

**Universidad de Sevilla**

**Facultad de Comunicación**



**Trabajo Final de Grado**

***La estantería de Laura, un podcast sobre el mundo literario***

Memoria del proyecto creativo

Grado en Periodismo

Curso académico: 2022-2023

Autora: Laura Davis Macho

Tutor: Isaac López Redondo

## Índice

1. Introducción.....	4
2. Objetivos y metodología.....	6
2.1. Objetivos.....	6
2.2. Metodología.....	6
2.3. Estructura.....	7
3. Marco teórico.....	9
3.1. ¿Qué es un podcast?.....	9
3.2. Nacimiento y evolución del podcast .....	10
3.3. Tipos de podcast.....	11
3.4. Historia contemporánea de la industria editorial.....	13
3.5. Panorama actual de la industria editorial española.....	16
4. Proceso de creación.....	17
4.1. Tipo de TFG.....	17
4.2. Elección del tema.....	17
4.3. Contacto con las fuentes.....	17
4.4. Grabación y edición.....	18
4.5. Resultado final.....	19
5. Retos y dificultades.....	20
6. Conclusiones.....	22
7. Referencias.....	24
8. Anexo.....	27

## **Resumen**

El presente trabajo es un proyecto de podcast, un formato en auge en el ámbito de la comunicación, llamado *La estantería de Laura*, dedicado a la literatura. Hemos elaborado un episodio piloto a modo tertulia centrado en la industria editorial independiente y qué papel desempeña en el panorama actual de los libros, así como descubrir cómo funciona una editorial desde dentro tocando diferentes aspectos. La idea es crear un espacio digital dedicado a todos los amantes de la literatura que estén interesados en conocer aún sobre este tema.

## **Palabras clave**

Podcast, editorial, literatura, libro, tertulia

## 1. Introducción

En el siguiente trabajo vamos a explorar el mundo editorial independiente a través de un formato que ha conseguido mucha popularidad: el podcast. La aparición del podcasting proporcionó una amplia variedad de posibilidades en el ámbito de la comunicación, en especial en relación a la radio. Este nuevo formato surgió de la evolución tanto de los medios tradicionales, como de la tecnología e internet. Gracias a él, hoy día no solo son capaces de crear programas radiofónicos profesionales que puedan acceder a estudios preparados. Ahora, basta con disponer de un micrófono en casa y una cuenta en cualquier plataforma digital destinada a subir archivos de audio.

Además, al poder ser de autoría propia, es una forma de comunicar muy libre. Tú eliges el tema que tratas, la duración, la sintonía, el número de episodios, etc. Por eso, es una gran oportunidad para divulgar información de diferentes temáticas. Lo más parecido que existía en el mundo de las letras eran los audiolibros, que simplemente eran la narración de un libro. Pero no solo ellos, sino que ahora, gracias al podcasting, se pueden tratar muchos aspectos literarios que antes no contaban con un espacio determinado, solo algunos programas, secciones o suplementos literarios.

En España, existen dos grandes grupos editoriales que lideran el mercado. Por un lado, la editorial Planeta, fundada en el año 1949 por José Manuel Lara. A través de su página web podemos comprobar que esta editorial cuenta con 52 sellos editoriales, algunos de cosecha propia, como Planeta, Planeta Cómic o Planeta Junior, y otros sellos que han ido adquiriendo, como Espasa, Minotauro, Seix Barral o Maxi Tusquets (Grupo Planeta, 2023). Por otro lado, nos encontramos con Penguin Random House, una compañía multinacional perteneciente al grupo alemán Bertelsmann, que surge de la unión de las editoriales Random House y Penguin Books. Esta editorial cuenta con sede española, y en su web vemos que dispone de 39 sellos editoriales que han absorbido en castellano, entre ellos, Alfaguara, Bruguera o Taurus. Además, también posee editoriales en otros idiomas como el catalán y el portugués (Penguin Random House Grupo editorial 2023). Entre ambas suman un total de 91 sellos editoriales en toda España.

Aún así, las pequeñas editoriales, denominadas independientes, siguen existiendo. Gracias a la experiencia de haber podido entrevistar a algunos profesionales de este sector, hemos podido explorar y contrastar información de este tema. Manifestaron que se enfrentan a un mayor número de obstáculos para prosperar. Surgen muchas preguntas en torno a este sector. Preguntas que casi nunca se responden. Cómo se monta una editorial, qué hace un editor, salarios, presencia en el mercado...son algunas de las incógnitas que giran alrededor de las editoriales independientes.

También expusieron que se comparte con cuentagotas, tanto entre ellas como entre las grandes, información. Esto quiere decir que, al final, existe una reticencia ya no solo entre la industria y el consumidor, sino en el propio seno de la misma, para compartir sus procesos o dificultades.

A pesar de todo, sigue siendo, y cada vez más, un ámbito que interesa al público, por lo que es imprescindible dar visibilidad a esta industria y descubrir todos los secretos que oculta.

## 2. Objetivos y Metodología

### 2.1 Objetivos

El objetivo general de este trabajo de fin de grado es la realización de un programa tipo podcast sobre literatura del que se ha grabado un primer episodio tipo piloto para valorar si será viable en el futuro.

Los objetivos específicos que se persiguen conseguir con el podcast *La estantería de Laura* son los siguientes:

1. Indagar sobre el mundo editorial independiente actual en España mediante un formato dinámico y cercano
2. Visibilizar el papel de las pequeñas editoriales que no pertenecen a los grandes grupos editoriales del país
3. Difundir otros contenidos de diversas temáticas relacionadas con libros con el fin de prolongar el podcast en el tiempo con futuros episodios

### 2.2 Metodología

Para llevar a cabo la parte teórica del trabajo hemos realizado una labor de investigación basada en la búsqueda de documentación, por un lado, sobre el formato que hemos elegido para crear el proyecto, empleando otros trabajos, libros y páginas web específicas sobre podcast. Gracias a esto hemos podido elaborar un marco teórico para comprender mejor el concepto de podcast como formato periodístico y en qué consiste, cuándo surge, su evolución y los tipos que existen, para así moldear el trabajo de la manera que queríamos. Por otro lado, hemos investigado acerca de las editoriales que existen actualmente en España y la evolución y cambios por los que ha pasado esta industria para poder grabar el primer capítulo que se ha emitido y tener una perspectiva teórica del ámbito editorial español.

