

Cómo aumentar las posibilidades de ser publicado

Contenido

Por qué es necesaria esta guía.....	2
Algunos casos sorprendentes	3
Pero los manuscritos se leen.....	6
Motivos por los que no te publican.....	8
Las editoriales apuestan por los autores noveles	9
La importancia del informe de lectura	13
Aspectos básicos del informe de lectura	17
Dos Tipos de Informes de Lectura.....	19
Tipo A.....	19
Tipo B.....	20
Contratar una corrección no es opcional.....	22
Realiza un buen proceso de selección.....	24
Cómo destacar desde el principio	28
Cómo y por qué realizar una buena sinopsis	30
Prepara una buena carta de presentación	32
Cómo reforzar el interés.....	35
Persevera, pero no te obsesiones	39
Resumen.....	41
Creado por:.....	42



Los últimos datos que disponemos, del año 2015, muestran que en España, solo en ese año, se publicaron 79397 títulos diferentes. La competencia, por tanto, es feroz. A esto se sumaría el manido, y falso, argumento de que las editoriales no apuestan por autores españoles, mucho menos si ese autor es novel.

Hasta hace solo unos años, la cantidad de nuevos autores españoles publicados era irrisoria; incluso los periódicos se hacían eco de esa tendencia. Pero algo cambió hace un tiempo, y puedo asegurarte que ya son muchas las editoriales, incluso de gran calado, que han cambiado esa opinión; que se han dado cuenta de que traducir el 20% de la producción de libros es realizar malas apuestas.

De modo que **el autor español empieza a ganar enteros en el mercado.**

Esta guía está pensada para ayudarte a aumentar tus posibilidades de éxito si pretendes enviar tu novela a una editorial o una agencia literaria. Es fruto de años de experiencia en el sector editorial.



David Lassman es un desconocido escritor inglés. Hace unos años terminó su primera novela, *Freedom's Temple*. Entonces inició el peregrinaje por las editoriales tratando de encontrar un editor que quisiera publicar su libro.

David recibió cartas de rechazo de todas las editoriales a las que consultó. Tras recibir tan severo varapalo, decidió comprobar si la culpa era de que su libro no era bueno o simplemente de su anonimato.

Escribió una nueva novela, bajo el seudónimo de Alison Laydee. En realidad se limitó a copiar los primeros capítulos de tres de las novelas más conocidas de Jane Austen: *Pride and Prejudice*, *Northanger Abbey* y *Persuasion*.

No fue mucho más sutil. Cambió el nombre de los personajes de la novela y el título del libro a *First Impressions*. Y se sentó de nuevo a esperar.

David esperaba no recibir respuestas. O cartas que reconocieran el desmesurado plagio. Sin embargo, recibió simplemente cartas de 18 editoriales rechazando su trabajo. Sólo una de ellas reconoció el burdo plagio.

Penguin, una de las principales editoriales inglesas, le envió una carta en que indicaba que su trabajo:

“Es realmente original y una lectura muy interesante.”

Pero que lamentablemente tenían que rehusar su publicación. Lo macabro del asunto es que Penguin acababa de publicar en 2006 una nueva edición de la obra de Jane Austen, *Pride and Prejudice*.

David Lassman contaba con el rechazo masivo, pero no con que las editoriales no fueran capaces de reconocer estos trabajos. Entonces contó su historia a la prensa.

Cuando la editorial Penguin comenzó a notar que el asunto podría perjudicar su imagen, decidió contar la verdad por medio de un portavoz:

“Lo más probable es que su novela no haya sido siquiera leída. No tomamos ninguna novela que no venga presentada por un agente”.

El resto de editoriales se expresaron en términos similares: **no es que no se hubieran dado cuenta, es que preferían evitar los problemas y respondían con una carta modelo. Al fin y al cabo, cada día rechazan cientos de novelas.**

Un par de años antes, el equipo del Sunday Times había desarrollado un experimento similar. En este caso escogieron una de las principales obras de dos autores británicos contemporáneos de fama mundial:

Stanley Middleton, nacido en 1919, ganador en 1974 del *Booker prize*, y V. S. Naipaul, nacido en 1932, ganador en el 2001 del Premio Nobel de Literatura.

El proceso fue similar al experimentado por David Lassman: enviaron las novelas a 20 editores y agentes literarios y se sentaron a esperar.

En este caso, ninguno reconoció el plagio. Y sólo una agente literaria, Barbara Levy, mostró interés por una de las novelas (la de Stanley Middleton).

El caso más llamativo es el rechazo generalizado hacia V. S. Naipaul, un autor que ha conseguido el mayor galardón posible para un escritor, y además recientemente.

El experimento se ha dado una y otra vez. **Doris Lessing pensaba que le publicaban porque ya se había hecho un nombre, dando igual lo bueno que fuera lo que escribiera, así que para una de sus obras probó a enviarla bajo pseudónimo. El resultado fue un 100% de rechazos.**

Cuando Stephen King probó a ser Richard Bachman, vio que nadie le valoraba ni vendía. Lo mismo pasó con J.K. Rowling: publicó un thriller haciéndose pasar por un autor desconocido. La crítica fue benévola con el libro, pero apenas vendió nada. Cuando un periódico descubrió quién estaba detrás, el libro se convirtió, en menos de veinticuatro horas, en número uno en ventas.



Probablemente este sea uno de los mitos más extendidos sobre la profesión de editor, y también uno de los que conviene desmontar cuanto antes. A ver, voy a decirlo en negrita:

Los manuscritos se leen. ¿De verdad piensas que una editorial va a dejar pasar la ocasión de encontrar el próximo bombazo del año por no leer un manuscrito?

Hay ocasiones, eso sí, en que basta con leer las primeras páginas para saber que un manuscrito no interesa, por los motivos que sea.

A veces, muchas, porque el manuscrito está irreparablemente mal escrito. A veces las frases están tan mal construidas que es difícil otorgarles un sentido, y la intención del autor al contar todo aquello es tan borrosa que el lector (aunque sea editor) no es capaz de construir ningún significado.

