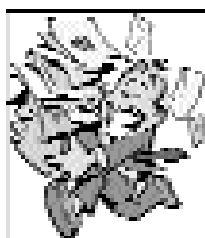


---

---

# Guía para publicar todos tus libros

Ana Martos



La vida del escritor científico, técnico y/o académico se desarrolla generalmente entre una profesión mejor o peor remunerada y una segunda profesión, la mayoría de las veces puramente vocacional, que es la literatura.

La literatura científica, técnica y/o académica tiene, en muchas ocasiones, un mercado cautivo, pero otras veces hay que buscarle una salida. A veces escribimos para cumplir un contrato de edición, a veces para rellenar un hueco en nuestras actividades, a veces para consolidar y dar soporte a los conocimientos que impartimos, a veces, por puro placer bien sea de investigar y desarrollar un tema que nos interesa o bien por el gusto de manifestar ideas que uno lleva dentro desde hace tiempo y que un buen día decide que ya va siendo hora de que los demás participen de tan encomiables pensamientos.

También es posible que un autor científico, técnico y/o académico decida un buen día ponerse a escribir una novela o determine recopilar sus poesías o sus relatos y formar con ellos un libro que bien podría hacer las delicias de los lectores.

Entonces llega la hora de escribir algo dejándose llevar por el propio interés. Es con lo que más disfrutamos. Cuando podemos extendernos en descripciones más o menos prolijas de un asunto que nos fascina y del que queremos extraer hasta la médula. Cuando podemos expresar lo que llevamos dentro, sin necesidad de servir a determinados intereses sectoriales. El hecho de no tenerse que ajustar a normas editoriales es tan placentero como quitarse unos zapatos apretados después de una caminata.

Así hay numerosos profesionales de la medicina que escriben novelas históricas, profesionales de las ciencias, ingenieros, arquitectos o técnicos de diversas ramas que dedican sus ocios a la novela de intriga, a la poesía o al ensayo. Y, por cierto, profesionales de las letras, entre los que me incluyo, que disfrutamos escribiendo sobre temas técnicos. Escribimos porque nos llena de satisfacción. Muchos sueñan con publicar todas sus obras para rematar su felicidad de autores. Otros escriben tan por puro placer que ni siquiera se plantean la posibilidad de publicar sus



escritos. Otros los publican a sus expensas. Y otros hacemos lo posible por conseguir que una editorial los publique y corra con toda la inversión. Que no es fácil.

Contemplaremos dos posibilidades para la venta de los trabajos. Y llamamos vender a publicar, porque viene a ser lo mismo. Ya quedamos en un artículo anterior en que el editor es el cliente, el escritor es el proveedor y el libro es el producto.

- Vender el trabajo antes de escribirlo.
- Vender un trabajo terminado.

## VENDER ANTES O DESPUÉS

Vender un trabajo antes de escribirlo tiene su miga. Porque no es lo mismo desarrollar un tema que la editorial nos ha solicitado que escribir algo que uno supone que tiene que interesar al prójimo.



### Antes

En realidad, vender un trabajo antes de escribirlo no se diferencia demasiado de venderlo una vez finalizado, porque ambos han de cumplir requisitos similares. Pero vender el trabajo a priori tiene, sin duda, algunas ventajas:

- La seguridad de que se va a publicar y en qué condiciones. Si hemos vendido el trabajo antes de desarrollarlo, no hay duda de que tendremos un contrato de edición firmado que especificará esas condiciones de publicación.
- La certidumbre de una estructura a seguir. Si el trabajo está contratado, la editorial lo incluirá en una colección o línea determinadas, lo que supone que habrá que seguir unas normas en cuanto a estilo, organización, plantilla, tipo y formato de archivos, imágenes, etc.
- La posibilidad de contar con una distribución adecuada y un procedimiento de marketing que

promueva la venta del libro. No todas las editoriales tienen buenos distribuidores y no todas invierten en publicidad o dedican un procedimiento de marketing a los libros o, al menos, a todos los libros, pero existe la posibilidad de que lo haya. Dar salida a un libro que no tenga un mercado cautivo supone una tarea bastante compleja y buenas relaciones con los medios.

