
ISSN 1409-4614

Fecha: 18 de Abril de 2006

To: Suscriptor

Boletín "Ideas para Publicar y Distribuir Libros" No. 62

Editor: JORGE ALFONSO SIERRA, Entrenador y Consultor en Marketing Editorial

Director Ejecutivo de DirectLibros – Mercadeo Editorial S.A.

www.MercadeoEditorial.com

Este boletín ha sido declarado de interés Cultural por el Ministerio de Cultura, Juventud y Deportes, y la Presidencia de la República de Costa Rica.

Esta es una Publicación Electrónica quincenal de DirectLibros – Mercadeo Editorial S.A., destinada a la difusión e intercambio de ideas que permitan a escritores, libreros, editores y distribuidores de libros, que sus obras lleguen a los lectores en forma eficiente, eficaz y precisa.

Se distribuye GRATUITAMENTE, vía e-mail, a todo aquel que lo solicite.

SUSCRIBIRSE envíe mail a: mercadeoeditorial-alta@elistas.net

DESAFILIARSE envíe mail a: mercadeoeditorial-baja@elistas.net

Un buen libro no sólo debe tener algo que decir. Debe, además, estar bien dicho, lo que significa: **bien redactado**. Eso hará que sea de fácil lectura y comprensión para su Editor y, luego, para su futuro lector. Consulte a la Sra. **Hilda Lucci**, Correctora Literaria Universitaria y Redactora. Visite su página **AQUÍ**: www.hildalucci.com.ar
correcciones@hildalucci.com.ar
traducciones@hildalucci.com.ar
hildalucci@fibertel.com.ar

TEMARIO:

- 1- La distribución del libro: como el cazador a la presa
- 2- Dos frases para reflexionar
- 3.- Escriben nuestros lectores
- 4- Marketing para Editoriales Universitarias
- 5- Las anécdotas del mes
- 6- La curiosidad del mes: ¿Qué es lo que quiere en verdad leer la gente?
- 7- Esbozos de artistas: Nicolás Gogol

1- La distribución del libro: como el cazador a la presa

Desde que Jeff Bezos con su ya legendaria Amazon.com empezó a demostrar a los editores y distribuidores de libros –pero más a la gente de Marketing de TODO tipo de productos – que NO todo estaba escrito ni dicho en lo que a canales de comercialización se refiere, han pasado ya algunos años, pero parece que muchos del mundo editorial siguiéramos en un letargo muy parecido a la indiferencia.

Indiferencia mortal, por supuesto.

Porque, por mucho que queramos buscarle sofismas de distracción al problema –la gente ya no lee, la trivialización actual de la cultura, la nefasta televisión que atontiza y degrada, el mundo podrido en que vivimos en donde prima la imagen, lo banal y lo superficial, la literatura *light* y de autoayuda que se apodera de las conciencias, los míseros presupuestos gubernamentales para la educación, etc., etc.– la situación al final es la misma: cómo hacemos para que los libros se adquieran o circulen más.

La banda de Moebius o el nudo de Ariadna nos retan para que también en este caso, tratemos de encontrarle el principio al ovillo, las claves que nos permitan hallar el comienzo del problema.

Y el principio NO es otro que responder a la sencilla pregunta de ¿para quién es este libro? ¿Quién necesita o quiere leerlo? ¿En donde está ese lector? ¿Cómo lo contacto? ¿Con qué mecanismos antiguos, nuevos o modernos llevo a él?

Y aquí está una parte del problema: Y es que muchos –demasiados, quizás – seguimos pensando que con elevar plegarias por las librerías de viejo cuño, llorar desconsolados porque se valore a ese viejo librero que detrás de los estantes nos guiaba con ternura y sabiduría por el apasionante mundo de los libros, ofrecerles capacitación especializada y muy valiosa por demás a quienes están o pretenden entrar al mundo del libro, ya con eso y como por arte de birlibirloque, todo estaría resuelto.

Y no, porque ya vemos que la realidad, testaruda como un viento impertinente, nos muestra otra cara muy distinta a la que queremos ver.

El mundo editorial está pidiendo a gritos hace mucho rato que quienes movemos los resortes de su engranaje empecemos a leer con mayor y más serio detenimiento esta distinta realidad.

En España, en el II Congreso de la Edición, alguien llega y pone el ojo en la llaga y dice: “No debemos editar pensando sólo en el mercado español. Veamos y editemos para el mundo de habla castellana”. Pero, ¿quién es el mundo de habla castellana? ¿Sólo Argentina, México, Colombia, Chile y Venezuela? Bueno, ¿y Centroamérica? ¿Y el mercado en español en los Estados Unidos, y el Caribe, y los otros países latinoamericanos –Ecuador, Bolivia, Perú, y la población de Brasil que estudia y lee y habla español –, no cuentan?

