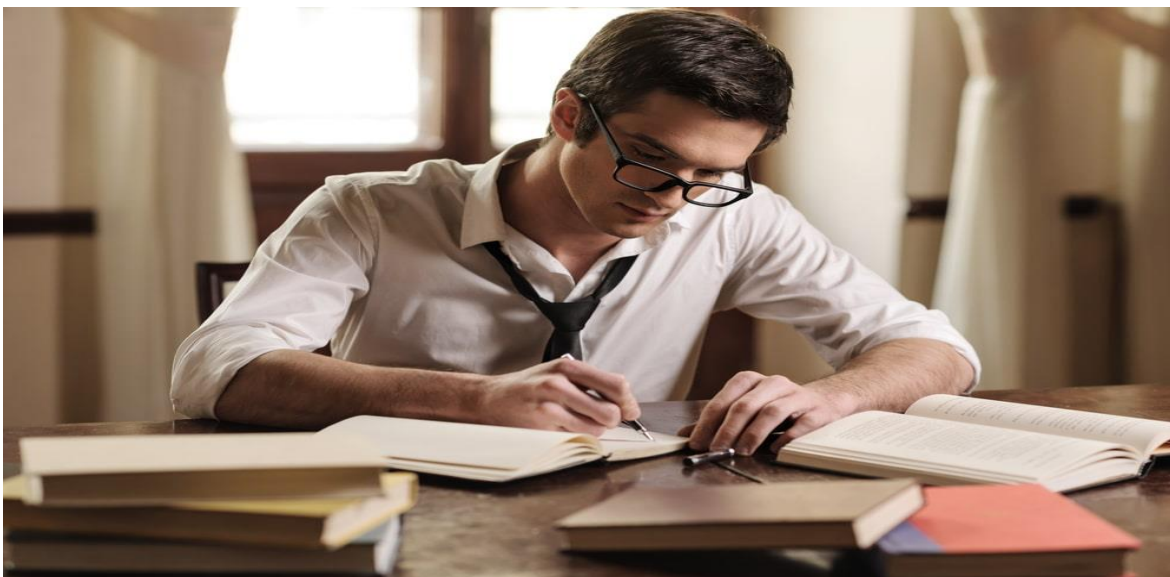




**FACULTAD DE PERIODISMO
Y COMUNICACION SOCIAL**

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LA PLATA

TRABAJO INTEGRADOR FINAL DE PRODUCCIÓN

**¿Cómo publicar un libro de manera
independiente?**

**Estudio del caso “Los Pasajeros del Rey
Patricio” (2012) y lecciones aprendidas**

Alumno: Jorge Martín Ocaña

Número de legajo: 11611/8

Email: jorgemartinocana@gmail.com

Directora: Doc. Ayelén Sidún

**Sede Bosque - Edificio Presidente Néstor
Carlos Kirchner**

**Diagonal 113 esquina 63 N° 291, La Plata,
Buenos Aires, Argentina**

Septiembre de 2021

ÍNDICE

BREVE DESCRIPCIÓN	4
Palabras Claves	5
INTRODUCCIÓN	5
Presentación del Problema	5
Metodología	6
Pregunta de Investigación	7
Objetivo General	7
Objetivos Específicos	7
Presentación del Caso de Estudio	8
Justificación	8
Abordaje Metodológico	11
Herramientas teórico-conceptuales	13
Estructura	13
¿CÓMO NACE UNA IDEA?	15
Conceptos de Creativo, Creación y Crear	15
El Proceso Creativo	17
Elementos Fundamentales	18
Las Etapas de Creación de “Los Pasajeros del Rey Patricio”	20
¿CÓMO REDACTAR UN LIBRO DE MANERA INDEPENDIENTE?	31
Contexto	31
La Importancia de la Motivación	32
Los Principales Factores para el Desarrollo de la Motivación	33
La Evolución de la Motivación en “Los Pasajeros del Rey Patricio”	35
¿CÓMO PUBLICAR UN LIBRO DE MANERA INDEPENDIENTE?	38
Contexto	38
Plan de Marketing	39
La Impresión	41
La Comercialización	42
El Proceso de Publicación de “Los Pasajeros del Rey Patricio”	45

Conclusiones	49
BIBLIOGRAFÍA	51

BREVE DESCRIPCIÓN

Gran cantidad de personas, de diferentes edades y variadas condiciones sociales, tienen el deseo de poder realizar, redactar, editar y publicar un libro de manera independiente. Sin embargo, los procesos internos se encuentran por lo general desconocidos y/o fuera del alcance de la mayoría de ellas. El objetivo de este trabajo integrador final radica en asesorar y brindar una estructura de trabajo a estas personas interesadas en publicar su primera obra, analizando el caso de estudio del libro “***Los Pasajeros del Rey Patricio***”, producido, redactado, editado, publicado, publicitado y comercializado de manera independiente, en el año 2012, logrando vender la totalidad de la primera y única edición cuya tirada fue de dos mil ejemplares.

El trabajo busca responder a la siguiente pregunta de investigación: “*¿Cómo organizar el trabajo de planificación, investigación, redacción, edición, financiación y comercialización para lograr la publicación de un libro de manera independiente?*”

A través de un análisis de los procesos creativos y organizativos que aparecen durante la publicación de un libro y de la investigación sobre los procesos de planificación, investigación, redacción, edición, publicación y comercialización de los libros independientes, se podrán conocer los caminos posibles para reducir las pérdidas de tiempo y de recursos de las personas involucradas y así maximizar y

optimizar sus esfuerzos. Se estudiará en detalle el caso del libro “**Los Pasajeros del Rey Patricio**”, cuya autoría me pertenece, para poder identificar las lecciones aprendidas de esta experiencia y de esta manera redactar, a lo largo del presente trabajo, un **Resumen Práctico para una Publicación Independiente** que sea de fácil lectura, completo y útil.

Palabras Claves

Proceso organizativo – Planificación – Creación artística – Redacción – Gestión – Comercialización

INTRODUCCIÓN

Presentación del Problema

Hace décadas, las diferencias entre los escritores y los editores eran muy marcadas ya que desempeñaban funciones completamente separadas. Hoy en día, es cada vez más frecuente que sea la misma persona la que realice dichas actividades. Gracias a las innovaciones tecnológicas, a la revolución digital y a la globalización (entre otras causas), resulta mucho más fácil y accesible en la actualidad publicar independientemente su propio libro y convertirse así en autor y editor al mismo tiempo.

Con la expresión “publicación independiente”, nos referimos a la edición y publicación del trabajo de un autor sin la intervención de un tercero (en este caso, el editor). Según Cortéz H. (2018); la publicación independiente le permite al escritor un mayor goce estético. En otras palabras, el escritor independiente es autónomo en cuanto al tema, tratamiento estilístico y aspectos de edición y diagramación de

su obra, los cuales se ven limitados, en muchos casos, por las editoriales de renombre.

Existen varios beneficios de realizar una publicación independiente, por lo cual esta opción se convierte en muchos casos una alternativa interesante para los autores jóvenes en su primera experiencia. Entre las principales ventajas podemos nombrar la mayor ganancia para el escritor (ya que en muchos casos los derechos de autor se concentran en un 100% al mismo autor sin pasar por intermediarios); los tiempos más rápidos de publicación (publicando de forma independiente, se puede tener el producto final listo e impreso en cuestión de unos pocos meses, cuando es un proceso que puede tardar hasta años en caso de publicar de forma tradicional), un mayor control sobre la disponibilidad en el mercado y sobre la cantidad de libros impresos y la última palabra sobre todas las decisiones editoriales y el contenido a publicar.

Sin embargo, a pesar de los beneficios recién mencionados, existen también limitaciones que hacen de la publicación independiente un proceso complicado con muchas asimetrías de información y distintos desafíos que van desde los aspectos más económicos y financieros hasta algunas temáticas más relacionadas a la creación artística, a la auto-motivación y a las capacidades organizativas.

Por esta razón, se decidió emprender este trabajo de investigación: para poder entender en detalle las actividades que aparecen durante la publicación independiente de un libro.

Se analizó todo el proceso creativo del libro “Los Pasajeros del Rey Patricio” hasta su publicación y comercialización para aprender de esta experiencia y compartir las lecciones aprendidas.

Para tratar de entender la complejidad del caso, hemos intentado dividir el proceso de publicación independiente de un libro pasando por sus diversas etapas: la creación creativa (cuando nace la idea) según Dewey (1910) o Graham Wallas

(1926) citados por Gómez Nieto, B. (2017); la planificación y redacción del contenido (cuando la idea se transforma de una cosa abstracta a un texto escrito); y la edición y comercialización del libro (cuando se imprime el libro, pasa a ser una cosa material y concreta y se presenta al público) para así comprender, describir y explicar el fenómeno.

En particular, hemos presentado y estudiado cada etapa completándola con el análisis de los aspectos puntuales de un caso de estudio “Los Pasajeros del Rey Patricio” para entender cómo nacieron, y fueron sorteados en la práctica, los contratiempos que fueron apareciendo.

Pregunta de Investigación

La pregunta que motiva el presente trabajo de investigación es: ¿Cómo organizar de manera óptima el trabajo de planificación, investigación, redacción, edición, financiación y comercialización para lograr la publicación de un libro de manera independiente?

Objetivo General

El objetivo general del presente trabajo es analizar, sistematizar y describir el proceso de realización del libro “*Los Pasajeros del Rey Patricio*” como una metodología que permita conocer los procesos organizativos para idear, redactar y comercializar de manera independiente la edición del primer libro de futuros autores o autoras.

Objetivos Específicos

Analizar los procesos creativos y organizativos que aparecen durante la publicación del libro *“Los Pasajeros del Rey Patricio”*;

- Investigar sobre los procesos de planificación, investigación, redacción, edición, publicación y comercialización del libro *“Los Pasajeros del Rey Patricio”* como producción independiente;
- Determinar las posibles prácticas para reducir las pérdidas de tiempo y de recursos;
- Conocer el caso del libro *“Los Pasajeros del Rey Patricio”* para poder identificar las lecciones aprendidas de esta experiencia;

Presentación del Caso de Estudio

“Los Pasajeros del Rey Patricio”, de mi autoría, es un libro que profundiza en la gestación, nacimiento, inicio y primera desmembración de la banda mitológica más grande la historia del rock nacional: Patricio Rey y sus Redonditos de Ricota. Fue el fruto de ocho años de investigación (2004-2012), juntando material a través de entrevistas a más de cincuenta fuentes vinculadas con el grupo. El libro tomó como guía el testimonio de muchos de los personajes olvidados que participaron de manera directa en dicho período y retomó una discusión que llevaba treinta años sin respuestas.

La recepción del libro fue enorme, mucho más grande de la esperada, y se pudieron vender en muy poco tiempo todos los 2.000 ejemplares de la primera edición. Además, gracias a este libro, fui invitado a varias entrevistas para hablar sobre el tema (en radio, revistas, etc.) y mi obra incluso fue citada por otros libros que trataron sobre el tema (“Patricio Rey y sus Redonditos de Ricota – Fuimos Reyes” de Mariano del Mazo y Pablo Perantuono, del Editorial Planeta, entre otros).

Justificación

Creo principalmente que este trabajo integrador final pueda ser de real utilidad a las muchas personas que deseen publicar su primer libro y no saben por dónde empezar.

Cuando empecé, en el 2004, a pensar sobre la investigación que iba a realizar, no sabía que iba a llevarme ocho años de mi vida ya que no tenía en la cabeza un proceso armado ni organizado. Ni siquiera pensaba que iba a ser un libro el resultado final de este trabajo tan meticuloso. Fue un proceso que fue creciendo de a poco, de manera casi autónoma.