Pero vender el trabajo a priori, también tiene sus inconvenientes:

- En primer lugar, la certidumbre de la estructura antes citada como ventaja se puede convertir en un inconveniente, porque es el corsé que oprime nuestros movimientos a la hora de expresarnos con toda la libertad del mundo. Escribir ajustándose a unas normas de edición a veces coarta la espontaneidad del escritor, porque hay que estar pensando no sólo en el fondo, sino en la forma. Y la forma es, al fin y al cabo, un corsé. Por ejemplo, si escribimos un libro contratado por una editorial que distribuya en América Latina, tendremos que empezar por tener en cuenta ciertas expresiones que para nosotros son de uso cotidiano, pero que allí resultan de mal gusto o, cuando menos, chocantes. Y, por otro lado, tendremos que pensar en ciertas concesiones al mercado latinoamericano, para que la distribución se desarrolle lo más favorablemente posible. Por ejemplo, si escribimos sobre un tema que incluya legislación y sabemos que el libro se distribuirá en Méjico, conviene poner alguna nota sobre la legislación mejicana al respecto. No hay que olvidar la cortesía que debemos al lector quien, al fin y al cabo, es nuestro cliente final.
- En segundo lugar está la imposibilidad de ceder los derechos a otra editorial cuando el libro esté finalizado. Si una editorial nos ha contratado, por ejemplo, un manual sobre el trabajo con cámaras fotográficas digitales, puede suceder que mientras lo escribimos nos encontremos con otras oportunidades de publicación más interesantes que la contratada. A veces, cuando una editorial se entera de que un escritor está escribiendo una obra para la competencia, se interesa vivamente por esa obra y tienta al autor con mejores condiciones de publicación. Una vez firmado el contrato con la primera editorial, hay que ser legales. A veces, la editorial tentadora ofrece esta posibilidad: si la editorial



contratante no te lo publica, no olvides que a nosotros nos interesa. Y uno se tira de los pelos por haber contratado con la primera, cuando la segunda es mucho más importante y asegura la venta de un número mayor de ejemplares, ya sea porque tiene mejor distribución, mejor marketing o más renombre. No sé si es común, pero a mí me ha sucedido.

- También se puede señalar aquí el plazo como un inconveniente. No es lo mismo escribir un libro lentamente, con tiempo sobrado para buscar y rebuscar datos, información, imágenes, antecedentes y opiniones, que tenerlo que entregar en un plazo definido. Somos autoexigentes y cuando revisamos nuestra obra, siempre encontramos que le sobra de aquí y que le falta de allá. Y es bueno disponer de tiempo para mejorarla. Además, si se trata de un libro técnico o científico, lo más probable es que mientras lo escribimos se produzcan nuevos hallazgos, inventos o experimentos que queramos incorporar para reflejar lo ultimísimo. Si hay un plazo de entrega, es evidente que tenemos que dejar cosas en el tintero y no todo el mundo lo acepta. Conozco a un autor que escribió un libro de astronomía de 150 páginas y, cuando la editorial le propuso que lo ampliase un poco para hacerlo más completo, lo convirtió, ante la desesperación de la editorial, en una colección de seis tomos.

## Después

Vender un trabajo que ya está escrito no es cosa fácil. Pero viene a ser lo mismo que venderlo antes de escribirlo, con la diferencia de que, si no se consigue contratarlo, la solución es no escribirlo y en paz. Una solución frustrante, pero práctica.

Vender un trabajo a posteriori tiene las ventajas que son desventajas al venderlo a priori.

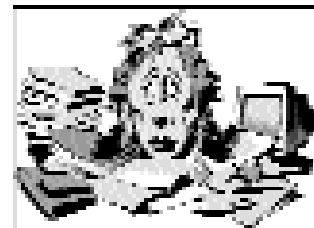
- Uno puede escribirlo como le da la gana, expresándose de la forma que le parezca mejor, dando rienda suelta a toda su creatividad y enriqueciendo su trabajo con las mejores aportaciones de las Musas.
- Después de terminarlo puede evaluar las posibilidades de ofrecerlo a distintas editoriales, por ver de endosárselo a una compañía de altura que ofrezca excelentes condiciones de distribu-

ción y marketing, que es lo que cuenta en estos casos. La editorial más interesante no es la que paga un porcentaje de derechos de autor más elevado sobre las ventas, sino la que vende más. Hay editoriales que ofrecen un 15 por ciento, pero venden 1000 ejemplares. Y otras que ofrecen un 8 por ciento pero venden 10.000.