También hemos buscado información sobre la variedad de podcast existentes hoy día, en especial en la plataforma *Spotify*, ya que tiene opción gratuita aunque también tenga plan premium. Por tanto, hemos escuchado una amplia diversidad de podcast para determinar el diseño, modelo, duración y otros aspectos técnicos y creativos que sirvieran como inspiración para *La estantería de Laura*. Algunos de los podcast que hemos tomado como referencia han sido:

- *Un libro una hora*, de Cadena Ser
- *Literatura juvenil para escritores*, de Laura Tárraga
- *Despierta tu curiosidad*, de National Geographic
- *Cuarto Milenial*, de Andrea Compton y Lalachus
- *Estudia tu mente*, de Molo, Luis y Mónica
- *Criminopatía*, de Clara Tiscar

- *Crímenes, el musical*, de El Extraordinario
- *Meikabuk*, de Andrea, Laila y Alena
- *Cuadernos de escritura*, de Jaime Villanueva Donoso
- Podcast de la editorial Letra Minúscula

En cuanto a llevar a la práctica este proyecto, hemos utilizado los estudios de radio de la Facultad de Comunicación de Sevilla para la grabación del contenido del capítulo piloto. Para la edición del podcast hemos usado un programa de edición de audio, en este caso, Audacity, más la sintonía elegida.

Por último, hemos elaborado un guión para tener una guía y poder planear aproximadamente las intervenciones de cada participante y el tiempo de cada una de ellas (ver en el anexo).

### 2.3 Estructura

La temática base y de la que parte este podcast es la literatura, centrándose en diferentes temas relacionados con ésta, como el mundo editorial, nuevos formatos de difusión de la literatura, géneros literarios, etc.

Por un lado, hemos detallado la estructura del proyecto en sí, y por otro, la estructura de cada entrega del programa:

- La estructura general planteada para *La estantería de Laura* consiste en un podcast de periodicidad mensual. Los capítulos se emitirán el día 1 de cada mes en *Spotify*. La duración de cada capítulo será en torno a 30 minutos, pudiendo oscilar entre más o menos tiempo dependiendo del contenido de cada entrega que salga.
- La estructura interna de cada capítulo consta de una sintonía, introducción, presentación de la autora del podcast, el contenido de ese programa y un cierre en relación al tema tratado.
  - En cuanto al capítulo piloto, se trata de una especie de mesa redonda, a modo de coloquio, donde tres profesionales del sector editorial contestan a determinadas preguntas con respecto a su profesión en su editorial y charlan entre sí de sus vivencias y experiencias en el mundillo, con la autora del podcast como moderadora.
  - Para los próximos cinco capítulos, las ideas que hemos planteado son las siguientes:

- El papel de los correctores: Explicar qué es un corrector, en qué se diferencia de un editor, todo esto apoyado de una o varias entrevistas a correctores/as.
- El fenómeno *bookstagrammer* y otras formas de difusión de la literatura: Investigar acerca de este nuevo formato de difundir la literatura y otros que existen (como *booktube* o *booktok*), realizar una encuesta para comprobar cómo de extendidas están estas técnicas, y entrevistar a una *bookstagrammer*.
- La autoedición: Indagar sobre este otro formato de publicar un libro, comparando las diferencias que tiene con respecto al formato tradicional y consultar con algún autor autoeditado.
- Otro eslabón de la cadena: las librerías: Conocer un poco más de cerca la labor de las librerías, desde la distribución, los costos, la devolución de ejemplares, etc.
- Literatura juvenil: Explorar sobre este género literario, viendo la popularidad que ha alcanzado en España y entrevistas a algún autor de literatura juvenil.



### 3. Marco teórico

#### 3.1 ¿Qué es un podcast?

Para comenzar con lo más básico, es necesario dar una definición de podcast. El investigador y creador de nuevas fórmulas radiofónicas, Iván Tenorio, define el podcast de la siguiente forma: “Es un archivo de audio digital identificado con una etiqueta RSS y es el producto resultado del podcasting” (Tenorio, 2008, p.11).

Para entender mejor la definición de este término también hace falta explicar otras palabras utilizadas en la misma:

- Las siglas RSS corresponden al término inglés *Really Simple Syndication*, o *Feed RSS*. Este es un recurso que se emplea para poder difundir contenidos a tiempo real basado en el lenguaje XML. En los archivos XML se encuentran todos los datos que están relacionados con el contenido del sitio, por ejemplo, el autor, la descripción, los enlaces e imágenes. Para resumir de una forma más sencilla, la función del sistema RSS es proporcionar actualizaciones a un sitio web o blog dentro de un “feed” parecido a los empleados en las redes sociales (Mafra, 2020).
- Iván Tenorio también define el término podcasting de esta manera (Tenorio, 2008, pp. 11-15):

“Es la acción desarrollada para generar podcast. El podcasting nos permite crear contenidos de audio y mediante un sistema de sindicación RSS suscribirnos, con el fin de descargarlos de forma periódica y automática”

“Entendemos el podcasting como una de las distintas vías de desarrollo fruto de la evolución lógica del lenguaje radiofónico, de esta manera, se suman nuevos conceptos a los ya establecidos, obtenidos del resultado de la sinergia con los nuevos formatos TIC”

En conclusión, un podcast es un archivo digital de audio que se distribuye gracias al sistema RSS que se utiliza también en redes sociales y que se difunde por internet con el fin de llegar a los oyentes para que puedan descargarlo o, como se verá más adelante, puedan escucharlo online en diferentes plataformas hoy día.

Sin embargo, esta es solo una de las muchas definiciones que se le atribuye a la palabra podcast. Virginia Aguayo López, doctora por la Universidad de Málaga, considera que ese formato es algo diferente (Aguayo, 2015, p.55):

“Audio más sindicación. Es decir, un fichero de audio al que se le incluyen unas etiquetas que permiten la sindicación de dicho archivo, para que, así, el usuario pueda suscribirse y recibir en su gestor de suscripciones los nuevos episodios que se vayan distribuyendo de los podcasts que ha seleccionado”.

### 3.2. Nacimiento y evolución

Los años finales del siglo XX y el inicio del siglo XXI fueron testigos de un gran auge de las tecnologías. El año 2000 estuvo marcado por la amenaza que al final no llegó a nada del “apagón tecnológico”, en el que se temía que, por el principio del nuevo siglo, los ordenadores marcaran el año como 00 y se regresara así a 1900. Esquivada esta posible catástrofe y retroceso de las TICs, esta nueva década fue testigo de grandes cambios y mejoras en ámbitos como los videojuegos, la programación o la telefonía, y en cuanto a la comunicación se refiere, no iba a ser menos.

La primera vez que aparece el término podcasting para el público es en el año 2004 en el periódico británico *The Guardian*. El periodista Ben Hammersley bautiza con ese nombre al proyecto que creó y llevó a cabo desde el año 2000 Dave Winner, un empresario y desarrollador de software estadounidense, y que culminó en el 2004 con la producción de su propio podcast. A su vez, en octubre de ese mismo año, se publica el primer podcast en español, *Comunicando*, del periodista José Antonio Gelado, abriendo así la veda en el país a este nuevo medio para transmitir información (Tenorio, 2008, pp. 9-10).