Otras, porque cada casa tiene una línea editorial, un catálogo que se pretende mantener más o menos coherente. Y hay libros que no encajan en esa línea. Un ejemplo verídico (y extremo): Este es el tema de un manuscrito que se proponía para la colección de literatura juvenil Gran Angular: La historia de una estrella del porno, su vida cotidiana y sus motivaciones...

En ciertos foros es frecuente leer a gente quejándose de que su manuscrito no se ha leído en su totalidad, y que así no se puede juzgar.

Pues no. **Si un editor lee las primeras veinte páginas y el manuscrito se le cae de las manos, eso mismo le pasaría al lector potencial.** Así que es bueno saber que el editor leerá lo suficiente como para saber si el libro puede ser interesante. Si esas primeras páginas no funcionan, pero sin embargo prometen algo, lo que sea... seguirá leyendo. Sin duda. Aunque luego tenga que proponer al autor un cambio en ese inicio.

Si estás pensando, “Sí, claro, qué va a decir un asesor editorial, ¿que los editores no hacen su trabajo?”. Debes tener esto muy claro: **Un editor necesita, más que nada en el mundo, buenos manuscritos. Los buenos manuscritos son un bien escaso, y pueden aparecer en cualquier sitio.** Pueden venir de autores consagrados o de autores noveles. Pueden venir de alguien que tiene un amigo “con conexiones en el mundillo”, o de un perfecto desconocido. Así que leer todo lo que les llega es la única manera de conseguirlos.

Y, a pesar de lo que puedas creer, **si el buen manuscrito viene de un autor desconocido, mejor. Porque descubrir a un autor y hacerlo crecer con la editorial es uno de los mayores placeres que puede imaginar un (buen) editor.**



En este curso ya te he hablado largo y tendido sobre los principales motivos por los que se rechazan las novelas, pero déjame que te hable un poco más sobre este tema:

He leído muchos artículos de blogueros en la que sus autores arremetían contra el sistema editorial. Suelen decir que, o escribes lo que te piden, o no te publican. He mantenido muchas discusiones en Facebook precisamente sobre ese tema: lo fácil o difícil que es publicar.

Mucha gente se queja de que el mercado editorial es hermético, que no se puede publicar, que no se apuesta por los autores noveles... Y eso es algo completamente falso. Puedo hablar con conocimiento de causa por dos motivos:

- 1) He sido autor novel y he publicado
- 2) Trabajo como asesor editorial, de modo que conozco de primera mano a qué se enfrentan las editoriales y qué decisiones se toman. He realizado ese trabajo tanto en editoriales modestas como en grandes y llevo años en ello.



La cuestión es que no tiene nada que ver ser autor novel con la dificultad para ser publicado. Es más, te aseguro que **muchas veces es más difícil publicar la segunda novela que la primera**. ¿Por qué? Si una editorial acepta tu primera novela, la inversión que hace en promoción es mínima. Eres un autor novel, nadie te conoce, no pueden arriesgar demasiado... Si el libro no funciona, así pueden asumir gastos. Pero, si efectivamente el libro no funciona, quedas “marcado”. Será mucho más difícil que puedas publicar la siguiente. De modo que sí, suele ser más difícil publicar la segunda, porque ya se tienen cifras de ventas, que suelen ser bastante modestas, que publicar la primera, cuando aún eres una moneda al aire: cara, o cruz.

Lo cierto es que muchos noveles se quejan de que no tienen acceso al mercado editorial. Y puedo decir que llevan razón. La inmensa mayoría son rechazados. Lo que hace entonces gran parte de ellos es cargar contra el sistema, quejarse amargamente, decir que lo único que quieren las editoriales es que se prostituyan literariamente hablando. Lo malo es que cuando hacen esto no se dan cuenta de que están haciendo, al mismo tiempo, dos cosas:

- 1) Infravalorar al resto de compañeros escritores que logran dar el paso.
- 2) Mirarse el ombligo y evitar que su ego sufra en lugar de hacer lo que en realidad deberían hacer.

¿Y qué es lo que deberían hacer? Una de las frases que más repito a lo largo de mis cursos es que los motivos son importantes. Todo ocurre por un motivo... Así pues, **¿por qué te han rechazado la novela? Esto es lo que los heridos por el rechazo editorial no son capaces de preguntarse.**

Bien, pues, ¿por qué se rechazan las novelas por parte de las editoriales? Hay múltiples factores, voy a enumerar alguno de ellos.

A- Puede ser que la editorial ya tenga un título de temática muy parecida: misma época, mismo personaje, etc... Lógicamente, no va a publicar dos libros similares.

B- Puede ser que cuando llega tu texto haya cambios en la editorial, el editor cambie de puesto, se marche a otra empresa... Cuando eso ocurre, la mayoría de los originales que llevaba ese editor, excepto los de los autores de la casa y aquellos que ya están siendo leídos para su valoración, suelen “perderse”. Nadie se hace cargo de ellos. Es un problema editorial, pero de difícil solución, pues el volumen de originales que llega a diario es tan inmenso que resulta imposible controlarlos todos.

Como estos hay algunos otros factores que escapan por completo al dominio del autor de la novela. No puedes hacer nada contra ello... Aun así, estos casos son muy, pero que muy infrecuentes. Normalmente los libros se rechazan por otros motivos.

El primero de ellos es que **la inmensa mayoría, y podría decir que más del 70% y quedarme tan tranquilo, de los libros que llegan a una editorial,**

sencillamente, están escritos de forma pésima. Contienen ya no erratas, sino faltas de ortografía, la puntuación es un desastre... Personalmente, me he encontrado con libros en los que cada mitad de un párrafo estaba escrita en un tiempo verbal distinto, unos párrafos narrados por un varón y el párrafo siguiente por una mujer; y todo ello sin seguir un orden ni un plan establecido. Solo porque falta técnica. De modo que el trabajo de corregir un libro que llega escrito de ese modo es inmenso y bastante caro. Yo he tenido que corregir libros que me han llevado dos meses de trabajo en jornadas de 6 horas al día. Un trabajo estresante y agotador. El resultado es que no se ha vuelto a contratar a ese autor.