Ahora, en el 2021, ocho años después de la publicación de “Los Pasajeros del Rey Patricio”, puedo volver atrás y estudiar, a mente fría, las actividades realizadas. Y surge natural la típica pregunta: Si pudiera volver atrás, ¿Qué haría de manera diferente? Y ¿Por qué?

De esta pregunta, nacen otras: ¿Qué hice bien? ¿Qué hice mal? ¿Qué podría haber hecho de manera distinta? ¿Por qué las hice así? ¿Fue falta de experiencia?

A pesar de haber obtenido una respuesta muy positiva a la publicación de este libro, me doy cuenta que en muchos casos, la falta de experiencia fue una de las causantes principales de las críticas que le haría a mi propia obra.

Por esta razón, quiero profundizar el tema de manera teórica y agregarle un análisis práctico, volviendo a analizar su proceso de creación, desde su inepción hasta su comercialización, para compartir las lecciones aprendidas a las futuras generaciones de escritores independientes.

Metodología

La metodología aplicada fue de tipo Cualitativa, basada en las ideas de Taylor, S, J. y Bogdan, R. (1992), ya que tuvo rasgos subjetivos, exploratorios y descriptivos. Estuvo orientada al proceso y a su realidad dinámica.

Los y las investigadores(as) cualitativos dan énfasis a la validez de su investigación, permiten permanecer próximos al mundo empírico, observando a las personas en su vida cotidiana, escuchando y viendo lo que produce. Quienes investigan cualitativamente subrayan la validez, los cuantitativos hacen hincapié en la confiabilidad y la reproducción de la investigación.

Un estudio cualitativo no es un análisis impresionista, informal basado en una mirada superficial a un escenario o a personas. Es una pieza de investigación sistemática conducida con procedimientos rigurosos, aunque no necesariamente estandarizados.

Para él o la investigador(a) todos los escenarios o personas son dignas de estudio, ningún aspecto de la vida social es demasiado frívolo o trivial para ser estudiado.

La técnica utilizada fue la de la Sistematización, fundada en el texto de María Laura Agüero (2017) “El camino de la sistematización”.

Como parte de la evaluación, la sistematización de experiencias apunta a reflexionar sobre el proceso transcurrido, permite detenerse en un momento antes de encarar otro proyecto, propicia mirar hacia atrás y preguntarse críticamente acerca de lo realizado y, finalmente, reorientar las prácticas a partir de estas reflexiones y aprendizajes.

Con este trabajo esperamos contribuir a crear y fortalecer capacidades de análisis en los proyectos de desarrollo editorial. Es una herramienta pensada para los

futuros editores, que acompañan proyectos de desarrollo, y para todos los participantes.

La sistematización de experiencias, entendida como parte de los procesos de retroalimentación de los sistemas de innovación territoriales, es clave para la generación y gestión del conocimiento institucional.

Para tratar de entender la complejidad del caso, hemos intentado dividir el proceso de publicación independiente de un libro pasando por sus diversas etapas: la creación creativa (cuando nace la idea); la planificación y redacción del contenido (cuando la idea se transforma de una cosa abstracta a un texto escrito); y la edición y comercialización del libro (cuando se imprime el libro, pasa a ser una cosa material y concreta y se presenta al público) para así comprender, describir y explicar el fenómeno.

En particular, hemos presentado y estudiado cada etapa completándola con el análisis de los aspectos puntuales de un caso de estudio (“Los Pasajeros del Rey Patricio”) para entender como nacieron (y fueron sorteados en la práctica) los contratiempos que fueron apareciendo.

Abordaje Metodológico

Para el análisis del presente caso se utilizó una metodología de investigación, a partir de un caso de estudio. La elección de la misma se fundamenta principalmente en la presencia de las condiciones que propone Yin (1994-2009) para la utilización de este tipo de método¹, a saber: a) el tipo de investigación del problema planteado; b) el grado de control que posee el investigador sobre el actual comportamiento de los eventos y c) el grado en que el foco que hace sobre lo contemporáneo en contraposición con lo histórico.

¹ Yin, Robert K.; Investigación sobre estudio de casos, Diseño y métodos (2013), Applied Social Research Methods Series, Volume 5, SAGE Publications, consultado en: <https://panel.inkuba.com/sites/2/archivos/YIN%20ROBERT%20.pdf>

Siguiendo las condiciones mencionadas, el modelo de pregunta sobre la problemática planteada en la presente investigación, responde a las del tipo de preguntas “cómo” y “por qué”. A partir de las cuales se busca explicar determinadas circunstancias del presente y el método de estudio de casos se vuelve cada vez más relevante. Ante este tipo de problemáticas, los métodos más recomendados son los de estudios de casos, los experimentos y las investigaciones históricas.

Entonces, al tratarse el presente trabajo en una investigación en torno a una pregunta del tipo “cómo” o “por qué”, la metodología del “estudio de caso” resulta la más apropiada.

Este trabajo de investigación busca realizar a través de una contribución proveniente de las percepciones del autor que se encontró directamente vinculado al caso de estudio. Esto permite enriquecer la narrativa desde la observación directa y por supuesto desde sus experiencias.

Para la realización de este Trabajo Integrador Final, se dividirá el proceso en tres etapas:

- 1) **Idea inicial**: en esta etapa, se irá analizando de dónde nace la idea del libro y se irá viendo qué actividades convendría realizar antes de empezar el proceso de investigación/redacción para poder optimizarlo y ahorrar recursos;
- 2) **Redacción**: en esta segunda etapa, que viene después de haber definido el tema y la idea del libro, se irán analizando los tiempos y los procesos que aparecen para poderlos entender y organizar de manera óptima;
- 3) **Publicación**: esta tercera y última etapa incluye la fase de edición de los contenidos, de la generación de contacto con posibles proveedores (diseño gráfico de tapa, ilustradores, imprentas, etc.), de la búsqueda de la

financiación necesaria para la publicación y de la definición de la fase de presentación y comercialización del libro.

Cada etapa tendrá un inicio teórico, analizando materiales bibliográficos sobre el tema, y continuará con una parte práctica para el análisis de cómo esta etapa fue realizada puntualmente para el libro “Los Pasajeros del Rey Patricio”.

El trabajo integrador final tendrá un capítulo final a modo de conclusiones y reflexiones finales.

Herramientas teórico-conceptuales

Este trabajo integrador final se sustentó principalmente en enfoques conceptuales relacionados a los procesos organizativos, a la creación artística y a la comercialización en el mercado.

La primera parte buscó analizar las herramientas disponibles para poder planificar y organizar el trabajo. La segunda parte se concentró en los procesos de redacción, de gestión del tiempo y de la auto-motivación. La tercera y última parte tuvo un enfoque más “económico”, analizando la búsqueda de financiación, la identidad de la obra, la identificación de los públicos y de las audiencias potenciales como así también de los canales de presentación y distribución del libro.

Estructura

El presente trabajo de investigación tuvo la siguiente estructura:

El primer capítulo analizó detalladamente el proceso creativo, desde sus inicios hasta la definición de la idea. Trató de contestar a la pregunta: “¿Cómo nace una idea?” para poder entender las fases que aparecen en dichos procesos y así poder prepararse para enfrentarlas de la mejor manera posible.

El segundo capítulo se encargó del proceso de investigación y redacción de un libro, explicando cómo planificar esta etapa para poderla completar en tiempo y forma y así evitar que se dilaten los tiempos. Habló también de los procesos motivacionales para poder mantener el entusiasmo y la energía necesarios para terminar la obra durante todo este proceso.

El tercer capítulo profundizó la parte de presentación del libro y su comercialización. ¿Qué situaciones aparecen en esta etapa final? ¿Qué es necesario saber para poder maximizar su impacto y hacerlo conocer a su público? Se definieron algunos conceptos teóricos de economía y de marketing para poder optimizar los esfuerzos y generar el mayor número posible de ventas.

El cuarto y último capítulo reunió las conclusiones del trabajo de investigación, con las mejores prácticas para poder facilitar y agilizar el trabajo a futuros autores independientes.

Cada capítulo incluyó una parte de estudio del caso para poder ver cómo fue realizada durante la creación del libro “Los Pasajeros del Rey Patricio”.



¿CÓMO NACE UNA IDEA?

Conceptos de Creativo, Creación y Crear

Hoy en día, cada vez más se habla de Creatividad y de Proceso Creativo ya que estos conceptos han tomado un espacio importante en el desarrollo del pensamiento; sin embargo, poco se conoce sobre los elementos que los componen. De hecho, la palabra “Creatividad” no aparecía en el Diccionario de la Real Academia hasta las más recientes ediciones. Anteriormente, a las personas creativas se les llamaba genios, talentosos, ingeniosos, sabios, inventores, y se les consideraba hombres inspirados por los dioses. Hoy se ha puesto de moda el término creatividad. Pero, ¿qué nos sugiere esta palabra? Según el Diccionario de la Lengua Española de la Real Academia Española², “Creatividad” indica la:

“1. f. Facultad de crear.

2. f. Capacidad de creación.”

Mientras que una persona “Creativa” se refiere a una persona:

“1. adj. Que posee o estimula la capacidad de creación, invención, etc.

2. adj. desus. Capaz de crear algo.”

“Creación” deriva del latín *creatio*, *-ōnis* y tiene como significado:

“1. f. Acción y efecto de crear (|| establecer).

2. f. Acción y efecto de crear (|| instituir).

3. f. Acción de crear (|| hacer a alguien lo que antes no era).”

Por lo que podemos finalmente ver que “Crear” (del latín *creāre*) indica la acción de:

“tr. Producir algo de la nada.”

² <https://dle.rae.es/> (Consultado online el 17 de enero de 2020)

Por otra parte, se puede ver que desde el diccionario filosófico de Ferrater Mora³, se dice que “Crear”, es *“la formación de algo a partir de una realidad pre-existente, transformación de lo posible en actual”*.

La creatividad, y el hecho de crear, por ende denotan características personales como la originalidad, la novedad, la transformación tecnológica y social, y la capacidad de hacer asociaciones ingeniosas y curiosas, entre otras.

Entre los autores más relevantes que estudiaron el concepto de creatividad, podemos nombrar Dewey (1910) que describe la actividad interna de un sujeto para la resolución de un problema⁴; Graham Wallas (1926) quien planteaba que la creatividad tenía que ver más con el proceso de pensamiento que con el producto mismo⁵; Rossman (1931) con su modelo de 7 etapas para la explicación del proceso creativo⁶, Joy Paul Guilford (1950), según el cual existían dos tipos de pensamiento: el divergente mediante el cual se busca la mejor solución a un problema, acudiendo a la cantidad de información que sobre el mismo se tenga; y el pensamiento convergente, que hace énfasis en una sola respuesta o solución a un problema⁷; y Sternberg (2003) quien considera que un comportamiento inteligente surge del equilibrio entre las habilidades analíticas, creativas, y prácticas⁸. En particular, explica que la habilidad analítica permite resolver problemas; la creativa, generar ideas; y la práctica, hacer que las ideas funcionen.

