

Reprográmate para conseguir resultados

1. El viaje del héroe

El viaje del héroe es un modelo narrativo clásico que suele usarse en clases de escritura creativa. Es una plantilla de estructura que funciona porque nos permite contar nuestra historia de forma fluida y sencilla: el héroe emprende una aventura, sea esta cual sea, aprende una lección y regresa a casa transformado.

Es un modelo que se ha usado en miles de historias, no solo en literatura, sino en cine, televisión y cómics. Desde El Señor de los Anillos a Star Wars, pasando por Harry Potter. No es nada nuevo. Seguro que lo conoces.

Joseph Campbell, profesor de Literatura de la Universidad Sarah Lawrence College, afirmó en un libro llamado El héroe de las mil caras que la estructura del viaje del héroe tenía una serie de etapas:

- Mundo ordinario
- La llamada a la aventura
- La reticencia del héroe
- El encuentro con el mentor
- El cruce del primer umbral
- Pruebas, aliados y adversario
- El acercamiento a la cueva profunda
- La odisea o el calvario
- La recompensa
- El camino de vuelta

No me voy a meter a desgranarlo a fondo. Si te apetece, puedes escucharlo en [este episodio del podcast](#) en el que hablamos del viaje del héroe en la Literatura y cómo se

Tema 1

puede aplicar a la novela, pero hoy el viaje del héroe nos va a servir para abrir este curso sobre cómo crear una audiencia de lectores.

¿Por qué?

Porque tú eres el héroe y estás en la fase de mundo ordinario. Todavía no has sido llamado a la aventura. Sabes que tienes que hacer algo para cambiar tu situación actual, pero tienes algo de reticencia al marketing. Puede que seas de esos que piensan «Pero si yo solo quería escribir». Conoces las redes sociales a nivel de usuario, sabes lo que es un blog, incluso puede que tengas alguno (y, si estás aquí, que ese blog no funcione demasiado bien), sabes qué libros te gusta leer y qué libros te gusta escribir, pero por algún motivo todo eso no te trae lectores. No eres visible.

Y entonces, MOLPE llama a tu puerta y te invita a la aventura. Te dicen: «oye, que hay un curso en el que te enseñamos a crear una audiencia de lectores». Incluso, la tutora combina autopublicación con edición tradicional y ha dejado una carrera como médico para vivir de los libros (y lo ha conseguido). Al principio, puede que te suene a cuento chino. Puede que hayas puesto incluso mala cara. «Estos lo que quieren es venderme su curso y sus libros de no ficción», puede que pienses. No creas que a Frodo le hizo una ilusión bárbara ir a llevar el anillo al otro lado del mundo. Empezar a trabajar por un sueño cuesta. Por eso, en este curso, vamos a empezar por fijar objetivos y por trabajar la mentalidad. Porque eso es lo primero que vas a tener que cambiar en tu viaje del héroe particular: el chip.

Y es que para conseguir cualquier objetivo, tienes que cambiar tu forma de hacer las cosas. Como decía Einstein, «si quieres conseguir un resultado distinto, no sigas haciendo siempre lo mismo». Listo que era, el chaval.

Estás aquí, has escuchado la llamada a la aventura, te encuentras con el mentor (yo voy a ser tu Gandalf particular) y cruzas el primer umbral: te has comprometido a trabajar

Tema 1

conmigo esa meta. Has pagado el curso. Eso hace que pienses: este curso me ha costado este dinero y tengo que rentabilizarlo. Tengo que sacar tiempo de donde sea para aprovecharlo.

A lo largo de estas semanas, te voy a poner una serie de pruebas que tendrás que superar. Vas a tener aliados, evidentemente, porque hay más alumnos en el curso a los que verás pasarlo igual de canutas que lo estás pasando tú. Y también tendrás adversarios: el peor, tu propio cerebro. «Para qué esforzarse si no voy a conseguir nada». «A lo mejor soy yo, que no sirvo para esto». El cerebro es un capullo importante que hace lo posible para que no salgamos de la zona de confort.

No hay magia en este viaje del héroe (¿Te has fijado que en las novelas la magia solo existe para complicarle la vida al protagonista?) sino solo trabajo, trabajo y trabajo hasta que te acerques a la cueva profunda y estés a punto de tirar la toalla.