El otro gran motivo por el que se rechaza un libro por parte de una editorial es porque no tiene interés. La mayoría no cuentan nada, o lo que cuentan ya ha sido contado antes. Hace unos años hablaba con una editora de un sello muy importante y me decía: “Teo, es que, de verdad, en algunas ocasiones lo que me apetece es decir: `al menos, ponle la cicatriz al protagonista en otro lado´ porque habían escrito otro Harry Potter”.

A las editoriales llegan muchos libros que no cuentan nada. Que no tienen un conflicto definido y, lo que es aún peor, un argumento interesante. Si no hay conflicto pero tienes un buen argumento, la historia es salvable. Pero si no tiene ninguna de ambas cosas, has escrito para nada. Tal vez esté escrito de forma impecable, pero es una historia que no interesará a nadie.

Existe el error muy extendido de que cualquiera puede escribir. A todos nos han enseñado a escribir en el colegio. Pero, amigo mío, escribir la lista de la

compra, o una carta para tu novia, son aspectos de la escritura completamente distintos a escribir una novela de 300 páginas o más.

De modo que, si te rechaza una editorial, no te hagas el harakiri, no cargues contra tus compañeros escritores que sí logran publicar, porque les estás haciendo un flaco favor al decir que lo único que se publica es una mierda y que lo tuyo es mejor que todo lo demás. Créeme, si alguna vez te publican, más de uno habrá leído tu amargura y es posible que se te recuerde por ello.

Sé autocrítico. Pregúntate qué fallos puede tener tu obra. Contrata un informe de lectura. O apúntate a un curso de narrativa. Será mucho más fácil que logres publicar si tienes la firme intención de mejorar que si, en lugar de eso, te dedicas a destilar amargura por todos tus poros.



“Hola, me llamo X y tengo un blog literario en el que hago reseñas. Me interesaría recibir libros de su editorial porque reseño libros del género que publicáis. Me gustaría saber qué tengo que hacer para que me los enviéis”.

Mensajes como este, más o menos elaborados, abarrotan a diario las bandejas de entrada de las editoriales. El fenómeno blogger fue imparable, y solo la llegada de las redes sociales comenzó a desplazar la importancia de los blogs. Aun así, hay decenas de blogs literarios dedicados a “reseñar” (y uso las comillas intencionadamente) libros. Curiosamente, este fenómeno surge en un momento en el que la crítica literaria al uso cada vez tiene menos peso en los medios de comunicación. Y ahí llegan los blogs literarios al rescate.

El diccionario de la RAE especifica en una de sus acepciones que una reseña es una “Noticia y examen de una obra literaria o científica”, entendiendo como “examen” la “Indagación y estudio que se hace acerca de las cualidades y circunstancias de una cosa o de un hecho.”

¿En cuántas reseñas has podido leer “el libro me ha enganchado y no podía dejar de leer”? Probablemente en cientos. Ahora bien, ¿cuántas de esas reseñas explicaban por qué les había enganchado la lectura? Probablemente muy pocas. Los primeros son los que ofrecen opinión, los segundos los que “indagan y estudian”, los que “examinan” el libro en cuestión y aportan datos, más o menos objetivos, o análisis respecto a qué cosas hacen que un libro sea o no recomendable.

Un informe de lectura va mucho más allá que una simple reseña. Es un análisis realizado por un especialista en narrativa. Las editoriales encargan informes de lectura de todas las obras que contratan. De todas ellas. ¿Por qué? Porque es el único modo de saber si la novela tiene errores o no.

Ahora, piensa un segundo: **Si las editoriales lo contratan, ¿no sería bueno que tú hicieras lo mismo antes de enviar tu obra a una editorial?** ¿No deberías contar con una opinión cualificada (y no, no vale la de un lector 0. El lector 0 da opinión, pero no realiza un análisis profesional) que te ayude a ver qué cosas fallan y pueden ser mejoradas en tu obra?

Los asesores editoriales somos, ante todo, subjetivos. La editorial paga por hacer un informe de un libro que, a priori y en potencia, puede ser el gran éxito literario del año. ¿Por qué habría de dar el lector editorial un informe negativo a sabiendas de que es un buen libro? Eso, al fin y al cabo, sólo le hará perder puntos frente a la editorial, que es quien le paga. El lector no es por tanto ni un enemigo ni un amigo. Es un juez, que debe juzgar bajo su propio prisma, lo que implica cierta subjetividad.

En general, se piensa que las editoriales contratan a cualquiera para que realice sus informes de lectura, y eso es un gran error. Es necesario que el lector editorial tenga una sintonía especial con el editor en cuestión. Tienen gustos parecidos, suelen ver las cosas desde el mismo ángulo o al menos desde uno muy similar. De no ser así, su opinión, su criterio, le serviría de poco al editor. Por tanto, no nos equivoquemos: no todo el mundo puede ser lector editorial.

No vale el hecho de ser un lector asiduo, ni siquiera un devorador de libros. Se necesitan otras cualidades, y algunos conocimientos específicos, para poder ejercer la profesión. Los lectores editoriales suelen ser profesores, críticos, periodistas, filólogos... incluso algunos escritores. No es extraño que editoriales y agencias cuenten entre sus lectores a escritores de confianza con los que mantienen una buena relación.

¿Por qué? ¿Por qué buscarlos entre esas categorías profesionales? Por el simple hecho de que un lector editorial no simplemente lee el texto. **Mientras lo lee lo disecciona, lo analiza, tiene que descubrir los puntos fuertes y débiles. Y no todo el mundo es capaz de realizar una lectura con semejante profundidad.** Pero es necesario que así sea, porque no olvidemos que el fin de su lectura es realizar un informe.

