

LAURA MORRÓN, DIRECTORA DE LA EDITORIAL NEXT DOOR PUBLISHER

“Si vas a comprar libros, hazlo en la tienda online de una pequeña librería”

La COVID-19 ha detenido las ventas en tiendas físicas, pero esta editora de divulgación científica no ha parado. Además de trabajar en nuevas obras, ella y su equipo acompañan a sus lectores en redes sociales y están recibiendo el apoyo de una comunidad fiel. Asegura que, por el momento, no van a publicar nada sobre el coronavirus: “Ahora mismo nos parece totalmente prematuro”.

María Marín

23/4/2020 08:01 CEST



Laura Morrón, directora de la editorial Next Door Publisher. / Laura Morrón

Laura Morrón (Barcelona, 1975), licenciada en Física, aúna su pasión por la divulgación científica y la literatura en [Next Door Publisher](#), una pequeña editorial de divulgación científica que armoniza la ciencia con arte y que cuenta con autores que interpretan los conceptos científicos desde diferentes perspectivas.

Ella también ha tenido que parar ante la crisis actual pero, junto con su equipo, se ha ocupado de acompañar a los lectores mediante las redes sociales, de quienes ha recibido un apoyo que le ha llegado a emocionar.

¿Cómo afecta a una pequeña editorial una crisis como la actual?

Ha paralizado las compras en librerías, ha detenido a los distribuidores. Oihan Iturbide, que es el socio fundador, y yo nos reunimos el día 9 [de marzo] para tomar las medidas necesarias, que pasaban por reelaborar calendarios y bajar los presupuestos, siempre salvaguardando las liquidaciones a los autores y los sueldos.

“Es agradable que los lectores te descubran porque uno de tus libros les ha ofrecido un poco de luz”

Desde el primer momento pensamos que nos teníamos que poner en marcha para minimizar los daños que puede ocasionar la falta de ingresos durante este tiempo. También se lo comunicamos a los autores porque creo que es importante que siempre se sientan uno más en las decisiones que se toman.

¿Esta crisis ha paralizado completamente vuestro negocio?

Realmente nosotros seguimos, es decir, las redes siguen, seguimos editando y haciendo libros, pero sí que tenemos lanzamientos pendientes. Ahora nos hemos centrado mucho en acompañar a los lectores. Nos está sirviendo para ofrecerles las respuestas que ofrecemos en los libros, mediante el acompañamiento.

Además, algunos de nuestros libros hacían referencia a temas relacionados con la pandemia, como [Las matemáticas vigilan tu salud](#) o [¿Funcionan las vacunas?](#) Es agradable que te descubran porque les has ofrecido un poco de luz. Hay buenas informaciones, pero también está habiendo bulos. La cultura científica intenta dar respuestas y ayudar a minimizar la caída en el bulo.

¿Qué iniciativas ha habido para ayudar a este tipo de negocios?



Libro '¿Funcionan las vacunas?'. / Next Door
Publisher

Nosotros mantenemos la venta a través de la web, si bien no hacemos envíos porque no nos parece bien exponer a alguien de la editorial (yendo a la oficina, preparando los envíos...) ni hacer que los mensajeros transporten cosas que no son de primera necesidad. Los libros son muy importantes, pero estando en la situación que estamos...

Yo no voy a criticar otras opciones. Lo de comprar libros y luego destinarlos a librerías es un poco peliagudo porque, por un lado, estás suponiendo que esa librería vende tus libros. Así anulas un poco el espíritu del librero porque el punto fuerte de las librerías es que ellos

seleccionan el tipo de libros que quieren vender.

Y, por otra parte, te saltas al distribuidor. Es muy peligroso tomar medidas que repercuten a uno de los agentes porque aquí estamos sufriendo todos, tanto las librerías como los distribuidores, los editores, correctores, diseñadores...

El boca a boca también es importante. A nosotros nos encanta que las personas recomienden los libros en Twitter o que hablen de ellos entre los vecinos, que comenten aquellos libros les hayan hecho reír, como [14 maneras de destruir la humanidad](#) u [Orgas\(mitos\)](#), e intenten crear comunidad.

Si hay algo menos negativo en esta situación es que parece que la gente está viendo la ciencia como una posibilidad para superar las cosas. Hablar de ciencia, que la ciencia sea popular, nos está ayudando mucho.

¿Qué *feedback* tenéis de vuestros lectores?

En estos momentos también recibes lo mejor. A mí me ha sorprendido un montón que hubiera tantas compras en la tienda online. Además, siempre les decimos que vamos a esperar y son supercariñosos, respetuosos contestando, nos dicen que lo entienden perfectamente. La verdad es que emocionan. Notas que son una comunidad y que están ahí apoyándote. Igual que con los autores, el día que se lo comunicamos fue muy emocionante ver cómo te apoyan, es increíble.

¿Están comprando mucho para ayudar?

Sí que hay muchas compras *online*, se están volcando.

Pero menos que antes, ¿no?