Para eso, para evitar que la tires, estoy yo aquí. El mentor en cualquier novela no está solo para aconsejar al héroe y pulir los errores sino para darle ánimos en el momento en el que los pierde. Por eso también trabajaremos en grupo, para que veas que no eres el único que se atasca.

La fase más compleja de trabajar tu visibilidad no viene ahora, en estas semanas, no. Será cuando lleves medio año trabajando sin resultados. Los resultados no son instantáneos (Recuerda aquello de que el único sitio donde éxito está antes que trabajo es en el diccionario), pero a los seis meses —haciendo las cosas correctamente— Google empieza a devolverte el esfuerzo en forma de visitas.

Es verdad que hay géneros en los que cuesta más y géneros en los que cuesta menos, pero verás resultados si trabajas. Y en el momento en el que tengas audiencia de lectores, vendrá lo difícil. Tendrás que decidir si seguir ahí o liarte la manta a la cabeza y emprender la aventura de vivir de escribir. Pero eso, como decía Ende, es otra historia

Tema 1

y será contada en otra ocasión. Sin visibilidad, sin audiencia, la posibilidad de vivir de la escritura no existe, así que vamos a empezar la casa por los cimientos.

A lo largo de este primer año de trabajo en tu visibilidad como escritor, vas a pasar por una serie de pasos: unos pasos que damos todos y que se llama el ciclo emocional del escritor.

- Al principio, estás muy motivado. Has publicado una novela y vives en un optimismo desinformado. Puede que no sepas nada del mundo editorial ni de los cambios que internet ha ocasionado en este mundillo. Tampoco sabes que tienes que trabajar para conseguir lectores. Piensas que la editorial va a hacerlo por ti y por eso vas directamente a las propuestas editoriales y no consideras la autopublicación porque tienes un montón de prejuicios acerca de ella. También crees que con una novela o dos puedes vivir de la literatura. Tienes una audiencia pequeña. Te compra el libro tu familia, tus amigos, tus compañeros de trabajo... Vendes unos 500 ejemplares con suerte. Pero, claro, con la segunda novela no es lo mismo. La mayoría no vuelve a comprarte, sobre todo si la sacas en un lapso corto de tiempo. Algunos porque no leen (te han comprado por compromiso), otros porque no les gustó la anterior, otros porque aún no se la han leído. Te das cuenta de que vender es más difícil de lo que creías.
- Entonces pasas a la siguiente fase del ciclo emocional. Empieza a darte mal rollo todo, a decir «es imposible». Y a buscar excusas fuera: «No he vendido porque me hicieron una reseña mala». «No he vendido porque la gente no deja opinión en Amazon». «No he vendido porque la editorial no se mueve nada». Aquí viene el primer cambio de chip. ¿Puede que no vender sea culpa tuya y no de los demás? No has trabajado tu visibilidad de forma correcta (publicar un post en redes de vez en cuando diciendo que sacas novela NO es la forma correcta).
- La tercera fase del ciclo emocional empieza aquí: la zona de peligro. La de tirar la toalla. Porque publicas en redes lo que te parece, intentas escribir en tu blog, concedes entrevistas, pero nada te funciona. Y te preguntas para qué te esfuerzas. Este punto se llama «el valle de la desesperación». Para salir de él,

Tema 1

necesitas un segundo cambio de chip: que alguien se siente contigo, te elabore una hoja de ruta (precisamente lo que vamos a hacer en este curso) y te marque objetivos a corto y largo plazo. Este es el punto fundamental del cambio. Cuando tienes una visión de cuál es el camino, es cuando las cosas empiezan a funcionar.

- Realismo esperanzado: vuelves a ser optimista. A lo mejor te tropiezas en el camino, pero ya sabes por dónde tienes que ir y sabes que hay trabajo detrás. Si te equivocas, sabes a dónde tienes que llegar con lo que puedes rectificar.
- Al final llega la recompensa. Como dice Bill Gates, «la gente suele sobreestimar su capacidad en un año e infravalorar la que tiene a diez años». Todos pensamos en soluciones milagrosas que nos resuelvan la vida en poco tiempo. Queremos todo YA. Pero infravaloramos el trabajo de hormiguita que es el que consigue que vivamos de esto.

