

ESCRITORES.ORG

PUBLICAR

Cómo hacer para ser publicado. Guía para escritores

1.- El departamento editorial

Hoy en día, las editoriales pertenecientes a grandes grupos internacionales concentran casi el 90% de la producción editorial.

Una editorial grande de España, México, Argentina... recibe más de 1.000 manuscritos o propuestas por año (unos cuatro por cada día de trabajo). Son enviados de manera espontánea por escritores a quienes nadie se los solicitó, por editoriales extranjeras y por agencias literarias de todo el mundo.

De esos 1.000 manuscritos, la editorial contrata alrededor de 20, ya que el resto de títulos que publica son obras que los editores han encargado, que llegan por contrataciones de la casa central, o son nuevas obras de los autores que ya publican en la casa.

Por eso, la posibilidad de llegar a ser publicado enviando un manuscrito es caso tan baja como que nos toque la lotería. Es cierto que siempre alguien gana, pero en general, el tiempo de dedicación, costes, esfuerzos y frustración, no tienen proporción.

Hasta hace unos años, cuando un escritor enviaba un manuscrito, las editoriales le respondían con una carta acusando recibo y un par de meses después enviaban otra carta, diciendo de una manera más o menos amable que no era posible publicarlo y, por lo general, lo devolvían. A medida que la situación se ha ido agudizando, ya casi han desaparecido los "acuses de recibo" y en la mayoría de los casos no responden ni devuelven los manuscritos.

Cuando en 1990 Doubleday, una de las editoriales más grandes y prestigiosas de los Estados Unidos, decidió no aceptar más manuscritos no solicitados que no vinieran de agentes literarios o de sus propios autores, estaba recibiendo 10.000 por año. Esto quiere decir más de 40 manuscritos diarios. ¿Cuanta gente se necesita para recibir, clasificar, revisar, leer y devolver más de 40 manuscritos por día?. Muchos, pero ninguna empresa está dispuesta a afrontarlo.

Y no solo en los Estados Unidos es así.

Habría que pensar entonces cómo aumentar esas posibilidades y lograr una mejor relación esfuerzos-resultados.

2.- Cómo hacer para ser publicado.

Como agente literario, escucho constantemente a los escritores contar sus dificultades para conseguir publicar. Al punto que, después de muchos intentos frustrados, comienzan a dudar de lo que escriben, sin preguntarse si lo que falla no será la forma que utilizan para buscar editorial,

Muchos escritores me dijeron que estaban convencidos de que sus manuscritos habían sido rechazados sin siquiera haber sido leídos, y yo sé que tienen razón. Las editoriales rechazan la gran mayoría de los manuscritos que reciben, casi siempre sin mirarlos. Esto se debe a la enorme cantidad que les llega cada día sin que los autores se hayan tomado el trabajo de preparar una información para presentar su obra –o su proyecto-, de una manera sintética y sencilla, que facilite la posibilidad de que un editor la considere.

En los Estados Unidos, los manuscritos no solicitados ni siquiera son devueltos al remitente, si no traen un sobre con el franqueo incluido. Implacablemente van a parar a “la pila de la basura” (the slush pile)

La mayoría de los escritores de los países latinoamericanos desconoce cómo contactar a un editor o a un agente literario de manera conveniente. No hay justificación alguna para ese desconocimiento. Si se busca en Internet, por ejemplo, “writers resources” (“recursos para escritores”), el buscador Altavista ofrece 32.699 páginas web para consultar.

Los argentinos solemos ser especialmente despectivos con este tipo de bibliografía, llamada “práctica” o de “autoayuda”, lo que nos impide reconocer que –en este caso, al menos- se trata de un caudal de información y experiencia que podría cambiar el futuro de un escritor que quiere publicar.

Me resulta incomprensible que alguien que cree en la escritura, en los libros y en las palabras, cuando termina la obra a la que ha dedicado meses y años de sacrificio personal y familiar, no haga el esfuerzo de investigar cómo se debe hacer para llegar a publicarla. Este esfuerzo es mínimo comparado con el trabajo de escribir un libro, sea de ficción o de no-ficción y, sin embargo, pocos lo hacen. Cualquier editor puede dar testimonio de que por cada presentación bien preparada que recibe, llegan 100 o 200 manuscritos con una simple nota pidiendo que se lea.

“LA PROPUESTA EDITORIAL”

LA FORMA MÁS EFECTIVA DE BUSCAR EDITOR

Si quiere publicar, nunca envíe un manuscrito

Para presentar una propuesta a una editorial (igual que para buscar una agencia literaria) existen procedimientos habituales en el mundo internacional de la edición. Mi sugerencia es conocerlos y aplicarlos. Una propuesta bien hecha tiene muchas más posibilidades de lograr aceptación que el envío de un manuscrito o hacer antesala en una editorial.