Además, la palabra podcast no aparece por casualidad. Atendiendo a sus sílabas por separado, surge de la unión de *ipod* y *broadcasting*. Por un lado, “pod” haciendo mención a *ipod*, ya que Apple fue una de las primeras potencias tecnológicas que apoyó el lanzamiento de los podcast, proporcionándole a los usuarios un lector portátil en el que descargar ficheros de audio para luego poder reproducirlos y escucharlos. En cuanto a esta sílaba también se ha encontrado que viene de una contracción de *portable device* (que significa reproductor portátil). Y, por el otro, “cast” o “casting”, que forma parte del término inglés *broadcasting* y que puede traducirse como transmisión o radiodifusión. De este modo, ambas palabras juntas hacen referencia a este recién formato creado (Tenorio, 2008, pp. 9-10).

Aunque en sus inicios, como ya se ha comentado, fue la marca Apple la que más relacionada estaba con el mundo de podcasting, no fue, ni es hoy día, algo exclusivo de esta empresa. Sin embargo, se le hace especial mención, ya que durante muchos años, los ipod fueron los reproductores digitales por excelencia para los podcast, pudiendo sincronizarse con la aplicación de iTunes en los ordenadores, posibilitando acceder a los archivos de audio que había en el ordenador desde el ipod, y viceversa (Tenorio, 2008, pp. 9-10).

Actualmente, ya no es necesario descargarse el archivo del podcast para poder escucharlo. Ahora mismo, el podcast está en su etapa de escucha online. Con el avance de la tecnología, han surgido multitud de plataformas online en las que los creadores pueden alojar su podcast y difundirlo por internet. Este término tiene un significado literal. Para que un podcast llegue a la red y a plataformas para escucharlo, antes hay que alojarlo. Alojar un podcast, o *hosting*, es un servicio online que permite a los usuarios publicar una página web, una aplicación o, en este caso, un podcast. Es decir, para subir un podcast, antes se tiene que comprar un espacio en internet donde poder alojarlo. El *hosting* permite, además de esto, otras funciones esenciales: Almacenar el podcast, proporcionar un feed RSS (dotar de ubicación al podcast dentro de la

plataforma en la que se encuentre alojado), dar información sobre las descargas que tiene el archivo, y ayudar en el proceso de colocar el podcast en plataformas online para ser escuchado por los usuarios (Borrero, 2022).

Una vez llevado a cabo todos estos pasos, el podcast se distribuye por las diferentes plataformas que existen en internet donde se suben archivos de audio, aunque no estén especializadas solo en podcast. Las más conocidas y utilizadas que sean gratuitas son las siguientes: Spotify, SoundCloud, Ivoox, Apple Podcast, Google Podcasts, Anchor, Spreaker, MixCloud y TuneIn, entre otras (Borrero, 2022).

### **3.3. Tipos de podcast**

No hay un solo tipo de podcast. Los podcast van desde temáticas generales a temas más específicos, y con duraciones diferentes. En sus inicios, la duración media de los podcast oscilaba entre los 8 y los 14 minutos, pudieron llegar a la media hora. Sin embargo, hoy día se pueden encontrar podcast de hasta una hora o más de duración (Tenorio, 2008, p. 23).

Dependiendo de los distintos expertos del tema, pueden encontrarse varias clasificaciones de podcast. De nuevo, Iván Tenorio distingue entre dos clasificaciones posibles, aunque no se cierra a que existan más:

- Por una parte, toma de referencia y comparación la clasificación de programas del medio radiofónico, por el parecido y la relación que guardan estos dos medios, la radio y el podcast. En ella, diferencia ocho grandes grupos, atendiendo al tipo de contenido que traten (Tenorio, 2008, pp. 23-27):
  - Informativos
  - Magazines
  - Musicales
  - Deportivos
  - Culturales
  - Dramáticos
  - Temáticos
  - Infos y audios
  
- Por otra parte, hace una identificación de tipos de podcast según su financiación, en la que vuelve a englobar los podcast en ocho grupos (Tenorio, 2008, pp. 31-34):
  - Comerciales
  - Gubernamentales
  - Municipales
  - Culturales y/o comunitarios
  - Escolares y universitarios

- Personales o de autor
- Espejos
- Educativos

No solo son autores los que investigan sobre los podcast. También lo hacen muchas empresas y organizaciones dedicadas al ámbito de la comunicación, educación y otras ramas sociales y culturales, además de pertenecer a diferentes países. Por ejemplo, la entidad de radio y televisión pública de Colombia, RTVC Sistema de Medios Públicos, realiza la siguiente taxonomía dentro del mundo del podcasting:

- Podcast de entretenimiento
- Podcast de información
- Podcast de formación
- Podcast de entrevistas
- Podcast grupal en formato conversacional
- Podcast diario
- Podcast de ficción
- Podcast periodístico o de investigación
- Programa de radio en diferido

Una clasificación muy interesante que hace Crehana, una plataforma muy popular de cursos online especializados en categorías creativas y digitales, es según la técnica que se utilice. Es decir, depende del formato en el que se presente el programa al público. El más frecuente es encontrar el podcast en audio, normalmente en formato MP3, pero dentro de esta categoría hay otras variantes:

- Vídeo: También conocido como video podcast o videocast. Combinan tanto audio como vídeo. Pueden tener una imagen fija con un audio de fondo, ser una grabación en vídeo del podcaster, o bien un audio acompañado de imágenes sincronizadas que vayan cambiando (a estos últimos se les llama podcast mejorados). Suelen encontrarse en formato MP4.
- Screencast: Estos tipos de programas consisten en grabar la pantalla del ordenador con un audio explicativo de fondo, a modo de tutorial.

Para concluir este apartado, se ha comprobado que hay muchas maneras diferentes de catalogar un podcast, e incluso algunas coinciden. Sin embargo, bastantes de estos tipos no son únicos y excluyentes, pudiendo unirse o mezclarse categorías entre sí, por ejemplo, un podcast informativo de deportes, un podcast de entrevista del ámbito cultural, un videocast de entretenimiento, etc.

### **3.4. Historia contemporánea de la industria editorial española**

Para tratar la evolución más reciente y significativa de la industria editorial en España, hemos partido desde el punto de inflexión que sufrió el país en el panorama literario desde finales del primer tercio del siglo XX, centrándose en la posguerra y la dictadura franquista.