³ según Fiorini (2006)

⁴ Dewey, Graham Wallas, Rossman y Guilford fueron citados en Gómez Nieto, B. (2017), Fundamentos de la Publicidad, ESIC Editorial, pp. 139-140 - consultado en books.google.com.ar

⁵ Dewey, Graham Wallas, Rossman y Guilford fueron citados en Gómez Nieto, B. (2017), Fundamentos de la Publicidad, ESIC Editorial, pp. 139-140 - consultado en books.google.com.ar

⁶ Dewey, Graham Wallas, Rossman y Guilford fueron citados en Gómez Nieto, B. (2017), Fundamentos de la Publicidad, ESIC Editorial, pp. 139-140 - consultado en books.google.com.ar

⁷ Dewey, Graham Wallas, Rossman y Guilford fueron citados en Gómez Nieto, B. (2017), Fundamentos de la Publicidad, ESIC Editorial, pp. 139-140 - consultado en books.google.com.ar

⁸ Sternberg, citado por Mora Mérida J.A., Martín Jorge M.L. (2007), La concepción de la inteligencia en los planteamientos de Gardner (1983) y Sternberg (1985) como desarrollos teóricos precursores de la noción de inteligencia emocional, Revista de Historia de la Psicología, vol. 28, núm 4, p. 89, consultado en: <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/2514677.pdf>

El Proceso Creativo

Existen distintos modelos presentes en la literatura académica sobre el proceso creativo. Los modelos llamados “clásicos” explican el proceso a través de sus etapas, como si fuera una sucesión ordenada de fases por la que va pasando el sujeto. Tienen una visión de “afuera”, como si unos científicos estuvieran observando (y estudiando) a la persona creativa en acción.

Por otra parte, los modelos definidos “cognitivos”, miran al proceso creativo desde “adentro”, tratando de explicarlo a través de las distintas operaciones y mecanismos cognitivos que generan a la actividad creativa.

Sin embargo, a pesar de esta importante distinción, la mayoría de los modelos presentan algunas características en común, en particular tres grandes momentos:

- Identificación del problema y su definición;
- Generación de ideas y soluciones;
- Análisis crítico de las soluciones.

En el detalle, el modelo de Dewey (1910) incluía cinco momentos; el de Wallas (1926) cuatro; el de Rossman (1931) siete y el de Rodríguez Estrada (198) seis⁹, como podemos ver en la siguiente tabla:

⁹ El Modelo de Rodríguez Estrada fue citado por Villagómez Oviedo C. (2014), Las fases del proceso creativo en las etapas para el desarrollo de productos de diseño gráfico, Cuarta Edición Noviembre 2007, Revista Interior gráfico de la división de arquitectura arte y diseño de la Universidad de Guanajuato, consultado en: <https://www.interiorgrafico.com/edicion/cuarta-edicion-noviembre-2007/las-fases-del-proceso-creativo-en-las-etapas-para-el-desarrollo-de-productos-de-diseno-grafico>

	Dewey (1910)	Wallas (1926)	Rossmann (1931)	Rodríguez Estrada (1989)
1.	Encontrar el Problema		Observar una dificultad	
2.	Definir el problema		Formular el problema	Cuestionamiento
3.		Preparación	Revisar la información	Acopio de datos
4.		Incubación		Incubación
5.	Posibles soluciones	Iluminación	Formular las soluciones	Iluminación
6.	Analizar las consecuencias	Elaboración	Examinar las soluciones	Elaboración
7.			Formular nuevas ideas	
8.	Aceptar la solución		Aceptar nuevas ideas	Comunicación

Elementos Fundamentales

Como se pueden ver, estos modelos clásicos tienen muchos elementos en común entre sí, sobre todo porque son modelos lineales que muestran la actividad creativa como algo estático y secuencial. Los modelos cognitivos por otra parte, reconocen la importancia de otros procesos tales como la percepción, la memoria y el pensamiento; definen el proceso creativo como algo dinámico e interrelacionado, gracias a mecanismos de retroalimentación.

La creatividad ha sido una parte fundamental para el desarrollo de la actividad humana y de nuestra sociedad. A pesar de las distintas versiones de sus significados o procesos por las que ha pasado esta actividad, es importante entender las diferentes etapas para poder trabajar de manera más consciente durante el proceso y así optimizar los recursos a nuestra disposición. Entender estos modelos permite saber qué es la creatividad y donde nos encontramos ubicados cuando estamos en el proceso creativo.

En particular, si consideramos el modelo de Rodríguez Estrada, podemos distinguir el proceso creativo en seis etapas y definir las de la siguiente manera:

1. El **Cuestionamiento**: Todo nace con un interés profundo en un tema. La persona creativa descubre un problema o un aspecto que despierta su curiosidad: una curiosidad que se instala en su persona y su conciencia. Se crea una especie de compromiso entre el individuo y el tema. Muchas personas llegan a esta primera etapa y ahí se quedan, sin pasar adelante. Solo las personas realmente creativas pasan a las siguientes etapas.
2. El **Acopio de datos**: Gracias a su nivel de curiosidad y su inquietud en la mente, la persona creativa se lanza en búsqueda de toda la información pertinente. Es la etapa de las observaciones sistemáticas, de las entrevistas, de las lecturas, de los viajes al lugar de los hechos, del examen de las tecnologías, etc.

3. La **Incubación**: Es la etapa de la concentración, de la conciencia vigilante y de la meditación. Si podemos comparar las primeras dos etapas como la siembra, esta fase es el inicio de la germinación. Es un momento interno, donde la persona creativa se encierra en sí misma para asimilar toda la información acumulada.
4. La **Iluminación**: Es el momento de la intuición, cuando nace una posibilidad o una solución que puede llegar a resolver el problema enfrentado en las etapas anteriores. Es el momento de concepción de una hipótesis, que surge de repente. Es una reestructuración del campo perceptivo. En esta etapa, se genera un súbito dinamismo con su correspondiente liberación de energía.
5. La **Elaboración**: En esta etapa se realiza la obra (o se verifica la hipótesis, según los casos). En esta fase, se entra al dominio de la lógica, de la técnica, de la organización y sobre todo, de la disciplina. Es el momento de creación “material” donde aparecen de relieve los detalles, la labor de pulido, la habilidad en el uso de los materiales y en el campo de las personas.
6. La **Comunicación**: En esta última etapa, la persona creativa comunica su obra a los demás, superando barreras tales como el miedo al público, la vergüenza ante lo producido y el querer que su obra permanezca oculta.

Claramente, la duración de estas seis etapas no es fija y varía muchísimo de un individuo a otro, y de un grupo a otro, y de una creación a otra. Además, es muy común que se vayan alternando, no solo una sino muchas veces, periodos de intenso trabajo con periodos de relajación.

A continuación, se analizará en detalle el proceso creativo del caso de estudio (o sea, cómo nació la idea del libro “Los Pasajeros del Rey Patricio”), para entender las etapas que fueron apareciendo y como fueron evolucionando.

Las Etapas de Creación de “Los Pasajeros del Rey Patricio”

Como hemos visto, la primera etapa de los procesos creativos es la del **Cuestionamiento**, que nace de un interés profundo sobre un tema. En el caso del libro “Los Pasajeros del Rey Patricio”, la trama en cuestión está basada en conocer aquellos aspectos ocultos o menos destacados de La Banda. Además, tener la posibilidad de descubrir cómo fueron esos primeros años, esa génesis que dio origen al gran suceso posterior, quiénes protagonizaron dicha etapa, cómo eran, cómo pensaban, qué hacían y por qué, finalmente, dejaron de ser parte. Incluso, a medida que se fue desarrollando la investigación, aparecieron nuevos interrogantes tales como el porqué de los cambios de integrantes, los cortocircuitos entre los protagonistas, sus relaciones humanas o cómo habían seguido sus vidas después de todo este proceso.

Pero el disparador se dio en el año 2004 a partir de una charla que tuve con Carlos Mariño, Director de la emisora de Radio “La Verde” de Villa Elisa.

Por ese entonces yo estudiaba periodismo en La Plata, y la cátedra de Radio III me había encomendado llevar a cabo un programa radial allá.

Y como toda historia tiene un principio, la de este libro comenzó una mañana en la que Carlos Mariño menciona, casi al pasar, que había conocido a Los Redondos durante los primeros años de gestación de lo que más tarde sería, más que una banda, una leyenda dentro del rock nacional.

Sin lugar, el disparador que despertó mi curiosidad fue escuchar decir a Carlos que “La Historia Oficial” no era la real, la verdadera. Mariño me dijo que el relato que conocía la mayoría de los seguidores de la Banda era falso o que, por lo menos, le faltaban varios capítulos importantes, sobre todo en cuanto a los orígenes del Grupo. Ese fue el momento en el cual me dije que quería profundizar en esta historia, conocerla a fondo y saber más sobre mis referentes musicales.

Me interesaba repasar sobre cuáles habían sido los pasajeros que habían quedado en el camino, sumidos en el anonimato, no reconocidos en ningún tiempo como parte de este fenómeno que había revolucionado la forma de crear arte en aquellos momentos. Bastará con repasar varios de los nombres propios que el libro “Los pasajeros del Rey Patricio” encierra, para darse cuenta que la mayoría de los personajes que allí se presentan son ilustres desconocidos para el gran público *ricotero*.

A ellos, el laurel que Patricio Rey y sus Redonditos de Ricota cosechó con creaciones, ideas y mitos, sembrado durante los inicios en La Plata, nunca los tocó. Otros, como El Indio Solari o Skay Beilinson, tuvieron otra suerte.

Según Mariño, a Skay Beilinson no le da la edad para haber tocado en La Cofradía de la Flor Solar, pero sí fue influenciado por ésta y por guitarristas como Beto Verne y Ricardo Meyer, en la casa de quien se hacían “zapadas” a las que también asistía el “Flaco” Spinetta.

Años más tarde, Ricardo muere en un accidente automovilístico entre Salta y Jujuy.

Carlos se esfuerza por recordar aquel histórico viaje a Salta, el momento en el que Ricardo se va a visitar al padre, a quien apenas conoce, y el instante en el que todos se enteran de aquella fatalidad:

“Ahí fue donde un poco se desbandó la película, nos quebró a todos, fundamentalmente a los que éramos más amigos de él. Yo compartía la casa con Ricardo, con Bernardo, con Mario Gimeno (...) Los Redondos le deben muchas cosas: frases, dibujos, reefs, cosas que Skay aprendió. Ricardo fue un adelantado, un violero impresionante y, bueno, todos los temas del principio de Los Redondos son de la influencia de Ricardito Meyer y de Beto Verne... dos monstruos que tocaban en los Redondos. En fin, una cantidad de gente que no solamente eran músicos sino, también, un montón de creativos alrededor de un fenómeno que no era una banda sino que era toda una puesta”.

Pero nada de esto ha sido trascendental para la literatura ricotera; muy poco se ha dicho en las revistas acerca de la muerte de Ricardo Meyer, de la importancia del guitarrista Beto Verne dentro de las primeras formaciones místicas de Los Redondos que fueron realmente las que el público endiosó.

Mariño afirma una y otra vez, con lo que queda de una furia aplacada por los años, que estos hombres no obtuvieron ningún beneficio por toda la energía que depositaron.

Él, por su parte, nada reclama.

La exclusión de miembros del grupo multiartístico, en la ciudad de La Plata, entre fines de la década de 1970 y principios de la de 1980, no se puede explicar solo con las justificaciones o las definiciones de los que siguieron en la banda de rock, sino que también deben tener lugar aquellos a quienes los micrófonos no llegaron más, ni les interesaron a los escribas de turno.

Porque esta manifestación artística tuvo como objetivo la independencia y libertad de pensamiento, la pluralidad de propuestas e incluyó a gran cantidad de exponentes de la intelectualidad regional, algunos presentes en este compendio de argumentos llamado “Los pasajeros del rey Patricio”.