El lector debe ser capaz de sintetizar diferentes cuestiones que expliquen con claridad los motivos por los que recomienda o rechaza la publicación de una obra concreta. Debe ser capaz de hacer un resumen breve, pero detallado, de un libro de trescientas páginas o más. Debe hablar de los personajes con profundidad. Analizar posibles fallos de estructura, de gramática, de sintaxis... También tiene que destacar qué valores positivos tiene un libro en cuestión, pues aunque él en principio no recomiende la publicación, tal vez el editor considere que sí merece la pena el riesgo por el motivo que sea. El lector tiene que poder identificar claramente a qué tipo de público va dirigida la obra, etc.

Estos son los puntos que el lector debe desarrollar. Y, a continuación, explicar por qué recomienda la publicación. O por qué no.

Una de las cosas que comento en más ocasiones en mis informes es el pésimo estado de la mayoría de los originales. Se trata de textos mal trabajados que presentan una gran cantidad de errores, en especial de puntuación. Y esto suele ser motivo de que el libro se rechace.

El primer artículo que escribí para mi blog, hace ya muchos años, hablaba sobre el hecho de que todos los escritores, ya sean grandes o pequeños, han tenido que enfrentarse una primera vez al juicio de una editorial. Esa primera entrada hablaba del caso de J.R.R. Tolkien. Reproduje entonces una traducción más o menos literal del primer informe de lectura que se hizo sobre *El Hobbit*.

Y es que, todos los que pretendemos publicar nuestros escritos debemos pasar por el juicio que de nuestro trabajo hará el lector editorial.

El lector es el encargado de hacer un primer informe sobre la obra recibida, en el que recomendará, o no, la publicación del libro. No significa esto que el lector decida qué libro se publica. Lo que sí suele ocurrir es que **el lector decide lo que NO se publica. Porque si su informe de lectura es negativo, es habitual que el editor no dedique tiempo a la lectura de la obra, y por lo tanto, no habrá pasado el corte.**

Álvaro Colomer los define del siguiente modo: “Cobran poco, ganan enemigos diariamente, trabajan en el anonimato y, sin embargo, son los primeros responsables de cargar de buenos textos los anaqueles de las librerías”.

Ya te he hablado de la ingente cantidad de originales que llegan a las editoriales, y de cómo la inmensa mayoría son rechazados para su publicación.

Algunos son errores enormes por parte de la editorial, y del lector en ocasiones. Porque puede ser que el lector haya recomendado una publicación y, más tarde, el editor la rechace por los motivos que sean. Ha ocurrido mil veces (J.K. Rowling, García Márquez, o Hemingway) y seguirá sucediendo. Pero **lo cierto es que la mayor parte de las obras rechazadas es porque, realmente, no tienen la suficiente calidad.**

Por supuesto, esto el autor de la obra en cuestión no suele creérselo, siempre podrá decir aquello de: “pues no veas la cantidad de porquería que se publica todos los años”. Y no deja de tener razón, **se publican muchas obras de escasa calidad. Pero eso no significa que la suya sí la tenga.**

Por tanto, **contrata un informe de lectura. No son caros, y para un libro de tamaño medio rondan los 100-150€.** Es un dinero muy bien invertido, porque si contratas a un auténtico profesional te dará pautas que te ayudarán a mejorar tu obra, aumentando de forma exponencial tus posibilidades de ser publicado.

Aspectos básicos del informe de lectura

El informe de lectura incluye un resumen completo y complejo de los sucesos. Tiene que ser lo suficientemente explícito para ser informativo de verdad y, al mismo tiempo, tiene que ser lo bastante breve como para poder ahorrar tiempo. Suele servir, por lo general, un texto de página o página y media en el

que se presente el conflicto principal, sus protagonistas y los sucesos más significativos. Esto es: dar una idea clara, concisa e informativa de lo que explica u ocurre en el libro.

Este apartado no está pensado para las críticas al texto, ni para bien ni para mal. Es objetivo. Los juicios se desarrollan en las siguientes fases del informe. ¿Qué cosas hay que someter a juicio? ¿Qué apartados debemos tener en consideración? ¿Hay que ser muy críticos?

Para empezar, yo suelo ceñirme a la estructura del informe de lectura que me ha dado la editorial a modo de plantilla. No todas las editoriales piden lo mismo y, claro está, dependiendo del tipo de documento que tengas entre manos habrá que reseñar un tipo de cosas u otro. Normalmente, los informes suelen estar divididos en dos partes, valoración literaria y valoración comercial.

En la valoración literaria, aquella que tiene que ver sobre todo con el contenido, es recomendable empezar por preguntarse qué quería escribir el autor. ¿En qué consiste su proyecto? ¿Cuál es su objetivo? Entonces se analiza: cómo ha estructurado el discurso; cómo ha estructurado la trama; de qué manera ha tratado los personajes. ¿Es el punto de vista el adecuado? ¿Hay coherencia en la disposición de los elementos? Si no la hay, ¿esa incoherencia está hecha a propósito? ¿Obedecen todos los elementos a una voluntad definida? ¿Ha elegido la persona la mejor manera de explicar el contenido del texto?

Este es el aspecto más objetivo de la crítica. Hay que evitar, en lo posible, escribir juicios personales. Si, por ejemplo, una novela pretende ser intimista y

estar más centrada en el desarrollo interior de un personaje, hay que analizar sobre todo si ese desarrollo es coherente, verosímil y comprensible; no importa tanto si hay mucha trama o no, sino saber si el objetivo que se ha planteado el autor se ha cumplido.

A eso hay que añadir la cuestión del estilo lingüístico; dependiendo de qué tipo de texto sea, un estilo u otro será el más adecuado. A continuación se tiene que analizar el contenido en relación al contexto social en el que se publica. ¿Son los temas de actualidad? ¿Qué aporta de novedoso el tema? ¿Cuáles son sus aciertos más relevantes? ¿Y sus mayores defectos? A partir de esta concepción del producto ya como parte de una estructura mayor se analizan cuáles son sus posibilidades comerciales, a qué tipo de público iría destinado y de qué manera podría venderse.