El mundo editorial español lo tuvo muy difícil para salir del estancamiento que dejó la Guerra Civil, al igual que prácticamente todos los ámbitos del país, y no consiguió levantar cabeza hasta, al menos, la década de los cincuenta. Desde los años cuarenta, este sector tuvo que enfrentarse a multitud de problemas a consecuencia de la autarquía de mercado que adoptó el Estado como sistema económico, tales como la escasez de papel, frecuentes cortes de electricidad que se producían, falta de renovación de equipos, control de divisas y licencias de importación y una fuerte censura a nivel estructural que se extendió y arraigó de forma muy sólida tanto en libros como en prensa. Todo esto provocó que los avances que los editores vivieron en las primeras cuatro décadas del siglo se vieran truncados y sufrieran un retroceso que los obligó a tener que adaptarse a la nueva situación que los rodeaba (Martínez, 2015, pp. 231-387).

El gremio editorial estaba repartido en torno al 80% entre Madrid y Barcelona y experimentó un aumento de más de un centenar de editores de la década de los 40 a los 50. La capital del país fue la zona predilecta de los profesionales vinculados al ámbito de las letras desde antes de la guerra debido, entre otros factores, a una mayor facilidad para la difusión de libros y textos impresos, además de ser una zona de referencia a nivel intelectual y académico. Sin embargo, Barcelona fue otro de los focos literarios por su vinculación a elementos técnicos de las artes gráficas, como la encuadernación, la imprenta, la litografía, etc. Se pasó de un escenario literario de preguerra organizado y estructurado en sociedades anónimas a editoriales pequeñas, bien familiares o llevadas por una sola persona (Martínez, 2015, pp. 231-387).

Los libros que se publicaban no podían salir a mercados externos, y muchos de estos productos finales se caracterizaban por haber sido hechos a través de trabajo manual y procedimientos artesanales de imprenta y encuadernación, al imperar en el país una falta de industrialización y muchas dificultades para obtener las licencias necesarias para renovar la maquinaria de imprenta. A pesar de que sí existían ciertas publicaciones con una estética más pulcra y cuidada, la mayoría contaban con un acabado un tanto burdo y rústico. Esto fue cambiando poco a poco a partir de la década de los 60 con el derribo paulatino de la autarquía del Estado, lo que permitió que los libros fueran llegando fuera del país, empezando por América Latina (Martínez, 2015, pp. 231-387).

A todo esto hay que sumarle no solo la falta de recursos, sino la falta de autores. El exilio jugó un papel muy importante a la hora de esta crisis de las letras, ya que muchos escritores, profesores o periodistas tuvieron que partir del país para poder seguir desarrollando su profesión de forma libre, y los pocos que quedaron estaban al servicio del Estado. Al final, la actividad editorial se vio entorpecida al no contar apenas con productos literarios nacionales que la mantuvieran. Por ello, a partir de los años 40, la industria editorial se sustentó, en gran

parte, de traducciones, aunque estas no estaban libres de controles antes de su publicación. Además de tener que pasar por el filtro de la censura, otro mecanismo por el que tenía que pasar era el Servicio de Inspección de Traducciones, creado en 1942 que, en resumen, era otro tipo de censura específica para obras extranjeras. Durante este tiempo, los libros que más se traducían eran literatura contemporánea y de lengua inglesa (Martínez, 2015, pp. 231-387).

Desde luego, los editores y libreros no se quedaron de brazos cruzados, y sus presiones dieron sus frutos en 1946 con la Ley de Protección del Libro Español. Esta nueva ley benefició más al sector editorial comercial, dejando de lado a aquellos que veían los libros como un producto al servicio del Estado. También se consiguió gracias a esta ley un abaratamiento del precio del papel y de los libros finales y ciertas autorizaciones para importar cupos de papel que estuvieran libres de aranceles para ediciones fuera del país (Martínez, 2015, pp. 231-387).

En los años 60 volvieron con fuerza los negocios familiares editoriales que se transformaron en las editoriales organizadas en sociedades anónimas. En 1957, el Instituto Nacional del Libro Español (INLE) llevó a cabo una guía en la que se recopilaba de forma detallada la situación de los editores, y quedaba demostrada su evolución cuantitativa, contando con 928 empresas del sector editorial. Algo más de la mitad (el 55,3%) seguían siendo empresas pequeñas y de carácter individual, aunque como se mencionó antes, también crecieron las sociedades anónimas. En la cifra global se incluían muchas editoriales públicas, con tan solo un 18% del total todavía afines al Estado (Martínez, 2015, pp. 231-387).

En este tiempo, el contenido de las publicaciones era muy heterogéneo. Las editoriales trabajaban bajo la norma de “todo tipo de publicaciones” hasta que se empezó a afianzar la especialización en la década de los 60. Los temas de los que más se publicaba eran libros religiosos, una temática segura y ligada a la época al pertenecer España a una situación política nacionalcatólica, y también se publicaban novelas. Estos dos géneros fueron los únicos que superaron los más de cien editores. Entre 1955 y 1960 fue donde nacieron algunas de las editoriales que se siguen manteniendo hoy día, como Plaza y Janés, Taurus, Alianza editorial o Santillana. A su vez, se retomó el debate de antes de la guerra de los dos tipos de editores que existían (algo que se puede rescatar también a día de hoy): Por una parte, se encontraban los editores intelectuales, aquellos que se preocupaban más por la calidad y el contenido del texto que del mercado. Por otra parte, estaban los editores comerciales que, como indica su nombre, otorgaban más importancia a la oferta. Es decir, el éxito de un libro no dependía de la elección del editor ni el autor, sino del público (Martínez, 2015, pp. 231-387).

Los años 70 fueron un periodo de transición para todo el país, en todas sus facetas. Aunque la censura seguía siendo una realidad, se llevaron a cabo reformas que impulsaron la paulatina desaparición de la represión en la literatura. La Ley de Prensa de 1966 fue derogada en esta década, consiguiendo mayor libertad de expresión también para las editoriales. Gracias a esto, además, se pudieron publicar obras que anteriormente, debido a la dictadura, estaban prohibidas, tratando temas políticos y sociales de una forma más abierta. También, aumentó el surgimiento de nuevas editoriales y la internacionalización de libros españoles, llevándolos al extranjero. Continuó la tendencia de dejar atrás los negocios familiares, transformándose en

grandes empresas. El panorama editorial se dividió en dos grupos: los grandes grupos editoriales y los pequeños. Se emprendió una adaptación de las editoriales a las nuevas condiciones que demandaba España y el mercado internacional. Tuvieron lugar los primeros pasos del éxito que suponía concentrar a empresas en grupos, como Anaya, Santillana y Planeta, los cuales terminaron consolidando una hegemonía en los años 80, absorbiendo otras editoriales. Otras editoriales, sin embargo, no tuvieron tanta suerte en este nuevo modelo de negocio, como Salvat, Sopena o Aguilar (Martínez, 2015, pp. 231-387). En estos años, además, resurge la llamada metaficción, cuyos antecedentes se encuentran en Cervantes y Unamuno, y dos géneros literarios fueron los que más llamaron la atención tanto de lectores como de escritores: la novela histórica y la novela policíaca.

