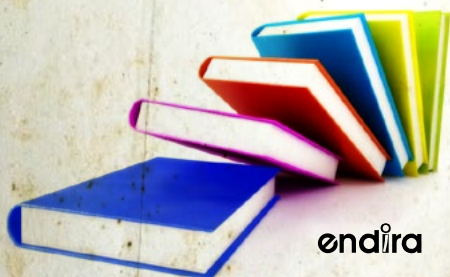


30-
111

PARA TI, ESCRITOR

sólo escritores
auténticos



endira

¿CÓMO REGISTRO MI LIBRO?

¿ACABAS DE TERMINAR TU LIBRO?

Ha sido un gran recorrido y ¡ya estás listo para dejar que tu obra vea la luz! Lo primero que te pasa por la mente es el querer enviarla a editoriales, a concursos o tal vez publicarla. Pero te preocupa un asunto: ¿Estará seguro tu trabajo cuando lo envíes a cualquiera de estos sitios?

La respuesta debería ser: "sí", que las editoriales y los jurados de los concursos literarios son honrados y no suelen robar los trabajos ajenos. Pero no cuesta trabajo registrarlo y, de esta forma, uno se queda más tranquilo. Además, en caso de que alguien está interesado en publicarte, te pedirá que lo hayas registrado así que, ¿por qué no empezar por ahí? Así que si no sabes cómo hacerlo, aquí te damos la información para que puedas registrarla:

Instituto Nacional del Derecho de Autor (INDAUTOR)

REGISTRO DE UNA OBRA LITERARIA:

"Son todas las formas de obras escritas originales, sean de carácter literario, científico, técnico o meramente práctico, y prescindiendo de su valor y finalidad".

¿QUÉ DOCUMENTOS NECESITO?

Formato: RPDA-01:

http://www.indautor.gob.mx/formatos/registro/literaria_formatos.html denominado "Solicitud de Registro de Obra", debiendo requisitar los siguientes rubros y presentarla por duplicado: Datos del autor, coautor, seudónimo y titular (en caso de ser más de un autor y/o titular de la obra, requisitar el formato RPDA-01-A1

http://www.indautor.gob.mx/formatos/registro/literaria_formatos.html

endira

DATOS DEL REPRESENTANTE LEGAL (OPCIONAL).

DATOS DE LA OBRA.

En caso de ser derivada, señalar de qué tipo y los datos de la obra primigenia (en caso de ser una colección, requisitar el formato RPDA-01-A2 http://www.indautor.gob.mx/formatos/registro/literaria_formatos.html

Anexar los siguientes documentos:

- Documento que acredite la existencia de la Persona Moral.
- Documento que acredite la personalidad del Representante Legal.
- Identificación oficial del mandante, mandatario y testigos (sólo en caso de que se presente carta poder).
- Comprobante de pago de derechos.
- Traducción al español de los documentos que se acompañan en idioma distinto.
- Dos ejemplares de la obra (originales), identificados con el nombre del autor y título.
- Documento que acredite la titularidad de los derechos patrimoniales sobre la obra (original).
- Sobres cerrados con los datos de identificación del autor (sólo en caso de ser una obra creada bajo seudónimo).
- Lugar, fecha, nombre y firma del solicitante o representante legal.

endira

411

¿CUÁL ES EL COSTO?

El costo del registro de una obra literaria es de: \$206.00 (doscientos seis pesos 00/100 M. N.), o el monto vigente de conformidad con el artículo 184 fracción I de la Ley Federal de Derechos.

UNA VEZ HECHO EL TRÁMITE, ¿EN CUÁNTO TIEMPO ESTARÁ LISTO EL REGISTRO?

La resolución del trámite se emite en un término de quince días hábiles. (Artículo 58 del Reglamento de la Ley Federal del Derecho de Autor).

Si vives en la Ciudad de México, debes acudir a las oficinas cuyo domicilio es Puebla # 143 Col. Roma Norte, Delegación Cuauhtémoc, en un horario de 9:30 a las 14:00 hrs.; si vives en el interior del país, puedes acudir a las oficinas de la DELEGACIONES FEDERALES DE LA SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA EN LOS ESTADOS DE LA REPÚBLICA en la capital de su Estado para que sea remitido el trámite a estas oficinas por dicha representación federal. Otra opción es que remitas los documentos mencionados al domicilio anteriormente citado y una guía prepagada para la devolución al domicilio que nos indique.

En caso de que su trámite se encuentre en proceso y su interés sea darle seguimiento, lo puede hacer a través de la siguiente página: <http://www.consultasindautor.sep.gob.mx/>

30-
111

¿QUÉ OTRA CLASE DE OBRAS PUEDO REGISTRAR?

- Musical (con o sin letra).
- Dramática.
- Danza.
- Pictórica o de dibujo.
- Escultórica y de carácter plástico.
- Caricatura e historieta.
- Arquitectónica.
- Cinematográfica y demás obras audiovisuales.
- Programas de radio y televisión.
- Programas de cómputo.
- Fotográfica.
- Arte aplicado.

Deseamos que esta información sea de gran ayuda para todos ustedes. ¡A registrar su obras!

ESCRITOR: ERES LO QUE LEES.

"Lee mucho. Si lo piensas, toda escritura es una lectura".

La escritura tiene por objeto la lectura, por lo tanto, ser escritor significa ser lector. Existen muchos escritores, cada uno de ellos lee tanto por el placer de leer como "por trabajo".

Como escritor, eres lo que lees. Aquello que incorporas como lector influye en lo que produces como escritor: la clase de cosas sobre las que escribes, la manera en que manejas el lenguaje, la forma en que cuentas historias, compones poemas, construyes obras dramáticas u organizas tus ensayos. No puedes evitarlo, así son las personas y todos los artistas, todos los artesanos, aprenden a perfeccionarse estudiando las obras de los demás, especialmente las de aquellos a quienes admiran y consideran los mejores. Escribir es a la vez arte y artesanía. Por ello, lo que lees es tan importante como cuánto lees.

¿QUÉ OTROS EFECTOS PRODUCE LA LECTURA?

Lectura que me da ganas de escribir. Algunos libros dan ganas de volcar palabras en el papel, estimulan, despiertan el apetito, impulsan a seguir adelante en tiempos tediosos y difíciles.

Lectura que me informa sobre lo que necesito saber para escribir mis propios libros. Supongo que la mayoría de las personas lo llama "investigación"; si quieres escribir algo, necesitas materia prima para tu trabajo. La lectura de libros (y, en la actualidad, de material en Internet) es la mayor fuente de suministro.

Lectura que me enseña a escribir o que perfecciona mi

escritura. Siempre que lees, parte de tu mente está alerta para descubrir fragmentos que colaboren con tu propia escritura. Comienzas a leer un capítulo de una novela y te descubres pensando: "Ésta es una buena manera de comenzar"; entonces la archivas para adaptarla más tarde a tu propia producción. Incluso, puedes copiar el fragmento en el cuaderno que siempre acompaña a la novela que estás escribiendo, a fin de no olvidarlo. Cuando te sientas atascado y tengas dudas acerca de la manera de desarrollar una escena, recorre los estantes de la biblioteca donde se encuentren tus autores preferidos, los libros que admires, a la búsqueda de una escena que te dé una pista o te proporcione un marco de referencia, un modelo que te permita avanzar. De ninguna manera "copies" servilmente. Pero existe una verdad que no suele admitirse públicamente: toda escritura es un robo. Tomas de otros autores aquello que te ayuda y lo reciclas en algo propio.

