

Modalidad C2

Letras de la Plana [Cibermedio enfocado a los lectores de Castellón]

LP



Deogràcies Pagà Leonisa

DNI: 20902588G

TUTOR: AMADOR IRANZO MONTÉS

GRADO EN: PERIODISMO

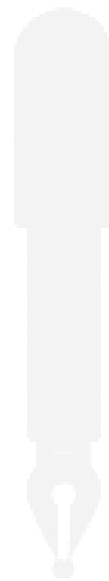
PE0932: TRABAJO FINAL GRADO

CURSO: 2019/2020

ÍNDICE

Datos principales.....	2
Introducción.....	3
Fase de preproducción.....	4
Fase de producción.....	7
Fase de postproducción.....	9
Valoración final.....	11
Anexos.....	13

LP



1. Datos principales

Nombre de alumno: Deogràcies Pagà Leonisa

Nombre del blog: Letras de la plana

URL de la web: <https://letras-de-la-plana.webnode.es/>

URL de Twitter: https://twitter.com/de_plana

URL de Instagram: <https://www.instagram.com/letrasdelaplana/?hl=es>

Fecha de creación: 7 de febrero 2020

Temática: Un periódico digital especializado en la industria literaria de Castellón



2. Introducción

El cibermedio que se propone en este trabajo consiste en un medio de información que intenta transmitir la realidad de la cultura castellonense, en concreto de la cultura literaria. Por consecuencia, es obligado conocer y mostrar cuál es la situación, la organización, cómo han ido evolucionando los comercios según las necesidades de su público y, por supuesto, cuál es el escenario económico que preocupa a los consumidores y productores de este ámbito cultural.

Los objetivos de este proyecto están muy hilados a la presentación del mismo. Dejando de lado los movimientos políticos que influyen en este gremio se tomó la decisión de que las piezas periodísticas las protagonizasen los mismos comercios como pueden ser librerías o editoriales. De este modo, se abandona la propuesta de ofrecer un toque político al cibermedio. En todas las piezas se intenta mostrar una realidad desconocida para el ciudadano medio de Castellón. Ejemplo de ello son: *La pluma en... Las librerías de Castellón*, *La pluma en... el tratamiento de las editoriales al Día del Libro*. En todos los productos periodísticos de este cibermedio se prioriza la noticia contada desde el punto de vista de un comercio o productor de cultura, con el objetivo de ver el problema desde dentro y de la manera más cruda.

Por otra parte, el interés que empuja a seguir elaborando este TFG es el hecho de intentar imbuir a los lectores para consumir y preocuparse por este ámbito de la cultura cada vez más menguado. De esta manera, se podría ofrecer un contenido enfocado a una temática precisa, no hay un medio similar. Ya que la información sobre literatura en la provincia de Castellón que se consume se extrae de los medios generalistas, donde tocan pinceladas del tema, sin profundizar mucho en él, a excepción de algún reportaje. Así se podría ilustrar una información más cotidiana sobre este contenido.

Esta faceta periodística y cultural es la que más motiva al productor de este TFG. Asimismo, ha sido una fortuna (cogiendo esta palabra con pinzas) que no haya mucha información ni un nicho de mercado establecido y sólido, de forma que la vertiginosidad y facilidad con la que se puede establecer en boca de los usuarios

este medio sea mucho más sencilla que con otras temáticas. Además de ello, es obligado señalar el gran desconocimiento que hay sobre esta materia, puesto que no goza de una información tan solicitada como la política, el espectáculo o, incluso, la economía.

3. Fase de preproducción

Evidentemente, las fuentes han sido cruciales para saber de antemano cómo enfocar el proyecto. Asimismo, han sido muy significativas para adquirir un conocimiento previo de la materia. En relación a ello hay que agradecer a Lluís Messeguer, profesor de la UJI, y a Juan Vicente Centelles, propietario de la librería Argot, por su tiempo. Los dos decidieron, en más de una ocasión, contestar todas las preguntas sobre la situación actual de la literatura en Castellón y explicar en profundidad cuáles eran las razones por las que se había llegado a este escenario. A partir de este punto se pudo comenzar a redactar y desarrollar el proyecto con el conocimiento necesario.