A finales de los 70 y principios de la década de los 80, la sociedad española quería dejar atrás el pasado y llevar a cabo una reestructuración con la llegada de la democracia al país. Este deseo de cambiar también se aplicó en el mundo literario. Esto trajo consigo una mayor libertad de expresión, un levantamiento total de las restricciones previas en el sector y la consolidación de grandes grupos editoriales: Planeta y Santillana, mencionados anteriormente, e irrumpió en el panorama Random House Mondadori. Se comenzó a hablar de una nueva generación de escritores españoles denominada *la nueva narrativa española de los 80*. Fue la época en la que aparecen autores como Rosa Montero, Almudena Grandes y Antonio Muñoz Molina (Paleologos, 2012, pp. 480-482), y el autor Ramón Acín define esta época de la siguiente forma (Acín, 1990, p. 91):

“El momento inicial de la aceptación narrativa y también el despegue editorial de este género; momento que coincide, además, con el movimiento pendular hacia lo imaginativo, hacia lo lúdico y, por el contrario, con la huida de toda teorización”.

Si algo caracterizó al mundo editorial en los años 90 fue la digitalización y la llegada de Internet. Brindaron nuevas oportunidades para la producción, distribución y comercialización de libros. Esto supuso un proceso de mercantilización, lo que define, en general, el panorama literario de los años 90. Tuvo lugar un proceso de concentración editorial, como ya venía sucediendo en las décadas anteriores, en las que las editoriales más poderosas económicamente absorbieron a pequeñas editoriales. El mercado en esta época se encontraba dominado por 4 grandes grupos editoriales: Planeta, Bertelsmann (con la editorial Penguin Random House), Anaya y Santillana. Entre ellos, contaban con más de la mitad de la facturación anual de la edición del país. Se llevó a cabo también un proceso comercial que se caracterizó por querer potenciar formas alternativas de comercialización de libros. Y no podemos olvidarnos de la implantación, poco a poco, de las nuevas tecnologías, ya que estas contaron con un papel relevante tanto en el proceso de creación como en la producción y en la venta de las obras literarias. Se consolidaron como formas de promoción editorial las ferias del libro y los premios literarios, como Planeta, Nadal, Alfaguara o Espasa, entre otros. Todo esto conllevó a la consideración del libro como un producto de temporada y al mercado editorial como un mercado de novedades. La literatura en estos años, y una tendencia que seguirá posteriormente en el siglo XXI, será la denominada literatura *Kleenex*. Esto quiere decir que los libros se

convirtieron en un producto mercantil con fecha de caducidad, de consumo rápido (Martín, 2001, pp. 179- 194).

Para sintetizar todas las características de estos años, podemos concluir que, en los 90, por un lado, se ampliaron el número de títulos editados, hubo una aceleración del proceso editorial y, por tanto, un acortamiento de la vida de los libros, ya que imperaban los autores best-sellers, y se siguieron desarrollando las ediciones de bolsillo. Por otro lado, surgieron nuevas formas de comercialización como la venta a crédito, venta por catálogo y club del libro, además de la venta electrónica gracias a las nuevas tecnologías. Por último, renacieron, de nuevo, géneros como el policíaco y el histórico, se popularizaron otros como el romántico y el erótico, y se extendió el concepto de literatura como un producto de entretenimiento (Martín, 2001, pp. 179-194).

### **3.5. Panorama actual de la industria editorial española**

Actualmente, hay una gran diversidad de géneros literarios en el mercado desde que comenzaron a surgir en la década de los 90. Si hay algo que caracteriza a la industria editorial en España del siglo XXI son los nuevos modelos de negocio que existen, dejando atrás una única forma de poder publicar un libro. La autoedición, el *crowdfunding*, las ventas directas o los audiolibros son algunos de estos. También la sostenibilidad en el papel juega un papel fundamental en la publicación de libros y se toman medidas que sean respetuosas con el medioambiente, como usar papel certificado con sello FSC (el sello FSC certifica que se garantiza que los recursos forestales se gestionen de forma correcta), que la fibra del papel que se utiliza venga de bosques gestionados de manera sostenible o, en general, la ecoedición, de la que incluso existen manuales de ecoedición del Ministerio para la transacción ecológica (Coalla, 2021).

En cuanto al panorama editorial, está encabezado por los dos grandes grupos editoriales del país: grupo Planeta y Penguin Random House. El director de la feria del libro de Madrid del año 2021, Manuel Gil, señaló que en España existen 2700 editoriales y que se publican alrededor de 80000 títulos al año. Sin embargo, el resto de las editoriales que no pertenecen a estos grupos son las que tienen menor facturación. Consultando las páginas web tanto de Planeta como de Penguin Random House, vemos que manejan 91 sellos de las 2700 editoriales españolas y, aún así, son líderes en el mercado. Esto es debido a que muchas de las editoriales que son independientes se encargan de publicar libros de géneros menores, como la poesía o el teatro, o se especializan en nichos no considerados por las grandes editoriales, publican a autores no tan conocidos o que son noveles y dedican más tiempo al cuidado de la edición al publicar un número más bajo de libros al año (Coalla, 2021).



## **4. Proceso de creación**

### **4.1. Tipo de TFG**

Lo primero que hicimos fue elegir qué tipo de trabajo de fin de grado íbamos a realizar. En la charla informativa que tuvo lugar en la facultad nos explicaron los tres tipos de TFG que se podían hacer. El primero y más común era un TFG de investigación, en el que se investiga en profundidad sobre un tema. La segunda opción se trataba de un trabajo de creación, que consiste en crear un proyecto propio, como indica su propio nombre, creativo (por ejemplo, un reportaje, un fotorreportaje, un podcast, etc) junto con una memoria justificativa de dicho trabajo. El último consistía en una revisión bibliográfica o recopilación.

Nos hemos decantado por un TFG creativo tras analizar los pros y los contras de cada tipo, sumado a los gustos personales en cuanto a la hora de trabajar. Un trabajo de creación nos ofrecía más libertad a la hora de tratar el tema, y de una forma más cercana y atractiva para el público.

En cuanto a qué tipo de proyecto crear, mi tutor nos ha ayudado mucho. Comentando qué tipo de trabajos se me daba mejor y qué cualidad tenía, nos propuso hacer un podcast en la primera tutoría que tuvimos, ya que este curso hemos estado locutando en un programa de radio de la facultad, y nos gustó mucho la idea.

