

## Y ADEMÁS, PONER LA CAMA

Carlos Villar Flor

**T**ras escuchar la brillante intervención del novelista Andrés Pascual en el Taller de Creación y Crítica organizado por los que sacamos *Fábula*, la cabeza me bulle. La disertación ha versado sobre el marketing del escritor; básicamente, sobre lo muchísimo que éste ha de buscarse la vida para impedir que su obra, fruto de continuos desvelos, acabe en el ominoso cajón, o peor, como pasto de los gusanos. Las cifras, no por conocidas, dejan de pasmarnos: 75.000 títulos publicados en España cada año, una media de 5.000 ejemplares de cada, igual a 375.000.000 ejemplares en circulación; de ellos, 100.000.000 se suelen quedar sin vender...

Es decir, que después del enorme esfuerzo de varios años que ha de hacer el autor para concluir su libro, si por un mimo de la fortuna acaba logrando que un editor apueste por él, las probabilidades apuntan a que más de un cuarto de los ejemplares acabarán en la trituradora. Desolador, ¿no?

Para combatir un tanto la negrura de estas perspectivas y buscar lectores (¿o he dicho compradores?) a toda costa, el escritor contemporáneo se ve impulsado a aprender un arte para el que su oficio de artesano verbal puede no haberle capacitado: venderse a sí mismo. Así, si no llega a subirse a la obligada columna semanal en el diario de provincias o a perorar en la tertulia radiofónica sobre mil temas de actualidad, tendrá que dar la turra a amigos, familiares y conocidos para preparar sus propias presentaciones, hará lo propio con los periodistas para que le concedan un hueco, y, de un tiempo a esta parte, deberá también

elaborar una vistosa página web, crear y mantener al día su blog, abrir un perfil en Facebook, en Tuenti, en ambos..., colgar sus vídeos autopromocionales en YouTube, etcétera. En definitiva, si el escritor de hoy quiere procurarse un espacio en el saturado mercado editorial, tiene que dedicarse diaria y profesionalmente a la autopromoción, a convencernos de su especificidad indispensable, a captar lectores como el político capta votos.

Sin duda, si tal escritor no se dedica *full time* a su oficio —algo que, imagino, es cada vez más arriesgado— el tiempo de promoción que puede dedicar al día mermará sensiblemente el dedicado a escribir, o, peor aún, no le dejará apenas margen para la lectura, obligada carga de batería del buen autor. Y quizá corra el riesgo de que una polarización obsesiva en el yo como objetivo le consuma excesivas energías mentales, que nunca sobran. Por no hablar de la excesiva condescendencia que un escritor orientado al pueblo ha de mostrar con cada pelmazo que le interpele en su blog con mensajes plagados de anacolutos y faltas de ortografía. Supongo que muchos escritores-bloggers experimentarán la caída libre del alma a los pies cada vez que se pregunten si semejante analfabeto será el tipo de lector mayoritario para el que se ve condenado a escribir si quiere mantener sus índices de venta.

En fin, nadie dijo que el camino del escritor era un lecho de rosas. Pero a veces apenas pensar hasta qué punto el talento se ve domeñado por la necesidad práctica. O considerar, parafraseando el dicho castizo, que una, además de "profesional", tiene que poner la cama.