



ORIGINALES CAMPAÑAS EN INTERNET:

Escritores exploran nuevas formas para crear y promocionar sus libros

Jorge Baradit y Francisca Solar lanzaron sus nuevas obras generando una expectación propia de los superventas.

SARA BERTRAND

El escritor y diseñador Jorge Baradit estructuró una de las promociones de libros más novedosas del último tiempo. Su idea, dijo, era "dejar atrás la estructura copernicana" (virales girando en torno al producto estrella) y dar un paso hacia lo que definió como "horizontalidad o molecular". Es decir, la PDK, o "Policía del Karma" (Ediciones B, 2011), su última novela gráfica, que presentó en la Tiba y que volverá a lanzar este sábado en la HC Santiago, se transformó en un nodo más de una molécula.

Nada se hizo al azar. Baradit sabía que la novela que tenía entre manos era grande y crecía raro (formato álbum a color), que incursionaba en otro género y que debía dar un paso hacia el libro digital o multiplataforma donde el objeto libro fuera parte de una experiencia que involucrara a creadores y lectores. Así surgió PDK. La campaña comenzó el 5 de septiembre con la presentación de trailers que no explicaban tanto, pero intrigaban mucho; luego, bajo un esquema de marketing duro buscó generar comunidad, lo que se tradujo en certificar a sus seguidores como parte de la policía del karma. A esto le siguió un documental, un cóctel y soundtrack. Baradit explica: "La obra no es el libro; el libro era una semilla en la gente que lo lee". Por eso convocó a ilustradores, cineastas, músicos, escritores y a quienes se sintieran llamados a dar su propia versión del cuento original.

La novela entonces fue casi un pretexto para un juego creativo. O, en palabras de Baradit, "una fiesta con Aka 47 y rock and roll". Múltiples contenidos integrados por una red de conexiones y diversas plataformas, además de una comunidad que fue creciendo en torno a la PDK y que reemplazó la sala de su presentación: el día 5 de noviembre, después de



La campaña de Baradit alcanzó las 10 mil visitas en Youtube.

Francisca Solar implementó el sistema pay with a tweet para promocionar su última novela.



dos meses de intensa campaña, Baradit sumó cerca de 2 mil certificaciones en la web y 10 mil visitas en Youtube.

Menos explosiva, pero igualmente original, fue la promoción que acompañó el lanzamiento de "El hada de las cadenas", la última novela de Francisca Solar, en formato digital. Según la autora, "en Chile los escritores están obligados a promoverse porque el apoyo de los editoriales para las campañas se limita al lanzamiento, firma de libros y prensa". Por eso animó no sólo su propia promoción, sino a edición digital de sus textos. Dejó tres años en copyright los derechos de Viceversa (la saga de "La Séptima M"), que

pertenecían a Random House España y entonces desarrolló un proyecto digital que la llevó a lanzar primero "Las lolas", y, en dos semanas más, entregar la versión digital de "La séptima M". Todo gracias a un archivo compatible con todo tipo de dispositivos y descargable en cualquier parte del mundo. Para la campaña, implementó un sistema de eBook sin dinero conocido como pay with a tweet, que le permitió promoverla en redes sociales. Consiste en un tweet de los dos primeros capítulos por un tweet que contenga a su página. Sólo en la primera semana tuvo 700 descargas. El lanzamiento, sin embargo, lo hizo en la librería Qué Leer es decir, triunfó en el territorio analógico con un libro digital que, para los desconocidos de las ventas en línea, se puede comprar en librerías.

Escritores exploran nuevas formas para crear y promocionar sus libros [artículo] Sara Bertrand.

Libros y documentos

AUTORÍA

Bertrand Donoso, Sara

FECHA DE PUBLICACIÓN

2011

FORMATO

Artículo

DATOS DE PUBLICACIÓN

Escritores exploran nuevas formas para crear y promocionar sus libros [artículo] Sara Bertrand.

FUENTE DE INFORMACIÓN

[Biblioteca Nacional Digital](#)

INSTITUCIÓN

[Biblioteca Nacional](#)

UBICACIÓN

Avenida Libertador Bernardo O'Higgins 651, Santiago, Región Metropolitana, Chile