Son pocos, pues, los apartados a tratar, pero como ves se le pueden dar muchísimas vueltas a cada texto.

Dos Tipos de Informes de Lectura

Tipo A

IMPRESIÓN GENERAL DE LA OBRA.-

SINOPSIS DEL ARGUMENTO.-

TRATAMIENTO DE LOS PERSONAJES.-

TEMAS PRINCIPALES Y SECUNDARIOS.-

LENGUAJE Y TÉCNICA LITERARIA.-

FACTORES POSITIVOS QUE DESTACAN.-

FACTORES NEGATIVOS QUE DESTACAN.-

VALORACIÓN LITERARIA Y COMERCIAL.- (Puntuación de 0 a 10)

Valoración Literaria.-

Valoración comercial.-

PÚBLICO.-

Tipo B

INFORME DE LECTURA:

TÍTULO ORIGINAL:

POSIBLES TÍTULOS EN CASTELLANO:

AUTOR/A:

NÚMERO DE PÁGINAS:

LECTOR/A:

FECHA:

GÉNERO:

TEMA:

ESTILO:

¿ATRAPA DESDE EL COMIENZO?

¿EXISTEN BACHES PRONUNCIADOS?

PÚBLICO AL QUE VA DIRIGIDO:

PUNTUACIÓN DEL 1 AL 10

VALOR LITERARIO:

VALOR ARGUMENTAL:

VALOR COMERCIAL:

¿REGALARÍA EL LIBRO?

MÉRITOS DESTACABLES:

DEFECTOS RESEÑABLES:

De gramática y forma

De Trama

SUGERENCIAS DE MEJORA (“recortar”, personajes, ejemplos de cuestiones mejorables, objeciones para el público lector al que va dirigido y posibles soluciones, dificultades para la traducción...):

Tramas sugeridas:

BREVE DESCRIPCIÓN (de 2-6 líneas):

SINOPSIS:

PROPUESTA DE TEXTO DE CONTRACUBIERTA:



El trabajo de corrección no es precisamente barato. Existe una Unión de Correctores que indicaba las tarifas mínimas recomendadas. Aplicando sus tarifas, la corrección de un libro de unas trescientas páginas ronda los 1500€. **Un desembolso más que considerable que el editor tendrá muy en cuenta. Si ha de hacer una corrección profunda, la novela tendrá que ser muy buena, contar una historia muy interesante, mostrar unos personajes muy carismáticos, para añadir, a todos los demás gastos de edición, el desembolso que supone la corrección.**

Y no te equivoques: aunque seas doctor en filología, **tu obra necesita ser corregida. Yo recomiendo encarecidamente que uno invierta en su obra y pague por una corrección antes de enviarla a una editorial.** En el mundo de la corrección hay mucho intrusismo, y puedes encontrar fácilmente gente que te haga una corrección, aunque no sea profesional, de un libro de 300 páginas por poco más de 400€.

Dicho así parece un dineral. Pero si 400€ supone allanar el camino a la publicación **no debes verlo como un gasto, sino como una inversión. Si consigues publicar tu primera novela habrás metido la cabeza en el sector editorial; y eso ya es mucho.**

Necesitas ser corregido. Necesitas ser corregido. Necesitas ser corregido. No lo repito por casualidad. Por tanto, entiende la corrección de tu obra como una inversión necesaria. Ahorra un poco si hace falta. Al

fin y al cabo, no tienes ninguna prisa por publicar. Sé lo que estás pensando, pero no, no la tienes. Lo que tienes es ansiedad por ver tu libro publicado. **Si te dejas llevar por la ansiedad, te aseguro que empezarás con muy mal pie en este mundo, y puede que te deje marcado para siempre.**



Bien, vamos a dar por hecho que ya has hecho todo ese trabajo. Escribiste una buena novela, contrataste un informe de lectura, hiciste las mejoras recomendadas y luego lo enviaste a que te lo corrigieran. Ahora tienes muchas más opciones de que alguien quiera publicar tu obra que antes. Pero aún no has conseguido que nadie apueste por ella. Ese es el próximo paso.

En este mundo hay que saber venderse para todo: desde conseguir un trabajo a tener pareja. Cualquier acto que implique que se nos elija a nosotros por encima de otros no depende exclusivamente del azar. **Las grandes editoriales reciben miles de novelas al año. Alfaguara, por ejemplo, reconocía hace un tiempo que cada año le llegaban más de cuatro mil (4.000), de las que solo publicaba unas setenta y cinco (75).**

Y ahora envías la tuya, un autor del que nadie ha escuchado hablar antes. Encuadernada igual que las demás: Papel blanco con letras negras y espiral negra; cubierta transparente y contracubierta roja, o negra, o azul. Una más.

Ese tipo de propuesta pasa, de forma inmediata, al final de la pila, lugar en el que, tras varios meses de espera, la tomará alguien que lleva leídas ese día quinientas páginas de diez o quince novelas distintas, veinte o treinta páginas tal vez de cada una de ellas.

En ese primer vistazo tiene que descubrir algo que le llame la atención, que le impacte, que le marque de alguna manera para que decida que quiere leer algo más.

Intentar algo así aumentará tus posibilidades de fracaso.

Hay otro modo de presentarte ante una editorial, o ante un agente, si es lo que prefieres. Esa forma es saber venderte; y saber venderte mejor que los demás, porque, de entre todos esos miles de originales, algunos también se habrán vendido.

Así que, prepárate para trabajar un poco más (no he dicho que fuera a resultar fácil). **Si lo haces bien, si consigues llamar la atención, lograrás el primer paso: que alguien se fije en ti, rescate tu obra del fondo de la pila de originales y se disponga a valorarla con un ánimo diferente.**

No te engañes, la industria editorial es un negocio, (uno enorme, además, que cada día factura casi 7 millones de euros) y como tal pretende hacer dinero. **De lo que se trata entonces es de convencer a una persona, el editor, que no nos conoce personalmente, para que gaste su dinero con el fin de que aparezca tu nombre en la portada de un libro.** Tanto es así que José Carlos Somoza define al escritor como “aquella persona capaz de engañar a un editor para que publique su libro”. Y tiene más razón que un santo.