- Nos podemos tomar todo el tiempo del mundo para recabar información hasta el aburrimiento, para estar al tanto de las novedades que se produzcan en el sector o para pedir opinión a colegas y expertos o, incluso, para conseguir un prólogo sustancioso de alguien con poder de convocatoria, que suele tener un millón de actividades y muy poco tiempo. Yo conseguí un prólogo de una persona conocida para un ensayo feminista, pero invertí un año en llamarla y darle el tostón hasta lograr que leyera el libro y que redactara el prólogo. Mereció la pena la espera porque ocupó casi cuatro páginas.

En todo caso, vender un libro terminado o vender un proyecto a desarrollar, tienen sus técnicas. Claro es que cada uno puede tener las suyas propias. Yo voy a describir las mías, que bien pueden servir a muchos.

En primer lugar, conviene considerar qué tipo de trabajos merece la pena vender antes de iniciarlos y cuáles merece la pena escribir y buscarles después una salida en el mercado editorial.



## Lo recomendable

Lo recomendable es vender a priori los proyectos científicos, técnicos o académicos concretos que afecten a un sector de mercado más o menos determinado. ¿De qué nos sirve escribir, por ejemplo, un manual de usuario para un programa informático, que no se ajuste a ninguna línea editorial?

Si tenemos entre manos el desarrollo de un libro que trate de algo tan concreto como el empleo de una



herramienta de estudio o de análisis, lo más práctico es buscar primero la editorial que pueda estar interesada en tal libro y ofrecérselo. Y escribirlo ya encaminado a una colección editorial concreta, con sus imágenes, sus tablas, sus acompañamientos y su formato. Si lo escribimos sin atenernos a las normas editoriales, luego tendremos que adaptarlo o la editorial tendrá que pagar a alguien que lo adapte, siempre en detrimento de la calidad de nuestro trabajo.

Y lo recomendable es vender a posteriori esas obras que proceden de nuestros más íntimos recursos de creación literaria, las que perderían calidad si tuviésemos que encorsetarlas en una norma editorial. Da igual que sea novela, poesía, teatro o ensayo. Todo lo que proceda de nuestra intimidad, lo que se nutra de nuestra propia filosofía, pensamiento o sentir, se puede vender después de crearlo, para crearlo a gusto, para enriquecerlo sin cortapisas y para disfrutar al máximo con su desarrollo. Una novela, un libro de relatos, un ensayo, una obra de teatro o un poema no tienen por qué adecuarse a las normas de una colección editorial. Se pueden encuadrar después en alguna de las muchas que existen.

## REGISTRA TUS TRABAJOS

Si el trabajo se desarrolla con un contrato editorial, generalmente no hay peligro de plagio, porque las editoriales no se dedican a plagiar los trabajos de los autores.

Pero si el trabajo se desarrolla por cuenta propia y luego va a ir brincando de editorial en editorial, desde luego que hay que registrarlo, porque cabe la posibilidad de que caiga en manos de alguien sin escrúpulos que le ponga su nombre y apellidos y lo publique, dejándonos con tres palmos de narices. Las editoriales no suelen ofrecer este peligro, pero sí ciertos medios de comunicación como algunas revistas y magazines radiofónicos o televisivos. Y no es fácil arremeter contra el plagiarlo cuando la obra está sin registrar.

Para registrar un trabajo hay que hacer lo siguiente:

1. Preparar una copia que incluya todos los elementos de la obra: autor, título, índice, textos, imágenes, etc.
2. El texto debe estar mecanografiado y encuadernado o cosido.