Conseguir publicar lleva trabajo. Lo importante es hacerlo bien, para obtener resultados. El nivel de investigación que se requiere es bajo, en especial para quien ha hecho el enorme esfuerzo de escribir un libro. Saber qué editoriales publican sobre su tema, cuál es el nombre de la editora o editor a cargo de determinada colección, averiguar el domicilio actualizado, la dirección de correo electrónico de un editor o un agente literario, son hoy cosas bastante sencillas gracias a Internet. Existen sitios especializados en “recursos para escritores”, que ofrecen esta información. La bibliografía está llena de consejos prácticos, muchos de ellos de enorme utilidad para no perder tiempo y evitar desgastarse.

Henry Dunow, agente literario durante doce años en la Ober Agency de Nueva Cork, calcula que entre los agentes que allí trabajan reciben unas doce propuestas por día. Él solamente presta atención a las que llegan por escrito y a su nombre. Las cartas que llegan dirigidas a “Estimado señor Ober”, el fundador de la agencia que falleció hace cincuenta años, van a parar sin abrirse a la pila de la basura. Indican claramente que quien las envía ni siquiera se tomó el trabajo de una mínima investigación.

“La propuesta” o “la propuesta editorial” (editorial proposal, en el mundo internacional de la edición) es como se denomina lo que el escritor envía al posible editor, para interesarlo por un manuscrito o un proyecto. La propuesta consta de una serie de informaciones claves sobre el autor, la obra y el público al que va dirigida, que no tienen que ocupar demasiadas páginas y cuya elaboración no es ningún desafío para quien fue capaz de escribir un libro entero.

La presentación

La presentación a una editorial consta de dos partes: la carta de presentación y la propuesta editorial.

La carta de presentación (query setter) es una primera comunicación escrita, de una página como máximo, en la que se presentan usted y su libro o proyecto de libro, y en la que se pregunta al agente o editor si tiene interés en recibir una propuesta más amplia. La carta de presentación ahorra muchísimo tiempo, frustraciones y dinero. Si su agente o una editorial no responde a ella, usted se habrá ahorrado tener que hacer una copia completa del manuscrito ya que de haberlo enviado tampoco hubiera recibido atención.

El principal desafío es cómo llamar la atención de editores que están sobreexigidos, faltos de tiempo y que reciben una gran cantidad de propuestas, además de la suya. Si bien no hay una receta que garantice el éxito, la experiencia muestra qué conviene hacer y qué no. Lory Perkins, una exitosa agente de Nueva Cork, hace algunas sugerencias muy concretas para escribir una carta de presentación:

- * Nunca envíe una carta de presentación de más de una página. 250 palabras tienen que ser suficientes para presentarse a usted mismo y a su libro. Llevo vendidos más de 2.000 libros y nunca envié a un editor una carta de más de una página. Si me sale más extensa, la edito.

- * Busque provocar una clara y sencilla primera impresión. Escriba lo imprescindible.

- * No envíe cartas manuscritas, que dificultan la lectura. Escriba con una tipografía legible, en cuerpo 10 a 12, ni menor ni mayor, sin adornos ni colores. Son todos gestos de aficionado que no impresionan a ningún editor.

- * No intente ser original o gracioso, a menos que esté ofreciendo un libro de humor, y esto sea parte de su presentación. Usted está buscando una relación profesional, no un intercambio entre amigos.

- * No le diga al editor, a quien siquiera conoce, cuánto lo respeta o lo admira. Los elogios injustificados no ayudan con los profesionales serios.

- * No olvide agregar sus datos completos: nombre, dirección, teléfono, e-mail y horarios para recibir llamadas. Se sorprendería del número de escritores que olvidan incluir sus datos en las

cartas, y es imprescindible para responderles.

Las cartas de presentación para una obra de ficción y una de no-ficción no difieren demasiado. Por lo general, las de no-ficción deben ofrecer más información sobre el autor, ya que sus antecedentes suelen ser definitivos para lograr la contratación.

Cuando un agente o autor presentan una novela a un editor, cuando el editor la presenta a sus comités editoriales y cuando la editorial la presenta a los libreros, cuanto más sintética es la información, mejor. Meter Rubin, experto agente literario, dice que la mejor sinopsis de una novela es una larga frase porque muestra que ambos –el autor y la novela- están bien enfocados. Y agrega contundente “Si un escritor es incapaz de describir su novela en una frase, probablemente a ese libro le falte bastante trabajo”. Joel Regal, agente exitoso de Nueva Cork, dice que “la presentación es vital, si no lo es todo”. Nada de “Estimado agente” o “Querida señora”. Nada de papeles lujosos, de interminables e-mails, de cartas diseñadas con tipografías extrañas o frases graciosas. Un escritor debe saber cómo atrapar al lector, ya sea cuando escribe un libro o una carta de presentación”.