Lectura que aleja mi mente de mi propia escritura. "Mientras escribía", afirmaba Ernest Hemingway, "necesitaba leer después de escribir... para no pensar en mi trabajo ni preocuparme hasta el momento en que lo retomara". Hay libros que dan ganas de escribir y hay libros que permiten tomar distancia del trabajo y refrescan la mente. Aquellos que refrescan y renuevan la energía difieren, según el libro que esté escribiendo.

De todo lo anterior, se podría decir que la lectura es sólo un elemento que ayuda. En primer lugar, eres lector y luego escritor. La lectura hace de ti quien eres. La escritura te transforma. Estarías perdido si no leyeras, no sabría quién eres. Al leer lo que has escrito, descubres en qué te has transformado.

DOS SUGERENCIAS:

PRIMERA: Lleva un registro de lo que lees. Nada complicado, simplemente un cuaderno con una lista de la fecha en que hayas terminado de leer un libro, su título y autor. Leer es como viajar.

SEGUNDA: Aprende a leer lentamente y aprende a escuchar lo que estás leyendo como si se tratara de una lectura en voz alta. Toda lectura, toda escritura consiste en utilizar el lenguaje. Presta atención tanto a la manera en que se utiliza el lenguaje como cada uno de sus elementos: el sonido de su música, sus ritmos y tonadas, su cadencia, sus pausas, su síncopa y sus armonías, sus discordancias y polifonías, aquello que se dice y aquello que no se dice. Para lograrlo es necesario que lees con la suficiente lentitud como para escuchar el sonido de su música en tu cabeza. (Si te resulta difícil escucharlo dentro de tu cabeza, léelo en voz alta).

Si actúas de esta manera, alcanzarás el objetivo de toda lectura y toda escritura: disfrutarla tanto como para hacer de ella un motivo de goce permanente y vivir la vida en plenitud.

REALIZA UN BUEN BOOK TRAILER

“Es probable que un book trailer sea una excelente herramienta de promoción para incorporar a tu estrategia de marketing editorial”.

Si tu libro es una novela, es probable que un book trailer sea una excelente herramienta de promoción. Pero dependerá de la calidad de su realización para que se convierta en un recurso efectivo para la promoción de tu libro.

En primer lugar, hay que poner un límite de longitud para el book trailer. Una buena opción es hacerlo de 45 segundos, ya que el propio Google lo recomienda en sus prácticas para anuncios de vídeo, debido a que las tasas de reproducción descienden significativamente después de ese lapso. Incluso, si en algún momento decides publicar tu book trailer como un anuncio de pago, el límite de 15 segundos te puede ser útil, ya que algunos editores (donde se podría publicar tu vídeo) fijan este límite para los anuncios. ¡Sería ideal realizar una versión larga y una corta, con esas referencias de tiempo!

A partir de aquí hay que comenzar a trabajar en lo más importante: el guión. Antes de buscar recursos como imágenes, audios o efectos, es fundamental escribir un guión que cumpla tus objetivos.

El book trailer debe ser una pieza en sí misma y no un apéndice del libro. Es decir, debe contarnos algo, una historia que sea una parte de algo más grande.

El guión debe contar una historia que nos dé ganas de más. Al escribir el guión, además de pensar en la historia que vas a contar, es importante incluir los pequeños detalles que la hacen única.

Como dice Robert McKee en su clásico libro El Guión: “El arte consiste en separar un pedacito del resto del Universo y presentarlo de tal manera que parezca lo más fascinante e importante del mundo”. Es decir, en el book trailer también debes aprovechar para mostrar esos detalles que demuestran que dominas el universo de tu historia y presentar las características que lo hacen único.

Ahora que el guión está desarrollado, llega la realización. Una representación en imágenes y sonido de aquello

que has escrito. Lo más probable es que los recursos de que dispongas sean imágenes ya rodadas, fotografías ya tomadas y bandas sonoras grabadas, disponibles en bancos de imágenes y sonido. Hay varios recursos al respecto que pueden ayudarte a narrar tu historia y si además cuentas con alguien que sepa montarlas y generar animaciones, hacer un buen book trailer es accesible. En este punto lo importante, además de encontrar los mejores recursos disponibles para contar tu guión, es saber presentar el género de tu historia. Amor, Terror, Aventura, Bélico, Comedia, etc., todos los géneros tienen su lenguaje que le permite al lector identificarlo fácilmente, de manera que éste sepa a qué tipo de historia se enfrenta.

Para terminar, una obviedad: ¡No olvides anunciar el título del libro, el nombre del autor y dónde se puede comprar!

¿HAS VISTO ALGÚN BOOK TRAILER QUE TE PAREZCA MUY BUENO?

El objetivo de un buen book trailer es generar interés, expectativa y deseo por leer el libro completo.

AUTORES EN LÍNEA

Los autores que participan activamente grupos de noticias o que ya cuentan con su propio sitio web y redes sociales, están bien colocados para promover su libro.

Si todavía no has participado en estas actividades, puedes comenzar investigando y participando en los grupos dedicados a tratar temas relacionados con tu libro. Estos grupos ofrecen la oportunidad de llegar a un amplio número de personas que han demostrado un interés en tu tema a través de su participación activa.

Puedes llegar a ellos en forma periódica desde tu casa, ofrecerles tu experiencia, recibir sus comentarios y llegar a comprender más profundamente los intereses y las necesidades de la gente, lo que puede ser más útil para cuando decidas publicar tu libro.

Finalmente, puedes entablar relaciones con muchas personas que acaban de interesarse en el tema, cuando busquen información y compren tu libro.

También puedes invitar a la gente a que visite tu sitio web o el de la editorial, es importante que ahí puedan encontrar información útil, además de material promocional del libro.

Los autores y las editoriales no deben desaprovechar la oportunidad de organizar sesiones de chat con los lectores. Y recuerda que cuanto mayor sea la información disponible acerca de un libro en el catálogo en línea, más posibilidades habrá de que un lector interesado en un tema en particular elija ese libro.

UN LIBRO ES UN OBJETO

“Hay pocas probabilidades de que el libro impreso desaparezca en un futuro cercano”.

En todos los artículos referidos al comercio electrónico y a la aparentemente inevitable evolución hacia la transmisión de información por medios electrónicos, invariablemente hay alguna cita de un profesional que señala cuánto ama a los libros y cuánto extrañará el olor de la tinta sobre el papel.

No sabemos que le depara el futuro a los libros, pero por lo pronto, las editoriales debemos hacer todo lo posible por ofrecer un envoltorio apropiado para los libros que

publicamos. Un papel de mayor espesor, si bien es un poco más costoso, puede permitir establecer un precio más elevado para un volumen de pocas páginas. Una cubierta y un interior del libro con un diseño atractivo representan un valor agregado. Un formato no tradicional y las ilustraciones y las fotografías contribuyen a la singularidad del libro y pueden justificar su precio.

Entre el diseño y el marketing no existe una simple superposición; el diseño es una pieza fundamental de la estrategia global de marketing.

¿SABES CUÁL ES TU PÚBLICO LECTOR?

Muchos autores ufanan de tener muchos más lectores potenciales de los que realmente tienen. En verdad, lo que los autores dicen que es su público lector, y las evidencias en las que se basan para afirmar tal cosa, es algo que debe ser examinado en detalle. Si tú como autor no tienes una adecuada percepción de tus lectores, el libro puede fracasar.