3. Las páginas deben ir numeradas.
4. La primera página debe mostrar el título de la obra, aunque sea provisional.
5. En la primera página debe constar también el nombre del autor o autores.
6. El autor o autores deberán firmar la primera y última páginas de la obra a registrar.
7. Es preciso rellenar un impreso que facilita la oficina del Registro, con los datos del autor o autores: nombre, nacionalidad, domicilio. En caso de obras colectivas o divulgadas mediante seudónimo, signo o de forma anónima, deberá indicarse además el nombre o denominación de la persona física o jurídica a la que corresponda el ejercicio de los derechos de propiedad intelectual.
8. Hay que acompañar el original y una fotocopia del DNI de cada autor.
9. En el impreso se indicará si la obra ha sido o no divulgada. En caso afirmativo, hay que indicar la fecha y lugar de la publicación.
10. Hay que pagar una pequeña tasa en un banco próximo al Registro. El trámite del pago se lleva a cabo después de presentar la obra a registrar en la ventanilla correspondiente. Después de pagar la tasa, hay que volver al Registro con el justificante del pago, para finalizar el trámite. La cuantía de la tasa puede depender de la legislación de cada comunidad autónoma o de la Ley de Precios y Tasas Públicos.

El Registro de la Propiedad Intelectual de Madrid está en:

Alcalá nº 31  
28014 (Madrid)  
Telef.: 917.208.243  
Fax: 917.208.256

Y el de Barcelona, en:

Muntaner, 221  
08036 Barcelona  
Telef.: 93 363 28 75  
Fax: 93 363 28 79

Para averiguar la dirección de la oficina del Registro de la Propiedad Intelectual de tu ciudad, puedes hacer lo siguiente:



1. Accede a la página del Registro, en el Ministerio de Educación, Cultura y Deporte, en [http://www.mcu.es/Propiedad\\_Intelectual/indice.htm](http://www.mcu.es/Propiedad_Intelectual/indice.htm).
2. Haz clic en el enlace **Direcciones de interés**.
3. Haz clic en **Registros territoriales**.



4. Haz clic en tu comunidad autónoma para localizar la dirección del Registro en tu ciudad.



Una vez registrado tu trabajo, ya puedes empezar a venderlo a la mejor editorial. Luego veremos cómo y dónde.

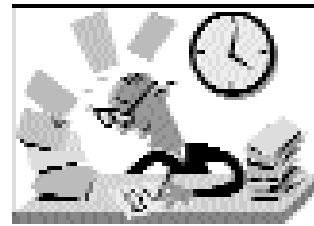
## EL PROYECTO

Un proyecto es una obra que todavía no se ha escrito. El proyecto es lo mejor que podemos hacer para colocar el libro antes de desarrollarlo y no trabajar en balde. Hay muchas maneras de elaborar un proyecto, pero siempre conviene elegir la que mejor refleje las características de la obra que queremos ofrecer y siempre de la manera que mejor se ajuste a las expectativas de la editorial.

Según el tipo de proyecto, puede contener los siguientes epígrafes:

- Autor.
- Título.

- Objetivo.
- Alcance.
- Metodología.
- Público objeto.
- Estructura.
- Soporte y formato.
- Contenido.
- Índice.



## Autor

Nombre del autor o autores de la obra. No hay que decir nada más, porque para eso acompañaremos los currícula vitae. Aquí basta el nombre para que la editorial no se lie con los muchos proyectos que tendrá entre manos y sepa identificar el tuyo.

## Título

Suele ser buena idea especificar: Título provisional, porque ya sabemos que el título suele ser lo último que se define, a menos que hayamos tenido una idea brillante y luminosa y el título vaya por delante. También es buena idea proponer más de un título para ayudar a la editorial a la hora de elegir.

## Objetivo

El objetivo del libro es lo que pretende conseguir. Definir o explicar un asunto o un proceso, dar soluciones a algún problema, ofrecer información útil o contenidos que se pueden aplicar a una actividad o trabajo, enseñar algo.

Ejemplo: en un proyecto presentado para desarrollar un libro de divulgación sobre genética, el epígrafe Objetivo indicaba lo siguiente:

“Hay un sector amplio de público sensibilizado por los avances de la genética y la genómica. Los medios difunden información confusa sobre clo-



nación, manipulación genética, empleo de células embrionarias, mapas genéticos y comercialización de información humana. El libro ofrecerá información rigurosa sobre los descubrimientos científicos en materia de genética, en un lenguaje sencillo y asequible.”

## Alcance

Hasta dónde queremos llegar. Ámbito de publicación. Divulgación, análisis, autoayuda, información o ayuda para un sector o colectivo determinado, difusión de conocimientos.