En síntesis, nunca envíe manuscritos. Comience enviando una carta de presentación a quien le interese como editor. Tenga preparada la propuesta para enviarla de inmediato si la solicitan. Si le responden que no interesa o no le responden en una o dos semanas, siga enviando la carta de presentación a todos los editores que usted piense que se pueden interesar. Si prefiere enviar a varios editores al mismo tiempo, aclare en la carta que está haciendo un envío múltiple.

Jean Naggar, una agente establecida en 1978, no acepta manuscritos no solicitados y tampoco los devuelve si no vienen con un sobre de franqueo pagado. Pero analiza cuidadosamente todas las propuestas que recibe, acusando recibo de todas dentro de las veinticuatro horas. Cuando alguna le interesa, pide al autor que le envíe algunos pocos capítulos de muestra, que lee en una semana. Si le sigue interesando, recién en ese momento pide el manuscrito, y entonces el escritor debe tener paciencia. “Lleva mucho tiempo una buena lectura”, dice con franqueza. “Dos a seis meses, dependiendo de cuántos manuscritos de los escritores que ya son mis clientes tenga para leer. Ellos tienen prioridad”. Naggar, junto con dos agentes más, representan a 140 escritores. Su agencia recibe unas 5.000 propuestas por año. Después de veinte años de trabajo, escritores de los que ella vendió su primer libro, ya tienen 14

publicados.

La carta de presentación debe contener:

1. Destinatario con nombre y apellido correcto.
2. Una breve presentación del autor (datos significativos como escritor, no su historia personal).
3. Un párrafo de descripción del tema o argumento.
4. Alguna mención del público al que el libro está dirigido (nunca ponga “para todo público”, porque esto no existe y el editor creará que usted no piensa en los lectores).
5. Alguna estimación sobre “el mercado” (“hay 5.000 estudiantes de cine en el país” o “la novela tal sobre un tema similar vendió 30.000 ejemplares” etc.)
6. Información determinante para la promoción el libro (“tengo una cátedra de 1.500 alumnos” o “escribo diariamente en varios diarios del interior”).
7. Su nombre, dirección postal, teléfono y dirección de correo electrónico. Si no tiene correo electrónico, es hora de tenerlo: saque uno gratuito. Un escritor que no usa esta tecnología será considerado como alguien extraño en una editorial. Recuerde: los editores huyen despavoridos de los escritores que parezcan extraños, conflictivos o que hayan tenido excesivos problemas legales con otras editoriales.

La propuesta editorial consta de :

1. Autor y título del libro.
2. Una sinopsis argumental de la novela (dos a tres páginas) o el libro que usted quiere escribir si es de no-ficción (en general, estos libros se escriben cuando ya hay un editor interesado). Este texto tiene que dar un panorama general de su obra.
3. El índice, en especial si se trata de un libro e no-ficción.
4. Una muestra de escritura: uno o dos capítulos, no más de 15 páginas en total.
5. Información relevante sobre usted y su obra anterior, si ya ha publicado (en este caso,

conviene agregar un ejemplar).

6. Libros comparables. Muestre que conoce lo que ya se ha publicado y que contenga algo similar a lo que usted propone. Explique por qué su libro es diferente (una página).

7. Información "de mercado" (una página). Esto se refiere a quiénes serán los compradores de su libro. Si se trata de un libro de no-ficción en Internet se puede obtener muchísima información (por ejemplo, cuántos periodistas hay en la Argentina, el número de miembros de cualquier organización profesional, cuánta gente viaja por año a Brasil, etc.) Si se trata de una novela, describa a qué tipo de lectores se dirige, quienes son, qué otros libros leen, etc.

8. Información útil para promoción (uno o dos párrafos); por ejemplo, sus contactos en los medios, si los tiene, o el número de alumnos o las organizaciones o grupos a los que está vinculado, tanto en el país como en el exterior.

9. Prensa: si usted ha tenido notas de prensa, críticas o entrevistas publicadas, agregue cuatro o cinco, no más. Elija las más representativas. Una crítica moderada de un gran diario vale mucho más que un elogio de un medio menor.

Una recomendación más: no mienta ni exagere. Si lo sospechan, nadie tomará en serio su propuesta, aunque sea excelente.

Extracto del texto de © Guillermo Schavelzon "Del autor al editor. Los caminos del manuscrito".
© EL MUNDO DE LA EDICION DE LIBROS
ED. PAIDOS