Como vemos, se pone el ojo en la llaga pero no se toca. Porque aparte de ver eso que hasta ahora pocos ven, hay que ahondar mucho más.

Uno, ¿cómo están conformadas las masas poblacionales de todos estos países no europeos, en cuanto a educación, alfabetización, acceso a la cultura, capacidad adquisitiva, desciframiento lector, etc.?

Dos, lo que se edita, se imprime y distribuye, ¿es lo que la gente PUEDE y quiere leer? Pusimos PUEDE en mayúsculas porque NO toda la población alfabetizada PUEDE leer a quienes les gustaría, aunque quisiera. Y este es un problema mayúsculo: porque muchos editores –repetimos, demasiados quizás – siguen actuando con el deseo y la intención, buscando y publicando a escritores muy valiosos, extraordinarios, con inmensas capacidades literarias, pero quienes escriben para segmentos de mercados sofisticados, o lo que es lo mismo, para personas de la elite lectora.

¿Es justo esto aunque NO se duden de las buenas intenciones? No, porque no se está teniendo en cuenta al lector, su autonomía, y lo peor, se le tratan de imponer unos criterios lectores que, aunque él quisiera, no está en capacidad de comprender.

Ni más ni menos –y por si acaso, guardando las proporciones- lo que quiere hacer Estados Unidos con los países árabes y musulmanes: imponerles una visión del mundo, una cultura, que los OTROS están muy lejos de comprender y asimilar.

A propósito, ¿alguien le ha preguntado a los habitantes del Cusco, donde hallé en un puesto callejero de libros las obras completas de Vargas Vila, qué les gusta leer? ¿O a los de León en Nicaragua, famosos además por poetas y aguerridos?

Detengámonos: estamos hablando de distribución de libros, de hallar mejores canales, de mejorar el acceso a los clientes. Preguntémosnos entonces: ¿cómo hace el explorador para alcanzar otros lugares? ¿Busca mapas y esboza alternativas, o se deja guiar únicamente por lo que ya conoce? ¿Y cómo captura el cazador a la presa si no es atrayéndola con lo que más le gusta a ella?

Digo, digo yo.

Comentarios a este artículo: jasierra@mercadeoeditorial.com

2- DOS FRASES PARA REFLEXIONAR

“Los hombres son sabios en proporción no a su experiencia, sino a su capacidad para experimentar”

- George Bernard Shaw-

“Te coloqué en el centro del mundo, para que volvieras más cómodamente la vista a tu alrededor y miraras todo lo que hay en ese mundo. Ni celeste, ni terrestre te hicimos, ni mortal, ni inmortal, para que tú mismo, como modelador y escultor de ti mismo, más a tu gusto y honra, te forjes la forma que prefieras para ti. Podrás

degenerar a lo inferior, con los brutos; podrás realzarte a la par de las cosas divinas, por tu misma decisión”.

- Discurso de Dios a Adán. Oración sobre la Dignidad del Hombre.
Pico Della Mirándola -

¿Cree que le aportamos algo a su vida profesional?

Si Usted encuentra que este boletín le hace algún aporte a su vida profesional, recomiéndelo a un amigo, o hágale un regalo sorpresa: suscríbalo enviando el “subjetc” “suscripción al boletín” y la dirección del mismo a:

mercadeoeditorial-alta@elistas.net

3.- Escriben nuestros lectores

La historia del viejo Manuel está llena de esfuerzo y perseverancia. Indispensables para alcanzar los más grandes sueños. Es un verdadero ejemplo de motivación que se basa en su terquedad obsesiva.

Marcia Bayona

Escritora – Ocaña – Colombia

Hola Jorge:

Gracias por el boletín.

Me gustó mucho la historia del escritor que no sabe leer, ni escribir. Me gustaría contactar al autor y ver la posibilidad de ubicar algunos ejemplares.

Un abrazo,

Federico Rivera Ochoa

Editor – Bogotá - Colombia

4- LAS ANÉCDOTAS DEL MES

Jonathan Swift, uno de los grandes prosistas de la literatura inglesa y autor de “Los Viajes de Gulliver”, se disponía a salir de su casa a caballo y pidió a su sirviente las botas de montar; cuando lo hizo, viendo el escritor y político que estaban sucias, se lo hizo ver, a lo que respondió aquel a modo de excusa: “Señor, pensé que como se iban a manchar de nuevo no merecía la pena tomarse el cuidado”.

Calló el escritor y cuando ya salía por la puerta del patio le llamó el mismo criado angustiada: “Amo, os olvidáis de dejar la llave de la despensa...”, a lo que repuso con sorna el irónico autor: “¿Para qué la queréis?”, y como se le contestara que para preparar el almuerzo, respondió: “No hará falta; ¿para qué? Después de todo, dentro de unas horas querréis comer de nuevo”.

