibilidad del editor que trabajó en las obras literarias. Por tanto, el manejo sectorizado de esta información de contacto sea con autores o proveedores, generaba una dependencia de información directamente con los editores.

Motivo por el cual desde el primer periodo de la pasantía (segundo semestre del 2019), desde la gerencia editorial se estableció como labor de la pasante la consolidación de datos de autores y proveedores.

Esta actividad que fue realizada de forma permanente por parte de la pasante a partir de diferentes fuentes, permitió que para el segundo periodo (primer semestre de 2020) se consolidara una base de datos “Directorio” de libre consulta para todos los miembros del equipo editorial y las coordinaciones de Realización y Editorial, facilitando el acceso a información de contacto para autores y proveedores, y agilizando con ello consultas para aclarar cuentas de cobro (en el caso de proveedores), o el envío de muestras a autores. Igualmente, este directorio permite que los editores, independiente de su línea editorial, puedan tener acceso a consultar y contactar cualquier proveedor que hacen parte del grupo de profesionales que apoyan servicios dentro del proceso editorial a nivel externo.

A partir de estos dos aportes descritos anteriormente, se logró identificar la importancia que acarrea el contar con un manejo sistematizado de la información y la construcción de bases de datos y de consulta que estén disponibles para todo el equipo de trabajo editorial. Este tipo de herramientas facilitar la gestión de procesos y efectividad para acortar tiempos en la ejecución de actividades que antes dependían de la disponibilidad de información que facilitaba el editor, figura que se centralizaba y se convertía en el contacto directo con autores o proveedores de los proyectos editoriales liderados por cada uno.