¿Cómo quieres que sea tu vida dentro de diez años? Todo lo que se detalla, todo lo que se pone como objetivo, toma forma y no se desvanece. Tú quieres ser así, de una determinada forma, dentro de diez años. Así que lo ideal es descomponer esas metas de dentro de diez años en pequeños pasos anuales que se encaminen a ellas. Necesitas tiempo y tranquilidad para aprender, ajustar y desarrollar.

Porque si solo ves las cosas a corto plazo, tendrás una actitud de víctima: agobiado porque nada sale. Pero si tu visión es a largo plazo, tendrás paciencia, perseverancia y tranquilidad.

Primer ejercicio

Moodboard

Vamos a elaborar un moodboard. Un moodboard es una tormenta de ideas en las que pones fotos de lo que quieres que sea tu vida dentro de diez años. Te pongo mi moodboard particular para que lo tomes como ejemplo:



En la foto inferior izquierda tienes un equipo de trabajo. Mi idea no es estar trabajando las horas que le dedico a Marketing online para escritores toda la vida. Quiero tener un equipo fijo en el que delegar, un equipo que haga todo el trabajo si yo me pongo mala y que no pase nada. No quiero ser el cuello de botella.

Tema 1

En el medio, abajo, hay una chica leyendo. Quiero tiempo libre, para leer, para viajar, para hacer deporte, para hacer cosas con mi familia y poder darle a mis hijos, a mi pareja y a mis padres tiempo de calidad.

Abajo, a la derecha, hay una pareja. Quiero una relación de pareja basada en la confianza y en compartir cosas. Me encantaría poder mantener con los ingresos de los libros a mi marido para que ya no tuviera que trabajar más.

Arriba a la izquierda está la audiencia. Quiero muchísimos lectores a lo largo de todo el mundo. Cada vez más.

En el centro, arriba, tengo actualmente una casa en Madrid. Me gustaría poder pasar un mes allí y otro en Tenerife, que es donde vivo ahora, y viajar entre ambas casas más a menudo de lo que lo hago. Para eso, mi marido debería dejar de trabajar.

La manzanita simboliza mi necesidad de llevar una vida sana, de tener salud.

La mujer de arriba a la derecha es Joanna Penn, una escritora emprendedora que ha sido desde hace muchos años mi modelo a seguir.

Ahora quiero que tú hagas lo mismo. Que pienses cuál es tu moodboard y lo subas al grupo.

Pero además que lo imprimas y lo pongas en un sitio bien visible. Cuando pierdas el foco, cuando estés en el valle de la desesperación, piensa que te esfuerzas para llegar a este objetivo a diez años.

Pero además esto te ayudará a marcarte objetivos a corto plazo. Si dentro de diez años, quiero vivir de mis libros, tengo que tener dos cosas: un catálogo amplio y una audiencia

Tema 1

de lectores. Para lo primero, si quiero tener un catálogo amplio, deberé publicar uno o dos libros al año, con lo cual tengo que escribir X palabras al mes, que serán X horas al día.

2. Libérate de lo que te bloquea

¿Tienes ya tu moodboard hecho? ¡Estupendo! Sigamos. ¿Por qué no has conseguido esas cosas que tienes en el moodboard?. Algunas puede que sea cuestión de tiempo, pero otras es porque hay bloqueos o escollos que te impiden conseguir tus objetivos.

¿De qué escollos estoy hablando? Hablo del hiperperfeccionismo, que hace que las novelas permanezcan en un cajón, de la procrastinación, del miedo al fracaso, de la confianza en uno mismo... Todo esto genera retraso en la consecución de una meta. A veces, incluso impide que se llegue a ella.

Así que focaliza. No te vayas por las ramas (que en eso somos especialistas los escritores), abre la puerta a cometer errores. Si algo no te funciona, no te quejes y lamentos, analiza por qué no ha funcionado y qué puedes hacer para corregirlo. Solo tropieza el que se atreve a caminar. Y tener una audiencia de lectores, conseguir visibilidad, vivir de escribir es practicar, equivocarse, rectificar, practicar, volver a equivocarse, rectificar...

