

La aventura de un novel en la autoedición digital

Por Tania Lucía Cobos

Con la inclusión de las nuevas tecnologías en el sector editorial, no son pocos los escritores noveles que se han abocado a la autoedición digital, es decir, autogestionar la publicación de sus libros para plataformas como lectores digitales o *e-readers*, dispositivos móviles y computadores, y como valor añadido, la impresión bajo demanda. Yo soy una de ellos.

La autoedición siempre ha sido un proceso bastante controvertido. Por un lado, suele verse como un camino inmediato para satisfacer la vanidad del autor de ver su libro publicado, por otro, como el último recurso para un escritor novel cansado de los rechazos de su obra. Como fuere, la autoedición tradicionalmente no ha sido bien vista y no son pocos los que recomiendan hacer uso de esta como recurso extremo, más que todo, porque la calidad del producto suele estar en entredicho. Sin embargo, el advenimiento de las TICs ha ido modificando esta percepción, convirtiendo dicho proceso en una vitrina para agentes y grandes editoriales que buscan talento literario, lo que se conoce como el “precasting” de libros, o incluso generando autores con sello propio, que no necesitan el intermediario de la editorial o el agente, ya que ellos mismos han logrado labrarse una reputación y una posición en el mercado.

Hace unos meses, Ángel María Herrera, CEO de Bubok, decía para ADN.es que habían detectado que muchos de los autores que habían publicado en su plataforma eran posteriormente captados por una editorial, ya que la misma actuaba como un filtro que facilitaba a estas o al agente literario conocer la temática del libro, que tantas ventas o descargas había tenido, y el perfil del autor. Por otro lado Mónica Pérez, periodista española que autoeditó *El Secreto de Obama*, decía para este mismo diario, que no era lo mismo llegar a una editorial con un montón de hojas, a llegar con un libro que, aunque autopublicado, ya era conocido. Por otro lado, en el mercado anglosajón es donde más éxito ha tenido el caso de los autores con sello propio, incluso, algunos han llegado a decir no a las editoriales, por conservar los derechos sobre su obra y por la velocidad con que pueden adaptarse a los nuevos espacios que se generen para los libros digitales.

El primer pensamiento tradicional para un escritor novel una vez finalizado el libro suele ser el buscar una editorial que quiera publicarlo o un agente literario que quiera asumir su representación, sin embargo, pienso que esto no debería ser el plan

A, ya que lo primordial es buscar un público lector, al fin y al cabo, se escribe para ser leído, y dado el impacto de las nuevas tecnologías, la autoedición digital se presenta como una opción práctica y de poco costo para llegar a ese público. Por otro lado, lo anterior también lleva a plantear una pregunta, ¿están los lectores dispuestos a leer y a comprar libros autoeditados digitalmente por escritores noveles? Esto da para otro debate.

Como escritora novel me he decidido por la autoedición digital por tres razones que ya he presentando en párrafos anteriores: primero, porque puedo adaptar mis obras rápidamente a los formatos necesarios para comercializarla ya que tengo los derechos sobre ella. Actualmente mis libros están disponibles en Amazon y en iTunes (gracias a Crabapps) para dispositivos móviles y *e-readers*, así como en Scribd, Bubok, Lulu, tanto en formato digital como impresión bajo demanda (profesional o casera) y espero el lanzamiento de Publ! para Nook de Barnes & Noble, y Google Editions. Segundo, el porcentaje de regalías que recibo por la venta de mis libros digitales es sensiblemente mayor que el que suele recibir un escritor con una editorial tradicional. Tercero, la oportunidad de poder participar directamente en proyectos de libros como el caso de Google Books sin tanto misticismo por los derechos de autor. Claro, todo lo anterior no se traduce en que, como todo escritor, no tenga la expectativa de ver mis libros publicados bajo un sello editorial o tener un agente literario que me represente, con todo el plus adicional que esto conlleva: eventos de lanzamiento, asistencia a ferias de libros, entrevistas en medios, entre otros.

En la autopublicación, incluso en la digital, como es bien sabido, todo el proceso recae sobre el escritor. La corrección de estilo, la diagramación, maquetación digital, publicación y mercadeo de la obra. Es por esto que el escritor novel que se ha embarcado en la misma debe estar monitoreando permanentemente el ambiente, aprovechando los espacios que brindan las redes sociales como Facebook y Twitter (hay varios *hashtags* que se usan para recomendar libros #librodeldia #1libro #recomiendoleer #juevesdelibros, entre otros), y las redes sociales de lectores como Bukear, Liibook, Entrelectores, Wattpad, entre otras, para dar a conocer su obra, y no puede faltar el administrar un blog propio.

El video es también una herramienta para dar a conocer el libro. Existen los llamados *book trailer* que a modo de los *movie trailer*, son videos de uno a dos minutos en donde se promociona la publicación y se pueden subir a plataformas como YouTube y Facebook. En mi blog publiqué una entrada dedicada a este tema sobre cómo hacerlos, tanto en su concepción como en la parte técnica de su producción.

El camino de la autoedición digital también tiene sus bemoles, su practicidad y bajo costo también traen consigo una sobresaturación donde pululan todo tipo de publicaciones y pueden encontrarse fallos en la calidad de los libros, tanto en su contenido como en su maquetación. Recorrerlo es una decisión muy personal y la experiencia varía de un autor a otro, todo depende del empeño y de las estrategias que se implementen para lograr llegar a sus lectores y hacerse un espacio en el tan competitivo mundo editorial.

ARTÍCULO
EL MUNDO EDITORIAL II

Tania Lucía Cobos Cobos (Colombia) es comunicadora social y periodista de la Universidad del Norte, tecnóloga en diseño gráfico de la Universidad Autónoma del Caribe y especialista en periodismo electrónico de la Universidad Pontificia Bolivariana.

Actualmente cursa la Maestría en Ciencias en Comunicación con especialidad en Comunicación Internacional y Nuevas Tecnologías en el Tecnológico de Monterrey, Campus Monterrey (México). Ha autopublicado digitalmente en el género fantasía los cuentos *El Sello* y *La Reina Olvidada*, y en ciencia ficción, *Mundo Perfecto* y *Misión: Planeta Rojo*. Bajo el seudónimo *Lucy Saotome* fundó y administra la [Red Colombiana de Otaku](#), la red virtual más antigua de Colombia en el ámbito de la animación japonesa. También es *webmaster* del sitio "[De Rumiko Takahashi para el Mundo: Ranma 1/2](#)". Ha producido dos tesis de grado en investigación de nuevas tecnologías de la información y la comunicación, y la tercera se enmarca en el campo del diseño gráfico y la animación japonesa.

Blog: Tania Lu, mi blog.
Escritura creativa, academia y nuevas tecnologías
<http://tialu.me>
Correo electrónico: tialu@tialu.me
Twitter: @TaniaLu.