El problema es que hay otros muchos miles que están intentando hacer lo mismo, así que hay que aguzar el ingenio.

Imagina que vas a comprar un libro a una librería. No buscas uno concreto, vas sencillamente a ver qué te traes a casa de la librería. Allí tropiezas con cientos, miles de volúmenes, todos puestos en fila. Normalmente, lo que harás será ir a la sección en la que se encuentren los libros que tratan los temas que más te gustan, o que te apetece leer: novela histórica, romance, fantasía, thriller, policiaco...

Una vez allí, coges uno. No suele ser al azar. Algo te llama la atención. Cuando lo tienes ente las manos, normalmente, lo que se suele hacer es ver quién los escribió. Lo segundo es darle la vuelta y leer la sinopsis. Si la sinopsis te ha parecido interesante probablemente abras las primeras páginas y comiences a leer.

Acabas de convertirte en editor.

Ese es el proceso reducido y simplificado que sigue una editorial. ¿Quieres que te publiquen? De acuerdo, pues aprende a jugar con sus reglas: si tú eliges el libro que quieres comprar, ¿por qué un editor no haría lo mismo?

Así que, antes de nada, **tienes que saber qué editor está interesado en lo que tú escribes, cuál de ellos está mirando la misma mesa que tú en la librería.**

No hay una sola editorial que publique todo tipo de historias, ni una agencia que las represente. Algunas tendrán línea juvenil y otras no. Algunas tendrán línea de novela histórica y otras no. Algunas tendrán línea de fantasía y otras

no. Muchas están especializadas en una de esas líneas y prácticamente no publican otra cosa.

De modo que, si escribes novela juvenil y la envías, por ejemplo, a Seix Barral, es más que probable que te la rechacen.

Tómate tiempo. Tómate tiempo para saber qué tipo de novela has escrito, a qué género pertenece, cuáles son sus claves. Una vez lo tengas claro, tómate tiempo para hacer una búsqueda que te permita encontrar las editoriales que publican ese género.

El tiempo es fundamental en el mercado editorial, un mercado especialmente lento... “No tengas prisa” es un consejo que, con toda seguridad, todos los autores profesionales te darían.



Del mismo modo que tú buscas aquellos libros que te llaman la atención, tienes que lograr que el editor se fije en lo que le propones. Uno de los aspectos que más debes cuidar en ese sentido es el título. **Necesitas un título que enganche, que sea evocador, que llame la atención. El propósito del título no es explicar: es que el editor se acerque a la explicación que se esconde en el interior de la obra.**

- Haz una lista con posibles títulos para tu obra, no te quedes con el primero que te venga a la cabeza.
- Céntrate en la línea argumental de tu obra. Normalmente, el mejor título está relacionado con ella.
- Resume el argumento de tu novela. Si consigues dejarlo en cuatro o cinco palabras, tal vez estés ante el título ideal.

Vamos a detenernos por un instante.

Imagina que vas a comprar, por ejemplo, un coche. Ante una situación como esa solemos tener dos o tres modelos que nos interesan. Pero siempre hay algo que nos decide por uno u otro. Y lo que nos decide es lo que hace **DIFERENTE** a ese coche sobre el resto. Puede ser el equipamiento, el interior, la carrocería o el precio. Pero hay algo que lo diferencia de los otros. Ese elemento diferenciador ya lo conoces. Es decir, sueles haberte informado previa-

mente de un modelo y otro y sabes lo bueno y malo de cada vehículo. Es entonces cuando el vendedor del concesionario entra en acción y, si hace bien su trabajo, sales de allí con los papeles de la compra firmados.

Para ti, que deseas vender tu producto a un editor, el principio básico no cambia: tienes que presentar tu obra de manera que sea diferente al resto de novelas que reposan sobre la mesa de la editorial.



Uno de los elementos que te ayudarán a diferenciarte y llamar la atención es la **Sinopsis**.

Escribir sinopsis es un arte. Las editoriales tienen personal especializado en desarrollar este tipo de textos con una consigna clara: **debe ser capaz de introducir en el lector el deseo de leer la novela**. Ese es el principio fundamental.

Hay dos métodos clásicos para arrancar una sinopsis:

1) Un párrafo que comienza con el nombre del protagonista y su situación al arrancar la trama, seguido de un segundo párrafo en el que se explica el conflicto principal de la obra. Para concluir, se deja abierta la incógnita de la resolución de dicho conflicto.

2) Un párrafo en el que se explica el universo en el que se ambienta la obra seguido de las características que acabamos de comentar en el punto anterior.

En realidad, **la sinopsis lo que hace es mostrar la estructura clásica de toda obra narrativa: Presentación – Nudo – Desenlace**. Con una salvedad: **No puede mostrar el desenlace; de hacerlo estarías destrozando las posibilidades de venta de tu obra**. **Limítate, entonces, a hacer una presentación y mostrar el conflicto principal que crea el nudo argumental**. **Luego, plantea incógnitas sobre el desenlace**.

No escribas una sinopsis larga. 250 o 300 palabras deberían ser más que suficientes; recuerda que no estás escribiendo un resumen de la obra, sino solo presentando un caramelo, algo que atraiga al editor.

El poder de una Sinopsis no puede ser despreciado. Es el primer contacto con el tema de tu novela. **Si consigues atraer al editor con ese resumen, estarás un paso más cerca de publicar tu obra.**



Haciendo un breve repaso: **a estas alturas ya deberías tener una buena novela terminada, corregida, un buen título, una sinopsis atrayente y haber elegido a las editoriales idóneas para mandarles tu trabajo.**

Pero, ¿cuál debería ser el siguiente paso? ¿Enviar la obra sin más? No. Eso es lo que hace la mayoría de la gente, y te he dicho que te ayudaría a mejorar tus posibilidades de éxito.

