

Estrategias para su última novela:

El nuevo estilo de Paulo Coelho

El 27 de septiembre será el lanzamiento oficial de "La bruja de Portobello", en castellano y portugués.

CAROLINA ANDONIE DRACOS

Si usted es devoto lector de Paulo Coelho en <http://www.paulocoelho.blog.com/bruja-de-portobello/>, verá retribuido con creces su fidelidad gracias al giro que dio el autor a la hora de promocionar su nueva novela, "La bruja de Portobello", un fenómeno la cual ya está disponible en español.

Por supuesto, la idea del best seller brasileño no es ajena a la experiencia de Stephen King (cambiando por ejemplo el tiempo y el ambiente la ficción a Planeta, que tiene los derechos del libro para Brasil, América Latina, Portugal y España).

El despliegue

De hecho, el octógono más patético que un libro especial para la novela (<http://www.miguellemus.com/ensayos/dio-coelho/>), al que se han unido todas las filiales y que incluye un libro de poesía en el momento de la lectura (en el caso de Chile, Australia, etc.).

Hay que destacar además que el blog de Coelho tendrá el texto en línea solo hasta su lanzamiento en español y portugués, después de lo cual ese espacio se ocupará solo para intercambiar opiniones.

A este momento la estructura de esta entrega, que parte con la muerte de la protagonista, dejar-

Extracto Capítulo I

"Antes de que todas estas declaraciones salieran de mi mesa de trabajo para seguir el destino que ya había determinado para ellas, pensé en convertirlas en un libro tradicional, en el que se cuenta una historia real después de una exhaustiva investigación".

"Empecé a leer una serie de biografías que pudieran ayudarme a escribirlo, y entendí una cosa: la opinión del autor respecto al personaje principal acaba influyendo en el resultado de las investigaciones".

"Como mi intención no era exactamente decir lo que pienso, sino mostrar cómo vión la historia de la bruja de Portobello, sus principales personajes, acabé abandonando la idea del libro; pensé que era mejor limitarme a transcribir lo que me habían contado".

do para el final la realización del mismo. De ahí que el primer tercio de la obra ya haga más que entusiasmar al lector, anticipando por conocer los acontecimientos del asombroso.

En 204 páginas, "La bruja de Portobello" podría definirse como una redefinición de la feminidad y de la maternidad. Recordemos que Coelho siempre ha apostado al sentido de la vida y al derecho de ser diferente, lo que en este caso está dado por una serie de apóstrofes atribuidas a la protagonista: virgen, santa, madre, loca.

Por el 27 de septiembre se ha programado el lanzamiento oficial en castellano y portugués (América Latina, Brasil, España

y Portugal, dejando para 2007 el resto de las traducciones. Todo esto, claro, precedido de una intensa campaña de marketing, pilotada por el propio autor a través de su agencia São José Assessor, cuyo sitio internet es Coelho.

Por primera vez, Planeta lleva al mundo los derechos del personaje (anteriormente en manos de Rocco) y Planeta Internacional se hace cargo de su distribución (Logos de libros ya publicados).

Coelho siempre parió la versión brasileña, luego la latinoamericana, y después, por último, el resto de las traducciones. Respecto a España, que salió en una sola tanda que América Latina, ahora tem-



NÚCLEO CREATIVO. — En Planeta Argentina se realizó todo el marketing de la novela, que pasó luego a Sant Jordi para la edición de la novela a los librerías locales, donde es posible encontrar una serie de actividades (cuenta regresiva a la novela) semana en que se potencia la figura del autor.

A esto sumamos las postales que se distribuyen la primera semana en librerías, grandes superficies, bares, pubs y hoteles, además de los macedoneros de libros, algunos de los cuales tendrán la leyenda "¿Virgen? ¿Santa? ¿Madre? ¿Loca? La bruja de Portobello, el nuevo libro de Paulo Coelho".

Desde octubre, la promoción seguirá en prensa escrita y radio, en el teatro, y en las propias librerías, donde se distribuirán volantes a través del libro y un DVD de los comentarios con las preguntas de lectores que cada día recogió en su país.

Menores de 30

Caso similar que este año la promoción tendrá su fuente en internet:

"Coelho ya no hace gala de la entrevista, salvo contadas ocasiones. Tenemos un público cautivo (los fans de Coelho), pero la idea es ampliarla a lectores jóvenes de 30 años. Para ello hemos potenciado la web con una estrategia de marketing enfocada a un libro de la edad adulta (6.000) y 'armado más moderno', explica Noreco.

Los títulos de trabajo que llegarán en octubre a librerías locales, vía Planeta —al comienzo de la San Fermín—, "El manual del guerrero de la luz" y "Aveces del río Piedra me senté y lloré" —verán la misma estrategia, formativa y poco que "La bruja de Portobello".

A propósito de esto, que Coelho se viene con la idea.

Estrategias para su última novela : el nuevo estilo de Paul Coelho [artículo] Carolina Andonie Dracos

Libros y documentos

AUTORÍA

Andonie Dracos, Carolina

FECHA DE PUBLICACIÓN

2006

FORMATO

Artículo

DATOS DE PUBLICACIÓN

Estrategias para su última novela : el nuevo estilo de Paul Coelho [artículo] Carolina Andonie Dracos

FUENTE DE INFORMACIÓN

[Biblioteca Nacional Digital](#)

INSTITUCIÓN

[Biblioteca Nacional](#)

UBICACIÓN

[Avenida Libertador Bernardo O'Higgins 651, Santiago, Región Metropolitana, Chile](#)