



Laboratorio de proyectos culturales

Estrategia de intervención PRESENTACIÓN DE LIBRO

INTRODUCCIÓN

Cuando se realiza la presentación de un libro, los ánimos están al máximo por el orgullo de haber conseguido un logro. La necesidad de dar a conocer el material bibliográfico es una cuestión obligada para que la gente interesada acuda a comprar la publicación y se dé la difusión del material escrito hacia el público correcto buscando los medios adecuados para que el libro se socialice.

DIRIGIDO A

La presentación de un libro va dirigida principalmente al público y comunidad del contexto de la obra, por ejemplo, si el libro a presentar son cuentos para niños, podemos pensar en presentarlo dentro de una juguetería o librería especializada o si estamos presentando poesía erótica, nuestro público serían adolescentes, y adultos a quienes les guste la poesía. Tenemos que dirigirnos hacia un público o persona que pensemos les interese el material ya sea por la edad, nivel socioeconómico, lugar de residencia, género, entre otras características que distinguen al público objetivo del resto de la población. Por otro lado, la presentación de un libro hace la aparición pública en el medio editorial, es decir, lo pone en circulación y es un acto que debe provocar la atención para su adquisición, por lo que es importante tomar en cuenta algún círculo de crítica del mismo.

OBJETIVO

El objetivo básico de la presentación de un libro es dar a conocer el material realizado y venderlo. Lo importante es entrelazar esta actividad con un trabajo previo para la distribución de material y la publicidad o difusión del mismo.

DESARROLLO (Paso a paso)

De manera esquemática los pasos que debemos seguir para la presentación de un libro son los siguientes, podemos omitir o agregar algún otro más:

- Tener el libro impreso.
- Definir la fecha de presentación tentativa.
- Haber tramitado todas las cuestiones legales con respecto a la publicación.
- Forma de distribución del libro en librerías u otros lugares.
- Acordar el precio del libro, tanto en la presentación como en su venta posterior.
- Definir un espacio o lugar.
- Definir a los comentaristas y conductor de la presentación.
- Definir la fecha de presentación final.
- Definir la estrategia de difusión (cartel, volante, spots radio, televisión, entrevistas en medios de comunicación, entre otros).
- Conseguir el mobiliario necesario (mesa o estrado, podium, sillas).
- Conseguir el equipo técnico necesario (sonido, iluminación, cámara de video o fotográfica, equipo de proyección si es necesario).
- Diseño (opcional) de algún otro impreso como separadores, portavasos para apoyar la imagen del libro.
- Tener los materiales gráficos necesarios para la presentación (personalizadores, tarjetas de presentación, escenografía, manta o cualquier otro recurso al que se llegue a un acuerdo para ambientar el espacio de acuerdo a la presentación).
- Prever el cóctel al final del evento, tanto en materiales como en el espacio de la presentación.
- Enviar boletines de prensa.
- Hacer una conferencia de prensa.
- Prever el espacio necesario para la toma de fotografías y video y del cableado para las mismas, durante la conferencia de prensa como en la presentación del libro.
- Limpieza antes y después del evento.
- Entrega de materiales prestados o rentados.
- Presentación del libro.
- Después de la presentación.

Suena a verdad de Perogrullo, pero para la presentación de un libro, lo más importante que necesitamos es tener el libro impreso, de preferencia con uno o dos meses de anticipación. Comenzaremos por este punto.

- Tener el libro impreso.

Cuando se cotiza el material o se llega a un acuerdo con alguna editorial, se debe tomar en cuenta el tiempo en que tardan en entregarnos el libro añadiendo una semana o dos para tener la certeza de poder hacer la presentación sin ningún problema.

- Haber tramitado todas las cuestiones legales con respecto a la publicación.

Dependiendo de los acuerdos a los que hayamos llegado, por ejemplo con el editor o en el caso de los programas de apoyo a publicaciones, sobre la cantidad de libros que les corresponden a ambas partes y entregar las respectivas cantidades a los involucrados (coautores, fotógrafos, patrocinadores, etcétera). También debemos poner atención a la cuestión sobre los derechos de autor y a los derechos de los materiales gráficos que exhibamos en la publicación, esos trámites los realizan las editoriales o editores, pero, si la publicación es obra de nosotros mismos o de alguna otra organización hay que tramitar los derechos de autor y pedir el ISBN (Internacional Estándar Book Number – Número de libro estándar internacional) antes de enviar a la impresión y tener el diseño final.