En el seno de este colectivo de trabajo fue naciendo Patricio Rey y, bajo ese nombre, el mito de un ser superior que gobernó (¿gobernó?) a los miembros de ese ritual del que participaron actores, músicos, clowns, monologuistas, artistas plásticos y bailarinas. Cada uno de ellos tuvo un estatus igualitario, solo por debajo de Patricio Rey.

Hacia finales de la década de 1970, este grupo comenzó a sufrir una serie de cambios en su formación y ahí es donde nace la siguiente pregunta: ¿Patricio Rey tiene dueño?

Para entender los acontecimientos del presente, se debe buscar un antecedente en la historia. Por ello es que emprendí este apasionante viaje de investigación.

A partir de este disparador es que comencé con el **Acopio de Datos**. Compré un Reporter nuevo para grabar las entrevistas, una cámara de fotos, varios cassettes, pilas, un cuaderno, lapiceras y una cartulina grande que pegué en el comedor de casa para pegar allí los datos importantes y recordatorios.

La primera entrevista, lógicamente, se la hice a Mariño. La misma me sirvió para conocer en profundidad “la otra historia” pero, por sobre todas las cosas, para tomar nota de aquellas personas que también habían participado de este proceso y que yo no conocía.

Fue importante también pedirle permiso al primer entrevistado en cuanto a si podía nombrarlo o referirlo con los entrevistados subsiguientes sabiendo que, si hacía mención a su persona, seguramente se me iban a facilitar mucho más los encuentros, dado que era toda gente que él conocía y yo no. Además, a la hora de las preguntas, siempre es más fácil entrar en confianza si vas de parte de un conocido.

Este momento de la investigación fue apasionante. Comencé a contactarme vía telefónica con cada uno de los protagonistas. Algunos se sorprendían, otros se entusiasmaban, otros se enojaban, pero lo que a mí me importaba era que, de a poquito, iba conociéndolos y estando al tanto de una versión de los hechos no develada a casi nadie en el mundillo ricotero.

Un entrevistado me fue conectando con otros. Por ejemplo, un baterista de la banda en ese momento me vinculó con tres bailarinas; una bailarina con dos periodistas; ese informador con un ex organizador de eventos y así. Incluso, comencé a recibir fotos, instrumentos, cuadros, viejas grabaciones o ropa que habían usado en aquella época, arriba del escenario.

Comencé a viajar. Me metí de lleno en la investigación porque sabía que ya contaba con material inédito y pretendía aumentar el caudal y la calidad de los testimonios. Así fue que saqué pasajes, pedí permiso en el trabajo y me fui al norte de Brasil a verme con dos ex integrantes de la Banda.

A ese traslado se sumaron otros dentro de Argentina. Pasé por Córdoba, Santa Fé, Entre Ríos, Capital Federal, el Conurbano Bonaerense y, por supuesto, muchos sitios dentro de la ciudad de La Plata. En total entrevisté a más de setenta personas en casi ocho años, desde el año 2004 hasta 2012.

Es muy importante que, a la hora de la recolección de datos, se vayan desgrabando las entrevistas en el momento. Si se deja pasar mucho tiempo se pueden llegar a perder de vista reseñas importantes del instante que no son parte de la grabación, tales como características del lugar donde se efectuó la entrevista, la personalidad del entrevistado, las formas de dirigirse hacia mí, algunos rasgos físicos, reacciones ante interrogativas incómodas o cualquier otro tipo de información necesaria que, si no se desgraba la nota a la brevedad, después se pueden olvidar estos otros aspectos que también hacen a la nota. Además, si se adquiere la rutina de entrevistar y desgrabar, se evitará la acumulación de cassettes sin desgrabar, situación que puede resultar tediosa de hacer toda junta y, a su vez, provocar un desorden a la hora de precisar la cronología de las notas y el entrecruzamiento de datos.

Una ventaja (o no) con la que se cuenta hoy es que ya no se utilizan más los cassettes y, para desgrabar las entrevistas de los grabadores digitales, existen programas que pasan directamente la voz a texto. Este ejercicio, igualmente me sirvió para marcar las cuestiones relevantes y para descartar aquellos comentarios que fueran menos importantes para mi investigación. Volver a escuchar la nota para transcribirla es fundamental porque, a la hora de pasarla a texto, uno tiene la chance de reencontrarse con la entrevista y sacar nuevas y más exactas conclusiones.

A partir del interés profundo por esta temática y habiendo recolectado gran cantidad de información, me interné en el lugar que me iba a servir de búnker para dar comienzo a las primeras páginas del libro: mi oficina. Allí iba a dar inicio al proceso de **Incubación**.

Es así que comencé a meditar acerca de lo que realmente quería contar a partir de toda la información recopilada.

Si me preguntan cuál es el principal motivo por el cual realicé este libro, el primer porqué que vuelve a mi mente radica en refrescar esos encuentros maravillosos que me permitieron conocer en profundidad a muchos de los personajes apasionantes que encierra esta historia. Fue, en la singularidad de sus personalidades, en donde pude construir un retrato fiel de esa época oscura pero alucinante que encerró esta investigación.

Para algunos de ellos, el hecho de haber pasado por la Banda y posteriormente haber sido separados, se trató de un proceso natural y necesario para que el grupo comenzara a tener una actividad más regular y se abrieran las puertas de la popularidad, el rédito económico y/o la profesionalización. Pero otros, integrantes de aquellas primeras experiencias multiartísticas, lo vivieron como una traición a aquel espíritu aglutinante y abstracto que abundaba en los comienzos de Patricio Rey. El grupo comenzó a actuar con resonante suceso en Buenos Aires, con músicos contratados que reemplazaban a los antiguos integrantes platenses y con la trinidad Solari-Beilinson-Castro, como únicos integrantes estables con poder de decisión. Este trabajo, realizado ya a una distancia prudente, consumó una nueva conclusión respecto a estos sucesos.

Qué placentera actividad, también, fue narrar aquellas situaciones que englobaron esta historia, mi historia, que la enriquecieron, tales como las previas, los encuentros con los personajes, las producciones de notas realizadas, la logística para dar con ellos, la post producción, anécdotas personales o, simplemente, una cerveza compartida al atardecer.

Todas estas situaciones dieron lugar a nuevas ideas, doctrinas que fueron surgiendo a partir de la información que me iban brindando los protagonistas, que dieron paso a la formulación de nuevas y superadoras hipótesis, nuevos rumbos, diferentes a lo que había planificado antes de contar con toda esta averiguación.

Fue un proceso de **Iluminación**, de clarificación y de sentar las bases y los argumentos para seguir adelante con la investigación.

Porque este libro fue fruto de una contradicción. Tuvo su origen en una guerra personal, interna. Habiendo realizado una investigación a lo largo de ocho años sobre la banda de rock que más admiro y que marcó mi vida –me refiero, claro está, a los Redonditos de Ricota– el resultado se ha mostrado tan desalentador como cierto. Desalentó –al menos en cuanto a sus líderes– las expectativas románticas que yo albergaba.

A medida que entrevistaba a los testigos y protagonistas a través de cuyas voces se narra esta historia, me llené de dudas y aprensiones. ¿Revelar los presumibles lados flacos de quienes fueran los héroes de mi adolescencia? ¿Dejar intacto el mito e inconclusa la tarea? Mi deseo de ver terminado el libro y el respeto por quienes amablemente cedieron su tiempo definieron que Los pasajeros del Rey Patricio fuera dado a la imprenta y viera la luz en la misma ciudad que vio a la banda nacer.

Algunos de los entrevistados expresó una opinión negativa sobre el modo en que quienes permanecieron agrupados bajo el nombre de los Redondos escalaron desde el under platense hasta la cima del rock nacional. Asumí la responsabilidad de ser yo quien eligiera dar a conocer sus razonamientos pero no soy una proyección de ellos, lo que volvió más contradictoria aún mi posición.

Por dar un ejemplo, aunque le estoy muy agradecido a Enrique Symns por el prólogo, disiento en la valoración que hace de algunas personas, en especial de Ricardo Cohen, Rocambole, cuyas innegables dotes artísticas lo exonerarían, a mi entender, de ser la persona accesible y agradable que sin embargo es.

Deslindo mi voz de las otras voces sin la intención de lavarme las manos ni mucho menos. Como dijo alguna vez Jorge Luis Borge: “Soy un traidor, un hombre desgarrado por simultáneas y contrarias lealtades.”

Más adelante, una vez verificadas todas las hipótesis, di paso a la **Elaboración**, la realización de la obra en sí misma: el libro.

Para ello, lo primero que hice fue elegir el territorio apropiado para moldear toda la información. Necesitaba un sitio que tuviese una PC, teléfono, impresora y, sobre todo, silencio y paz para poder generar el ámbito apropiado para liberar la creatividad y encarar la confección de los capítulos. El lugar adecuado fue mi oficina.

El libro debería tener una lógica, un hilo conductor. El mismo se basó en un interrogante acerca de si a Patricio Rey, no solo como banda de Rock sino principalmente como movimiento socio cultural, se le podría adjudicar un dueño, un creador o creadora o fundador o si esta corriente de pensamiento podría haber surgido desde un colectivo más amplio. Además, se optó por respetar la información acerca de los encuentros con los personajes que participaron de la gestación, comienzos y primera separación de la banda de Rock Nacional denominada Patricio Rey y sus Redonditos de Ricota, entre 1976 y 1983, en la ciudad de La Plata, lo más fielmente posible, más allá de estar de acuerdo con sus palabras, o no. La verdadera importancia de la investigación se constituyó a través del veredicto de los auténticos testigos de esta historia, más allá de lo interpretativo de cada lector, aun incluso del autor.

Una decisión clave que se tomó fue la elección de la persona que iba a ser la encargada de redactar el prólogo. Sin lugar a dudas, es muy importante este nombramiento ya que es la principal bajada de línea que el lector tendrá para luego adentrarse de lleno en el contenido del libro. El mismo, trabaja como una especie de anticipo de lo que vendrá después. Es la venta de la investigación, por lo que debe tener un peso mayúsculo.

En el caso particular de Los Pasajeros del Rey Patricio, el elegido fue el escritor Enrique Symns quien, además de ser un reconocido periodista, de amplia trayectoria dentro de la literatura nacional, fue parte de la Banda, en sus inicios. Cuajaba perfecto para este trabajo.

No fue nada fácil conseguir su pluma ya que este personaje es bastante particular en sus formas, pero por el eje informativo que tenía mi investigación, era la persona justa para llevar adelante esta tarea ya que, a su vez, le daría otro vuelo al libro por tratarse de una personalidad destacada dentro de nuestra literatura. Comercialmente, también se presentaba como un beneficio, ya que el periodista cuenta con gran cantidad de seguidores que, al ver que había una parte del libro escrita por él, sus asiduos lectores se iban a mostrar interesados. Así fue.

La inclusión de Symns representó un posicionamiento claro del libro, ya que el escritor mantuvo un enfrentamiento para con los líderes reconocidos de Patricio Rey y terminó siendo echado de la Banda por ellos. El prólogo fue un disparador lapidario y marcó la pauta para lo que iba a venir posteriormente. Esto habla claramente de una decisión editorial de mi parte, de una tendencia que se quiere mostrar y destacar que, con el correr de los capítulos va a ser refrendada o no, dependiendo de las diferentes opiniones de los entrevistados que fueron respetadas a rajatabla, pero que sin lugar a dudas yo elegí priorizar, como cada línea que publiqué. Más allá del balance de opiniones, algunas a favor y otras en contra, el libro no es para nada inocente y esa responsabilidad es pura y exclusivamente mía.