Pensar y orientar las ideas del contenido mínimo fue relativamente sencillo, ya que después de profundizar sobre la literatura en Castellón se decidió hablar e informar sobre los temas que comúnmente estaban sobre la mesa. Por ejemplo, las librerías, cómo ayudan a la industria este gremio, cómo actúan y qué es lo que hacen antes de abrir las puertas y después de cerrarlas. Es decir, cuál es esa actividad de las librerías que no ve el público. Asimismo, también se informó sobre las editoriales, ya que no se conoce su labor. Cuáles son las negociaciones, cómo se reparte el ingreso de la venta de libros. Todo está reflejado en el reportaje. En este sentido cabe destacar que la actitud de Amelia, propietaria de Unaria Ediciones fue muy buena. No solo por ofrecer su tiempo para este trabajo, también por aconsejar y ofrecer el contacto de nuevas fuentes para futuras piezas. Por ejemplo, fue ella quien facilitó el número de teléfono de Carmen Castillo, novelista de Castellón. Además, me presentó a Miguel Alayrach, escritor de cuentos infantiles.

No obstante, este es un trabajo muy dependiente de la gente, tampoco tienes cierto prestigio, ya que no es lo mismo decir que la pieza periodística es para un

medio como *Mediterráneo* o *El Mundo*, que decir que es para un TFG. Aunque sea el trabajo académico más importante, sigue siendo un trabajo de clase. Las dificultades que más han supuesto una desventaja han sido quedar con la gente, en algunos casos la falta de compromiso de estas. Concreté una cita para un reportaje sobre la salida de la crisis de la COVID-19 con la librería Aida de Castellón. A la hora de confirmar daban largas o no contestaban. Es un hecho que se tiene que tener claro desde el principio, el estudiante dependerá mucho de la gente y muchas de las fuentes, sin intención, no ayudarán al desarrollo del trabajo, como es el caso anterior.

Por otro lado, personas como Carmen Castillo estuvo muy pendiente del trabajo, preguntando dónde se iba a plasmar la entrevista y qué objetivos tenía la entrevista. Puede parecer algo un tanto violento y agresivo, pero al fin y al cabo se entiende la preocupación del entrevistado y de su imagen. Con ella pasó algo especial. Recuerdo una clase de Géneros II, estábamos dando la entrevista. Hugo hablaba de Jordi Évole, nos enseñó una entrevista que le hacían al periodista. «Hay muchos entrevistados que piden las preguntas, yo les doy unas pocas. Evidentemente esas preguntas no las hago», respondía Évole. Me pasó algo parecido, cuando estaba organizando con Castillo la entrevista, aparte de preguntar sobre qué quería hablar preguntó sobre las preguntas que tenía pensado hacer. Del mismo modo que Hugo nos enseñó, le di 5 preguntas. Aunque le advertí a la entrevistada: «Estas son las preguntas que tengo por el momento. Si me surge alguna duda sobre tus respuestas te haré una réplica». Tal vez es la falta de experiencia y el deseo de quedar bien con ella, por si acaso necesitaba sus aportaciones para otra entrevista. También el miedo de que se echase atrás en el último momento condicionó mi respuesta. La cuestión es que durante la carrera los profesores dan mucha importancia a tener que plantarle cara al entrevistado, a no hacer propaganda y si periodismo. Es la primera vez que vi en primera persona el periodismo como un contrapoder.

Sin embargo, es inevitable la publicidad. No como fuente económica sino como moneda de cambio frente a las fuentes. Muchas personas que se han entrevistado en este trabajo buscan una publicidad a cambio de la entrevista. No lo dicen explícitamente, pero se nota con ciertas preguntas antes y después de

la conversación. Si se extrapola a un nivel nacional es innegable decir que pasa con muchas empresas. La mayoría de las compañías tienen una Responsabilidad Social Corporativa que sirve para dar buena imagen a la misma empresa y por ende vender más. Al ser tremendamente complicado cambiar la cultura de una ideología en la que la moneda de cambio ha de ser necesaria, lo mejor es conocer este hecho y tenerlo en cuenta para futuras entrevistas.

