

## LITERATURA TENDENCIA

# Editores creativos

## CUANDO EL LIBRO ES UN PRODUCTO

Saymon y Treviana, con publicistas en su equipo, crean nuevos formatos y estrategias

**Cristina Castellón**  
Barcelona

● En el colegio aprendimos que no se escribe con bolígrafo en un libro, como mucho se hacen anotaciones al margen con lápiz y sin apretar. El libro es sacro. Sin embargo, hoy se define ya como producto de consumo. Y por ello, algunas editoriales apuestan por el posicionamiento de marca y encumbran al editor-publicista, que entiende el libro como contenido y continente.

Así, en Saymon, creada en enero pasado, su director literario Luis Sábat comparte *brainstormings* con el editor Pere Montalà, fundador de la agencia Maripili y padre de *El algodón no engaña*. Y Treviana ve revolucionado el negocio familiar con Fran Segarra, ex creativo de SCPF (*Be water, my friend*) y publicitario *freelance*.

### El valor añadido

“Para sobrevivir, las editoriales pequeñas debemos utilizar la creatividad”, explica Segarra, que en la línea de las microeditoriales en alza, recupera textos inéditos en castellano de Evelyn Waugh (*Obra suspendida*) o Henry James (*Lady Barberina*), pero les otorga un “valor añadido”: los ha convertido en Moleskines (libretas). El microformato y el preciosismo en las publicaciones han convertido el libro en un objeto de compra, regalo o colección.

### Creadores de opinión

“Antes salir en un suplemento literario te garantizaba 3.000 ejemplares, ahora como mucho 150. Te dará todo el prestigio del mundo, pero una recomendación explícita en un blog de referencia vale más”, afirma Sábat. *Moleskine Literario*, del escritor peruano Iván Thays, es un referente para editores -Jorge Herralde lo consulta a diario- y una guía para lectores. “Buscamos creadores de opinión, expresa Sábat, que puedan crear tendencia, que



**Nuevas campañas.** Arriba, una anuncio de Saymon y uno de los blogs literarios de referencia 'Moleskine Literario'. Abajo, las 'moleskine' de Treviana y un 'booktrailer'.

## Las microeditoriales creen en el diseño

● ¿Formatos reducidos por gusto o por necesidad? Las microeditoriales, como Alfabia, Navona, Morsa o Alpha Decay, apuestan por los microlibros, con el aspecto de una libreta, que caben en el bolsillo trasero del pantalón.

Gabriel Bravo, de Morsa, que acaba de publicar la autobiografía de Curtis Garland, combina textos con ilustraciones de Juanjo Sáez. “Nos gusta hacer libros especiales y llamativos, llenos de referencias también en el diseño”. Desde Navona, Gemma Martínez, dis-



Pequeños libros de Navona (izquierda) y Alfabia (derecha).

tengan auténtica difusión social, como podría ser ahora mismo Ferran Adrià”.

### 'Marketing' indirecto

Sábat lo tiene claro: “Queremos que nuestros libros sean objetos aspiracionales”. Su socio, Pere Montalà, apunta su estrategia, “crear un mensaje”. Sus campañas para los medios van más allá de las notas de prensa tradicionales. Por ejemplo, *Hotel Dorado*, de Alberto Gimeno, iba acompañado de *pack* de aseo “para sobrevivir en una hostel literario”.

### De la faja al tráiler

Viajes y nuevas fórmulas se unen. Aunque no está claro que las fajas de los volúmenes sobrevivan en un universo literario que empieza a tutearse con los *ebooks*, los tráilers y las redes sociales. “Acercar el libro al mundo del cine es una buena opción”, recuerda Segarra. Saymon propone opciones más proactivas, como un sistema de *mailings* personalizados con los lectores, o alianzas con festivales (ofrecer descuentos en los libros con una entrada) u otros productos (como un *pack* libro-perfume para regalar).

## MÚSICA



La diva afroamericana.

## Beyoncé inicia hoy su gira española en Madrid

● Una banda formada sólo por mujeres y un espectáculo cuidado al milímetro y supervisado por el diseñador y fotógrafo Thierry Mugler. Y, por encima de todo ello, y en uno de sus momentos más dulces, la joya de la corona: Beyoncé.

La diva afroamericana del momento inicia esta noche en el Palacio de Deportes de la Comunidad de Madrid su minigira española con la que pasará mañana por el Palau Sant Jordi de Barcelona.

Después del éxito de su anterior paso por España en 2007, la cantante regresa para presentar su álbum *I Am... Sasha Fierce*, en una gira que lleva por título *I Am... Tour*.

La actuación de la ex Destiny's Child, el trío con el que vendió más de 52 millones de discos, estará precedida por la de Labuat, proyecto de la ex *Operación Triunfo* Virginia Maestro. **B.G.**

## NOVEDAD

## Larsson se adelanta al 18 de junio

● La espera de los fans de la trilogía *Millennium* de Stieg Larsson será más llevadera. La editorial Destino comunicó ayer que “por motivos organizativos”, el tercer volumen de la serie *La reina en el palacio de las corrientes de aire* llegará a las librerías el 18 de junio en lugar del 23. Sus antecesores *Los hombres que no amaban a las mujeres* y *La chica que soñaba con una cerilla y un bidón de gasolina* ya han vendido más de millón y medio de ejemplares. **REDACCIÓN**