Tener miedo no es malo. El miedo es el aviso natural del cuerpo ante amenazas posibles, ante un cambio vital. Y cuanto mayor es ese cambio vital, más miedo sentimos a avanzar. Sin embargo, cuando los niveles de estrés suben a la estratosfera, el rendimiento baja. Así que un nivel óptimo de estrés, como el que tienes cuando vas a examinarte de algo, no es malo, pero si tienes un ataque de pánico cada día, tu

Tema 1

rendimiento bajará muchísimo. Cada uno de nosotros tiene una curva de rendimiento diferente mediada por cuatro factores: la habilidad, nuestra personalidad, el nivel de gestión de estrés que tengamos y la complejidad de la tarea. Es evidente que una persona habituada a una tarea, que confíe en su habilidad, se enfrentará mejor a situaciones de más presión que alguien que no confíe en mismo y sea introvertido.

¿Por qué te cuento todo esto? Porque conseguir nuestros objetivos se basa en cuatro pasos muy relacionados con la generación de esa autoconfianza.

El primero es el compromiso. Cuando te comprometes públicamente con algo, con una meta, tienes más difícil el recular. Por eso se hace este curso en grupo. Si ves que los demás progresan, te picas para seguir el ritmo.

El segundo es el coraje. Se pasa por el miedo a lo desconocido, este como te decía antes es un paso complicado porque el cerebro es un yonqui de la seguridad. Nos cuesta tomar decisiones y poner las cosas en marcha. Sobre todo cuanto más desconocido es. O sea que esto es un acto de fe. Tienes que confiar en la persona que está al otro lado en este caso y saltar. Si Ana me dice que para construir una audiencia tengo que hacer estos ejercicios de mentalidad que me están recordando a Mr Wonderful será por algo. Entonces, confías en mí, saltas.

El tercer paso es la capacidad. Avanzamos a medida que aprendemos y, a medida que aprendemos y vemos que somos capaces de hacerlo, nos sentimos motivados. Si no somos capaces de hacerlo, tiramos la toalla muy pronto. La capacidad no es algo que nos viene dado de la cuna. El escritor no nace, se hace. Puede tener un talento natural para escribir, pero ese talento hay que pulirlo. De la misma manera tú puedes no tener ningún talento en marketing y aprender a hacer marketing y a ser visible.

Y, por último, tendríamos la confianza.

Tema 1

Después de cualquier avance, nos comprometemos con un compromiso mayor y el ciclo vuelve a empezar. Volvemos a comprometernos, volvemos a pasar miedo, volvemos a capacitarnos y volvemos a tener más confianza. Es por eso por lo que cualquier lanzamiento de novela da inseguridad, aunque sea la número veinte. Porque pasas por una fase de coraje, una fase de miedo siempre. Porque nadie te promete el éxito en ninguna cosa. Nadie hace milagros. Tienes que tener fe en ti mismo y seguir dando pasos en tu carrera como escritor. Te aseguro que primero harás las cosas mal. Así que vamos a enfrentar tus miedos.

Segundo ejercicio

Obstáculos

¿Cuáles son los seis mayores obstáculos que encuentras a la hora de tener visibilidad y de llevar a cabo tu marketing como escritor? Te voy a decir el primero, porque sé que va a ser común para todos: sacar tiempo. Así que saca tiempo y envíame los seis obstáculos mayores.

3. ¿Por qué la mayoría de los escritores fracasa en sus planes de marketing?

El 90% de los blogs/podcasts/canales de Youtube se abandonan antes del año. ¿Por qué ocurre eso? Ocurre por varios motivos. En primer lugar, porque la persona que lo lleva no tiene ningún método, o sea, no sabe lo que está haciendo, sino hace lo que le parece y ya está. Tampoco hay ningún objetivo. Me apetece escribir de esto y escribo de esto mañana. Me apetece escribir de lo otro y escribo de lo otro. Con lo cual, al no haber un sistema, al no haber un método, al no haber objetivo, el escritor va dando bandazos como pollo sin cabeza y no funciona.