La selección del contenido está muy ligada a la idea de dar prioridad a la realidad que sufren los comercios y escritores del gremio. De forma que se rechazó todo contenido noticioso que fuese más burocrático como pueden ser decisiones política de concejalías o del mismo ayuntamiento. Sin embargo, esto ha resultado ser un poco inviable debido a la crisis de la COVID-19 y el parón económico y cultural que conlleva. Ejemplo de ello es la noticia *El Ajuntament de Benicassim y el Casal Jove proponen actividades literarias en las redes durante toda la semana*, que se redactó durante la semana del Día del Libro.

En lo que concierne a los gastos del proyecto cabe manifestar que estos son mínimos, ya que solo se ha tenido que desembolsar dinero en periódicos durante el confinamiento, para poder hacer entrevistas, y en movilidad, como pueden ser autobuses, con el fin de estar presente para cubrir las noticias. Si esto sigue adelante, la previsión indica que habrá que gastarse cierta inversión en comprar un link de google y en recursos necesarios para ser competente en el mercado, así como en herramientas de Google para un mayor Seo y publicidad.

GASTOS	CANTIDAD MENSUAL	INGRESOS	CANTIDAD MENSUAL
Seguridad social	280	Publicidad del sitio web	500
Gastos de movilidad	50		
Herramientas de Google para recibir información y expone publicidad	50		

4. Fase de producción:

Las secciones de la página web son: Inicio, Eventos, La pluma en..., Escritores y el espacio de Contacto.

Inicio: También está la posibilidad de llegar a este lugar clicando en el título del cibermedio. Para hacer de la web algo más intuitivo y ordenado se llegó a la decisión de poner esta opción de inicio para facilitar la lectura y la navegación a los usuarios.

Eventos: En eventos se muestra la actualidad de la literatura en Castellón, todas las noticias que tengan algo que ver en esta temática, como presentaciones o nuevos hechos.

La pluma en...: Puede que este sea el espacio más ambiguo de la barra de opciones. La intención era mostrar productos periodísticos con un trasfondo y una elaboración mayor que en la página «Eventos» y así ha sido. En este

espacio se sitúan todos los reportajes que sirven para entender la situación de la literatura en la provincia de Castellón. Sin embargo, puede llegar a confundir su título nada preciso. Para solucionar este inconveniente se ha redactado un pequeño texto explicativo debajo del título para informar de qué va esta sección.

Escritores: Esta página muestra los perfiles de los distintos escritores que hay en la provincia de Castellón. Solo se permite redactar sobre un escritor si detrás hay un hecho noticioso que lo justifique. A partir de aquí se entrevista al escritor para informar sobre la noticia y conocer un poco más su obra. El formato que se ha optado es, evidentemente, una entrevista.

Contactos: Este espacio es muy explícito. Aquí se muestran las herramientas necesarias para contactar con el productor del trabajo por si hay alguna duda. El contacto se realiza mediante correo electrónico.

En relación a la estructura que guía la página web es obligatorio reseñar que la fuente de inspiración ha sido el modelo de otros periódicos digitales, por ejemplo *El País* o *El Mundo*. Estas estructuras se basan en el título del medio al inicio de la página. Este elemento está en la zona superior y centrado. Hay que añadir que va con un fondo diferente al resto de la página con el objetivo de que resalte más su contenido. En esta situación se ha seleccionado un fondo gris que contrasta ligeramente con el fondo blanco del resto y no es un cambio tan agresivo como lo podría dar otro color.