PAUTAS PARA EVALUAR AL PÚBLICO LECTOR:

Si no has analizado a tu público lector, crea un perfil.

Analiza el perfil en términos de la demanda percibida. Por ejemplo, si tu libro es un texto de biología para estudiantes universitarios, establece una relación entre el contenido de tu libro y el contenido del curso en el que se enseñe ese tema, y demuestra la existencia de una fuerte conexión entre ambos.

Si el libro está dirigido a un nivel específico de lectores, asegúrate de no realizar una estimación de un mercado mayor o menor. Por ejemplo, algunos autores son propensos a afirmar que los libros de texto son adecuados para los últimos años del colegio secundario y para el nivel universitario. A veces lo son, pero muchas veces no.

Aporta evidencias estadísticas que respalden tu estimación del tamaño del mercado. Por ejemplo, los autores a menudo hablan de un "mercado en crecimiento". Tal vez a ellos les parezca cada vez mayor porque son parte de un grupo de entusiastas dedicados a impulsar un área o un tema en particular. No tienen una visión objetiva. Aun si el mercado es cada vez mayor, ¿ha crecido lo suficiente como para publicar un libro dirigido a él?

Especifica qué está leyendo en la actualidad tu público lector. ¿Hay libros reconocidos y competitivos a la venta? ¿Qué se les puede objetar? ¿Por qué el tuyo es mejor? Es necesario un análisis de las fortalezas y debilidades de los otros libros, junto con evidencias comprobables de cómo tu libro superará las debilidades de aquéllos.

Ya que conozcas a tu público lector, pregúntate: ¿Puedes escribir para el nivel del público lector propuesto? Si como autor ya tienes una trayectoria, no debes preocuparte por esta pregunta. Si no la tienes, cuando consideres la oportunidad de publicar un libro destinado a cubrir las necesidades específicas de un mercado, es esencial que escribas algunas muestras. Los grandes cocineros no necesariamente son grandes escritores de libros de cocina. ¿Has escrito suficientes pruebas para convencerte de que puedes seguir y comprender las instrucciones, confiar en ellas y, lo más importante, sentirte motivado para cocinar los platos que presenta el libro?

¿ESCRIBIR COMO SE HABLA?

"Todos aspiramos a que lo escrito suene a plática de noche larga entre amigos, cálida, cercana".

Nadie escribe como habla, por más que de alguien se diga que habla con puntos y comas.

En la literatura se ha intentado infinidad de veces reproducir la expresión oral, sea de una región determinada o de un sector de la población. Sin embargo, los diálogos más naturales de una novela suenan afectados, por ejemplo, cuando se les lleva sin cambios al teatro o al cine.

Para reafirmar la convicción de que habla y escritura se mueven en campos diferentes, va una anécdota:

A Manuel Buendía, el periodista asesinado por escribir denuncias con pelos de tantos burros en las manos, un buen día se le ocurrió jugar una mala pasada al ex jefe máximo de la policía capitalina. No hizo más que poner por escrito, sin agregar ni quitar nada, un diálogo telefónico entre el funcionario y otra persona. Los comentarios sobraban. La llamada de atención que sin duda recibió el columnista indicaba a las claras que cuando uno habla suele decir alguna incoherencia, dejar sin terminar una frase, saltar de un tema a otro sin enterarse, etcétera.

Más allá de las incongruencias, frases inacabadas y demás, habría que pensar también en las hablas regionales, plenas de color y sabrosura, pero que más se hablan que se escriben.

AL ESCRIBIR SE RESCATA LO PERDIDO EN EL HABLA.

ESCRITOR Y PROMOTOR DE LIBROS

Soy escritor; mi objetivo de vida (personal y profesional) es vivir de la Literatura, y sé que para lograrlo no basta con escribir, debo ser también ser un vendedor de mis libros. He aprendido que promocionar mis libros en establecimientos donde se ofertan, ha resultado favorable para que se venda un mayor número de ejemplares. Como escritor trato de ayudar a la editorial que ha confiado en mi trabajo, visitando unas dos o tres veces por semana las librerías en las que mis libros se venden.

Colegas escritoras y escritores, me permito sugerir que visiten con regularidad las librerías en las que sus libros están colocados. Se llevarán buenas sorpresas. La sensación de alegría al saber que se ha vendido uno o más de mis libros me inspira incluso a escribir más.

Con el tiempo he aprendido bastante de las personas que trabajan en los establecimientos literarios. ¿Saben?, el trabajo en una librería requiere disciplina y paciencia; admiro a las personas que día a día venden libros. No se pueden dar el lujo de mostrar un rostro cansado aunque no hayan dormido en varias noches; los admiro, y les agradezco.

En mis "rondines", me doy cuenta que en una librería suceden cosas muy interesantes. Es un espacio donde un lector (o no lector) busca la mejor herramienta para educar: el libro. Ya el hecho de leer (cualquier género literario) invita a leer más. Es del conocimiento público que en estos días el sistema educativo en México sufre una crisis; lamentablemente los estudiantes son los principales afectados. Las librerías podrían convertirse también en espacios que eduquen. Es

en la librería donde las escritoras y escritores, y toda aquella persona que disfrute de la Literatura, tenemos la oportunidad de hacer el papel de “despertadores” de lectores, y así cubrir esos huecos que el sistema educativo ha descuidado en los últimos tres lustros en nuestro país. He hablado al respecto con empleadas y empleados de librerías, y creo no estar tan errado. Las escritoras y escritores podríamos, por ejemplo, hacer una presentación “espontánea” de nuestros libros. Ahora no solo promuevo mis libros cuando visito una librería, también invito a la lectura en general. Si más se lee en México, más libros se venderán; mi objetivo personal y profesional es vivir de la Literatura, intuyo que el de ustedes, colegas escritoras y escritores, también; visitemos una o dos veces por semana una librería y promovamos la venta de nuestros libros, así como la lectura. Todos ganamos.

Espero que este artículo ayude a que en México se lea más.

Reciban un agradecimiento. ¡Ánimo!

Francisco Valencia Sandoval
www.FranciscoValencia.com
@FranciscoValSan

SÓLO SE TIENE UNA OPORTUNIDAD CON EL LECTOR

*“Los arquitectos no ganan premios por diseñar cimientos, pero sin un cimiento bien diseñado el edificio se derrumba”.
David Cole.*

Después de la portada el segundo contacto entre el lector y el libro es la sinopsis. Es un elemento muy importante, además de imprescindible.

endira

La claridad en la sinopsis es un cimiento. Debemos tener la idea muy clara sobre lo que se quiere lograr con el texto. Posiblemente tengamos que desechar diez o más borradores antes de poder expresar lo que queremos decir en una forma simple y directa, y está bien, hay que entender que no debemos dejar de escribir hasta que seamos tan claros como el cristal.

Si el lector se tiene que detener a tratar de entender lo que queremos decirle, lo habremos perdido. Cada oración del texto debe ser fluida, limpia, fuerte y persuasiva.

Una vez que le hemos dicho al lector qué beneficio tendrá si lee el libro, tenemos que dar un paso más y transmitir un mensaje positivo, usar una descripción negativa es como darle la espalda al lector.

Recordemos que vender el beneficio es un cliché muy utilizado en publicidad y es el más importante de todas las reglas. La gente compra libros para entretenerse, obtener ayuda, informarse o inspirarse.