Tema 1

El segundo motivo puede ser que a pesar de que tenga un método y objetivos (o sea, sabe lo que hace), tiene una falta de compromiso o bien una falta de habilidades. Se queda bloqueado por temas técnicos o bien le flaquea el cerebro. No es capaz de seguir hacia su objetivo y no perder el foco o bien toman malas decisiones.

Y por último, el tercer gran hándicap por el cual los contenidos fracasan es porque una carrera de escritor necesita una serie de compromisos y puede que el entorno le dificulte hacerlo o tenga una presión familiar muy, muy intensa. Si eres madre de gemelos recién nacidos, lógicamente crear una audiencia de lectores es la última de tus prioridades.

Todos solemos actuar de esta forma: quiero este cambio y comienzo el cambio por los resultados. Te pongo un ejemplo para que lo entiendas: quiero bajar 10 kilos y me compro una dieta milagrosa de esas hiperproteicas para ver los resultados lo antes posible.

El problema es que la magia no existe. Y a los cambios se llega por el proceso del cambio que vimos antes. La pregunta es cómo bajo esos diez kilos y mantengo esa bajada. Cambiando de hábitos: comiendo más sano e integrando el deporte en mi rutina. Y marcándome objetivos pequeños: dos kilos al mes, por ejemplo. Pero para conseguirlo hay que perseverar. Si la primera vez que sales con amigos, te pides una pizza entera y un helado, ya has fracasado en tu camino. Pero si en vez de tomarte la pizza entera, piensas: ¿qué haría una persona delgada en mi situación? Pues no se la tomaría entera, a lo mejor no tomaría postre, se pediría agua en vez de refresco... Sí, la comida es una comida que se sale de la dieta, pero de esta forma se adecúa más a los objetivos que persigues. Porque tú ya te estás identificando con esa persona delgada que quieres ser. Si además les dices a todos que estás a dieta, la gente no te presiona para que comas más. Solo cuando cuestionas tu identidad, ocurre un cambio.

Tema 1

¿Qué haría un escritor profesional en este contexto? Recuerda las fases del cambio de las que te hablé antes. La mayoría de los blogs se abandonan porque los escritores se quedan en el valle de la desesperación y tiran la toalla.

¿Cómo salir adelante? Con expectativas realistas. Quiero llegar a ese punto, a mi moodboard, ¿cómo lo hago? ¿Qué tengo que hacer este año? ¿Y este mes? Un escritor profesional sabe qué catálogo va a sacar en el año y usa su tiempo de forma estratégica. Actúa y hace cosas todos los días ajustadas a sus objetivos a largo plazo. Y analiza. Curiosamente, si te sientas a planificar y a analizar qué ha fallado, te das cuenta de que la mayoría de las cosas dependen de ti. Si no consigues reseñas de tu libro, es posible que sea porque no te has molestado en crear una relación de lector a lector con posibles reseñadores, sino que les has enviado un correo frío de «¿quieres reseñar este libro, persona que no me conoce de nada?».

Así que la enseñanza fundamental de la semana —quiero que te quedes sobre todo con esto— es que esto es un trabajo de hormiguita, que hay que sembrar todos los días del año para recoger cosecha. Contacta cada día en redes con cinco personas de tu temática. Comenta sus publicaciones (no un simple «me gusta»), comparte, construye relaciones genuinas. Invierte en tu futura visibilidad.

Ahí estás cambiando hábitos. Si bloqueas un tiempo a la semana para el marketing, lo harás todas las semanas y al principio costará (como cuesta cuando empiezas en el gimnasio), pero después lo integrarás en la rutina y empezarás a cosechar resultados. Contactar con cinco personas distintas al día en redes consigue que al final del año lo hayas hecho con 365 x 5 y tu red de contactos haya aumentado mucho.

Esto que os propongo hacer se llama tarea roca. La tarea roca es aquello que haces todos los días que te acerca a tus objetivos. Si quieres ser escritor con una audiencia de lectores, tienes que dedicar tiempo todos los días a escribir y al marketing. Busca ese tiempo diario. Cuando era anestesista, me levantaba una hora antes para escribir y hacía

Tema 1

el marketing a última hora del día. Tu actitud ante los obstáculos es la clave para conseguir lo que quieres. Vamos a ello.