El siguiente elemento que aparecerá es el título, de la sección o de la pieza periodística. Todos en negrita y con un tamaño considerable para contrastar con el resto del cuerpo. Seguidamente, está la fecha, que no se ha podido cambiar de esa posición. Debajo se encuentra el subtítulo que amplía la información dada en el título. Después, siguiendo la estrategia que toman algunos periódicos, se ha decidido poner un elemento audiovisual ya sea foto o vídeo, para luego dar pie al inicio de la noticia combinado con otro elemento audiovisual. A continuación de la pieza periodística y con un tamaño considerable se encuentran los logos de Twitter e Instagram que desplazan al usuario, en una nueva ventana hacia los perfiles del medio en esas redes.

En lo que concierne al diseño hay que subrayar su simplicidad. Es una página con orden descendente que busca posicionar los objetos de mayor importancia y con mayor tamaño en la zona superior de la página. Paulatinamente, va menguando el tamaño a la par que la importancia de cada agente que aparece. Los colores usados son generalmente dos, el blanco como fondo y el negro como color de letra. Además del gris, que se presenta en la zona superior acompañando al título del medio. En relación a la tipografía de letra es Play Fair Display, no está en Word, es la más similar a la Times New Roman. Al título le acompañan dos líneas a los lados con el objetivo de resaltar lo del medio, es decir, el mismo título. Las líneas se han usado varias veces en según qué piezas, todas las situaciones han sido con el mero objetivo de resaltar algo sobre lo demás y separarlo. La letra del texto de cada noticia es la misma, la que da por defecto la web Webnode, cabe mencionar que está usada en formato párrafo con el que adquiere una tonalidad de color más débil y un tamaño más pequeño.

La interactividad está presente en el apartado de Contacto de la página web y en las redes sociales. La estrategia que se ha practicado es un tanto seria, ya que se centra en informar y promocionar el contenido de la página web, es en esa donde se centra todo el trabajo.

5. Fase de postproducción:

La página web que se ha seleccionado para este trabajo es *Webnode*, prefería otras como *Wordpress* o *Wix*, ya que he trabajado más con ellas y tengo más experiencia usando sus recursos. La razón por la que tuve que descartar estas dos páginas es que la *Tablet* no soportaba la navegación en estos sitios web. Tampoco creía que era buena opción depender un semestre entero de los recursos de la universidad, en este caso los ordenadores, así que finalmente se decidió desarrollar el cibermedio en *Webnode*. De esta web no sabía nada. Por lo tanto, costó un poco más de lo previsto conocer la página y todas las aplicaciones que tiene. Al final, resultó ser una página muy intuitiva, parecida a las otras dos, con prácticamente las mismas funciones, aunque con menos capacidad. Cuesta un poco más cargar los elementos de la página.

La postproducción del reportaje radiofónico ha sido la más laboriosa, puesto que he tenido problemas a la hora de montarlo y editarlo. El archivo finalizado era MA4 y no se podía exportar a MP4. El programa que se usó era *WavePad*. La solución fue grabar ese archivo M4A con una grabadora y ese nuevo documento pasarlo a MP4. Ese audio ya exportado se mostró como una pieza del contenido mínimo. Como era de esperar, su calidad era inferior a la que se requería. Por ello, en la corrección de dichas piezas tuve que reciclar las entrevistas y volver a montar todo el reportaje, ahora con un programa nuevo, *Adobe Premiere*, para que se pueda exportar de forma segura y en MP4.

En lo que concierne al reportaje televisivo es necesario mencionar que debido a la importancia que le daba, por el trabajo de edición, preproducción y la grabación, no hubo casi ningún problema. Se entregó a tiempo y se cumplieron todos los plazos establecidos con el profesor y con la organización del estudiante en relación a las demás piezas. El único desperfecto que plantea este reportaje es el cierre, que es muy abrupto, debido a la falta de recursos con esta situación de la COVID-19 ha resultado imposible solventar este problema.

En la corrección del contenido mínimo del TFG uno de los aspectos que se debía solucionar es que en todas las piezas periodísticas el titular está dividido por la fecha. Es decir, en primer lugar está el título, luego la fecha y debajo el subtítulo. La página web *Webnode* no permite quitar la fecha, ni tampoco moverla de lugar. Se intentó poner en el mismo lugar el título y el subtítulo, en párrafos distintos y con el tamaño diferenciado, pero donde va el título solo hay espacio para un párrafo, el siguiente no se ve.