Un requisito muy importante para poder escribir una sinopsis efectiva, es conocer al lector, si no sabemos para quien estamos escribiendo, tendremos que tomarnos el tiempo para averiguarlo. Para promover un libro, hay que conocer los intereses de las personas a las que nos estamos dirigiendo, conocer qué necesitan saber y qué los moverá a tomar la decisión que nosotros deseamos. Ese es nuestro objetivo.

Quienes trabajan en marketing, a veces tienen la sensación de que un texto simple no alcanza y tratan de adornarlo para hacerlo bello, original e incluso profundo; sin embargo, esto suele conducirlos en el camino equivocado. La gente lee la sinopsis de un libro porque está interesada en el tema,

endira

no porque el texto es entretenido. No hay que perder de vista que el objetivo es vender libros.

Las sinopsis muchas veces son consideradas como un detalle secundario; sin embargo, debemos entender que son un contacto importantísimo con los lectores, compradores, medios de comunicación y con el mundo en general. Un texto promocional, por mejor elaborado que esté, no puede venderle un libro a alguien que no está interesado, pero si es efectivo, le dará al libro una ventaja ante las personas que entren en contacto con él.

Así que ya saben, si nuestro texto es lo suficientemente atractivo combinado con una buena portada, nuestro libro tendrá el éxito esperado.

¿JUZGAS UN LIBRO POR SU PORTADA?

"Para la escritora Neus Arqués, la portada es "la varita mágica que transforma un manuscrito en un libro".

Los lectores se dejan influenciar por el diseño de la portada a la hora de comprar un libro. ¿Cuántos de nosotros recordamos cierta colección de libros infantiles por el color de sus lomos, o por la tipografía de los títulos?

No es para sorprenderse. En una época en la que todo, desde alimentos hasta automóviles, pasando por compañías de teléfonos móviles, portales de citas online o empresas de seguro, se vende apelando a lo visual, la industria del libro no se queda atrás.

La portada nos habla, nos transmite cosas que, en gran

medida son la única información que tenemos hasta el momento del libro y de su autor.

Muchas veces los autores desperdician este medio de comunicación con el lector por dejar la decisión completamente en manos de terceros, como puede ser diseñador y editorial. Nadie mejor que quien ha escrito la obra puede transmitir en su portada el contenido del libro y conseguir atraer a los lectores potenciales hasta sus páginas.

¿Te has puesto a pensar que una mala portada puede influir en la escasa venta de un libro?

Definitivamente el diseño de la portada no puede salir más que del trabajo en equipo del autor-diseñador-editorial. Cada una de las partes aporta algo muy valioso para la creación de esta. El autor conoce su obra a la perfección y sabe lo que contienen sus páginas, tiene la idea clara de la imagen o imágenes que atraparán al lector, de los colores, y a veces, hasta de la tipografía. El diseñador, con todos sus conocimientos, explota al máximo las ideas del autor para obtener el resultado esperado, y la editorial, debe dar el dictamen final y ser cuidadosa en términos mercadológicos, precisamente para saber si será una portada vendedora.

Como editorial, hay que conocer las obras a la perfección, conocer a nuestros autores, platicar con ellos, que nos cuenten por qué han escrito esa obra, en quien o en que se han basado, si es experiencia propia, de alguien más o de su imaginación, dónde está ambientado, etc., sólo así podremos realmente tener un diseño sin la posibilidad de cometer errores que podrían ser irremediables.

No darse cuenta del valor de la portada equivale a envolver con periódico un bolso de Chanel: por muy bueno que sea

el regalo nadie se espera que tras semejante envoltorio haya algo realmente bueno, de calidad. Y poca gente se atreverá a descubrir lo que hay dentro.

Delante de todo éxito editorial, hay una buena portada.

ENTRE LA ALEGRÍA Y LA TRAGEDIA

"Escribo para mí. Para mi placer. Para mi vicio. Para mi propia condenación". Carlos Fuentes (1928 - 2012).

Tras la desgracia de perder a dos de sus hijos, el escritor no dejó de escribir y enaltecer el nombre de México en todo el mundo. Carlos Fuentes, el "Dandy de las fiestas", como era conocido en los años 50, decidió ser escritor a los 21 años. Se casó dos veces y tuvo tres hijos, dos de ellos murieron, pero el escritor mexicano aprendió otras cosas en la estimulante escuela de la vida.

Entre las amistades más destacadas de su adolescencia están la de Roberto Torretti, con quien compartió la pasión por la lectura y las primeras inquietudes por escribir historias. Sin duda esta relación inspiró en Carlos Fuentes el ideal de una amistad afectiva e intelectual que buscaría a lo largo de su vida.

A pesar de haber residido la mayor parte de su vida en el extranjero, México no era una tierra extraña para él, porque durante su infancia y adolescencia él y su hermana pasaban los veranos en las casas de sus abuelas.

Hacia finales de la década de los 40 y principios de los 50, él ya tenía una activa vida social. Él siempre impecable, bien vestido y cosmopolita.

Según el propio Carlos Fuentes, él decidió convertirse en escritor exactamente a los 21 años cuando vio a Thomas Mann, el legendario Premio Nobel de Literatura alemán, cenando en Suiza.

Su primer libro, "Los días enmascarados", lo publicó en 1954, pero no fue sino con "La región más transparente", su segunda obra, publicada en 1958, que igualó el éxito que ya tenía en sus relaciones sociales.

Cuando María de la Concepción Macedo Guzmán se casó con el escritor mexicano, ella era un rostro identificado por el público del cine mexicano y su nombre artístico era bien conocido como Rita Macedo. A la Rita de aquellos años el novelista la describió como: "Una bellísima actriz de perfil mestizo, morena, de grandes ojos rasgados y pómulos altos".

Los años siguientes no fueron sencillos para el matrimonio. Él continuaba escribiendo a un ritmo impresionante y ella buscaba seguir con sus proyectos como actriz y atender a su pequeña y a sus otros hijos, finalmente vino el divorcio en 1969. Cada quien siguió sus carreras exitosas. Pero la vida de Rita tuvo un final trágico cuando le diagnosticaron cáncer y ella decidió terminar con su vida en 1993, a los 67 años de edad.

Para Carlos Fuentes, el principio de la década de los 70 estuvo marcado por una gran pérdida, la de su padre, en 1971, pero también por un encuentro fundamental con la periodista Silvia Lemus. Y en 1972 la pareja decidió casarse.

Al año siguiente de su unión nació Carlos, en París. Con él se repetiría la historia del escritor, que nació lejos de México y creció en distintas naciones. Lo mismo ocurriría con Natasha, nacida en Washington en 1974, el mismo año en que Fuentes fue nombrado embajador en Francia.

4.11
Sin embargo, la tragedia se presentó el 5 de mayo de 1999 cuando el hijo del escritor, Carlos Fuentes Lemus, falleció en un penthouse del hotel Camino Real de Puerto Vallarta por un infarto pulmonar a los 25 años.

Seis años después, Natasha sería el centro de otra tragedia en la vida del escritor.

Carlos Fuentes y su esposa no perdieron la energía ante los duros embates de la vida de los años recientes.

El escritor publicó un libro tras otro, exorcizando sus fantasmas en "En esto creo" y "Todas las familias felices", escritos en las temporadas que pasaba en su casa de Londres, antes de volver a su residencia de San Jerónimo en la Ciudad de México.

Siempre tuvo mucha vitalidad. Falleció el pasado 15 de mayo de 2012, a los 83 años en la Capital Mexicana.

"La vida es cruel en ocasiones, pero debemos agradecerle por los momentos inolvidables que nos brinda".