La organización de todos los capítulos estuvo basada en la misma estructura de redacción. Cada uno se centró en un entrevistado que iba contando su experiencia con la Banda.

En primer lugar, ubiqué una cita directa que contenía un párrafo o frase gancho, que era importante para la historia, a modo de presentación y así adentrar al lector con un anticipo que le generase curiosidad para proseguir con la lectura del resto del capítulo. Inmediatamente después, coloqué el título, con clara referencia al

protagonista y su circunstancia. En tercer lugar, di comienzo al relato con un preámbulo de cómo había dado con él o ella, sus rasgos personales o alguna nota de color para brindar información complementaria pero valiosa, para aportarle un conocimiento más profundo al lector sobre alguna cualidad interesante del entrevistado.

Inmediatamente, me metí de lleno en el nudo de cada capítulo, aportando toda la información, datos y opinión de cada entrevistado respecto a su experiencia vivida en aquellos años en que participaron de la Banda o compartieron momentos junto a ella. Creo que el valor real del libro está basado, justamente, en los testimonios en primera persona de cada protagonista, ya que fueron ellas y ellos los que coexistieron con estas experiencias, los fueron parte. El verdadero desafío era poder plasmar fielmente su legado y pensamiento con exactitud, más allá de mi opinión personal.

A partir de tener en claro que la información a destacar iba a ser la vertida por los entrevistados decidí, para los primeros capítulos, priorizar aquella que estaba en consonancia con el pensamiento central del prólogo, para darle continuidad a la idea.

Luego, en los siguientes capítulos, propuse un debate de opiniones y experiencias para aportarle al lector variadas concepciones sobre la temática en cuestión y, así, balancear el relato global.

Finalmente, llegó la hora de la **Comunicación**. En primer lugar le mostré el trabajo final a mis compañeros y compañeras de equipo para que tuvieran la posibilidad de leer el material completo. Fue importante su opinión porque ellos, al haber estado cerca del proceso, conocían detalles importantes a la hora de evaluar la obra. Posteriormente, una correctora le dio algunos retoques. Otro filtro, previo a la publicación, fue la entrega de cada capítulo terminado a los protagonistas de los mismos. Me interesaba conocer sus opiniones antes de llevar el material a la imprenta.

Superadas las instancias anteriores, llegó la hora de salir a la luz. Para ello, organicé un evento importante. Primero hablé con las autoridades municipales para tener un espacio en el Centro Cultural Islas Malvinas de La Plata. Produje una rueda de prensa en la semana previa, visité diarios, radios y medios televisivos, convoqué para la presentación del libro a varios Medios de Comunicación, a algunos protagonistas del libro y más de 2000 personas asistieron a la cita con entrada gratuita, ante un diluvio infernal. Fue un éxito. En solo esa tarde, se vendieron más 450 ejemplares, casi $\frac{1}{4}$ de la edición total.

¿CÓMO REDACTAR UN LIBRO DE MANERA INDEPENDIENTE?

Contexto

Después de haber analizado en detalle las etapas que surgen durante el proceso creativo, se presentan en el presente capítulo los métodos para poder trabajar de manera autónoma e independiente, sobre todo durante la redacción de un libro.

Muchas personas desean poderse dedicar a la escritura para publicar su libro, sin embargo, en la mayoría de los casos el principal problema no es la falta de ideas (ausencia de creatividad que fue analizado en el capítulo anterior) o las dificultades para encontrar un editor o para publicarlo de manera independiente (problema que será enfrentado en el siguiente capítulo), sino la falta de motivación, de los hábitos que puedan facilitar la tarea de escribir, de una organización de trabajo y de la constancia necesaria para poder llegar a cabo la redacción de un libro.

En este capítulo, se analiza de dónde pueden surgir estas dificultades y de qué manera se pueden superar. Se estudia el proceso de investigación y de redacción del caso del libro bajo análisis (“Los Pasajeros del Rey Patricio”) para poder hacer

unas recomendaciones para que las futuras generaciones de escritores independientes puedan encontrar la motivación necesaria para escribir y mantenerla constante durante todo su proceso de redacción.

La Importancia de la Motivación en el proceso de creación

Existen dos tipos de motivación: la motivación intrínseca y la motivación extrínseca, cada una con sus peculiaridades¹⁰. La motivación intrínseca es la que viene de adentro, del propio interior, mientras que la motivación extrínseca, como su nombre indica, es la que procede de fuera. Trabajando de manera autónoma e independiente, resulta mucho más difícil poder generar este segundo tipo de motivación ya que no hay contacto con un editor u otra persona tercera a la cual rendir cuentas. Sin embargo, existen técnicas y pasos a seguir para poder enfrentar estas dificultades.

Por cuanto la escritura pueda ser una verdadera pasión o interés para las personas interesadas en publicar su propio libro, siempre habrá días en que la motivación o la inspiración necesaria para hacerlo no aparecen. Uno de los problemas principales es justamente mantener la motivación y adoptar una serie de hábitos que puedan facilitar la tarea, optimizar el tiempo y la energía que se dedica y, de consecuencia, ayudar a lograr el objetivo final que es terminar la redacción del libro (“motivación intrínseca”).

Trabajando de manera autónoma e independiente resulta más difícil aún por la ausencia de una tercera parte a la cual “rendir cuenta” y comunicar sus avances (“motivación extrínseca”). Teniendo un editor al cual se le prometió entregar el contenido o los distintos capítulos en tiempos establecidos favorece esta tarea de

¹⁰ Martín Cruz, N.; Martín Pérez, V.; Trevilla Cantero, C. (2009), Influencia de la motivación intrínseca y extrínseca sobre la transmisión de conocimiento. El caso de una organización sin fines de lucro, CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa, núm. 66, octubre, 2009, pp. 187-211, consultado en: <https://www.redalyc.org/pdf/174/17413043009.pdf>

escritura porque genera un sentido de “obligación hacia terceros” por parte del escritor o escritora.

El estudio y la investigación sobre los componentes y los procesos necesarios para poder escribir y terminar un libro existen desde ya hace varias décadas. Sin embargo, la atención sobre los requisitos cognitivos, las teorías del interés y la autoeficacia surgen hace relativamente poco. La motivación empieza a aparecer como elemento clave en la literatura académica en los últimos años del '90 y principios de los años 2000 que es cuando comienza a cubrir un rol cada vez más central. Cabe mencionar por ejemplo el trabajo de de Caso Fuertes, et al. (2008) que analiza algunos investigadores de la escritura¹¹. Estos académicos empiezan a incluir este componente en sus modelos, ampliándolos y haciéndolos más completos, como Hayes, que modificó su modelo inicial del 1980 (Hayes & Flower) para dar mayor importancia a la motivación (Hayes, 1996, 2006). Pajares (2003) analizando la autoeficacia como el componente principal de la motivación afirma que Klassen en el 2002 deja constancia de la importancia de la motivación en la escritura. Según estos últimos dos autores, la autoeficacia percibida es uno de los componentes motivacionales fundamentales para poder tener un buen rendimiento en la escritura. Pajares en sus estudios del 2003 también menciona Schunk quien corrobora la importancia de las creencias de autoeficacia en el componente motivacional de la escritura. Esto es justificado a través de la teoría socio-cognitiva de Bandura (1997). Según este autor, existen diferentes estrategias para fomentar la autoeficacia, como el modelado, el establecimiento de metas, o la autoevaluación. Otros autores como Hidi y Boscoso (2006) y Pajares y Valiante (2006) también analizan este tema, sin embargo, uno de los estudios más interesantes fue el trabajo de Bruning y Horn, quienes en el año 2000, describen las necesidades de

¹¹ El siguiente párrafo es un resumen del excelente trabajo de de Caso Fuertes, A.M., Nicasio García J., Martínez-Cocó B., (2008), El Papel de la Motivación en la Escritura: Revisión de Estudios Internacionales, International Journal of Development and Educational Psychology, INFAD, año XX, Número 1 (2008, Volumen 2), consultado en: http://infad.eu/RevistaINFAD/2008/n1/volumen2/INFAD_010220_193-200.pdf

desarrollar la motivación para escribir, dando recomendaciones sobre cómo desarrollar esta motivación hacia la composición de textos.

Los Principales Factores para el Desarrollo de la Motivación

Según Bruning y Horn (2000), los escritores altamente motivados son los que consiguen llevar a cabo el proceso de escritura modificando, en el caso que sea considerado necesario, sus ideas y acercamientos a medida que cambian sus propósitos y su audiencia. Remarcan la importancia de los puntos de vista positivos no sólo sobre la utilidad de la escritura sino también sobre el compromiso con el proceso. Por último, describen cómo elementos clave la necesidad de enfrentarse a la tarea con anticipación, el sentimiento de control y una ansiedad mínima, por lo que su producción escrita es segura y relativamente libre de estrés. Los autores mencionan cuatro factores fundamentales para el desarrollo de este tipo de motivación y para mantenerla:

1. **Fomentar las creencias sobre la escritura.** El objetivo de este primer factor es generar creencias que sean lo suficientemente potentes como para llevar a cabo una tarea tan difícil y compleja como la escritura. Es fundamental partir de la percepción de que la escritura tenga valor y que la persona que está empezando esta tarea sea competente para poderla realizar (autoeficacia);
2. **Alentar el compromiso usando auténticas tareas de escritura.** Es importante entender que la calidad de la experiencia de la escritura depende de las creencias que uno mismo tiene sobre la composición de textos. Por esta razón, es necesario que se vea reflejada la utilidad de la escritura a través de propósitos reales como la persuasión, la descripción o la expresión de la voz del escritor;
3. **Proporcionar un contexto de apoyo para la escritura.** Siendo un autor independiente, resulta muy difícil recibir comentarios por parte de terceros sobre su propia obra. Sin embargo, se puede lograr de manera autónoma definiendo las tareas de escritura en términos de metas próximas con

definiciones claras. Esta etapa, acompañada con la capacidad de observación y juicio sobre lo producido, permite ayudar a la persona a desarrollar hábitos y estrategias que mantengan su motivación y así proporcionen éxito en su tarea de escritura; y

4. **Crear un ambiente emocional positivo.** Esto es posible gracias a cuatro condiciones:
 - a. Eliminando las condiciones que hacen de la escritura una experiencia negativa,
 - b. Buscando el compromiso en la escritura,
 - c. Teniendo una medida significativa de control, y
 - d. Controlando los pensamientos negativos tratando de sustituirlos por otros positivos.

La Evolución de la Motivación en “Los Pasajeros del Rey Patricio”

Como se pudo ver, para poder llevar a cabo una tarea tan compleja como es la creación de un libro, son necesarias distintas técnicas para poder generar y sobre todo mantener un nivel alto de motivación. Con el libro “Los Pasajeros del Rey Patricio”, esto fue efectivamente uno de los principales desafíos ya que su proceso de creación duró ocho años desde que surgió la idea inicial de la investigación hasta su efectiva publicación. Uno de los principales retos fue mantenerse motivado para escribir y seguir adelante.

Sin lugar a dudas, el principal punto motivacional surgió por la historia a contar y, a partir de las entrevistas, el descubrimiento de información relevante ante estos nuevos e inéditos testimonios que, hasta allí, nadie había podido encontrar.

Ese fue el motor por el cual se pudo llevar adelante la escritura de toda la investigación.