En primer lugar, **harías bien en saber si la editorial en cuestión acepta obras no solicitadas. Te sorprendería la cantidad de editoriales que solo trabajan con agencias literarias, o las agencias que están tan saturadas que han decidido no representar a ningún otro autor. También sería interesante conocer a quién debes dirigir el texto.** No es lo mismo enviarlo a una dirección genérica que directamente a la atención de alguna persona.

¿Cómo puedes conseguir todos esos datos? Sencillamente realizando una llamada telefónica. **Todas las editoriales tienen en su página web un apartado de contacto en el que podrás solicitar esa información.** Es tan fácil como realizar la llamada, presentarte a la recepcionista y comentar que tienes una novela que desearías hacer llegar al editor pidiendo que te dé las instrucciones necesarias para su envío. **No te olvides de preguntar si envías la obra completa o prefieren una muestra de varios capítulos para una valoración preliminar.** Esta última opción puede ser muy útil a la hora de recibir una primera respuesta rápida.

Con esos datos en la mano, ya puedes trabajar.

En caso de que te hayan pedido una muestra de la obra, elige bien aquella que tengan más fuerza. Recuerda que lo que necesitas es llamar la atención.

Elegidas las porciones a presentar ya estás listos para hacer el envío. En algunos sitios te pedirán que lo envíes por correo ordinario, pero es más habitual que se realice vía e-mail. Sea como sea, **escribe una carta en la que te presentes, indicando que has estado hablando con la editorial y te han indicado la forma de realizar el envío. Comenta que en los documentos adjuntos encontrarán la muestra, o la obra completa, tal como habías acordado, así como una carta de presentación. Sé breve y despídete agradeciendo el interés.**

Y ahora sí, llega el momento de la carta de presentación. ¿Qué deberías incluir?

Tu currículum literario. No importa si no tienes nada publicado. Si es así, dilo abiertamente. Es mucho más efectivo e impactante ser sincero y mostrar profesionalidad que intentar esconder lo evidente. **Incluye premios, por pequeños que sean, colaboraciones en revistas, etc.**

A continuación, presenta la sinopsis. Tas ella, asegúrate de explicar qué hace diferente a tu novela con respecto al resto de novelas de ese género que se publican cada año. Tu obra debería tener algo distinto, ya sea

en la historia, los personajes, los argumentos... No te limites a crear un nuevo mago con gafas y una cicatriz en la frente. Si haces eso, jamás serás publicado.

Por último, explica de una pincelada el público al que va dirigido.

¿Es novela fantástica, de terror, histórica, costumbrista, dramática, romántica...? Es trabajo del autor decidir esto pues, dependiendo de ello, irá dirigida a un público o a otro. Si “catalogas” tú mismo la novela, de entrada le estarás ahorrando trabajo al editor y, además, dejarás claro, una vez más, que has hecho tus deberes y no le haces perder el tiempo enviando algo que, por línea editorial, no puede publicar.

Para concluir la carta anota tus datos de contacto: e-mail, teléfono, etc... Hay más de un autor que hubiera sido publicado si se hubiera acordado de adjuntar estos datos.



Con algo de suerte, un buen día, varios meses después de haber enviado tu obra a la editorial, o a la agencia, encontrarás en la bandeja de correo un mensaje en el que te dicen que les ha gustado lo que han visto y quieren que le envíes la obra completa para valorarla.

Si llega ese momento, ¡enhorabuena! Pero no te entretengas demasiado en celebrarlo, será mejor que envíes pronto la novela, porque el interés y la paciencia de las editoriales son limitadas. Y volubles. De modo que tendrás que aprovechar el recién despertado interés. Y no sólo eso: tienes que estimularlo. Eso pasa por una nueva carta.

A esta segunda carta se le suele llamar propuesta editorial. En ella deberás aportar información veraz y contrastable. Por ejemplo, podemos buscar información en el gremio de editores de España. Hay informes muy detallados. Muchos de los datos que aparecen no nos sirven para nada. Otros pueden ser incluso perjudiciales. Pero incluso así se les puede dar la vuelta y utilizarlos en nuestro provecho.

Veamos un ejemplo: imaginemos que tu obra es una novela de fantasía juvenil. Bien, pues en un informe del Ministerio de Cultura, se comenta que el sector de mayor hábito de lectura son los jóvenes de entre 14 a 24 años, es decir, el sector al que va dirigido el libro, alcanzando un 97,7% de lectores.

Imagina el impacto de esta línea en la mente del agente/editor:

“Me gustaría presentarle algunos datos, que no sé si conocerá, del informe XXX presentado por YYY:

“La tasa de lectura es más elevada cuanto más joven es el grupo de edad. Así entre los jóvenes de 14 a 24 años alcanza el 97,7%.”

Le estamos diciendo que casi todos los 10 jóvenes de entre 14 a 24 años son lectores potenciales de nuestra obra. Así, sin más. Eso es lo que queda en la mente del editor. Por supuesto, son lectores potenciales, no reales. Algunos ni siquiera se interesan por el tipo de novela que presentamos, pero están ahí, son una realidad. Y el editor es una persona que se mueve en el mundo real y necesita datos reales.