AFINA TU PUNTERÍA

"Nadie es monedita de oro para caerle bien a todo el mundo". Refrán que nos recuerda que cada persona tiene una opinión y es muy difícil que todas estas concuerden en cualquier sentido. Uno de los problemas que algunas personas tienen es no conocer este principio, y querer recibir de todo el mundo comentarios positivos, no sabiendo aceptar las críticas que algunos tienen.

Hablando específicamente del mundo de los libros y sus respectivos autores, pondremos una regla simple: "No escribas un libro pretendiendo que todo el mundo lo lea".

30-
11.11
Muchos autores tienen la firme idea de que cuando publiquen su libro, se convertirán en los autores más famosos de la historia, porque moverán cielo mar y tierra para lograr que el mundo entero compre su libro... Lamentablemente a la hora de la hora, descubren que la realidad es otra. Y a veces, es demasiado tarde para cambiar las cosas.

Ser famoso, no significa que te conozca todo el mundo, puedes ser famoso llegando a un círculo de lectores meta. Si te preocupas por querer llegar más allá, probablemente estarás desgastando esfuerzos, porque simplemente, cuando a la gente no le interesa algo, ni siquiera se toman la molestia de ponerte atención. Tratar de llegar a todas las personas es una forma segura de fracasar. Piensa en la teoría de disparar con la escopeta y tratar de tirarles a todos al mismo tiempo; no te llevará a ningún lado y definitivamente no te gustarán los resultados.

Sé el mejor en tu categoría, enfócate en realizar una estrategia para canalizar tus energías en esa dirección y en destacar tu máximo potencial. Recuerda que la clave para el éxito es aprender a mantenernos enfocados en lo que verdaderamente es para nosotros.

Define el perfil de tus lectores, logra que te ubiquen y verás cómo no será necesario estarles recordando "¡Hey, aquí estoy, existo, pérame!" Empezarás con una pequeña red, pero te sorprenderás de cómo, poco a poco irá creciendo, y con personas que verdaderamente están interesados en ti, en tu estilo.

Cuando estás totalmente ocupado desatando tu máximo potencial en el área correcta y logrando resultados de excelencia, verás que las expectativas que tenías respecto a la fama cambiarán.

4.11
"Buscar la perfección es el primer paso hacia la obsolescencia".

COMIENZA A PROMOCIONARLO. ¡OBTÉN RESULTADOS DIFERENTES!

Nadie puede promocionar tu libro mejor que tú.

Actualmente existen muchas facilidades que te proporcionan las nuevas tecnologías para que puedas hacer una excelente autopromoción.

Lograr que hablen de tu libro es un trabajo difícil. Generalmente eso implica tener una larga trayectoria, pero eso no significa que tú como autor no puedas alcanzar esta meta con un trabajo constante y consistente. Existen varias cosas que vale la pena saber, y por supuesto aplicar, para poder lograrlo.

Primero que nada, es muy recomendable que, meses antes de publicar tu libro, comiences a armar un blog. Esta una excelente forma de autopromocionarte. Puedes publicar un post una vez por semana, una vez al mes, o como tu lo prefieras. Que cada colaboración sea ejemplo de tu imaginación y creatividad, algo que permita al lector conocer tu estilo y logre identificarse con él. Darles una probadita de lo que podrán encontrar en tus libros, es una maravillosa forma de engancharlos, de esta manera, en el momento en el que tu libro salga a la venta, ya tendrás una buena cantidad de seguidores esperando ansiosamente por él. Generarás un interés anticipado y eso es lo mejor que puedes hacer. Una vez que el libro esté a la venta recuerda añadir un link o algún anuncio vistoso dentro

endira

30-
11.11
de tu blog que indique con claridad el lugar donde se puede comprar el libro. Eso es muy importante.

A estas alturas todos somos conscientes de lo importante que es estar presente en la red. Una de las mejores posibilidades que esta nos ofrece es la interacción con los lectores por medio de las redes sociales, los foros literarios, etc., Habla de temas que puedan ser del interés de tus lectores, recomienda blogs de otros escritores, hazles preguntas, déjalos participar y deja que expresen todas las inquietudes que tu libro haya despertado en ellos.

Las redes sociales son, además, la mejor manera de generar tráfico hacia tu blog. Porque no basta con abrir un blog para que la gente llegue a él, hay que trabajar en atraer lectores y visitantes. ¿Porque no usar tu cuenta de Facebook o Twitter para ello?

¿Por qué no regalar algún ejemplar a aquellas personas te ayuden a difundir tu libro? Estoy seguro que si les pides con educación y amabilidad un pequeño comentario en su blog o cuenta de Twitter, estarán encantados de escribir algunas palabras sobre el libro y la promoción de este llegará a más personas.

Así que si ya has cumplido tu sueño de escribir un libro, quiero felicitarte, pero, ¿qué esperas para comenzar a darle promoción? Pueden existir muchísimas personas a las que les encantará tenerlo en sus manos, solamente que aun no saben de su existencia. ¡Debes ir en busca de esos lectores potenciales!

HABLA UNA NUEVA ESCRITORA

¿Has conocido personas que cambian tu forma de ver la vida? ¿Qué tan sólo con algunas palabras son capaces de

endira

despertar en ti cosas que jamás pensaste que podrías hacer?

Esta es la historia...

Hace unos meses, conocí a una persona, al que ahora yo llamo "Mi maestro".

Todos los días tengo algo que aprender de él respecto a todos los temas posibles del mundo de los negocios, pero sobre todo uno en especial que quiero compartirles... la escritura.

Él ha escrito tres libros. Sé que le encanta explicarme todo lo que sabe acerca de este tema. Al principio, no entendía mucho, y para serles sincera, no me llamaba la atención, pero con el paso de los días, con esa pasión y con esa energía, logró transmitirme las ganas de probar, de intentar escribir.

Así que no lo pensé dos veces, no perdía nada con intentarlo. Comencé a escribir algunos cuentos, el primero no fue de lo mejor. Cuando él lo leyó, me sugirió hacerle varios cambios, no fue frustrante el hecho de saber que aquel cuento no era perfecto, en realidad, era todo lo contrario, prácticamente me ayudo a reconstruirlo.

Pero yo sabía que podía dar más, así que me propuse que el segundo superara por mucho al primero. Y efectivamente, así fue.

Poco, muy poco tiempo después comenzó a rondar en mi mente la posibilidad de escribir un libro. Compartí la idea con "Mi maestro" y su respuesta fue: "¡Claro que puedes hacerlo!".

Cada vez que tenemos la oportunidad de conversar acerca de ese tema, recibo más y más consejos acerca de cómo

30-
11.11
lograrlo. Las personas que están a mí alrededor, y que han podido leer lo que he escrito hasta hoy, están asombradas de lo que puedo lograr. Muchos de los comentarios que recibo son: "¡No sabía que tenías este talento tan escondido!" La verdad, es que yo tampoco lo sabía.

Hoy en día me encuentro en la preparación de este libro, guiada por quien ahora es el responsable de que yo esté metida en este mundo de las letras. Jamás hubiera pasado por mi mente la posibilidad de sentarme a escribir, y mucho menos de publicar algo.

El ser leída por otras personas y recibir comentarios halagadores también han sido una fuente de motivación. A veces, cuando creemos que no somos buenos en algo, resulta que somos mejores de lo que cualquiera pudiera imaginar.