- Definir la fecha de presentación tentativa.

Después debemos recoger el material y con libro en mano, podemos fijar una fecha tentativa de la presentación, decimos tentativa porque necesitamos acoplar los días disponibles tanto del lugar que vayamos a definir, como de los comentaristas. Además es necesario que hagamos una búsqueda de los posibles eventos que puedan ser competencia el día elegido con el fin de tener la publicidad y el público hacia nuestro favor. Por ejemplo, si realizamos la presentación de nuestro libro durante la celebración de una feria del libro, entonces nuestro material se perderá entre la inmensidad de publicaciones que se presentan en este tipo de actividades.

- Forma de distribución del libro en librerías u otros lugares.

Algunas editoriales o editores tienen sus canales de circulación y no tenemos que preocuparnos por esos pendientes, en el caso de que nuestra publicación no esté inserta en estos canales, tenemos que buscar alguna librería o lugar donde podamos poner en circulación el material. De esta forma, cuando estemos en la presentación de nuestro libro podemos dar el anuncio de los lugares en que se vende la obra.

- Acordar el precio del libro, tanto en la presentación como en su venta posterior.

La negociación del convenio para la venta debe de llevar implícita una ganancia para el negocio que lo hará, por lo que debemos establecer el precio de venta

hacia ellos y el precio en el que estará a la venta en su negocio con la finalidad de que el costo no se eleve demasiado y la gente no lo adquiera.

- Definir un espacio o lugar.

A la par de esto, debemos pensar en un lugar emblemático para la presentación de nuestro material impreso, puede ser una biblioteca, una plaza, un jardín, una escuela, en fin, los lugares que nuestra imaginación y nuestra elección nos den la posibilidad de recrear. En este caso lo primero que tenemos que tomar en cuenta son los imprevistos del clima, si es un lugar abierto y es época de lluvias, es mejor optar por un lugar cerrado, además de pensar en el sol y si es muy tarde en la iluminación.

También podemos insertar nuestra publicación dentro de un festival o alguna otra actividad, por ejemplo, si nuestro libro se refiere a la historia de una ciudad y se va a celebrar su fundación, entonces es un excelente recurso y pretexto para vincularlo a nuestra publicación.

- Definir a los comentaristas y conductor de la presentación.

Antes de ver el libro terminado debemos pensar en quienes serán nuestros comentaristas para contactarlos y negociar su participación. Con libro en mano y la fecha tentativa, hay que buscarlos y estar abiertos a la posibilidad de que hubiera algún cambio por compromisos adquiridos con anterioridad. También debemos dejarlos que lean el material con anticipación, mínimo tres semanas, para que elaboren los comentarios pertinentes.

- Definir la fecha de presentación final.

Una vez acordado y negociado las fechas disponibles entre nuestros comentaristas y la disponibilidad del lugar donde planeamos realizar la presentación del libro, podemos definir los datos sobre donde, cuándo, a que hora y con quién, haremos la presentación del libro y así comenzar a planear la difusión.

- Definir la estrategia de difusión (cartel, volante, spots radio, televisión, entrevistas en medios de comunicación, entre otros).

La estrategia de difusión depende de los medios de comunicación disponibles en la localidad que vamos a presentar el libro y de los nexos que establezcamos semanas antes de la presentación. La primera acción es elaborar un directorio de los medios de comunicación, sus representantes y los reporteros fuente que se dedican a cubrir las noticias que atañen a nuestra presentación. A la par de este directorio debemos comenzar a elaborar el diseño gráfico de los materiales que nos apoyarán, como el cartel, las invitaciones de la presentación, personalizadores, tarjetas de presentación, exhibidores del libro, escenografía o manta, entre otros más, podemos prescindir tal vez de alguno de ellos, no es necesario elaborarlos todos. Lo siguiente es ir preparando el boletín de prensa con un resumen del libro, una explicación del autor o autores, del grupo u organización y cómo se inserta el libro en un tema mayor al que aborda. Después comenzar a