La obra del libro no hubiera prosperado si los datos que iba recopilando no hubieran sido originales, ya que el verdadero valor que tiene el texto son, justamente, las declaraciones de personajes perdidos, olvidados y desconocidos, que fueron rescatados y puestos en consideración por Los pasajeros del Rey Patricio.

También, entraron en consideración otros factores que ayudaron a mantener la motivación. En primer lugar, me dio mucho impulso a seguir escribiendo el hecho de dar a conocer mi opinión sobre lo acontecido, principalmente a través de lo que me iban contando los interpelados.

Cuando uno se lanza a relatar una historia tiene varias maneras de dar a conocer una opinión o pensamiento. En el Caso de Los pasajeros se ve reflejado a través de lo que yo decidí publicar respecto a mis entrevistas con los protagonistas. Dar a conocer determinada información no es casual ni inocente. Todo lo que está escrito posee una carga, va en determinada dirección y es el autor quien decide avanzar con tal o cual orientación para compartirle al lector. Más allá de la ponencia o cita directa que uno pueda publicar, existen este tipo de recursos indirectos para bajar una determinada línea informativa, bajo el escudo o la excusa que fue otro quien lo dijo pero, en realidad, es el autor el que tomó la decisión de dar a luz ese comentario.

En segundo orden, me motivó el hecho de estar comprometido con cada una de las personas que gentilmente habían aportado información. Ellos habían destinado algo de su tiempo para ofrecerme su visión de lo acontecido y era una falta de cortesía y compromiso, de mi parte, dejar todo a un lado.

Finalmente, creo que una de las cuestiones más importantes a la hora de continuar escribiendo fue el deseo de ver publicado el libro. Sin dudas, fue un factor determinante.

En el transcurso del proceso creativo uno va vislumbrando o imaginando cuáles pueden ser las repercusiones ante la publicación del libro. Son sensaciones muy placenteras, que te animan a seguir. Ver el objetivo cerca, a punto de salir al ruedo, imaginarse en la presentación del libro, las ramificaciones que uno supone va a tener o la onda expansiva que generará, son alicientes positivos para generar motivación y avanzar con la escritura.

Por otra parte, un punto a destacar que me permitió evolucionar con la motivación en la escritura radicó en establecer metas claras en base a tareas ordenadas y objetivos a corto plazo.

La idea era, a partir de la realización de una entrevista, instaurar la meta de desgrabarla en el transcurso de esa misma semana. A partir de allí, establecer como objetivo inmediato la realización de una breve descripción del entrevistado para no perder de vista las particularidades del mismo. Si grababa una entrevista y la dejaba en el cassette por un lapso prolongado, podía llegar a olvidarme de cuestiones referidas a la personalidad del interpelado, que siempre son importantes de destacar.

Este proceso me permitió ordenar la información, clasificarla y dejarla lista para cuando la necesitara para confeccionar, a futuro, los capítulos que comprendieron la investigación final.

Mantener la concentración y el compromiso para con el avance de la obra es el mayor desafío que se le presenta al escritor independiente. Aunque parezca mentira, llega un punto que cualquier otra actividad es más atractiva que seguir avanzando con el libro. Es tan engorrosa y ardua la tarea, que finalizarla se asemeja a una proeza ya que el trayecto es largo y tedioso. El verdadero mérito en todo esto es no abandonar a mitad de camino.

Para paliar un poco tanto pensamiento negativo, decidí utilizar mi oficina para desarrollar cada una de las actividades referentes al libro. Era un lugar cómodo y

ameno para mí. El sitio donde uno trabaja siempre resulta oportuno para realizar otras tareas de igual tipo. Teniendo en cuenta que yo efectuaba labores vinculadas al periodismo y la comunicación, esta investigación no hacía más que profundizar con la misma gimnasia laboral con la cual venía trabajando en el día a día.

Esta disposición fue muy importante ya que me dio la posibilidad de estar tranquilo, en soledad y enfocado en mi tarea sin ninguna otra distracción, ya que iba fuera del horario en donde otros compañeros de trabajo concurrían.

La oficina reunía todos los ingredientes para avanzar de manera eficaz: una buena computadora, internet, cuadernos, lapiceras, un pizarrón, cafetera, teléfono y, sobre todo, serenidad. Todos estos factores hicieron que el momento de sentarse a escribir fuera por demás agradable, lleno de sensaciones confortables.

Pude, de esta manera, pensar en la posibilidad de avanzar de forma ordenada, constante y eso me generó muchas ganas de seguir adelante y continuar con la investigación hasta el final.

¿CÓMO PUBLICAR UN LIBRO DE MANERA INDEPENDIENTE?

Contexto

En muchos ámbitos, sobre todo en las artes, la parte más difícil resulta la comercialización de lo producido. Esto, por lo general, se debe a que los artistas se dedican principalmente a la creación y no tienen muchos conocimientos de economía y de marketing. Por esta razón, por ejemplo muchos músicos trabajan con una productora para la organización de los *shows* y la venta de sus discos. Asimismo, una gran cantidad de actrices y actores disponen de un agente que los representa y les consigue *castings*. La ventaja de colaborar con un editor en el mundo de los libros es justamente poder despreocuparse de la comercialización de

la obra y concentrarse casi exclusivamente en la escritura. Sin embargo, cuando se empieza, puede resultar muy difícil conseguir un editor de confianza o un contrato conveniente para el joven escritor o escritora sin experiencia. Por ende, existen muchos casos de escritores que deciden publicar su primer libro de manera autónoma e independiente.

En el presente capítulo, se analizan los elementos que aparecen a la hora de publicar independientemente un libro para poder compartir las experiencias aprendidas con la experiencia del libro “Los Pasajeros del Rey Patricio.”

Plan de Marketing

Para empezar, es recomendable preparar un “Plan de Marketing” del libro. Esto ayuda a organizar las tareas y a entender como optimizar los esfuerzos y maximizar el impacto de las actividades a realizar. El Plan de Marketing puede ser definido, según Muñiz González, como *“la herramienta básica de gestión que debe utilizar toda empresa orientada al mercado que quiera ser competitiva.”*¹² Mediano, en su Guía Inicial (2015)¹³, define el Plan de Marketing como *“el resultado del proceso de planificación en el área comercial. Es un documento escrito que sintetiza las estrategias y planes de acción que una empresa va a seguir, para alcanzar los objetivos que se marque, una vez analizada la situación en la que se encuentra y el entorno en el que dicha empresa desarrolla su actividad. Establece, asimismo, los mecanismos y acciones de seguimiento y control necesarios para verificar el cumplimiento del plan.”* Monferrer Tirado (2013) explica los objetivos del plan de marketing: *“debe definir una serie de políticas de marketing que puedan*

¹² Muñiz González, R. (2009). Marketing en el Siglo XXI. 5ª Edición. Centros de Estudios Financieros. CEF. – Consultado en <https://www.marketing-xxi.com/Marketing-siglo-xxi.html>

¹³ Mediano, L. (2015). Plan de Marketing: Guía Inicial. Universidad del País Vasco/Euskal Herriko Unibertsitatea (UPV/EHU). Consultado en: <https://www.ehu.eus/documents/1432750/4992644/PLAN+DE+MARKETING+GU%C3%8DA+INICIAL+FINAL+cast.pdf>

implementarse y permitan alcanzar los objetivos marcados por la organización, así como su misión.”¹⁴

Como se puede ver, estas definiciones hablan de “empresa”; sin embargo, pueden ser aplicadas a cualquier tipo de organización. Un escritor independiente por ende necesita entender que para poder lograr sus objetivos de manera eficiente y eficaz, es importante organizarse. Dedicar tiempo a la realización de un Plan de Marketing podrá optimizar sus esfuerzos y, sobre todo, direccionarlos hacia sus objetivos. De hecho, el primer paso que los expertos recomiendan al momento de redactar el Plan de Marketing es responder a la pregunta: “¿Adónde se quiere ir?”, o sea: ¿Cuáles son los objetivos? La identificación de los objetivos estratégicos es la primera etapa para poder seguir con las actividades de comercialización y publicación. Estos objetivos suelen ser descritos con parámetros medibles, como, por ejemplo, el número de copias que se quieren vender.

Los principales atributos del Plan de Marketing, según Muñiz González son:

- Es un documento escrito.
- Detalla todas las variables específicas de marketing.
- Está dirigido a la consecución de los objetivos.
- Suelen ser realizadas a corto plazo: un año.
- Debe ser sencillo y fácil de entender.
- Debe ser práctico y realista en cuanto a las metas y formas de lograrlas.
- Debe ser flexible, con gran facilidad de adaptación a los cambios.
- Las estrategias deben ser coherentes.
- El presupuesto económico debe ser real.
- Contempla por igual el mercado off y on line de la empresa.

Para poderlo redactar, Mediano identifica las siguientes etapas:

¹⁴ Monferrer Tirado, D. (2013). Fundamentos de Marketing. Publicacions de la Universitat Jaume I. Servei de Comunicació i Publicacions Campus del Riu Sec. – Consultado en: <http://repositori.uji.es/xmlui/bitstream/handle/10234/49394/s74.pdf>

1. Resumen Ejecutivo;
2. Reflexión Estratégica;
3. Análisis de la Situación Actual – Análisis Interno y Análisis Externo;
4. Diagnóstico de la Situación – Análisis DAFO (Debilidades, Amenazas, Fortalezas, Oportunidades);
5. Establecimiento de Objetivos;
6. Determinación de Estrategias;
7. Diseño de Actuaciones Operativas – Marketing-Mix;
8. Seguimiento y Control de los Resultados.

Por otra parte, Monferrer Tirado reparte las actividades entre Marketing Estratégico (los primeros tres puntos) y Marketing Operativo (los últimos dos):

- ¿Dónde estamos? – Análisis
- ¿Adónde queremos ir? – Objetivos
- ¿Cómo llegaremos ahí? – Estrategias
- ¿Qué herramientas utilizaremos? – Ejecución
- ¿Cómo nos aseguramos? – Control

Lo esencial entonces, es entender la importancia de una planificación estratégica para poder tener un mayor control sobre los eventos.

La Impresión

Además de la redacción de un Plan de Marketing, los escritores independientes deberían también buscar proveedores e imprentas para la impresión de sus libros, averiguar presupuestos y editar el contenido realizando, entre otras actividades, el diseño de tapa o buscar algún gráfico que los pueda ayudar. Para estas actividades, también es recomendable tener algunos conocimientos de economía para poder planificar estas tareas.

Por ejemplo, ¿Cómo saber cuántas copias son necesarias en la primera edición? Por lo general, más copias se imprimen, más barata sale cada unidad. Sin embargo, es fundamental saber cuantificar el mercado potencial para no quedarse con muchas copias sin vender. Por supuesto, en muchos casos, existen limitaciones físicas de presupuesto inicial en dónde el escritor o escritora dispone de una cierta cantidad de dinero disponible y este será el criterio final de inversión inicial.

También, es importante entender eventuales limitaciones que puedan surgir, como los tiempos y la “urgencia” de impresión en caso de querer salir con la obra publicada para una cierta fecha (por ejemplo, antes de una elección si es una obra sobre temas políticos). En estos casos, el criterio para poder elegir los proveedores será el tiempo de impresión.