A lo mejor a ti no te ha pasado nunca por la mente la posibilidad de convertirte en un escritor. Te invito a que lo intentes.

Probablemente seas de los que alguna vez lo ha pensado, pero no lo ha llevado a cabo. Yo te sugiero que no esperes más tiempo, toma un lápiz, hojas, una computadora, lo que tengas y ¡hazlo! Verás las satisfacciones que vienen detrás de esto.

Y si eres de los que ya están dentro de este mundo, permíteme felicitarte. No cualquier persona se atreve a escribir, es magnífico plasmar nuestras ideas y, con ello, ser portadores de todo tipo de información.

A mí no me queda más que darle las gracias a "Mi maestro", quien me ha impulsado a comenzar un camino que sé que tendrá un gran futuro.

4.11
-98
iAtrévete a hacer cosas que jamás pensaste que podrías hacer! Te sorprenderás.

DISCIPLINA ES IGUAL A ÉXITO

Siempre hay que soñar y apuntar más alto de lo que uno puede lograr.

Voluntad, deseo, placer por la palabra, eso es lo que te permitirá ver plasmadas tus ideas en un libro. A nadie se le puede obligar a escribir. Tú eres el dueño del querer hacer.

Detrás de las grandes obras hay disciplina, perseverancia, terquedad, autocrítica... ¡Exígete! Al principio tienes que hacer un gran esfuerzo, pero cuando el trabajo toma forma, la pasión puede con todo y se torna fácil.

Seguramente tus días están llenos de un sinfín de actividades y te preguntarás: "¿En qué momento podré escribir?" Es en este punto donde entra la disciplina, las ganas que cada persona tiene para dedicar ese tiempo libre, que a veces puede ser poco, en escribir.

Date el tiempo, el espacio. Cada uno de nosotros sabemos cual es nuestra capacidad, analiza bien cuánto tiempo tienes disponible al día y con base en eso fíjate una meta de palabras o caracteres diarios. Recuerda que no habrá nadie vigilando que lo hagas, tienes que tener eso en mente, solo está en ti. Dentro de poco tiempo te irás dando cuenta del magnífico avance que tendrás, y cada día te exigirás más y más. ¡Lograrás cosas maravillosas!

Cuando ya tienes un objetivo completamente visualizado, sabes que debes hacer lo que sabes hacer y que lo harás con mucho gusto.

endira

30-
11.1
Si ya tienes en mente el tema del que quieres escribir, lo mejor que puedes hacer es leer. Lee todos los días información referente a eso, ten por seguro que te ayudará a tener ideas más claras. Esa información te abrirá la mente.

En cuanto eches a volar la imaginación, no pares, escribe todo lo que te venga a la mente. Ya después podrás corregir aquellos detalles que no sean de tu agrado y agregar algunos elementos que en ese momento no pensaste que pudieran ser parte de la historia. Lo mismo pasa con la redacción, no pienses en ella mientras estés escribiendo, es lo que menos importa en ese momento, no debes cortar tu inspiración por eso. Al final podrás ir corrigiendo aquellos errores ortográficos, y, si no eres muy bueno en eso ¡Puedes pedir ayuda a alguien para sacarle brillo a tu obra!

Evita pausas, distracciones, si pierdes inercia, recupérala lo antes posible, no olvides que al final tendrás una gran recompensa: la satisfacción de haberlo logrado. Y, ¿por qué no? De ver publicado tú libro.

La autodisciplina que estarás implementando a partir de hoy es un motor, una motivación que estará dentro de tu mente, recordándote el compromiso que adquiriste contigo mismo y que te ayudará, tanto en este mundo de la escritura, como en el personal.

NO ESPERES MÁS TIEMPO, ¡INTÉNTALO!

"La inspiración existe pero hay que encontrarla trabajando"
Picasso.

Escribe con fuerza y trasciende, crea historias, no lecciones.

¿Alguna vez has tenido la curiosidad de saber cuál es la mejor manera de escribir? Para realizar un escrito poderoso

endira

4.11
lo primero que necesitas es tener un tiempo a solas, en un lugar silencioso y tranquilo. Ten en cuenta que siempre una frontera de tiempo y espacio son importantes para que la creatividad fluya.

ANTES DE INICIAR IDENTIFICA TU PROPÓSITO.

Entiende cual será el público lector al que te dirigirás y enfócate en él, para que puedas identificar dónde se encuentra antes de la lectura y así puedas establecer un objetivo de dónde quieres que se encuentre después de la lectura.

Para que logres una conexión fuerte con el lector inicia con contundencia.

Hay cinco maneras probadas que seguro te servirán para poder iniciar: Personal (algo que te importa o que te ha pasado), Inesperada (escribe una nota que sacuda, y ¿por qué no? ve contra el pensamiento tradicional), Novedosa (crea una historia nunca contada, logra crear en la mente del lector una imagen nunca antes vista), Retadora (utiliza frases provocativas que los hagan pensar) y por último Humorosa (no me refiero a que trates de contar un chiste, puedes hacer una observación irónica o contar alguna anécdota).

Es importante que hagas una buena historia que incluya conflictos, contrastes, problemas y por supuesto, soluciones. Normalmente, los elementos emocionales dejan huella en los lectores. Atrápalos con pasión, proximidad y diversión. La pregunta clave es: ¿Cómo puedo demostrarles que este tema o información les interesa?

NO PERMITAS QUE LOS LECTORES SE PIERDAN.

Para mantenerlos enganchados varía el ritmo con textos sorprendentes. Introduce estímulos emocionales como una

30-
11.11
historia, un caso o alguna imagen relevante que describas.

¡Algo importante! Elimina las palabras extrañas. Cuando los lectores dejan de entender, es muy probable que dejen de leer.

TERMINA SIEMPRE CON UN PODEROSO FINAL.

Cuando tus ideas son transferidas a otros, tu mensaje tiene resonancia. Haz un cierre pegajoso. ¿Cómo hacerlo? Los mensajes más pegajosos contienen seis elementos: Simples (elimina cualquier detalle que no sea esencial, para que tu punto final sea lo más relevante), Inesperados (iresuelve los misterios planteados en el principio!), Concretos (con una breve historia), Creíbles (si con tu escrito va el poder hacer algún tipo de cita o plasmar algunas estadísticas de fuentes de información confiables, puedes hacerlo), Emocionales (cuando le llegamos a los lectores en sus emociones, logramos que se identifiquen inmediatamente con la historia, y para cerrar con broche de oro hazlo Relatado (muestra el problema y la solución de forma concreta). Entre más pegajoso sea tu mensaje final, es más probable que sea recordado.

Toma en cuenta estos pasos, pero primero elimina todos los hábitos antiguos y las reglas que te han estado sujetando. La naturalidad en la entrega amplificará tu mensaje en una forma que será notado, entendido y recordado.

Crea historias, no lecciones. ¡Las mejores historias son obras de arte!

¿QUÉ TIPO DE ESCRITOR ERES?

¿Te has preguntado qué tipo de escritor eres? Claro, podemos entrar en definir categorías con base en tu estilo

literario, partiendo de las dos grandes divisiones: ficción y no ficción; y de ahí bajar a los múltiples géneros. Pero también puedes hacerte la misma pregunta desde la perspectiva de tu forma de publicarte. ¿Qué tipo de autor soy? ¿Aquel que nunca ha publicado? ¿Aquel que se ha publicado de forma independiente? ¿O soy aquel que ha sido publicado por una editorial? Si eres del primer grupo, de aquellos autores cuyas obras nunca han rozado las pupilas de sus lectores, seguramente estarás deseando pertenecer al grupo de los autores que han sido publicados (independientemente o por una editorial). Pero ¿qué es lo que más te conviene? No hay fórmulas mágicas. Lo que funciona para unos no necesariamente funciona para otros. Ambos esquemas tienen sus pros y sus contras, por ello sería mejor enlistarlos, para que puedas tomar una decisión más adecuada a tu medida.