## Metodología

Metodología seguida para la realización de la obra. Por ejemplo, investigación técnica, bibliográfica, histórica, de laboratorio, etc.

## Público objeto

Sector del público al que interesa la obra propuesta. Puede ser un sector restringido o amplio. Por ejemplo, estudiantes de una materia o carrera determinada, usuarios de una herramienta, curiosos de un tema, personas con determinada formación, niños, etc.

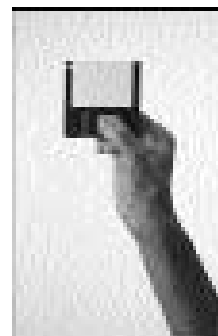
## Estructura

Número aproximado de páginas, capítulos, partes, epígrafes, divisiones, organización en general. Tablas, imágenes, mapas, herramientas de acompañamiento, etc. Puede haber índices temáticos, apéndices, vocabularios, siglarios, guías, direcciones útiles, etc.

## Soporte y formato

Es interesante indicar el soporte y formato de los textos pero, sobre todo, el soporte y formato de las imágenes gráficas, planos, mapas, fórmulas, dibujos, ejercicios, etc. A las editoriales les gusta saber que pueden contar con ilustraciones en alta resolución y que no tendrán que complicarse después la vida buscando fotografías o pidiendo permiso para publicar las que nosotros localicemos.

También se puede incluir aquí el formato futuro de la obra, que puede ser papel, electrónico, en línea, etc. Y, si es papel, podría tratarse de un libro de bolsillo, de una guía encuadernada en espiral o con planos que se pueden doblar, etc. Puede contener locuciones o producirse en otros idiomas.



## Contenido

El contenido de la obra es el tema del que trata, sus aspectos, sus facetas o sus características. Es el contenido de los capítulos, divisiones, apéndices, etc. que hemos indicado en el epígrafe Estructura.

## Índice

Es el índice provisional de la obra. Desarrollar el índice antes de escribir el libro es de gran utilidad. Por una parte, la editorial puede ver claramente de qué va nuestra propuesta. Por otra, cuando tengamos que escribirla, nos facilitará enormemente poder seguir los epígrafes y capítulos del índice. Por eso, cuanto más completo lo elaboremos, tanto mejor para ambas partes.

## Puntos de interés editorial

Algunas veces conviene convencer a la editorial de que nuestra oferta contiene varios puntos que son de su interés. Eso ya depende del alcance del libro y, sobre todo, de su mercado objeto. Si hay un público a quien el libro puede interesar, hay una editorial que puede publicarlo, pero a veces hay que hacérselo comprender.

Puntos de interés editorial pueden ser la comparación de nuestro proyecto con otras obras ya publicadas sobre el mismo asunto, pero destacando la nuestra por alguna característica importante que la hace especial. Por ejemplo, si estamos proponiendo



un manual para manejar una herramienta, nuestro proyecto podría distinguirse de los manuales ya publicados en que presenta aspectos que los demás no contemplan, en que está desarrollado en España y no traducido de otras lenguas, en que su lenguaje y sus gráficos son más claros y precisos que los demás o en que habla de aplicaciones de la herramienta que otros manuales no han descrito. Si estamos proponiendo un ensayo, podrían ser puntos de interés editorial el que sea controvertido, el que pueda llamar la atención de los medios de comunicación, el que haya organismos públicos o privados que pudieran interesarse en sus contenidos.

## Curriculum vitae

El curriculum del autor debe acompañar siempre la propuesta de su obra, de manera que la editorial pueda conocer su formación, su trayectoria y las publicaciones con las que cuenta.

Un curriculum laboral no es lo mismo que un curriculum literario, porque cada uno hace hincapié en un aspecto diferente de la experiencia y de la formación del titular. Un curriculum literario podría contener los siguientes epígrafes:

- **Datos personales.** Los datos personales sirven para que la editorial pueda localizar fácilmente al autor. Quizá lo más importante sea la información de contacto.
- **Formación.** No hace falta tener formación literaria para escribir un libro. Pero es importante que la editorial conozca la formación del autor, porque, a veces, uno va a por uvas y vuelve con higos. Una editorial puede no interesarse por el proyecto que le estamos presentando, pero fijarse en un detalle de la formación del escritor y pedirle que le prepare un proyecto sobre un tema diferente, que en esos momentos le interesa. Es una buena forma de meter la cabeza en una editorial. Una vez ofrecí un ensayo a una editorial. En aquellos momentos, esa editorial resultó estar buscando a alguien que le escribiera un manual sobre Internet y como en mi curriculum aparecían algunos libros publicados sobre la Red, me pidió que escribiera el manual. Así pude publicar dos libros en vez de uno.
- **Historial laboral/profesional.** La trayectoria profesional también cuenta a la hora de presentar un proyecto. Obviamente, ahí está la experiencia.