Es por ello, que el profesor, Amador Iranzo, aconsejó quitar los subtítulos. Puesto que, era peor todas las noticias con el titular dividido que todas las piezas periodísticas sin subtítulo. Creo que este va a ser el error que más va a condicionar la evaluación del proyecto. No es normal ver un medio que en sus normas de estilo esté evitar el subtítulo. De hecho, creo que es un error. Aunque entiendo que se considera un error más grande partir el titular por la mitad, es un solo cuerpo. En relación a esto, hay que mencionar que en ciertas piezas era obligado volver a redactar un título. Ya que, el titular de antes era más completo.

Las noticias que eran encabezadas por una cita hubo que cambiarlas, ya que el subtítulo hacía la función de apoyo de dichas citas, ahora eso no ocurría.

En las últimas piezas los recursos visuales son menos vistosos y usados. Esto se debe a la nueva situación de confinamiento que vivimos, se puede informar de los acontecimientos que pasan, pero pasan detrás del ordenador y no en la calle para retratarlos. Es por ello, que el uso de la fotografía se ha visto mermado.

En cuanto a la interactividad en las redes sociales decidí llevar a cabo una actividad, esta consistía en subir un cartel a Instagram (domino más esta plataforma y me siento más cómodo trabajando ahí que en Twitter) que invitaba a los seguidores a subir un libro, evidentemente de un autor o autora de Castellón, en sus historias y mencionar a @letrasdelaplana. Tras ello, en el perfil de la cuenta se sube a modo de álbum todas las participaciones de los usuarios.

El cartel usa la misma tipología que el título del cibermedio y que el logo de la foto de perfil de Instagram, logo que aparece como marca de agua en el mismo cartel. Los componentes de la imagen están muy ligadas al carácter e ideas del cibermedio. Por ejemplo: la libreta que aparece en primer plano y los colores.

Los resultados de esta actividad de interactividad han sido muy positivos. Ha tenido un alcance del 80%, lo han visto 41 personas de 51 usuarios que siguen esta cuenta. Las vistas al perfil fueron de 120, de estos vistas 4 han clicado el link para redirigirse a la página web. Durante la última semana, del dos al ocho de mayo, los alcances a otras cuentas han ascendido hasta los 100.

6. Valoración final:

Las conclusiones más destacables que se han podido extraer a la hora de desarrollar este proyecto es que siempre se puede hacer periodismo, con las herramientas más precarias, con las situaciones más negativas, etc. En cierta manera, toda labor que implique ofrecer información de interés, de forma periódica se puede considerar periodismo -dejando aparte el formato-. Sin embargo, hay una ciencia detrás, un conocimiento que es necesario aprender

para desempeñar esta labor. Esto es posiblemente lo más complicado. Una vez se tenga este conocimiento es más fácil hacer periodismo, independientemente del contexto que se presente. No obstante, el contexto también es muy decisivo. La COVID-19 ha propiciado un nuevo escenario que cambia las tornas completamente. Ya no se pueden hacer entrevistas en persona. Se puede dar la información pero de forma muy aséptica. Por ejemplo, no se pueden reflejar ciertos tics o detalles que definen la personalidad del entrevistado. Asimismo, los empresarios, comerciantes o trabajadores son más complicados de encontrar y contactar con ellos. El trabajo se ralentiza y las secciones de cultura también, ya que toda la agenda pública se focaliza en la enfermedad y en el confinamiento. En mi caso, no he podido hacer una entrevista a una librería para saber cómo iba a retomar el negocio, porque no he encontrado el contacto.

En estas situaciones complicadas al llamar a una fuente no es lo mismo presentarse como estudiante de periodismo que hacerlo como periodistas de algún medio. Siempre cuesta más conseguir una voz informativa si es un estudiante y en este caso el hecho se acentúa mucho más. Es complicado en ciertas situaciones conseguir fuentes, que presenten atención y que contesten a llamadas y correos.