AUTOEDITARME

Es cierto que los avances tecnológicos han facilitado mucho el camino de las ediciones de autor y por supuesto que es interesante explorar esta alternativa. ¿Cuáles son sus pros y contras?

LOS PROS DE LA AUTO-EDICIÓN: Tú eres amo y señor del proceso. Nadie más tomará decisiones, te ahorrarás discusiones con gente que no conoce tu obra. Tú controlas el proceso editorial, el diseño, la impresión, los canales de venta, el precio, la promoción. Todo absolutamente recae en ti.

Si eres un autor de nicho y conoces donde están tus lectores, seguramente harás un mejor trabajo en la promoción y distribución que el trabajo que pueda hacer una editorial que no está dispuesta a diversificar sus canales.

Si ya tienes un "club de fans" (o bueno, un círculo de lectores), a ellos no les importa que una editorial te avale. Tu nombre en la cubierta es suficiente para que estén dispuestos a adquirir tu obra y correr la voz con su círculo social.

Tú ganas por tu trabajo como autor, como editor y como distribuidor. Solamente el impresor y la gente que colabore en la edición llevarán un costo.

LOS CONTRAS DE LA AUTO-EDICIÓN: Tú eres amo y señor del proceso. Todo el dinero que financia el proyecto saldrá de tu bolsa, por lo tanto el riesgo financiero es tuyo. Además, tu visión única puede hacerte cometer errores editoriales, de diseño o comerciales. Algunas veces dos cabezas piensan mejor que una.

Si tu obra no es de nicho y más bien entra en la categoría de Interés General, encontrar los canales de distribución adecuados puede consumir tiempo y recursos. Las librerías, por ejemplo, no son fáciles de acceder y tienen condiciones comerciales muy drásticas.

Si no tienes idea de como autopromoverte, aún cuando tu obra pueda ser el próximo Premio Nobel de Literatura, los ejemplares se quedarán eternamente guardados en algún armario de tu casa.

Si no vendes, no solamente no ganas, el proyecto puede convertirse en un dolor de cabeza.

QUE ME PUBLIQUE UNA EDITORIAL

Abrir las puertas de una editorial puede ser una pesadilla, pero ¿qué hay detrás del esfuerzo de tocar todas esas puertas esperando que una se abra? ¿Realmente vale la pena?

Los contras de que me publique una editorial: Tendrás que lidiar con un grupo de personas que creen saber más de tu obra que tú. Querrán modificar el título, el ritmo, la redacción. Te impondrán una portada que te disgusta, imprimirán en un papel nefasto. Al final tendrás el libro que nunca soñaste, pero con el que tuviste muchas pesadillas.

Tendrás que estar arreando al equipo de ventas de la editorial, porque te cansarás de ver desabastecidas las librerías o te sentirás abandonado porque no participas en las ferias de libros. Ni soñar con que te distribuyan en otros países.

Y además resulta que la editorial no está dispuesta a gastar un solo centavo en promoción de tu obra.

Las regalías que recibas no te permiten vivir de escribir, como siempre lo has soñado, además de que tendrás que andar correteando al editor para que te pague, porque sus procesos de pago son eternos.

Los pros de que me publique una editorial: Tendrás a tu servicio un equipo de expertos en cada área: edición, diseño, ventas, promoción. Esta gente ha hecho más de un libro y algo habrán aprendido sobre la marcha. Por si fuera poco, el mayor riesgo financiero lo llevan ellos. Tampoco es que les guste perder dinero, así que si han aceptado publicarte es porque ven en ello una oportunidad de negocio. A ellos no les interesa que tus libros se queden en el almacén.

Tendrás un canal de distribución amplio para tu libro. Probablemente no lleguen a todos lados, pero seguramente llegarán más lejos que lo que puedes abarcar por tu lado, además de que ese tiempo te lo ahorras y lo dedicas en seguir escribiendo.

Si mantienes una buena relación con su departamento de

endira

promoción, podrás encontrar la manera de colaborar en conjunto para que la obra se difunda de la mejor manera, aunque no se gaste mucho en ello.

Recibirás dinero por las ventas. Por poco que sea es mejor recibir que dar (aunque nos hayan dicho lo contrario). Y al menos ya entrarás en la categoría de escritor profesional (aquel que cobra por su trabajo, aunque sea poco).

Pues ahí está, un análisis muy simple que te puede ayudar a decidir como pasar de ser un autor no publicado a un autor publicado. ¿Qué tanto te afecta los pros y los contras de cada alternativa? Definir esa pregunta te ayudará a tomar una decisión a tu medida.

PARÁLISIS DEL HABLADOR

Nadie jamás tiene parálisis del hablador. Nadie se levanta en la mañana, descubre que no tiene nada que decir y se sienta en silencio, por días o semanas, hasta que la musa lo golpea, hasta que el momento es correcto, hasta que toda la locura de su vida se ha calmado.

¿ENTONCES POR QUÉ LA PARÁLISIS DEL ESCRITOR ES ENDÉMICA?

La razón por la que no tenemos parálisis del hablador es porque tenemos el hábito de hablar sin mucha preocupación de si nuestro estúpido parloteo estará rondándonos. Hablar es barato. Hablar es efímero. Lo dicho puede ser fácilmente negado.

Hablamos mal, y luego, eventualmente (o algunas veces), hablamos inteligentemente. Vamos mejorando nuestra forma de hablar precisamente porque hablamos. Vemos lo que funciona y lo que no, y si somos intuitivos, hacemos más

endira

de lo que funciona. ¿Cómo alguien puede tener parálisis del hablador después de toda esta práctica?

LA PARÁLISIS DEL ESCRITOR NO ES DIFÍCIL DE CURAR.

Solamente escribe mal. Continúa escribiendo mal, en público, hasta que puedas escribir mejor.

Yo creo que todo el mundo debería escribir públicamente. Haz un blog. O usa Squidoo o Tumblr o un sitio de microblogging. Usa un alias si quieres. Inhabilita los comentarios, claramente no necesitas más crítica, necesitas más escritura.

Hazlo todos los días. Cada día sin falta. No un diario, no ficción, solo análisis. Escritura clara y fresca sobre lo que ves en el mundo. O quieres ver. O enseñar (por escrito). Dinos cómo hacer algo.

Si tú sabes que tienes que escribir algo todos y cada uno de los días, aunque sea un párrafo, mejorarás tu escritura. Si te preocupa la calidad, claro, entonces no escribir no es un problema, porque cero es perfecto y sin defectos. No hacer nada es seguro.

La segunda cosa mejor que cero es algo mejor que malo. Entonces si tú sabes que tienes que escribir mañana, tu cerebro comenzará a trabajar en algo mejor que malo. Y entonces tú inevitablemente redefinirás lo que es malo y mañana harás algo mejor que eso. Y una y otra vez.

ESCRIBE COMO HABLAS. SIEMPRE.

Escribe como un blogger. Tal como recomienda el gurú del marketing Seth Godin en su libro "Zen Unicorn", una técnica para mejorar nuestra forma de escribir es pensar como unblogger:

1. Usa encabezados. No solo los aburridos que anuncian tu propósito, también complicados o que enganchen. Los encabezados son ideales para pescar lectores ocupados.

2. Ten presente que la gente tiene opciones. Con 80 millones de blogs para escoger, en cualquier momento te vas. Eso hace que la escritura de blogs sea más corta, más rápida y más excitante.

3. Gota por gota por gota. Los bloggers no dicen todo de una vez. Podemos añadir una nueva idea cada día, construyendo una tesis en el largo plazo.

4. Está bien si te vas. Los bloggers no temen insertar ligas o distractores en su escritura, porque ellos saben que regresarás si lo que dicen te interesa.

5. La interactividad es un gran atajo. A tus lectores les interesa más otra opinión que, incluso, la tuya... la de ellos. Por ello leer tu correo o tus comentarios hace más fácil mantenerse relevante.

6. Los trucos no son tan útiles como las opiniones personales. Si pretendes bloggear efectivamente por meses o años, tarde o temprano tendrás que decir algo real.

7. Piérdelele el miedo a las listas. A la gente le gustan las listas.

8. Muéstrate. Dejar de escribir no es una forma útil de expresar tus ideas. Esperar la perfección es una estrategia torpe.

9. Dilo. No lo escondas, no lo embellezcas.

¿Qué pasaría si cada estudiante, o cada empleado, o cada cliente de una empresa tuviera que tener un blog?

411
-88
Cuando escribas recuerda estos nueve puntos y tu escritura mejorará.

LO BÁSICO DE LOS DERECHOS DE AUTOR

Muchos de los miedos que enfrentan los autores novatos es el miedo a que su obra sea presa de la piratería.

- ¿QUÉ PASA SI LE PRESENTO MI OBRA A UN EDITOR Y ESTE LA PUBLICA CON OTRO NOMBRE?
- ¿QUÉ PASA SI ALGUIEN SE ENCUENTRA MI ESCRITO Y LO PUBLICA COMO PROPIO?
- ¿CÓMO PUEDO PROTEGER MI OBRA?

Son solamente algunas de las dudas que surgen en este sentido.

Bien vale la pena echarse un clavado a la Ley Federal de Derechos de Autor para comprender más del tema. Sin embargo leer una ley es como leer las gráficas de las acciones en la bolsa. No hay manera de que podamos entender nada. Por eso puede ser particularmente bueno leer un libro que traduce muy bien los puntos más importantes que tienen que ver con derechos de autor.

El libro se llama "Derecho de autor para autores" de José Luis Caballero. Un libro breve de lenguaje sencillo. Una lectura obligada para todos aquellos que ven en la escritura una forma de negocio.

30-
111
Pero para tranquilizarlos mientras leen el libro es importante que sepan que su obra está protegida desde el mismo momento en que es creada, y no hasta que es registrada, así que ante cualquier situación de fraude, aunque no hayan registrado su obra el INDAUTOR los defiende.

LAS LIBRERÍAS

Para muchos escritores, el que su libro esté a la venta en una librería es algo necesario, pero ¿qué hay detrás de ellas?

Si bien una librería parece el lugar más lógico para vender un libro, para las editoriales pequeñas, ubicar sus libros en las librerías, lograr que se vendan a los lectores y cobrar por ellos son tareas agotadoras y, muchas veces, desalentadoras.

Hace aproximadamente veinte años, las librerías eran, en su mayoría, negocios familiares, atendidos por gente que encontraba placer en la venta de libros y que hacía de esa actividad su modesta forma de vida. Las utilidades eran pequeñas y el costo de mantener un inventario era reducido. Pero las editoriales contribuyeron a que esa situación cambiara, al permitir la práctica de las devoluciones. Puesto que la mayoría de las librerías eran pequeñas, comparadas con las dimensiones que se tienen en la actualidad, y tenían pocos títulos en pasta dura. La encuadernación en rústica fue revolucionaria y amplió el mercado del libro, pero no cambió verdaderamente la estructura de la industria.

Aunque había menos editoriales en aquellos días, las librerías realizaban un mayor porcentaje de pedidos directamente a la editorial, en lugar de hacerlos a través de distribuidores. Los representantes de ventas de las editoriales visitaban las tiendas, hacían sugerencias, recibían los pedidos de los nuevos títulos, revisaban el fondo editorial e, incluso,

exploraban los estantes de las tiendas para saber qué libros estaban a la venta. Los sistemas de inventario computarizados y las reposiciones automáticas no se habían inventado. Los márgenes, siempre estrechos, favorecían a la editorial y era ella quien establecía las condiciones.

A esta estructura se le sumaron miles de nuevas editoriales pequeñas, distribuidores independientes, nuevas tecnologías y las cadenas.

Los cambios en la estructura de la industria, quizás inevitables en el mundo contemporáneo, han tenido efectos tanto positivos como negativos. Los consumidores de todo el mundo hoy tienen rápido acceso a más libros que los que nunca hubiesen imaginado que existían. La gente de muchas pequeñas ciudades puede ingresar a supertiendas que ofrecen decenas de miles de títulos, en tanto que cualquier persona cuenta con una computadora y un módem puede ingresar a una librería en línea y acceder a una base de datos que incluye millones de títulos. Como editor o autor, se tiene la seguridad de que el lector que está buscando el libro lo encontrará. La desventaja es que con tantos libros compitiendo, los lectores necesitan una excelente motivación para elegir el libro de entre las numerosas opciones que se les presentan.

Hoy en día, las editoriales tienen poco poder para negociar con las pocas cuentas que controlan un porcentaje tan grande de ventas y, como consecuencia, van cediendo cada vez más puntos de descuento. Al mismo tiempo, las devoluciones se han incrementado en escalas monumentales y, por si fuera poco, el principio según el cual un libro devuelto debe estar en buenas condiciones para que pueda ser acreditado.

Quienes dependen de las librerías para la mayor porción de sus ventas, necesitan un mayor volumen de ventas para lograr la rentabilidad de un libro. También deben destinar parte de sus restringidos presupuestos a sus acciones de marketing, para estar a la altura de las condiciones competitivas del mercado.

¿Verdad que no es tan fácil?

“POR QUÉ” Y “PORQUÉ” NO SON IGUALES

Cada vez que tomamos una pluma y comenzamos a escribir, es muy común que empiecen a surgir dudas sobre cómo escribir ciertas palabras.

Sandro Cohen poeta, narrador, ensayista, traductor, editor y profesor universitario, comenta en su Blog: “Redacción sin dolor” acerca de una de las confusiones más grandes al escribir; y me refiero a los famosos: porque, por que, porqué y por qué.

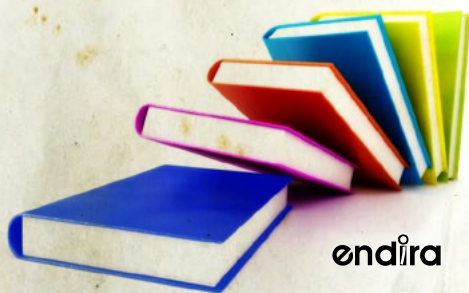
¿Cómo sabemos cuándo es correcto escribir cada uno?

<http://redaccionsindolor.blogspot.mx/2011/09/departamento-de-confusiones-por-que-y.html>

Los invito a leerlo para que resuelvan esta gran duda que, seguramente, a muchos de ustedes les da dolor de cabeza.

30-
11.1

sólo escritores
auténticos



endira