planear el lugar, fecha y hora de la conferencia de prensa para dar a conocer el material antes y suscitar la expectativa que nos lleve a que se hable de nuestro libro en prensa y podamos tener un mayor número de personas interesadas en la publicación. Después comenzaremos a planear la visita a alguna radiodifusora o televisora para hablar del libro e invitar a su presentación, o conseguir que se hagan menciones en programas que tengan relación con el libro. En el caso del cartel pensaremos además de su diseño en la distribución y colocación de los mismos.

Podemos hacer un control para esta estrategia:

Control de estrategia de difusión

Área
Actividad
Fecha de inicio
Fecha de termino
Responsable
Aprobación

General
Elaboración de directorios

Diseño
Elaboración y distribución de carteles

Elaboración y distribución de invitaciones

Elaboración de escenografía o manta

Elaboración de personalizadores

Prensa
Elaboración de boletín de prensa

Contacto con periódicos y revistas

Convocatoria a la conferencia de prensa

Envío de invitaciones a reporteros y jefe de área

Radio
Contacto con programas

Petición de entrevistas

Confirmación y asistencia a entrevistas

Negociación de menciones

Televisión
Contacto con programas

Petición de entrevistas

Confirmación y asistencia a entrevistas

Negociación de menciones

- Conseguir el mobiliario necesario (mesa o estrado, podium, sillas).
Dependiendo del espacio, debemos calcular el mobiliario. Pensemos en las sillas que pondremos y en los espacios que dejaremos para que la gente transite, y si los periodistas o algún conocido quieren tomar fotografías o grabar en video la sesión, entonces dejar un espacio para ello e indicarles las tomas de corriente eléctrica en caso de necesitarlo. Otro punto es la colocación de la mesa o estrado donde estarán los comentaristas y autores de libro. Y un último punto es el lugar

donde colocaremos la mesa o exhibidor donde pondremos los libros para su venta.

- Conseguir el equipo técnico necesario (sonido, iluminación, cámara de video o fotográfica, equipo de proyección si es necesario).

Podemos armar una carpeta posterior al evento con fotografías, recortes de periódicos o el video de la sesión, además de todos los materiales impresos, como una forma de evaluación de esta actividad y como recuerdo. Además con la información generada podemos enviar un último boletín de prensa de cómo nos fue en el evento. Mientras más elementos de registro tengamos, podremos repetir la experiencia de mejor manera.

- Diseño (opcional) de algún otro impreso como separadores, portavasos para apoyar la imagen del libro.

Podemos si el presupuesto lo permite, realizar algunos otros materiales gráficos con base en la publicación que vamos a presentar, con el fin de apoyar más la estrategia de venta y de difusión.

- Tener los materiales gráficos necesarios para la presentación (personalizadores, tarjetas de presentación, escenografía, manta o cualquier otro recurso al que se llegue a un acuerdo para ambientar el espacio de acuerdo a la presentación).

De acuerdo a nuestro control de estrategia de difusión hay que ver si tenemos todos los materiales gráficos realizados para la presentación, es muy importante si utilizamos una herramienta como el control de acciones que nos apeguemos a él. Y si surge alguna actividad no prevista en él, entonces anotarla en la parte final como parte del mismo, así no tendremos una sorpresa mayor de que haga falta realizar alguna acción.

- Prever el cóctel al final del evento, tanto en materiales como en el espacio de la presentación.

Después de la actividad, podemos celebrar con las personas que nos acompañaron con un cóctel, las dimensiones del mismo van a depender del presupuesto o del patrocinio que podamos conseguir. Podemos brindar con un agua de sabor, refresco, vino tinto, tequila, etcétera y poner algunos bocadillos que pueden ser desde botanas hasta comida más elaborada. Todo va a depender del tema del libro y de las posibilidades económicas, por ejemplo, si la publicación presentada trata sobre el mezcal, no vamos a ofrecer vino blanco, sino mezcal para ir acorde a la presentación.