- **Historial literario.** Aquí se pueden incluir los premios, menciones o galardones recibidos por nuestras incursiones en el campo de la literatura. Podemos detallar las revistas o periódicos en los que colaboremos y otra información de interés.
- **Publicaciones.** Si publicamos libros de diferentes estilos, es buena idea separar los títulos por epígrafes: científicos, técnicos, académicos, novelas, teatro, poesía, guiones, etc. Y, puestos a detallar, no viene mal añadir las obras que están en preparación incluyendo, si ya la tenemos, la editorial que las ha de publicar y la fecha aproximada.
- **Recursos.** Si se trata de un proyecto técnico o científico, no viene mal detallar los recursos tecnológicos con los que cuenta el autor, como el modelo de ordenador, impresora, escáner, cámara, plotter, etc., así como los programas para capturar pantallas, trazar imágenes, diseñar, manipular fotografías, etc.



## Capítulo de muestra

Si tienes oportunidad y quieres deslumbrar a los editores, prepara un capítulo de muestra. No es necesario que escribas un capítulo completo, sino que puede ser la introducción, un capítulo corto o parte de un capítulo largo. Un texto que permita al editor ver cómo te expresas, qué lenguaje utilizas y cómo manejas tus recursos lingüísticos.

Como ya has indicado en el proyecto si se trata de un libro para profesionales, para estudiantes, para divulgación, para gente formada o sin formar, etc., es obvio que el lenguaje utilizado en este capítulo de muestra ha de concordar con el lector objeto al que vas a dirigir tu obra.

## Lenguaje

Si vas a escribir para “gente de a pie”, explícalo todo, no des por sabidas cosas y no creas que el lector va a entender lo que tú entiendes.



Si vas a escribir para profesionales o estudiantes del ramo, no te digo nada.

Si vas a escribir para no profesionales del ramo, pero profesionales de alto nivel, explica y detalla lo que atañe al tema que estás exponiendo en tu obra pero no olvides elevar el nivel de tu escrito con menciones, citas, anécdotas o datos enriquecedores. Un lector de nivel alto, aunque lea un manual descriptivo, gustará de comprobar que el autor no ha olvidado su elevada cultura. Un lector de nivel bajo se conformará con que el manual sea fácil de entender y las instrucciones sean sencillas.

Supón que quieres escribir un libro técnico que describa las características y bondades de un programa informático desarrollado para abogados. Tú no eres abogado, sino informático y buscas un lenguaje adecuado para tu obra.

Cuando describas el programa, sus usos y sus prestaciones, debes hacerlo con todo detalle y con la precaución de saber que los lectores no entienden ni una palabra de ese programa, ni siquiera de informática. Explica las cosas paso a paso y no des nada por sabido. Ni siquiera las direcciones web que quieras incluir de recursos existentes en Internet para abogados. Ponlo todo, más vale que sobre que no que falte.

Pero, cuando no estés describiendo el programa sino aportando información de otro tipo, es evidente que no puedes demostrar a los abogados lo mucho que sabes de legislación y hacer un alarde de conocimientos jurídicos, porque ellos saben mucho más que tú y quedarías a la altura del betún. Es mucho mejor que no te metas en camisa de once varas y que te apartes en lo posible de las descripciones jurídicas. Pero, para elevar el nivel del libro, busca la manera de insertar alguna cita interesante, alguna referencia o anécdota que le dé un toque de distinción cultural. Puedes alardear de saber historia, filosofía, arte, literatura, cualquier cosa menos jurisprudencia.