Federico el Grande, cuyos hechos de armas lo acreditaron como excelente caudillo militar y estratega, preguntó sarcásticamente a su médico: "Hábleme con franqueza, ¿a cuánta gente cree Usted que habrá matado a lo largo de su carrera?". Y el doctor contestó: "Majestad, con toda seguridad, a trescientas mil personas menos de las que habéis matado Vos".

5- La Curiosidad del mes: ¿Qué es lo que quiere en verdad leer la gente?

Resulta un pasatiempo fascinante –más allá de las enseñanzas que nos deja – tratar de indagar fuera de los circuitos tradicionalmente conocidos del libro, qué es en verdad lo que la gente busca para leer.

Que sepamos, esta indagación –e increíblemente sus presuntuosas respuestas –, se la arrogaron hasta hoy los editores, la gente de marketing, los libreros y, a veces, también uno que otro lector profesional, de esos que reciben un salario por dedicarse a leer libros.

Hablamos de cuando indagan desde ANTES de publicar sus libros.

Y cuando ya están publicados, entonces vemos los estudios o las investigaciones sobre QUÉ fue lo que se vendió y la gente compró, y ahí mismo las conclusiones de POR DÓNDE debe ir la cosa. ¿Debe ir?

Dudemos. Porque el problema es que estos estudios se realizan consultando a los editores y a los libreros de librerías tradicionales, algo así como preguntarles a los sacerdotes o a los pastores evangélicos si la gente prefiere los sermones largos a los cortos. Cualquiera que sea la respuesta, la gente siempre "preferirá" los sermones.

Bueno, ¿y la gente que NO es religiosa, la que siendo religiosa no va a ningún culto o la que busca otro tipo de conexión con la divinidad, qué?

Igual sucede con el libro. Por eso a nosotros –que aunque dándonos golpes en el pecho reconocemos que bastantes veces hemos estado en alguno de esos bandos – siempre nos ha parecido que mucho de equivocación existe en este procedimiento, cuando de cada 100 libros que salen al mercado, entre 45 y 65 son triturados en recicladoras de papel porque jamás cumplieron el loable anhelo de quienes los escribieron de llegar a manos de un lector; o, al menos, de un comprador que se soslayara aunque fuese en su portada.

Si no lo ha hecho, vaya y haga este ejercicio: entre a una librería de libros de segunda, o como poéticamente las define mi amigo librero Diego Lazo, "librería de libros leídos" y observe así sea por dos horas, no los libros que

se exhiben, sino los que se llevan, orgullosos entre sus manos, los que allí entran.

¿Cree usted que buscan a los escritores de moda como Coelho, Allende, García Márquez, Rowling, Saramago, Pérez Reverte, o siquiera a nuestros "ya clásicos" Borges, Cortázar, Jorge Amado, Sábato o Vargas Llosa?

Rotundamente no. O puede que sí, pero NO a sus libros conocidos. Por ejemplo, notará que de Jorge Amado buscan "El niño Grapiúna", una obra que ni siquiera dichos editores conocen; o de García Márquez "Periodismo Militante"; de Cortázar "Nicaragua violentamente dulce" o de Vargas Llosa "Historia de un deicidio". Observe que por mucho que usted conozca de libros, le resultará complicado no ya encontrar una de estas obras en su biblioteca, sino en la avasallante librería general de Internet.

Viendo esto y no por vagancia, sino por tratar de entender un poco más este complejo mundo del libro y sus lectores, nos hemos puesto en la tarea de mirar en algunos sitios qué es lo que la gente busca o quiere para leer.

Por supuesto, los sitios no son las librerías ni las bibliotecas, sino los "desconocidos" en los estudios de mercado del mundo editorial que ya nombramos, y otros por su mismo género.

En el sitio "Club de libros.com", que funge únicamente como contacto entre sus lectores, miren los intrigantes títulos que ansiosas personas buscan:

"Crónica del pájaro que da cuerda al mundo" de Haruki Murakami; "Los vuelos perdidos de Whitehead" de Stella Randolph; "La máquina del amor" de Jacqueline Susan; de Tracy Chevalier, "El azul de la virgen" y "La joven de la perla"; "Los hijos de la mente" de Orson Scott; "Autobiografía" del llamado defensor de los niños, George Müller; "Dulces mentiras" de Jeux Deveraux; de Federico Carlos Sáenz de Robles, "Encuentro con 50 mujeres inolvidables"; "Autobiografía" de G. K. Chesterton y también "El hombre eterno" de este mismo autor; "La dinastía de los conquistadores" de Samuel Stone; "El pájaro canta hasta morir", "El Camino del Héroe", y "El paso de las aceitunas" de tres autores desconocidos y muchos más.