Las compras han ido sucediendo más o menos de una forma constante durante este periodo porque no hemos desaparecido. En las redes hemos seguido, por ejemplo, con un concurso de poemas, y los libros han aparecido en algunos artículos porque tenían relación con la actualidad.

Aunque, si bien es cierto que en la tienda [*online*] vamos vendiendo como siempre, las ventas fuertes que se hacen a través de las librerías sí que han caído.

¿Cómo se lleva a cabo una aventura tan arriesgada como abrir una pequeña editorial de divulgación científica?

Eso lo hizo [Oihan Iturbide](#). Yo ya me incorporé más tarde. Él se enamoró de un libro, [The Art of Transforming Science](#). Primero creó la editorial y al principio era casi como un proyecto personal, no un negocio. Le gustaba tanto el proyecto que pensó que tenía que crecer.



Libro 'Orgas(mitos)'. / Next Door Publisher

“Si bien es cierto que en la tienda online vamos vendiendo como siempre, las ventas fuertes de las librerías sí que han caído”

Somos poquitos y es difícil, sobre todo en los inicios, porque cuando eres pequeño es como un bucle, es muy difícil encontrar distribuidores porque no puedes hacer muchos libros al año. Ha sido un trabajo de hormiguitas y de intentar hacerlo bien para que te conozcan... Por suerte también teníamos, por ejemplo, una comunidad de divulgación científica como [Naukas](#) que nos apoyó mucho. Nos dejó vender en sus eventos. Conocíamos a autores estupendos y eso ayuda mucho. No es como empezar de cero.

Muchos de vuestros libros están ilustrados, ¿por qué es tan importante la estética para vuestra editorial?

Yo creo que es tan importante el contenido como la forma en la que lo expresas. Si quieres atraer a las personas a la ciencia, es importante hacerlo de una manera bonita y atractiva.

Hay una colección que está ilustrada completamente que se llama *Lienzos y matraces*. En función del tema, buscan los inputs artísticos que lo puedan acompañar. Y la otra, que se llama [El Café Cajal](#), no tiene ilustraciones, pero intentamos darle siempre un toque de cercanía. En esta colección, el diseño, [de la mano de [Ex. Estudi](#)] está muy cuidado, intenta reflejar el café de una tertulia, siempre busca un objeto que encaje con el tema encima de una mesa de mármol, recordando los cafés.

“A mí me ha sorprendido un montón que hubiera tantas compras en la tienda online. Notas que los lectores son una comunidad y que están ahí apoyándote”

¿Habéis pensado en hacer alguna obra relacionada con la pandemia?

Siempre surgen ideas pero ahora mismo nos parece totalmente prematuro.

Entendemos que un libro de estas características, para que aporte valor añadido, requiere reflexión y análisis desde múltiples ópticas. Ahora es momento de ver cómo suceden las cosas, cómo sería interesante enfocarlo, con qué voz podría ser interesante hacerlo...

El 10 y 11 de abril se propuso un apagón cultural, pero finalmente se canceló ante la iniciativa del gobierno de reunirse para valorar la situación de la cultura. ¿Qué medidas esperáis que se tomen?

El Gobierno primero dijo que no, luego se arrepintió. Yo creo que la situación es tan extraña que las decisiones van cambiando.

Se está hablando sobre diferentes ayudas, desde la compra en bibliotecas, abonos a la gente de una cantidad de material para poder cambiarlo por libros... Habría que hablar entre todos: el editor, el distribuidor... porque si se hacen iniciativas separadas, no lo veo.

También está la plataforma [Todos tus libros](#) que quería vender en nombre de las librerías para que estas se mantengan.

Ahora en Sant Jordi se animó a que la gente comprase. ¿Hasta qué punto es prudente hacer que los mensajeros vayan llevando libros como si no hubiera un mañana? Al final cada uno está llevando a cabo sus iniciativas, nosotros haremos un par de cositas en el entorno de Sant Jordi y confiamos en la paciencia y el sentido común de los lectores.

“Si quieres atraer a las personas a la ciencia, es importante hacerlo de una manera bonita y atractiva”

¿Qué consejos les das a los lectores para ayudar a estos pequeños negocios?

Se necesita ingresar. Yo les diría, sinceramente, que si van a comprar libros lo hagan en las tiendas *online* de las librerías, y que no compren en las macro, que apoyen a los negocios más pequeñitos. Porque también son los

que se lo trabajan más.

Además, a mí, como amante de los libros, me gusta que me venda un libro alguien que también es amante de ellos y entiende de ese libro, no quien también me puede vender un paquete de clínex.

Y les pediría también que, si han leído algún libro y les ha gustado, que hablen de él en los balcones, con los vecinos, que lo hagan popular. Para que la ciencia deje de ser 'la materia que me daban en el cole que no se me daba muy bien'. Es algo apasionante.

Derechos: **Creative Commons**

TAGS

DÍA DEL LIBRO | VENTAS | LIBRERÍA | EDITORIAL | DIVULGACIÓN |

Creative Commons 4.0

Puedes copiar, difundir y transformar los contenidos de SINC. [Lee las condiciones de nuestra licencia](#)