Se recomienda de todas maneras, hacer una pequeña investigación de mercado entre los proveedores existentes, no solo en los mercados locales sino en la región ya que hoy en día, se pueden realizar compras *online* y recibir las copias impresas del libro directamente en el domicilio del autor. Hay que priorizar los criterios de elección, ya que cada caso será diferente. Existen autores que prefieren poder “tocar con mano” el libro antes de pedir más copias mientras otros confían en imprentas que encuentran por Internet y prefieren ahorrar para poder imprimir más copias. Lo importante es hacer un trabajo de campo y tomar decisiones informadas sin apurarse innecesariamente. Antes de pedir el número definitivo de copias impresas, se recomienda analizar en contemporánea el mercado potencial para poder hacer evaluaciones concretas sobre el número de lectores potenciales al cual se puede realísticamente llegar.

La Comercialización

Una vez que se definan los objetivos estratégicos y comerciales, es importante analizar el mercado e identificar los lectores potenciales del libro. ¿A quién podría

interesar nuestro libro? ¿Qué intereses tienen? ¿Dónde se encuentran? ¿Cómo podemos llegar a ellos?

Responder a estas preguntas nos ayuda a entender no solo cuantas copias pedir para nuestra primera edición, sino también a quién apuntar con nuestras estrategias de marketing y de comunicación. Los lectores potenciales deben: a) saber que nuestro libro existe; b) querer leerlo; y c) saber dónde conseguirlo.

Para esto, existen diferentes caminos y dependerá de cada caso el recorrido más eficaz; sin embargo, por lo general se recomienda seguir estos pasos:

- **¿Qué decir?** Definición del mensaje de marketing: en esta etapa, se define el posicionamiento de nuestro libro y la imagen que se quiere transmitir;
- **¿A quién decirlo?** Definición de nuestros públicos: como se dijo, es fundamental identificar los lectores potenciales de nuestro libro.
- **¿Cómo decirlo?** Definición de los canales de comunicación: ¿haremos eventos de presentación del libro, entrevistas en los diarios locales y en los canales de radio, tendremos un sitio web y una presencia en las redes sociales, etc.?

Definir el precio de nuestro libro es un elemento fundamental de esta etapa. Muchos autores parten del valor real de la impresión del libro (del costo) y le agregan un porcentaje. Sin embargo, es importante reconocer el valor del trabajo de escritura y del tiempo invertido en su creación. Por último, analizando el mercado existente, se puede tener una idea del precio de libros similares para poder definir si alinearse con la competencia (manteniendo un precio similar), comunicar un valor extra (siendo un poco más caros que la competencia) o realizando promociones especiales (teniendo un precio inferior al mercado).

Es importante recordar que los precios comunican. Un producto (libro, en este caso) que tenga un precio bajo puede ser asociado por sus consumidores potenciales a un nivel bajo de calidad; mientras que un precio alto por lo general, comunica un

valor “Premium”. Además de estas consideraciones, conviene analizar los lectores potenciales y su poder adquisitivo para tratar de alinear la oferta con la demanda. En la siguiente tabla, se muestra un ejemplo en donde, el precio unitario por copia disminuye cuando se imprimen más copias y se estima el número de copias que se podrían vender en los diferentes niveles de precio y su respectiva ganancia:

	Costo de Impresión	Precio de Venta	Copias Vendidas	Ganancia
1.	\$ 150	\$ 350	100	\$ 20.000
2.	\$ 140	\$ 300	150	\$ 24.000
3.	\$ 135	\$ 250	250	\$ 28.750
4.	\$ 130	\$ 200	500	\$ 35.000

Sin embargo, a veces, puede ser más conveniente imprimir (y vender) pocas copias a un precio elevado que muchas copias a un precio bajo, como se puede ver en la siguiente simulación:

	Costo de Impresión	Precio de Venta	Copias Vendidas	Ganancia
1.	\$ 150	\$ 350	200	\$ 40.000
2.	\$ 145	\$ 300	250	\$ 38.750
3.	\$ 140	\$ 250	300	\$ 33.000
4.	\$ 135	\$ 200	400	\$ 26.000

Por esta razón, se recomienda analizar el mercado potencial y evaluar diferentes escenarios. Cabe recordar que conviene generalmente empezar con un precio alto y eventualmente bajarlo con alguna promoción o descuento que empezar con un precio bajo y luego tener que subirlo por algún imprevisto.

El Proceso de Publicación de “Los Pasajeros del Rey Patricio”

Primera Etapa: Elaboración de un Plan de Marketing

El primer paso fue la organización en base a la elaboración por escrito de las pautas y estrategias que debería tener en cuenta a la hora de la publicación y posterior comercialización del libro. Es decir, un plan de acción realista en donde también estuvieran presentes los objetivos comerciales a alcanzar y, sobre todo, la focalización de hacia dónde quería ir con el libro.

Inicialmente, necesitaba saber a dónde estaba parado, es decir, cuál era el punto de partida.

De esta manera, se analizó el presupuesto con el cual contaba y se determinó que se podían imprimir 2000 ejemplares. Para ello, hice una amplia recorrida por gran cantidad de imprentas, tanto locales como lejanas, para comparar presupuestos en base a al precio por cantidad, calidad en la terminación del producto, logística de entrega y tiempos de impresión.

Después de un análisis profundo, me decidí por Imprenta Servicop de calle 50 N 742, en La Plata, ya que tenía talleres que contaban con dos sistemas de impresión: Offset Tradicional y Offset Digital, que les permitían imprimir todo tipo de productos y que adaptaban sus presupuestos a cada necesidad.

Su maquinaria Offset Digital permitió que los impresos se caractericen por una mejor calidad en las hojas y en la tapa, ya que gracias a dicha herramienta, se podía obtener una buena calidad, con bajos costos y en un corto plazo. Editar es hacer que un original valioso se convierta en libro; y hacerlo, es facilitar el acceso al conocimiento. A partir de esta consigna, Servicop brindaba asesoramiento en diseño, ilustraciones y formatos acordes al estilo y expectativas del autor.

Asimismo, averigüé que, más allá de tener una Editorial y dedicarse de lleno a la impresión de libros, ellos también tenían experiencia en la impresión de: revistas, monografías, tarjetas, talonarios, folletos, sobres, imanes, autoadhesivos, almanaques, afiches, agendas, catálogos, etc, pero una cuestión muy importante fue saber que había un diseñador con una vasta heterogeneidad que concebía la premisa de considerar a cada cual un trabajo susceptible de creación visual. Incluso, fue él quien me asesoró en el diseño de la Tapa del Libro.

El saldo monetario que sobrara de la impresión se iba a utilizar para la organización de la presentación del libro, la elección del sitio, la convocatoria, la difusión de la

misma y confección de un stand de venta en el lugar. Este primer movimiento iba a determinar la base y los pasos a seguir.

El objetivo inmediato radicaba en que la convocatoria a la presentación del libro fuera masiva.

Para ello, tejí una red de periodistas amigos que me ayudaron con notas periodísticas en la semana previa a la presentación de *Los Pasajeros*. Efectivamente, el domingo previo a la exposición, salió publicada la noticia en la Tapa del Diario El Día y, además, el periódico sacó un suplemento especial de 5 páginas destacando las particularidades de la investigación, una reseña a mi persona y la fecha y lugar en donde sería el evento, dos días después.

Además, tuve la posibilidad de charlar con Mario Pergolini en Radio Vorterix; Víctor Hugo Morales anunció la presentación del libro gracias a la ayuda que me dio Viviana Vila (una periodista de FM La Redonda en donde yo había trabajado cuatro años); dialogué con Guillespi en Rock and Pop por intermedio de Alfredo Rosso (interpelado para el libro); me entrevistaron en el canal de televisión local Somos La Plata, Berisso y Ensenada dos veces; salí al aire con el periodista Marcelo Chapay en Radio Provincia y con Leo González Hueso en FM Provincia; también me entrevistaron de Radio Universidad; salí en varias páginas de internet culturales y periodísticas; puse afiches de la presentación en bares vinculados al rock de la ciudad de La Plata, en centros culturales, en las puertas de las Facultades y Ministerios provinciales.

La elección del sitio para la presentación del libro fue muy importante ya que esperábamos una convocatoria de miles de personas. Debía ser un lugar amplio, céntrico, con estructura de sillas, micrófonos, mesas y personal disponible para llevar adelante la presentación formal, la conferencia de prensa y la comercialización in situ de los primeros ejemplares.

La primera idea fue pedir a la Municipalidad el Pasaje Dardo Rocha, un edificio céntrico, inmenso, de la ciudad de La Plata, en donde se desarrollan todo tipo de actividades culturales tales como exposiciones de arte, ferias del libro, presentación de obras teatrales, musicales, etc.

Cuando me junté con las autoridades de la Secretaría de Cultural municipal me dijeron que no tenían lugar en ese momento. Les expliqué detalladamente de qué se trataba el asunto, que el evento era de envergadura, entonces me ofrecieron una segunda opción muy interesante: El Centro Cultural Islas Malvinas de calle 19 y 51. El mismo, cumplía prácticamente con los mismos requisitos del anterior, era un poco más chico, pero no tenía muchas más opciones porque no tenía dinero como para alquilar un espacio de similares características. De modo que avanzamos con *el Malvinas*. El plan de ejecución estaba en marcha.

Una vez instalados allí, preparamos un salón grande para albergar a unas 800 personas sentadas para hacer la presentación. Además, adaptamos una pequeña sala contigua para brindar una conferencia de prensa y, finalmente, a un costado del ingreso a la sala principal, confeccionamos un stand de venta con dos personas de mi confianza a cargo de la venta del libro.

Respecto a la venta, determinar el precio del libro era una cuestión fundamental. Para ello, me basé en un antecedente insoslayable a la hora de pensar en el importe final: el precio de las entradas a los recitales de Los Redonditos de Ricota.

Históricamente, las entradas a los recitales de Patricio Rey siempre estuvieron un 50, 60% más caras que las de cualquier otro grupo de Rock de la época. Incluso, siempre hubo quejas de las y los fanáticos a la hora de adquirirlas y, sin embargo, permanentemente se agotaban. El argumento de La Banda radicaba en la calidad del producto musical y ahí mismo se terminaba el debate.

Otra referencia era la venta de sus discos. Eran más onerosos que los de otros grupos pero los mismos venían con un packaging muy particular, único, en donde su diseño destacaba por sobre el resto.

A partir de estas dos circunstancias previas es que opté por ponerle un precio alto también a mi libro ya que los compradores, en su amplia mayoría, serían los mismos fanáticos que compraban sus discos e iban a sus recitales y ya sabían que los productos vinculados a Los Redondos podían ser un poco elevados en cuanto a los montos. Además, para el año 2012 Los Redondos se habían separado hace 11 años, por lo que su público rondaba en un promedio entre los 30 y 50 años, con un poder adquisitivo un poco más alto, en general, al de los fanáticos más jóvenes.

Hice un cuadro comparativo entre libros de temáticas similares, de otras bandas y de Los Redondos, y fijé el precio inicial de venta en 150\$ (equivalentes a 30 Hamburguesas Big Mac de Mc Donalds a Octubre de 2012). En promedio, la mayoría de los libros costaba entre 80\$ y 100\$ la unidad.

Posteriormente, me reuní con el dueño de los locales *Jason*. Mi idea era que el libro pudiera estar disponible en negocios vinculados con la cultura Rock de la ciudad. *Jason* vendía y vende indumentaria de Rock, es punto de venta de entradas para recitales y cuenta con dos sucursales en el centro de La Plata. También, opté como puntos de venta adicionales un local de Rock en Capital Federal y otro en Mar del Plata, ambos de la franquicia conocida como *Locuras*.

De esta manera, nos aseguramos que aquel o aquella que no había podido asistir al evento principal, el día posterior a la presentación formal y a la difusión mediática, ya podía adquirir el libro de manera inmediata.

CONCLUSIONES

Mejores Prácticas

Como se pudo ver a lo largo de este trabajo, no existe una solución única a la pregunta “¿Cómo publicar mi primer libro de manera independiente?” ya que la respuesta más eficaz dependerá de cada caso.

Sin embargo, se logró realizar una guía en la que se definen las mejores prácticas recomendadas, y de este modo las futuras generaciones de escritores independientes puedan aprovechar de las lecciones aprendidas durante el proceso de creación, investigación, publicación y comercialización del libro “Los Pasajeros del Rey Patricio”. Estas mejores prácticas tienen que ser obviamente adaptadas al contexto real en el cual se encuentra la persona que quiera emprender un proceso de publicación independiente. El orden y la importancia de las actividades identificadas también podrían variar, según cada caso.

El objetivo de este trabajo fue recolectar estas *best practices* a lo largo de todo lo relatado con anterioridad. .

Aquí, primeramente se detallaron una serie de pasos importantes a la hora de la creación y nacimiento de una idea, el proceso creativo, los elementos fundamentales a tener en cuenta y la experiencia personal, puesta a disposición de los lectores a través de mi propia práctica. Además, pudimos plantear aquellos parámetros que considerábamos importantes a la hora de la redacción, para hacerla más llevadera y no abandonar en el intento. Finalmente, se analizaron algunos conceptos básicos de economía y de marketing para asesorar a las futuras generaciones de escritores independientes. Se empezó recomendando la escritura de un “Plan de Marketing” ya que permite identificar todos los recursos disponibles y delinear una estrategia de comercialización afine al contexto real en el cual se

encuentra la persona. No existe un formato único del Plan de Marketing pero se aconseja empezar contestando a estas cinco preguntas:

- *¿Dónde estamos?* – Este es el análisis de la situación inicial; permite entender qué recursos disponibles hay;
- *¿Adónde queremos ir?* – Para definir los objetivos comerciales que se quieren lograr; se recomienda utilizar parámetros medibles;
- *¿Cómo llegaremos ahí?* – Para evaluar escenarios y estrategias comerciales; estos tres primeros puntos se refieren al **Marketing Estratégico**;
- *¿Qué herramientas utilizaremos?* – Para planificar las actividades y la ejecución concreta de las estrategias de marketing identificadas en el punto anterior;
- *¿Cómo nos aseguramos?* – Para controlar los avances y eventualmente aportar modificaciones y correcciones al plan en caso de no llegar a alcanzar los objetivos; estos últimos dos puntos se refieren al **Marketing Operativo**.

Reflexiones Finales

Emprender la tarea de escribir un libro y publicarlo de manera independiente no siempre resulta fácil. Existen muchos obstáculos que irán surgiendo a lo largo de todo el proceso. Sin embargo, el nivel cultural de un país se enriquece a medida que aumenta el número de libros publicados por sus escritores. Por lo tanto, a mayor oferta de libros, más progresiva y próspera será la cultura de su población. El objetivo de este trabajo de investigación fue facilitar la tarea a las futuras generaciones de escritores para que haya más oferta de libros independientes en el mercado y para que puedan cumplir con sus sueños. Como dijo Paulo Coelho en *El Alquimista*:

“Es justamente la posibilidad de realizar un sueño lo que hace que la vida sea interesante.”

Por esta razón, se recomienda a todos los escritores que deseen publicar su primer libro de manera independiente que no duden en intentarlo. No hay mayor riqueza que la que deriva del crecimiento personal.



REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Para la realización de este trabajo integrador final, se consultó el siguiente material bibliográfico:

Agüero. M. L. El camino de la sistematización: manual para la sistematización participativa - Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Ediciones INTA, 2017. Libro digital, PDF

- Bono, E. de (1977). Lateral Thinking, Penguin Books, Middlesex, England. Original de 1970. Traducción castellana: El pensamiento lateral, Paidós Estudio, Barcelona, 1986; consultado en: <http://www.holista.es/spip/IMG/pdf/El-Pensamiento-Lateral.pdf>
- Carvajal Zambrano G. V., Valls Figueroa W., Lemoine Quintero F. Á., Alcívar Calderón V. E., (2017). Gestión por procesos. Un principio de la gestión de calidad, ISBN: 978-9942-959-77-5 Primera edición: julio de 2017 – consultado en: https://issuu.com/marabiertouleam/docs/gestion_por_procesos
- Castillo Vispe M. d. M. (2017) Siéntate conmigo: trabajando las fases del proceso creativo a través de un proyecto de diseño en el cuarto curso de Educación Secundaria Obligatoria, Universidad Internacional de La Rioja, Facultad de Educación, consultado en <https://reunir.unir.net/bitstream/handle/123456789/4848/CASTILLO%20VISPE%2C%20MARIA%20DEL%20MAR.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Catalán R. S., (2011) Producción artística - Manual Atalaya - Apoyo a la Gestión Cultural – consultado en: <http://atalayagestioncultural.es/pdf/07.6.pdf>
- Coelho P. (1988) El Alquimista. Editorial: Booket Colección: Biblioteca Paulo Coelho
- Cortez H (2018) Periodismo & Literatura en Libreta Negra - <https://haroldcortes.com/2018/12/12/publicar-tu-libro-como-independiente-vs-publicar-en-una-editorial/>

- Csikszentmihaly, M. (1998). Creatividad: El Fluir y la Psicología del Descubrimiento y la Invención. Barcelona: Paidós Ibérica, S.A.
- de Caso Fuertes, A.M., Nicasio Garcia J., Martínez-Cocó B., (2008), El Papel de la Motivación en la Escritura: Revisión de Estudios Internacionales, International Journal of Development and Educational Psychology, INFAD, año XX, Número 1 (2008, Volumen 2), consultado en: http://infad.eu/RevistaINFAD/2008/n1/volumen2/INFAD_010220_193-200.pdf
- Dewey, Graham Wallas, Rossman y Guilford fueron citados en Gómez Nieto, B. (2017), Fundamentos de la Publicidad, ESIC Editorial, pp. 139-140 - consultado en books.google.com.ar
- Fiorini, H. (2006) El Psiquismo Creador. Formaciones de procesos terciarios. Una tópica del psiquismo creador (1). Extraído desde <http://www.hectorfiorini.com.ar>
- Fiorini, H. (2006) El psiquismo creador. Teoría y clínica de los procesos terciario. Buenos Aires: Nueva Visión.
- Frischknecht, F. (1971). Teoría de la organización. Buenos Aires: Universidad de Buenos Aires. Facultad de Ciencias Económicas, consultado en http://bibliotecadigital.econ.uba.ar/download/tesis/1501-1005_FrischknechtF.pdf
- Galvis, R. V. (2007). El proceso creativo y la formación del docente. Laurus, vol. 13, núm. 23, 2007, pp. 82-98 Universidad Pedagógica Experimental Libertador, Caracas, Venezuela, consultado en <https://www.redalyc.org/pdf/761/76102305.pdf>
- Gómez Nieto, B. (2017), Fundamentos de la Publicidad, ESIC Editorial, pp. 139-140 - consultado en books.google.com.ar
- Guilera, LL. (2011). Anatomía de la creatividad. Sabadell: FUNDIT - Escola Superior de Disseny ESDi. Consultado en <http://www.esdi.es/content/pdf/anatomia-de-la-creatividad.pdf>

- Iñigo C.R., Iosune Berasategi V. (2010) Guía para la Elaboración de Proyectos, Administración de la Comunidad Autónoma del País Vasco, Departamento de Educación, Universidades e Investigación, consultado en https://www.pluralismoyconvivencia.es/upload/19/71/guia_elaboracion_proyectos_c.pdf
- Martín Cruz, N.; Martín Pérez, V.; Trevilla Cantero, C. (2009), Influencia de la motivación intrínseca y extrínseca sobre la transmisión de conocimiento. El caso de una organización sin fines de lucro, CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa, núm. 66, octubre, 2009, pp. 187-211, consultado en: <https://www.redalyc.org/pdf/174/17413043009.pdf>
- Mediano, L. (2015). Plan de Marketing: Guía Inicial. Universidad del País Vasco/Euskal Herriko Unibertsitatea (UPV/EHU). Consultado en: <https://www.ehu.eus/documents/1432750/4992644/PLAN+DE+MARKETING+GU%C3%8DA+INICIAL+FINAL+cast.pdf>
- Monferrer Tirado, D. (2013). Fundamentos de Marketing. Publicacions de la Universitat Jaume I. Servei de Comunicació i Publicacions Campus del Riu Sec. – Consultado en: <http://repositori.uji.es/xmlui/bitstream/handle/10234/49394/s74.pdf>
- Mora Mérida J.A., Martín Jorge M.L. (2007), La concepción de la inteligencia en los planteamientos de Gardner (1983) y Sternberg (1985) como desarrollos teóricos precursores de la noción de inteligencia emocional, Revista de Historia de la Psicología, vol. 28, núm 4, consultado en: <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/2514677.pdf>
- Muñoz González, R. (2009). Marketing en el Siglo XXI. 5ª Edición. Centros de Estudios Financieros. CEF. – Consultado en <https://www.marketing-xxi.com/Marketing-siglo-xxi.html>
- Ocaña, J. M. (2012). Los Pasajeros del Rey Patricio. La Plata, Argentina. De autor.
- Pascale, P. (2005). ¿Dónde está la creatividad? Una aproximación al modelo sistemas de Mihaly Csikszentmihalyi. Arte, Individuo y Sociedad. 17. (61-84).

Consultado en
<http://revistas.ucm.es/index.php/ARIS/article/view/ARIS050110063A/5808>

- Perantuono, P., Del Mazo, M. (2015). Patricio Rey y sus Redonditos de Ricota. Fuimos reyes. Buenos Aires, Argentina. Planeta.
- Rivas Tovar, L. A. (2009) Evolución de la teoría de la organización. Universidad & Empresa, vol. 11, núm. 17, julio-diciembre, 2009, pp. 11-32 Universidad del Rosario, Bogotá, Colombia, consultado en <https://www.redalyc.org/pdf/1872/187214467001.pdf>
- Rodríguez Estrada, M. (1989) Manual de creatividad: los procesos psíquicos y el desarrollo, México, Trillas
- Rodríguez, M. (1999) El Pensamiento Creativo Integral. Ed. McGraw Hill. México
- Villagómez Oviedo C. (2014), Las fases del proceso creativo en las etapas para el desarrollo de productos de diseño gráfico, Cuarta Edición Noviembre 2007, Revista Interiorgráfico de la división de arquitectura arte y diseño de la universidad de guanajuato, consultado en: <https://www.interiorgrafico.com/edicion/cuarta-edicion-noviembre-2007/las-fases-del-proceso-creativo-en-las-etapas-para-el-desarrollo-de-productos-de-diseno-grafico>
- Yin, Robert K.; Investigación sobre estudio de casos, Diseño y métodos (2013), Applied Social Research Methods Series, Volume 5, SAGE Publications, consultado en: <https://panel.inkuba.com/sites/2/archivos/YIN%20ROBERT%20.pdf>
- Zapata R., Gerardo J.; Mirabal, A.; Canet G., (2015) El entorno de la organización: un estudio de sus tipologías y su vinculación con la percepción directiva y el diseño organizativo - Ciencia y Sociedad, vol. 40, núm. 4, 2015, Instituto Tecnológico de Santo Domingo Santo Domingo, República Dominicana – consultado en: <https://www.redalyc.org/pdf/870/87043449006.pdf>