### **4.2. Elección del tema**

El tema sí lo hemos tenido bastante claro desde el principio. Soy una gran amante de la literatura, y tenía claro que, sí o sí, mi TFG iba a estar relacionado con el mundo literario. Me interesa mucho la industria editorial y creo que en realidad pocas personas saben cómo funciona por dentro, por lo que, en un inicio, la planeación del podcast consistió en varios capítulos cortos que tuvieran que ver con este tema. Sin embargo, con la ayuda de mi tutor, acabamos puliendo lo que no cuadraba bien de la idea inicial, hasta concluir en realizar un solo capítulo más largo a modo de episodio piloto, con la misma temática.

### **4.3. Contacto con las fuentes**

El capítulo del que se compone el trabajo es un programa tipo tertulia con varios invitados a la vez. Para empezar a contactar con estas fuentes, primero hicimos una búsqueda de editoriales con sede en Sevilla, para que pudieran acudir de forma presencial a grabar a los estudios de radio de la facultad.

Comenzamos a contactar, a través de correo electrónico, con las diferentes editoriales para traer a dos editores que trabajaran en empresas distintas. Los primeros mensajes los enviamos sobre mediados de abril para evitar la Semana Santa, pero luego pilló la semana de feria, por lo que las respuestas tardaron en llegar.

La primera editorial con la que contactamos fue la editorial Barret. Fueron, también, los que más rápido contestaron.

- Editorial Barret: [manuel@editorialbarrett.org](mailto:manuel@editorialbarrett.org)

Mandamos otro correo a la editorial Ediciones en Huida, pero hasta el día de hoy, no hemos recibido respuesta.

- Ediciones en Huida: [eeh@edicionesenhuida.es](mailto:eeh@edicionesenhuida.es)

Contactamos con el editor y librero Fran Nuño, dueño de la editorial y librería Nuño, a través de correo electrónico, y más tarde por teléfono. Sin embargo, por cuestión de horario, no pudo participar al final.

- Fran Nuño: [nunoeditorial@gmail.com](mailto:nunoeditorial@gmail.com)

Al final, la segunda editorial que estuvo disponible y dispuesta a participar en el podcast fue editorial 16.

- Editorial 16: [info@editorialdieciseis.com](mailto:info@editorialdieciseis.com)

Por otro lado, contactamos con dos autoras que han publicado sus libros con una editorial pequeña a través de instagram, para conocer desde otro punto de vista la industria editorial independiente.

Primero le escribimos un mensaje directo a Susana Quirós, autora de *La sombra de nosotros*, publicada por ediciones Labnar, y lamentablemente nos comunicó que no podría participar por cuestiones de disponibilidad en esa fecha.

- Susana Quirós: unadevoralibros

Al no tener resultado, contactamos con la que por fin iba a ser la tercera invitada, Alba Reina, autora del poemario *Sueños de Bohemia*, publicado por la editorial Talón de Aquiles.

- Alba Reina: albareinarr

#### **4.4. Grabación y edición**

Para la grabación del podcast reservamos el estudio de radio 1 de la Facultad de Comunicación con una semana de antelación, para el día viernes 12 de mayo, a las 17h. Los invitados llegaron puntuales, incluso algo antes de la hora fijada, y subimos al estudio de radio. Una vez probado todos los micrófonos, nos pusimos a grabar el podcast del tirón. Fue una conversación fluida, sin cortes en directo y muy cómoda que duró unos 45 minutos.

A la hora de la edición, empleamos el programa *Audacity*. La primera vez que empezamos a editar utilizamos el programa *Davinci Resolve* ya que, a pesar de ser un programa de edición de vídeo, es con el que más familiarizada estábamos. Sin embargo, al terminar la edición, falló la exportación del archivo, y se nos borró. Por eso, decidimos probar con otro programa muy popular para editar solo audio, y que nos fue a la perfección.

#### 4.5. Resultado final

Para poder escuchar el programa, basta con buscar el nombre del podcast en la barra de búsqueda, o escanear el siguiente código de incrustación con la cámara desde la app de *Spotify*:



## 5. Retos y dificultades

La mayor dificultad a la que nos hemos tenido que enfrentar a la hora de realizar este trabajo de fin de grado ha sido, sin duda, todo lo que ha englobado la parte práctica del proyecto: El podcast en sí.

No es la primera vez que hemos grabado un programa en formato audio. Aunque teníamos algo de experiencia locutando en estudios, la edición del producto en bruto y manejar la mesa de sonido no es algo en lo que tuviéramos mucha práctica. Sin embargo, gracias a los conocimientos adquiridos a lo largo de la carrera hemos podido presentar el trabajo sin problema.

Nos ha resultado bastante complicado poder llevar a cabo el programa piloto que se ha presentado. Decidimos traer a más de una persona al primer programa para que no fuera el típico formato de entrevistador y entrevistado, y así hubiera más puntos de vista y una tertulia de varios profesionales del sector, dando una visión más amplia y enriquecedora del tema. Por una parte, estaban las personas/editoriales que no nos contestaban a los correos para participar, o que lamentablemente no podían por disponibilidad. Por otra, teníamos que cuadrar a los invitados confirmados en cuanto al día y la hora de grabación. Hasta que uno no nos confirmaba personalmente que podía en esa fecha o no, no podíamos preguntárselo al otro, o teníamos que retractarnos del mensaje que habíamos enviado, mandando otro con la nueva información hablada con el otro invitado.

En esto último influyó otro factor, y fueron las fiestas de la ciudad. Que coincidieran en Sevilla la Semana Santa y la feria prácticamente una detrás de otra, con tan solo una semana entre medias, dificultó las contestaciones, ya que la gente estaba de vacaciones. Por tanto, tuvimos dos semanas menos para ponerme en contacto con los posibles invitados.

Como pequeño bache, estuvimos muy indecisos sobre qué nombre ponerle al podcast. De hecho, grabamos tres introducciones con tres nombres diferentes, hasta que nos decantamos por *La estantería de Laura* al final del proyecto.

Otro de los retos fue al principio. Llegamos con una idea clara de la temática del trabajo, pero en cuanto se la expusimos al tutor, se nos descuadró todo. La idea general se mantuvo, que era hacer un podcast de literatura, pero tuvimos que, con su ayuda, volver a reestructurar todo lo que tenía pensado en cuanto al desarrollo del primer episodio grabado hasta alcanzar el resultado final, del cual hemos acabado muy satisfechos.

Por último, compaginar el trabajo de fin de grado con el resto de asignaturas teóricas de la carrera ha sido agobiante. En el segundo cuatrimestre hemos estado realizando las prácticas en empresas durante los meses de abril y mayo, lo que nos quitaba todo el tiempo que podría haberle dedicado al trabajo por las mañanas, además de tener varios días a la semana clases por

la tarde. Sin embargo, siempre encontrábamos un hueco para ponernos, y al final, organizándonos bien, hemos podido terminar con éxito.

## 6. Conclusiones

Para exponer las conclusiones obtenidas en el trabajo, las hemos dividido en dos grupos:

Primero, comentaremos las relacionadas con el proyecto general: el podcast. Hemos podido comprobar que grabar un podcast, a pesar de ser un formato más libre que la radio tradicional, requiere también de unos conocimientos técnicos previos, de una preparación a conciencia, de tiempo y de mucha dedicación y constancia para que el proyecto salga adelante. Conocimiento previos, por ejemplo, a hora de grabar en el estudio y para editarlo después; preparación a conciencia en relación a tener muy clara la estructura y cómo realizar el podcast, que no se escapara ningún detalle que pudiera generar confusión tanto para la autora como para los oyentes; tiempo al contactar con las fuentes, cuadrar horarios y buscar información; y dedicación y constancia para que el proyecto no se estancara ni se perdiera el hilo de todo lo planificado.

El objetivo principal del trabajo era realizar un capítulo piloto con el fin de ver si el podcast tendría futuro para grabar más episodios y convertirlo en un proyecto a medio o largo plazo. El capítulo se grabó, se editó y se subió a *Spotify*, por lo que ahí está. Sin embargo, todavía es pronto para pronosticar su futuro, aunque la base y los primeros pasos se han conseguido. Otro de los objetivos que nos proponíamos alcanzar era difundir otros contenidos relacionados con la literatura además del que se trata en el capítulo piloto. Este objetivo realmente no se ha podido cumplir en el proyecto presentado, ya que es algo con miras al futuro y tendría que verse más adelante si se siguiera con el podcast. Así que, digamos que es un objetivo que hemos querido plantear, al igual que la viabilidad del proyecto, a largo plazo, y que hasta que no se graben más capítulos, no podremos determinar si lo hemos alcanzado. Sin embargo, sí hemos plasmado en el trabajo las futuras propuestas de esos siguientes capítulos.

Vamos a pasar ahora a las conclusiones que hemos obtenido de la grabación del capítulo piloto. En un ejercicio de autocritica, debemos comentar una serie de fallos que hemos encontrado en el resultado final del episodio. Por un lado, ha faltado cierta documentación sobre las editoriales independientes. Hemos investigado acerca de la industria editorial española y su evolución a partir de la posguerra de la Guerra Civil, y sobre las actuales editoriales que existen. Sin embargo, aunque consideramos que esos datos eran importantes para tener un contexto de la industria en general, al final no eran muy relevantes para la tertulia del capítulo piloto. Hubiera sido más acertado informarnos sobre, por ejemplo, el número de editoriales independientes que hay en España y datos sobre el porcentaje de libros que sacan al año, la distribución en librerías, etc, además de contactar con más fuentes aparte de las entrevistadas, ya que no se puede extrapolar la situación y opinión de tres invitados a un panorama nacional, ni siquiera local.

No obstante, también hemos aprendido mucho con este capítulo. Hemos podido hablar con profesionales del sector, aunque se haya quedado un poco en experiencias personales, pero nos han dado su punto de vista y sus vivencias como editoriales independientes y como autora que ha publicado con una editorial pequeña. Han contado las dificultades que se han encontrado, y

siguen encontrándose, en el mundo editorial, y sus opiniones al respecto. De nuevo, aunque con solo tres testimonios no se pueda formar una opinión general de la situación de las editoriales independientes, hemos tenido una pequeña aproximación de este sector.

Para terminar, planteamos para futuros programas una serie de mejoras para enriquecer el podcast y sus contenidos, como recabar más datos de la temática de cada capítulo y planear mejor si se van a realizar otras entrevistas, precisamente haciendo uso de esos datos. También sería interesante grabar los capítulos como falsos directos, lo que permitiría añadir otro tipo de contenidos, por ejemplo, encuestas. Esto haría que los programas fueran más completos y dinámicos.

## 7. Referencias

- Albalá, C. Á. (2019, diciembre 30). *20 años del Efecto 2000: el apocalipsis digital que pudimos evitar*. El Independiente.  
<https://www.elindependiente.com/futuro/gadget/2019/12/30/20-anos-del-efecto-2000-el-apocalipsis-digital-que-pudimos-evitar/>
- Coalla, L. M. (2021, septiembre 24). *Un breve retrato del panorama editorial actual*. El blog de Nora Helmer. <https://elblogdenorahelmer.com/2021/09/24/un-breve-retrato-del-panorama-editorial-actual/>
- *Conócenos*. (2021, octubre 7). Penguin Random House Grupo Editorial.  
<https://www.penguinrandomhousegrupoeditorial.com/sobre-nosotros/conocenos/>
- *¿Cuáles son los grandes grupos editoriales en España? ¿Cómo se reparte el sector?* (2021, febrero 18). ediciones en el mar.  
<https://www.edicionesenelmar.com/blog/cuales-son-los-grandes-grupos-editoriales-en-espana-como-se-reparte-el-sector/>
- *¿Cuáles son los tipos de podcast que existen?* (2022, mayo 24). RTVC Sistema de Medios Públicos. <https://www.rtv.gov.co/tipos-de-podcast-existen>
- de los Monteros, M. J. E. (2020, octubre 16). *El imparable auge del 'podcast'*. Ediciones EL PAÍS S.L.  
[https://elpais.com/elpais/2020/10/09/eps/1602258181\\_939048.html](https://elpais.com/elpais/2020/10/09/eps/1602258181_939048.html)
- *Editorial Penguin Random House*. (s/f). Letrasdeencuentro.es. Recuperado el 17 de mayo de 2023, de <https://www.letrasdeencuentro.es/envio-manuscritos-penguin-random-house-mondadori>
- *Editorial Planeta*. (s/f). PlanetadeLibros. Recuperado el 17 de mayo de 2023, de <https://www.planetadelibros.com/editorial/editorial-planeta/8>



- *El auge del podcast: una nueva forma de contar historias.* (2021, abril 14). ttandem.com; TTANDEM. <https://www.ttandem.com/blog/el-auge-del-podcast-una-nueva-forma-de-contar-historias/>
- Gil, E. L. (2018, diciembre 5). *¿Quién es y qué significan las siglas FSC?* Embutidos Luis Gil. <https://www.embutidosluisgil.com/blog/2018/12/quien-es-y-que-significan-las-siglas-fsc/>
- Heb, A. (2020, junio 25). *Silvia Viñas: “El podcast es una oportunidad para llegar a lectores jóvenes, que quizá no compran el diario ni visitan los sitios tradicionales”.* Laboratorio de Periodismo Luca de Tena; Fundación Luca de Tena - Laboratorio de Periodismo. <https://laboratoriodeperiodismo.org/silvia-vinas-el-podcast-es-una-oportunidad-para-llegar-a-jovenes-que-no-compran-el-diario-ni-visitan-los-sitios-tradicionales/>
- *Las 25 mejores plataformas para alojar tu podcast.* (2022, enero 3). Mundo Podcast. <https://mundopodcast.es/alojar-tu-podcast/>
- *Los formatos de podcasts más utilizados.* (2019, julio 15). Periodismo . com. <https://www.periodismo.com/2019/07/15/los-formatos-de-podcasts-mas-utilizados/>
- López de Abiada, J. M et al. (2001). *Entre el ocio y el negocio: industria editorial y literatura en la España de los 90.* Madrid, Verbum.
- Mafra, É. (2020, abril 9). *Feed RSS: descubre cómo este recurso de difusión puede ayudarte a interactuar con la audiencia de tu blog.* Rock Content - ES; Rock Content. <https://rockcontent.com/es/blog/feed-rss/>
- *Manual de ecoedición.* (s/f). Gob.es. Recuperado el 31 de mayo de 2023, de <https://www.miteco.gob.es/es/ceneam/recursos/materiales/manual-ecoedicion.aspx>
- Martín, J. A. M. (Ed.). (2015). *Historia de la edición en España (1939-1975).* Marcial Pons, Ediciones de Historia.

- *No title.* (s/f). Google.com. Recuperado el 31 de mayo de 2023, de [https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&ved=2ahUKEWjz4t6GoKD\\_AhXLcKQEHRG9A14QFnoECAoQAQ&url=https%3A%2F%2Fwww.unex.es%2Festudiar-en-la-uex%2Fotras-propuestas-formativas%2Fmayores%2Farchivos%2Fficheros%2FT11.Narrativadesdelos70.pdf&usg=AOvVaw0CyMcsCMva4ZJSah5hbGJb](https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&ved=2ahUKEWjz4t6GoKD_AhXLcKQEHRG9A14QFnoECAoQAQ&url=https%3A%2F%2Fwww.unex.es%2Festudiar-en-la-uex%2Fotras-propuestas-formativas%2Fmayores%2Farchivos%2Fficheros%2FT11.Narrativadesdelos70.pdf&usg=AOvVaw0CyMcsCMva4ZJSah5hbGJb)
- Tenorio. (2008). *Podcast. Manual del podcaster*. Marcombo, ediciones técnicas.
- Razón, L. (2015, enero 31). *Planeta, el mayor grupo editorial y de comunicación*. La Razón. <https://www.larazon.es/cultura/planeta-el-mayor-grupo-editorial-y-de-comunicacion-BC8602726/>
- *Request Rejected.* (s/f). Unesco.org. Recuperado el 17 de mayo de 2023, de <https://es.unesco.org/courier/2020-1/podcast-radio-reinventada>
- (S/f-a). Org.mx. Recuperado el 17 de mayo de 2023, de [https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0187-358X2022000100009](https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0187-358X2022000100009)
- (S/f-b). Thesocialmediafamily.com. Recuperado el 17 de mayo de 2023, de <https://thesocialmediafamily.com/mejores-plataformas-podcasts/>
- *Un cuarto de siglo de la aparición de la nueva narrativa española de los 80.* (s/f).
- *¿Qué tipos de podcast existen en la actualidad?* (s/f). <https://www.crehana.com>. Recuperado el 17 de mayo de 2023, de <https://www.crehana.com/blog/estilo-vida/tipos-podcast/>

## 8. Anexo

### Guión del capítulo piloto del podcast *La estantería de Laura*

**Sintonía:** 10 seg

**Moderadora (Laura):** Bienvenidos por primera vez a (nombre), un podcast para todos los amantes de la literatura, dirigido por Laura Davis.

Este proyecto surge como trabajo de fin de grado de periodismo con miras a prolongarlo en el tiempo como proyecto personal.

Soy una persona que le encanta leer, pero el mundo literario está muy poco explorado y tratado de cara al público. Por eso decidí centrar el podcast en este tema, y para empezar, este primer capítulo, irá dedicado al mundo editorial.

Hoy tenemos el placer de contar con diferentes profesionales de este sector, concretamente de Sevilla, para que nos cuenten un poco cómo funciona una editorial, desde cómo se funda hasta qué papel tiene cada uno dentro de la misma, así como diferentes aspectos de todo lo que conlleva ser una editorial independiente. (40 seg)

Aquí tenemos a Manuel, editor de la editorial Barret.

**Manuel:** (Se presenta)

También está con nosotros Alba Reina, autora de “Sueños de Bohemia”, publicado por la editorial Talón de Aquiles.

**Alba:** (Se presenta)

Y por último, pero no menos importante, Alejandro, editor de la editorial l6.

**Alejandro:** (Se presenta)

**Presentaciones (1-2 min)**

**Moderadora (Laura):** Qué tal, cómo estáis. Bueno, lo primero que os quiero preguntar es, ¿os conocíais de antes? Porque el mundo editorial sevillano no es muy grande ¿no?

**Invitados responden:** 5 min

**Moderadora (Laura):** Bien, pues ahora sí, empezamos con las preguntas. Sentiros cómodos de hablar cuando queráis para aportar cualquier tipo de dato o si se os ocurre alguna otra pregunta.

**Pregunta 1:** Para los editores. ¿Cómo surge la idea de crear la editorial?

**Respuesta:** 5 min.

**Moderadora (Laura):** Alba, ¿cómo acabaste publicando tu poemario con Talón de Aquiles?

**Respuesta:** 3 min

**Moderadora (Laura):** Manuel y (nombre), ¿cómo contactan vuestra editoriales con los autores? ¿Qué criterio seguís? (¿qué hace un editor?)

**Respuesta:** 5 min.

**Moderadora (Laura):** Alba, ¿qué es lo que más te ha gustado de publicar con una editorial pequeña?

**Respuesta:** 3 min.

**Moderadora (Laura):** A los editores, ¿con qué dificultades os habéis encontrado en el mercado por ser, precisamente, editoriales más pequeñas?

**Respuesta:** 5 min.

**Moderadora (Laura):** Para todos, ¿cómo os dais a conocer? (redes sociales, medios de comunicación, etc) ¿Soléis participar en las Ferias del Libro?

**Respuesta:** 10 min.

**Moderadora (Laura):** Creo que este es un buen cierre para concluir el capítulo. Muchísimas gracias por vuestra participación, espero que hayáis disfrutado.

**Sintonía:** 10 seg