En lo que más mejora un estudiante a la hora de elaborar un trabajo de este calibre es en la optimización del tiempo, en desarrollar piezas periodísticas con más velocidad igualando o mejorando la calidad de las mismas. Hace años, cuando comenzamos a redactar los primeros reportajes y crónicas se veían esas tareas como un mundo. Después de la experiencia el tiempo en plantear, orientar, buscar, preguntar y reflejar es mucho más breve

Dejando aparte que uno aprende si quiere, los conocimientos de SEO y material informático para la buena disposición de la página web es lo que más hay que mejorar.

7. Anexos:

7.1 Resúmen Ejecutivo

This project is a new experience, in first person, so fruitful. It was so easy think about the approach of this project. I wanted a TFG relacionated with a thematic that motivated me. I conceived the idea that a digital newspaper vinculated for the literature was the best decision. The first problem that i had was the concern of thinking that there would not be enough journalistic material to develop this job. I would soon realize that thist was not the case. I have had plenty of material. In fact, i wanted to work more than i haved worked. It's so difficult organized a project with this importance correctly, because the student has to think lot of things and lot of reports and news. This jobs depend a lot of journalistic sources.

When i had the first idea defined, i had to plan the next step. It was the market research and argue why this project is viable. One of the stronger argue was that there are not any newspaper with this characteristics. Then, i had to study the people. It's so complicated to define the people that are going to visit this web and are going to be interested for this news. The books and all components of his industry have many problems. Lluís Messeguer said that Castellón, possibly, is the most Spain's province that produces culture, so the most Spain's province that produces literature. But, this fact has a problems, because the space that is between the quantity of literature produced and the quantity of literature consummated is so long. It could be a problem for this TFG.

The solution for this problems are the social networks. These serve to promote content and attract new users. In this case, this project has been chosen a traditional strategy, with the objective to preserve and attach importance to the quality of writing. During the time of preparation of the TFG, much more time has been devoted to journalistic work than to communication in social networks. I think that this decision was good for the quality of sources and to the orientation and writing of each journalistic piece.

After doing all the market research, the goal is to build the website and start thinking about the pieces. The journalistic product that required the most time was the audiovisual report. It is because i do not have much experience in this

matter and it was necessary to specify the terms of use of the materials in advance. However, the radio report spent less time than i had expected. The others pieces, for being of the written genre, were easier to develop because i have more experience in this genre. However this type of journalism piece has her difficult, the student have to be informed so well about one theme and more concrete, about one anecdote of this theme. For example in that case, if the student is going to do a interview to a writer, he has to must about this writer, about his books, and about his writing. Specifically, the interview of Basilio Trilles, he answer referring his others novels, *La espía de Franco*, and referring his form of writing. So this also involves time and work.

The COVID-19 crisis has influenced a lot in this industry, thus in this project also. Apparently can be that there are less stories to tell, but it's not true. There are a lot of these, but there are different. In this crisis period i have had to communicate a stories with other perspective, more political, because i could not meet people, and de political document was the only solutions. I could not speak a lot with the journalism source, because each one has his problems, but i could continue with this work.

These crisis also affected at the postproduction job of this project. It is because i had to use a lot of tools and resources that i didn't have at home. For example i needed a specifically program computer for organized the develop of the audiovisual report, and i needed concrete tools to improve the audio of radio report. It was so difficult to eliminate this problems. But, finally, i could solve all this disadvantages. The advantages offered by the Internet are immense, especially if one has time. Quarantine has helped in this. Also, these cheap tools, most of them free. I had problems with the Wave Pad program, the solution was to use *Premiere*.