Es evidente que es este último dato el que tenemos que reflejar en nuestra carta, pues es el que nos interesa, y no que las mujeres son las que más leen. Le estamos dando al editor el sector al que va dirigida la obra, y le recordamos (porque él ya lo sabe) que el nicho de mercado es enorme. Y, además, **dejamos claro que nosotros también sabemos de lo que hablamos, que no estamos perdidos, que somos personas que TRABAJAN para saber qué hacer y cómo hacerlo. Y un escritor que se tome la escritura como un trabajo es algo importantísimo para el editor.**

Por supuesto, deberás conocer a tus rivales directos. En España, la literatura juvenil mueve una gran cantidad de títulos todos los años, no hay más que acercarse a la Casa del Libro, o el Fnac, o El Corte Inglés... podrás ver estanterías y más estanterías, e incluso plantas enteras, dedicadas a este género. Entre

tantos títulos... **¿por qué tendría que decidirse el agente o editor por el tuyo? Pues ahí es donde debes explicar en profundidad qué hace distinta a tu novela, explayarte en ello.**

¿Es un libro que tiene magia? Bien, pues ¿por qué es diferente a Harry Potter? Y si es de fantasía épica, ¿qué tiene diferente con respecto al Señor de los Anillos, o Crónicas de Narnia, o la Dragonlance, o Memorias de Idhüm, o la Espada de Fuego? **¿Qué aporta tu libro? ¿Qué tiene que pueda atraer a varios miles de personas para que lo compren, lo lean y lo recomienden? Si no lo sabes, más vale que te pongas las pilas, porque si tú mismos no sabes vender tu libro, ¿cómo lo va a vender el editor si llegara a comprarlo?**

Otra cosa que debes añadir en esta propuesta editorial es una sinopsis ampliada. De nuevo, no hay que contarlo todo. Hay que jugar con el lenguaje, crear expectación, presentar una historia interesante, con tramas secundarias, con personajes vivos que atrapen al lector. Desarrollar ampliamente la obra, sí, pero dejando una parte oculta, que invite a la lectura. Si le das todos los detalles, todos los sucesos, todo lo que ocurre... le dejas sin magia. Y el lector debe sorprenderse, debe dejarse llevar por la narración. Si esto no sucede porque ya ha andado el camino, será difícil que la obra le impresione lo suficiente como para adquirirla.

Es necesario que se vea que te tomas el tema en serio, que no te has sentido un día porque sí a rellenar una página en blanco, sino que detrás de eso hay una trayectoria.

Evidentemente terminarás tu carta agradeciendo el interés, diciendo que estás a su disposición para cualquier consulta, reunión, entrevista, etc. que crea conveniente, que su experiencia y ayuda será de **gran valor para ti**. En fin, muéstrate agradecido, ¿o es que no te hace ilusión que un editor se interese tanto por tu novela como para pedírtela completa?



No voy a engañarte: publicar una novela es un proceso largo, arduo y lento que puede llegar a desesperar a la persona más equilibrada. **Descubrirás que muchas editoriales jamás llegan a responder a tus propuestas. Otras tardan meses, muchos meses, en hacerlo y terminan enviando una amable y prefabricada carta de respuesta negativa.**

Aplicando los consejos que te estoy dando a lo largo de este curso gratuito lograrás que, al menos, se interesen por tu trabajo como novelista; pero eso no garantiza que te vayan a publicar.

Mi deseo es que te lleven las propuestas de publicación, ojalá lo consigas. Pero, si no es el caso, no caigas en la actitud derrotista de algunos. Tampoco empieces a despotricar contra el mundo editorial; no seas de los que dicen que las editoriales solo publican a gente famosa, o con contactos, o, peor aún, de los que predica que las editoriales solo publican obras de poca calidad.

Si te encuentras en esa difícil situación, mi recomendación es que hagas autocrítica. ¿Qué puede tener tu obra para que no la quieran publicar? ¿Cómo podrías mejorarla? Si no lo tienes claro, busca un buen taller de narrativa.

En Estados Unidos o Inglaterra, y en muchos otros países, los autores tienen muy asumido que necesitan mejorar su formación, así que existen nume-

rosas academias privadas con gran prestigio, como la Clarion Writer's Workshop de San Diego, a las que suelen acudir para mejorar su formación como escritores. Si ellos lo hacen, ¿por qué no deberíamos hacerlo tú?



Las posibilidades de publicación de los autores noveles están creciendo

Dedica tanto tiempo como sea necesario a buscar las editoriales más adecuadas para tu obra

Antes de enviar tu obra, asegúrate de que está a la altura. Un informe de lectura y una corrección son una inversión que ofrece grandes beneficios

Cuida el título. Si no encuentras uno que te convenza, intenta centrarte en el conflicto principal de tu obra y trabaja sobre él

Trabaja en una buena sinopsis que despierte el interés por leer tu novela

Intenta conseguir el nombre del editor al que dirigirás tu trabajo y personaliza el envío

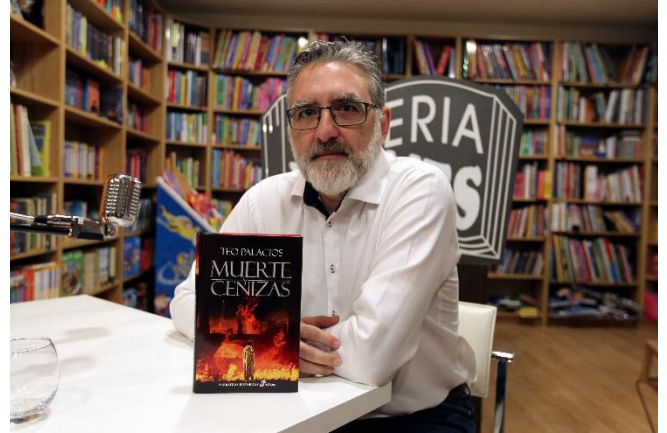
Es probable que te rechacen o no recibas respuesta, así que persevera

Si con todo esto no es suficiente, con toda seguridad algo falla en tu novela. Busca ayuda profesional

Creado por:



Soy Teo Palacios, escritor especializado en novela histórica, género en el que he publicado cinco novelas *Hijos de Heracles* (Edhasa, 2010), *La Predicción del Astrólogo* (Ediciones B, 2013), *El Trono de Barro* (Edhasa, 2015), *Muerte y cenizas* (Edhasa 2017) y *La boca del Diablo* (Edhasa 2018). Desde 2010 trabajo con varias editoriales como asesor editorial.



Puedes seguirme o ponerte en contacto conmigo a través de estos medios:

