

Guillermo Schavelzon & Asociados, S.L.
Agencia Literaria
Muntaner, 339, 5º - 08021 Barcelona
info@schavelzon.com

A los escritores y escritoras que buscan agente literario o editor:

En nuestra agencia –una agencia literaria pequeña– recibimos cada día seis o siete solicitudes de representación. Nuestro trabajo es representar escritores, por lo que recibir esta cantidad de propuestas es lo mejor que nos puede suceder. Pero como se podrá comprender, no tenemos ninguna posibilidad de leer cinco o seis manuscritos por día, además de cumplir con todo el trabajo cotidiano para los escritores que representamos. Algo similar, pero magnificado, sucede en las editoriales: es tal la cantidad de propuestas y manuscritos que reciben, que no pueden ni siquiera considerarlos.

Muchos escritores no saben cómo contactar a un agente o a un editor de una manera conveniente. Por ello, nos permitimos enviarle algunas consideraciones y sugerencias sobre cómo presentar propuestas a una agencia o a una editorial. Creemos que –con las particularidades de cada escritor–, conocerlas es fundamental.

Enviamos esta carta con la intención de ofrecer la poca ayuda que nos es posible dar. La experiencia es que el 95% de la gente nos agradece el envío, y un 5% nos responde con irritación y molestia por nuestra posición. Esta carta, que es sólo una opinión entre muchas más, y la enviamos con la mejor intención.

Cordialmente,
La Agencia

Hay escritores que están convencidos de haber sido rechazados, en más de una editorial, sin que su obra haya sido leída. Y es cierto. Las editoriales rechazan –muchas veces sin mirar– la gran mayoría de los materiales que reciben, y esto se debe a la enorme cantidad de manuscritos que les llegan cada día, sin que el autor se haya tomado el trabajo de preparar la información de una manera conveniente para que la puedan considerar.

Muchas de las desagradables experiencias de rechazo, son en buena parte consecuencia de no saber cómo presentar un proyecto o un manuscrito a una editorial. El encontrar un agente o un editor, que a veces resulta tan difícil, es algo que se puede resolver escribiendo. Nuestra propia experiencia de más de 35 años en el mundo del libro, nos muestra que las formas más efectivas para lograrlo, son todas por escrito.

Sabiendo cómo vender un proyecto o un manuscrito, las posibilidades de llegar a un contrato y ser publicado aumentan notablemente. Es importante saber utilizar los

procedimientos habituales en el mundo internacional de la edición, para presentar una propuesta editorial.

Es habitual creer que sin una recomendación personal no se consigue nada. Y no suele ser así; es más, la “recomendación personal” es un recurso del que se abusa tanto, que los editores no lo toman muy en cuenta.

Los editores están siempre sobrecargados de trabajo. Cuando un escritor que quiere publicar consigue una entrevista personal con un editor gracias a una recomendación, se está produciendo a sí mismo un daño. Porque el editor lo recibirá por compromiso con quien lo recomendó, y el escritor desaprovechará esa oportunidad hablando de algo que el otro no conoce ni tiene interés en escuchar. Al final le dejará un manuscrito que –en la mayoría de los casos–, irá a parar a una pila de descarte. En el mejor de los casos, le será devuelto unas cuantas semanas después con una carta más o menos amable de rechazo.

Por qué resulta difícil publicar

No es complicado entender por qué es difícil y frustrante la búsqueda de una editorial cuando está mal hecha. Una editorial grande, del mundo hispano hablante, recibe más de mil nuevas propuestas de edición por año (seis por cada día de trabajo). Son enviadas espontáneamente por escritores a quienes nadie se las solicitó, por editoriales extranjeras, y por agentes literarios de todo el mundo. De esas 1.000, la editorial contratará 20 o 30, ya que el resto de los libros que publica son obras que los editores han encargado, que vienen por contrataciones internacionales de la casa matriz, o son nuevas obras de autores que ya publican en la casa.

Cuando la prestigiosa editorial norteamericana Doubleday decidió, hace varios años, no aceptar más manuscritos que no sean de los autores de la casa o que provengan de agentes literarios reconocidos, estaba recibiendo 10.000 manuscritos no solicitados al año: 45 por cada día de trabajo.

Recibir, leer, evaluar y eventualmente devolver cinco o seis propuestas diarias, requiere del trabajo de dos o tres editores de tiempo completo. Hoy ninguna editorial está en condiciones de asumir esta tarea. Cuando alguien lo hace en los momentos libres, suele ser quien recién comienza, justamente la persona menos preparada para este tipo de evaluación.

“Los editores suelen estar sobrecargados de trabajo. Reciben durante todo el día numerosas llamadas telefónicas de autores y agentes, de los departamentos de publicidad, marketing y producción de su empresa; asisten a reuniones en las que toman decisiones sobre cubiertas, nuevas adquisiciones, programas de producción; entrevistan, contratan y despiden ayudantes; negocian con la dirección la adquisición de aquellos libros que desean publicar, presupuestos de promoción para esos libros, y aumentos de salarios y ascensos para ellos mismos. El resultado de todo esto es que buena parte de su trabajo de edición y, habitualmente, casi todo su trabajo de lectura queda relegado a las noches y los fines de semana, que nunca son suficientes, sobre todo si tenemos en cuenta la gran avalancha de manuscritos que continuamente se acumulan sobre ellos. Tienen que dedicar la mayor parte del tiempo a proyectos ya contratados, a libros en los que su empresa ha invertido ya una suma considerable de

esfuerzo y dinero, una inversión que tiene que ser alimentada y protegida por los editores, que se esfuerzan por ayudar al autor a conseguir que el libro sea presentado en condiciones óptimas. Todo eso deja al editor muy poco tiempo o fuerzas para dedicarlo a un autor nuevo, a menos que lo que ese autor le presente sea realmente maravilloso”

Albert Zuckerman, *Cómo escribir un best seller*.

Una propuesta por escrito, bien hecha, tiene muchas más posibilidades de lograr aceptación, y de llegar a un contrato de edición. “La Propuesta” o “La Propuesta Editorial” (“Editorial Proposal”, en la jerga internacional de la edición), es como se denomina lo que el escritor envía al posible agente o editor, para interesarlo por un manuscrito o un proyecto. La Propuesta consta de una serie de informaciones clave 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 agencia literaria o a una editorial, consta de dos etapas:

La Carta de Presentación

La Propuesta Editorial

La Carta de Presentación es una primera comunicación escrita, de una página como máximo, presentándose usted y su libro o proyecto de libro, en la que se pregunta al agente o al editor si tiene interés en recibir una Propuesta más amplia.

La Carta de Presentación ahorra muchísimo tiempo, frustraciones y dinero. Si un agente o una editorial no responde a la misma, usted se habrá ahorrado hacer una copia completa del manuscrito y los gastos de correos, ya que de enviarlo tampoco hubiera recibido atención.

La Carta de Presentación

El principal desafío es cómo llamar la atención de agentes o editores que están sobredemandados, 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 York, hace algunas sugerencias muy concretas para escribir una Carta de Presentación:

Nunca envíe una carta de presentación de más de una página. Doscientas cincuenta 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 reescribo.

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 agente o al editor a quien ni 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 imposible responderles.

La Carta 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 un 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 presentación, mejor.

Peter Rubin, 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."

En síntesis:

Nunca envíe manuscritos. Comience enviando una Carta de Presentación a quien le interese como agente o editor. Tenga preparada La Propuesta para enviarla de inmediato, si se 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 agentes o editores que usted piense que se pueden interesar. Si prefiere enviar a varios agentes y/o editores al mismo tiempo, indique claramente en la carta que está haciendo un envío simultáneo a varios.

La Carta de Presentación debe contener:

Destinatario con nombre y apellido correcto.

Una breve presentación del autor (datos significativos como escritor, no su historia personal).

Un párrafo de descripción del tema o argumento.

Alguna mención del público al que el libro está dirigido (nunca ponga "para todo público", porque eso no existe, y el editor creerá que usted no piensa en los lectores).

Alguna estimación sobre "el mercado". ("Hay 5.000 estudiantes de cine en España", o "la novela tal sobre un tema similar vendió treinta mil ejemplares en México", etc.).

Información determinante para la promoción del libro ("tengo una cátedra de 1.500 alumnos", o "escribo diariamente en varios diarios del interior")

Su nombre, dirección, teléfono y e-mail. 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.

La Propuesta Editorial consta de:

Autor y título del libro.

Una sinopsis argumental de la novela (2 a 3 páginas) o del libro que usted quiere escribir si es de no-ficción (muchas veces estos libros se escriben cuando ya hay un editor interesado). Este texto tiene que dar un panorama general de su obra.

El índice, en especial si se trata de un libro de no-ficción.

Una muestra de escritura: uno o dos capítulos, no más de 15 páginas en total.

Información relevante sobre usted y su obra anterior, si ya ha publicado. En este caso, conviene agregar un ejemplar.

Libros comparables. Muestre que conoce lo que ya se ha publicado y que tenga algo similar al que usted propone, y explique por qué su libro es diferente. (1 página).

Información “de mercado” (1 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 el país, 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 lector se dirige, quiénes son, qué otros libros leen, etc.

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 que está vinculado, tanto en el país como en el exterior.

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 puede valer mucho más que un elogio de un medio menor.

Recursos a su disposición:

Las librerías www.amazon.com y www.barnesandnoble.com ofrecen mas de 20 títulos al estilo “Cómo hacer para ser publicado”. Muchos de ellos son excelentes, llenos de sugerencias y consejos prácticos.

En Internet, y de manera gratuita, existe una enorme cantidad de “recursos para escritores” (buscar: “Writers Resources”), en los que se puede obtener todo tipo de consejos, y listados de todas las editoriales y los agentes literarios del mundo. Recorrer estos sitios aporta una enorme información al escritor que quiere publicar. Sugerimos www.writers.net y www.escriitores.org

El más completo directorio mundial de editoriales y agencias literarias está en el sitio del International Literary Market Place: www.literarymarketplace.com. (también publicado en papel en tres grandes volúmenes, disponible en algunas bibliotecas). En Internet es gratuita la consulta general, y cobran por la información detallada. La Guía de Editores de España está en: www.guia-editores.org. El listado completo de las editoriales argentinas, con todos sus datos, se encuentra en la página web de la Cámara

Argentina del Libro: www.editores.org.ar. El acceso y consulta es gratuito. Las editoriales de México se encuentran en la página web de la Cámara Mexicana de la Industria Editorial: www.caniem.com. Las de Colombia y otros países latinoamericanos en: www.mercantil.com. La de Chile en: www.chilnet.cl/rc/port_select_companies.asp?acti_code=692&code2=&lang=esp

Esperamos que esta información sea de su utilidad.

La información de Internet está actualizada a: Enero 2006