Nowadays, the students have much facilities to create culture and to spread that. There are many web to create this TGF. There are many webs to see the information of the web, and there are a lot of webs to created platforms for this project. All of them free. Also of that, there are more facilities for the students. The technology give us a new world of communication. What's app, all the social network becomes in the perfect resource for communicated the messages to the

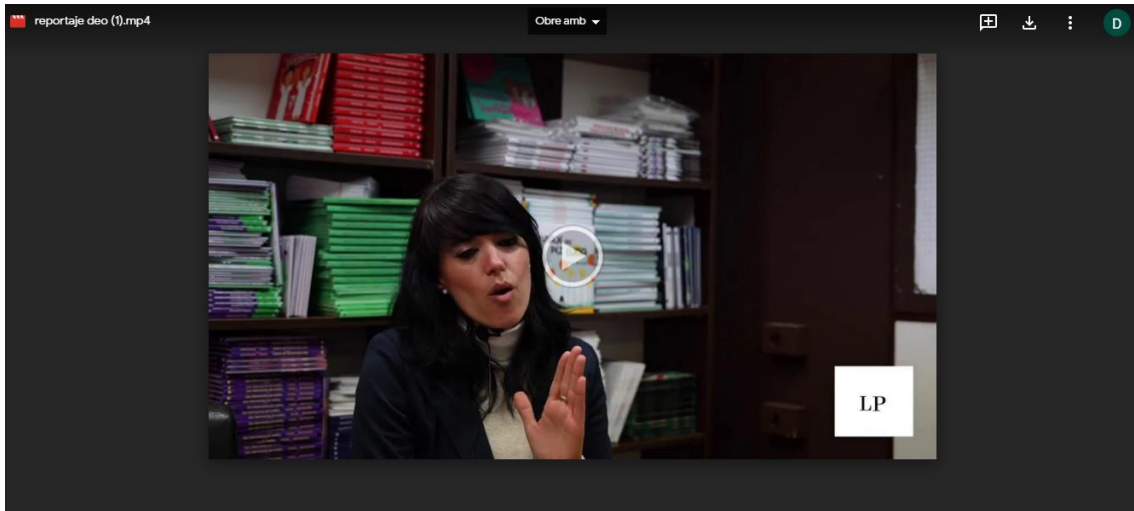
journalism sources. This entails the facility on the part of the sources to answer the questions. The bus transport was the only pay that i have had to do, but if the student want to continue working in this project, they have to pay a few expenses. It is the Social Security, if the student want to get this out they have to pay to state. And other expenditure is the Google tools to know all the information of the web, to improve the Seo, and for many more things.

The structure of the web don't risk, it's the same that the others reference newspaper. This structure is characterized for a vertical order. In this type of structure, the visitor have to read from top to bottom. It's the better structure for the inverted pyramid, because the aspects of the information more relevant is in the top, is the first that read the visitor. This is the best structure for a newspaper, in spite of that there are certain journalism pieces that don't have this structure. The owner is the most important thing, is the largest part of the notice, report or photo gallery. I had a problem because the date divided the owner. First was the title, after the date and finally the subtitle. I was speaking with my TGF's teacher and we concluded that the best option was remove the subtitle, in this way the owner is more orderly and correct. So, now, at the end of the job, i have another problem. It is that any pieces of the web have subtitle, because the web divided the owner with the date. It is a minor failure that the one i had before. But it's still failure. After doing an evaluation of all these months, i think this is the weakest aspect of my work.

It's inevitable to conclude that this online media presents a new cultural consumption aspect in Castellón. It is because there are not any company, enterprise or collective that offer this type of product so specifically. On the other hand, there are a lot of web that offer information of this topic, but with a general level, not closer than this journal. So, if this project can be promoted, the demand is assured.

7.2 Reportaje audiovisual

El reportaje audiovisual se puede encontrar en ese link de Drive. Además, se puede visualizar desde la página web, así como desde la plataforma YouTube.



<https://drive.google.com/open?id=1Vuk0e5-CZ9Bj1JBvI63BTTdIVk JsJjC>

La pluma en.... El tratamiento de las editoriales al Día del Libro

08.03.2020

Deo Pagà, Castelló

Las editoriales protagonizan uno de los procesos más significativos de la producción de un libro. Son las mediadoras entre las librerías y los escritores. Sin embargo, su trabajo es muy desconocido por parte del público.



<https://letras-de-la-plana.webnode.es//la-pluma-en-el-tratamiento-de-las-editoriales-al-dia-del-libro/>