- Limpieza antes y después del evento.

Un punto muy importante es la limpieza del lugar, desde que acordemos el préstamo o la utilización del espacio donde vamos a presentar el libro, podemos preguntar si hay servicio de limpieza o lo haremos nosotros, en este caso debemos prever los materiales necesarios y el tiempo destinado a ello, si hay un servicio de limpieza, hay que informarnos si tenemos que cubrir su costo o es un

apoyo junto con el lugar, de cualquier forma, debemos revisar horas antes cómo se encuentra la limpieza del lugar.

Durante la presentación de libro

No olvidemos entregar toda la información posible al conductor del evento, los nombres completos de los comentaristas, patrocinadores, invitados especiales, autores, e indicarle si alguien necesita información o si se presenta alguna contingencia con quien dirigirse, por ejemplo, si se va la luz, si falla el equipo de sonido, si algún reportero requiere una entrevista, si alguien pide la donación de libros, entre otros. También hay que prepararle la guía de conducción o escribir toda la conducción si así lo prefiere el conductor, o si improvisa con respecto a la guía, hay que establecer los tiempos disponibles.

Hay que prever también como vamos a sentar a nuestros comentaristas y si vamos a dejar lugares reservados para nuestros invitados especiales, otro punto es que los autores del libro firmaran alguna dedicatoria, por lo que también hay que anticipar quien atenderá a los invitados especiales.

Después de la presentación, sólo resta entregar los materiales que nos prestaron y dejar el lugar donde tuvimos la actividad en buenas condiciones, hacer la evaluación del evento con las personas que nos apoyaron, enviar el último boletín de prensa y conformar nuestra carpeta de la actividad hecha.

RECURSOS INFORMATIVOS RECOMENDADOS

En internet:

Página del INDAUTOR

http://www.sep.gob.mx/wb2/sep/sep_459_indautor

Página del IMPI

<http://www.impi.gob.mx/impi/jsp/indice.jsp>

Página de la ley de derechos de autor

http://www.sep.gob.mx/wb2/sep/sep_Ley_Federal_del_Derecho_de_Autor

sobre las reformas de la ley de derechos de autor

http://www.sep.gob.mx/wb2/sep/sep_Reformas_a_la_Ley_Federal_del_Derecho_de_Autor

y el reglamento sobre los derechos de autor

http://www.sep.gob.mx/wb2/sep/sep_Reglamento_de_la_Ley_Federal_del_Derecho_de_Au

Página de bancos de imágenes

<http://www.imagebank.com>

<http://www.bancoimagenes.com/>

<http://recursos.cnice.mec.es/bancoimagenes4/>

Página de fuentes tipográficas

<http://www.fonts.com/>

En la red hay varios recursos para obtener fuentes tipográficas, sólo hay que escoger el más adecuado y buscarlo como *fuentes* o en inglés *fonts*.

Academia Mexicana de la lengua

<http://www.academia.org.mx/>

Páginas de periódicos de México

<http://biblioweb.unam.mx/periodicos/norteam/mexico.html>

<http://www.prensaescrita.com/america/mexico.php>

<http://periodicos.ws/mexico.html>

http://www.virtual-spain.com/periodicos_mexico.html

<http://www.queretaro-mexico.com.mx/mexico/mexnews.html>

Página de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes

<http://portal.sct.gob.mx/SctPortal/>

Página de televisoras

http://mexicochannel.net/cgi-bin/channel_sp.cgi?actual38

http://es.wikipedia.org/wiki/Lista_de_canales_de_televisi%C3%B3n_en_M%C3%A9xico

Sistema de Información Cultural de CONACULTA

<http://sic.conaculta.gob.mx/>

Agencias de información

<http://www.directorio.gob.mx/comunicacionsocial.php?categoria=20>

http://www.unam.mx/Temas/Medios_Comunicacion/Agencias_Noticiosas.html

Elaboración:

Luis Gabriel Hernández Valencia

Correo:

zacek78@yahoo.com

Fecha de elaboración:

20/octubre/2006