Un lector de Salta, en Argentina, nos escribió hace poco preguntándonos quién era el autor del poema gaucho "Me echaron del puesto" que declamaba tan magistralmente "El indio Duarte". ¿Para buscarlo en alguna obra antológica? No lo sabemos, pero si lo intenta ya imaginamos por las que va a pasar.

Una dependiente de una conocida librería –que nos pidió mantener su nombre en reserva por razones obvias – nos suministró una lista con muchos títulos que ellos habían sido incapaces de ubicar entre cientos de editoriales que son sus proveedores en todo el ancho mundo. De ella entresaco:

"Confesiones inconfesables" de Salvador Dalí; "El Mártir del Gólgota" de Enrique Pérez Escrich; "El cosmos creativo", de Ervin Laszlo; "El viaje de

Teo" de Catherine Clement; de Malcolm Gladwell, "Inteligencia Intuitiva"; "Sensatez y Sentimientos de Jane Austen; "La palabra", de Irwing Wallace,

¿Nota que títulos y libros más extraños, desconocidos para muchos de nosotros y totalmente ignorados en las estadísticas y resultados que aparecen como que "la gente está leyendo"?

Pero luego Usted ve que en el "baremo de hábitos de lectura y compra de libros por trimestre" que se hace en España se concluye tajantemente y sin posibilidad de que se ponga en duda que "la gente busca y lee más novela" y entre éstas, las "históricas y las de misterio e intriga".

Y observe lo que específicamente se dice que la gente "busca para leer y está leyendo": El código Da Vinci (Dan Brown), Los pilares de la tierra (Ken Follett), El señor de los anillos (Tolkien), La sombra del viento (Ruiz Zafón), El último catón (Matilde Asensi), El ocho (Katherine Neville) y Harry Potter y la Orden del Fénix (Rowling).

O sea, puros y simples libros y autores de moda, que por lógica acaban de salir de las editoriales, y que se hallan en las librerías y sitios afines.

¿Nos da esto una visión clara, diáfana, completa, de lo que DEBE editar y publicar el mundo editorial? Por supuesto que no, y lo que hace es dar señales equívocas y sesgadas de qué es en verdad lo que se debe publicar.

Y después usted ve el quejido inconmensurable de lo mucho que se publica, lo poco que se vende, la cantidad de libros sin calidad, la nula rigurosidad en la escogencia al editar, la mínima posibilidad de tiempo de exposición de los libros en las librerías, etc. ¿Llantos de cocodrilo? Creemos que sí.

Porque ya vio usted lo que buscan los lectores y mire que NINGUNO de esos libros aparecen en estos estudios.

Bueno, ¿y los sitios en los que se buscan estas obras son alguna vez estudiados? Por supuesto que no. Y si me preguntan las razones, les juro que no tengo una. Porque tal parece que esta lógica que a simple vista se nos muestra, la hemos olvidado en el mundo editorial.

¿Cuestión de irracionalidad, comodidad investigativa o de pereza mental?

Yo me quedo con las tres. Aún a costa de estar disparando directo también a mi humanidad.

Comentarios a este artículo: editor@mercadeoeditorial.com

6- Esbozos de Artistas: Nicolás Gogol

Nikolai Vasilievich Gogol nació en Sorochintsi, actual Ucrania, en 1809. Escritor ucraniano en lengua rusa. Hijo de un pequeño terrateniente, a los diecinueve años se trasladó a San Petersburgo para intentar, sin éxito, labrarse un futuro como burócrata de la administración zarista. En 1831 se

incorporó como profesor de historia a la universidad, donde conocería a Pushkin. De su colaboración regular con distintas publicaciones nacieron las *Veladas en la finca de Dikanka* (1831-1832), que constituyeron un enorme éxito y lo llevaron, en 1835, a abandonar la universidad para centrarse definitivamente en la literatura.

Ese mismo año publicó *Mirgorod* y *Arabescos*, que suponían su paso al realismo crítico. *Mirgorod* es una continuación de las *Veladas* y contiene cuatro relatos, entre ellos el poema épico *Taras Bulba*.

En 1836 publicó la comedia *El inspector*, una sátira de la corrupción de la burocracia que obligó al escritor a abandonar temporalmente el país. Instalado en Roma, en 1842 escribió buena parte de su obra más importante, *Almas muertas*, donde describía sarcásticamente la Rusia feudal. También en ese año publicó *El abrigo*, obra que ejercería una enorme influencia en la literatura rusa. Después de una corta estancia en Moscú, y de regreso en Roma, empezó a escribir la segunda parte de "Almas Muertas".

Gogol también es reconocido como uno de los mejores cuentistas de la historia. Murió en Moscú, capital de Rusia, en 1852.

¡Hasta nuestro próximo número!
Jorge Alfonso Sierra
MercadeoEditorial.com y DirectLibros S.A.
