

# NO PUBLICAS PORQUE NO QUIERES

La Red te ofrece múltiples formas de difundir tu novela, incluso imprimirla, *puenteando* a los editores y sin perder pasta. España se apunta a la tendencia.

TEXTO: IRENE SERRANO ILUSTRACIÓN: JOAQUÍN SECALL

**CUALQUIERA** que haya querido publicar un libro habrá sufrido en carne propia la dura criba de las editoriales. “A la pequeña editorial que tenía mi familia llegaban unos 300 manuscritos mensuales que no podíamos atender”, reconoce el empresario ociocultural Ángel María Herrera; “había que crear un espacio para que cualquiera pudiera publicar su obra”. De esa necesidad surgió Bubok.es, la primera plataforma española de autopublicación *online* y Print On Demand (POD), donde colgar tus obras es tan sencillo como subir una canción a MySpace. Una iniciativa inspirada en la estadounidense Lulu.com que, cinco años antes, nació del impulso de un autor harto de los caprichosos designios de la industria: “Publiqué *Under the radar* de manera tradicional, se vendieron alrededor de 20.000 ejemplares y gané la absurda cantidad de 2.311 dólares. Pensé que tenía

trellas, aunque sus éxitos no tienen nada que ver con el dinero. El madrileño Javier Fernández estudió hasta tercero de BUP, trabaja en un supermercado familiar y a sus 30 años ya ha escrito cinco novelas y un libro de cuentos, que también puso a la venta en Lulu.com. “No tenía ganas de patearme Madrid buscando editoriales. Publiqué de esta manera y, gracias a ello, empecé a escribir en un periódico local y a colaborar para un programa de radio junto a un escritor de mi barrio”.

Nacho Corredor, un joven catalán que acaba de cumplir la mayoría de edad, se curró el trabajo de fin de curso del último año de instituto como si fuese una tesis doctoral. “Entrevisté a personas que no suelen hacer declaraciones sobre el tema del que escribía —la tregua de ETA de 2006—, como Iñaki Gabilondo”. Movidio por la teoría generalizada de que lo impreso tiene más prestigio, lo puso a la venta en forma de libro en el portal estadounidense. Lleva vendidos 1.035 ejemplares, que más que dinero, le han proporcionado contactos: “Políticos, periodistas que han ido a las presentaciones... Principalmente, me ha abierto puertas”, revela.

También escritores reconocidos han succumbido a los encantos de la Red. Alberto Vázquez Figueroa ha publicado su última novela como *eBook* en su página *web* y como libro de los de toda la vida en Bubok. “Cuando empecé, nadie quería publicarme por una sencilla razón: para editar un libro hay que imprimir por lo menos mil ejemplares, y muy poca gente se arriesgaba a imprimirlos para sólo vender cien, como ocurrió con mis primeros títulos”, explica nostálgico. Pero el autor da un consejo a quienes, desesperados, vean que sus ventas *online* no superan los cien ejemplares: “Uno no puede tener tantísimos lectores con sus primeras novelas. Yo escribí con 16 años *Arena y viento*, y no fue hasta catorce o quince libros después cuando empecé a ganar dinero, a mis 39”.

Si le ocurrió a John Kennedy Toole —cuya *La conjura de los necios* (premio Pulitzer 1981) no vio la luz hasta 11 años después de su muerte— o a Gabriel García Márquez —se rumorea que algunos editores catalanes y argentinos rechazaron el manuscrito de *Cien años de soledad* y que, incluso, se le recomendó que abandonara la prosa en favor de la poesía—, no es descabellado pensar que más de una obra maestra haya acabado en la basura del departamento de *marketing* de alguna editorial. Con la Red, los malos escritores seguirán siendo malos, pero al menos su suerte no dependerá exclusivamente de la crueldad de un editor. ■

## Bubok entrega el 80% de las ganancias del libro publicado al autor

que haber otro sistema para que la gente hiciese rentables sus obras”, resume su ahora consejero delegado, Bob Young.

El mecanismo es fácil. Regístrate y cuelga tu obra previo *turning* del PDF original, al que hay que darle formato, añadir una portada y elegir características *físicas* (tipo de papel, encuadernado, etcétera). De esta selección depende el coste final del libro, al que cada autor le añade el porcentaje de beneficio por unidad —que puede ser de cero a infinito, dependiendo de la estima en que se tenga—. La suma total es el precio al que se pone a la venta el ejemplar; las ganancias se reparten entre el autor (80%) y el sitio *web* (20%), y se imprimen tantas unidades como se soliciten. Bubok ofrece además la posibilidad de que los lectores lo descarguen de forma gratuita. “Si no vendes nada, no ganas, pero tampoco te supone ningún gasto”, comenta Herrera.

Todavía nadie ha ingresado en el Olimpo de las letras por este camino, pero ya existen ejemplos en los que empiezan a vislumbrarse beneficios —económicos o no—. Young recuerda el caso de Goh Koon Hoek, autor de un manual —que suelen ser los *best sellers* de estas editoriales— llamado *eStart Your Web Store With Zen Cart* que “se ha embolsado unos 84.000 dólares publicándolo en Lulu.com”. En España, a otra escala, también tenemos nuestras es-