---

## **EL LIBRO TERMINADO**

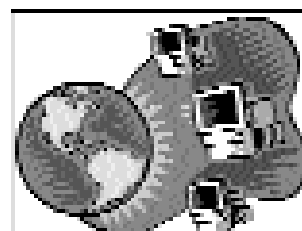
Publicar un libro terminado requiere un proceso similar al de vender un proyecto, sólo que, como ya está escrito, hay que localizar una colección o una línea editorial a la que se ajuste más o menos.

Hay varias maneras de publicar un libro terminado. Las conocemos de sobra:

- Publicarlo en Internet. Los e-books proliferan más cada día y muchos autores distribuyen y/o venden sus obras en formato electrónico.
- Publicarlo en papel como autor-editor. Existen empresas de servicios editoriales que ofrecen a los autores la posibilidad de publicar sus libros a buen precio. La empresa pone a disposición del autor sus recursos de distribución y venta, que no es poco si funcionan bien, o el autor se las apaña para distribuir y vender por su cuenta. Hay mucha gente dada de alta en el Gremio de Editores con la modalidad de autor editor
- Publicarlo en formato de papel y a través de una editorial que lo financie, lo edite, lo distribuya y lo venda. Eso es lo que perseguimos desde el principio del artículo.

## **Publicar en Internet**

Existen numerosas herramientas para publicar textos en Internet, pero lo que nos interesa ahora es publicarlos y venderlos. Publicarlos y venderlos a través de un profesional de la edición, no a través de nuestra propia página web.



Publicar en Internet tiene sus ventajas:

- Es barato. No hay más que escribir, dibujar y publicar. No hay gastos de edición, encuadernación, distribución, etc. Y no se lleva uno el disgusto de las devoluciones, como sucede a veces con los libros de papel, que, después de cobrar los derechos de autor, tenemos que restar las cifras negativas de los libros devueltos.
- La distribución es inmediata. No hay que contar con distribuidores que retiren los libros del almacén y los lleven a las librerías. La distribución de libros electrónicos a través de Internet es instantánea, porque el libro se descarga





inmediatamente desde el servidor de la editorial en línea al buzón de correo electrónico del lector.

- No es necesario disponer de almacenes. Los e-books se almacenan en un disco interno o externo, fijo o móvil, en los que caben grandes cantidades de textos. Solamente empiezan a ocupar espacios importantes cuando incorporan imágenes gráficas, animaciones o formatos multimedia. Pero estos se pueden enlazar mediante vínculos situados en la página correspondiente, no es necesario que estén incluidos en el libro. Además, se pueden aprovechar dibujos o animaciones de otros servidores, que se encuentren en bases de datos externas a nuestra editorial y a nuestro libro.
- La distribución es para siempre. No hay segundas ediciones ni ejemplares agotados.
- Puedes vender un libro por partes o varias partes de varios libros que formen un conjunto, por ejemplo, de apuntes. Estas agrupaciones de textos procedentes de distintos libros electrónicos se llaman "epacks". Claro que pueden hacer subir tus ventas de textos pero descender tus ventas de ejemplares completos.

El inconveniente más obvio es la posibilidad de copiar los libros electrónicos y enviarlos de un ordenador a otro sin pagar un céntimo al autor ni a la editorial. Pero para eso se han desarrollado herramientas como Microsoft Reader, que presenta al lector una interfaz mucho más cómoda de lo que cabe esperar de una pantalla de ordenador. Además, permite codificar el texto y emplear técnicas de autenticación y certificación digital, para evitar el pirateo.

Microsoft Reader emplea tecnología Clear Type que presenta al lector el texto con una nitidez muy superior a la de la pantalla normal del ordenador y, además, le permite modificar el tamaño y tipo de letra para mejor visualización.

Si te interesa conocer las ventajas de Microsoft Reader, encontrarás información en las direcciones siguientes y podrás descargar el programa. En realidad, podrás descargar el lector gratuitamente, porque el editor cuesta dinero:

<http://www.microsoft.com/reader/es>

[http://www.microsoft.com/spain/enterprise/perspectivas/numero\\_6/n\\_6\\_ebooks.asp](http://www.microsoft.com/spain/enterprise/perspectivas/numero_6/n_6_ebooks.asp)



Encontrarás un tutorial completo en español sobre la creación de e-books en la dirección siguiente:

[http://www.microsoft.com/reader/es/tools/make\\_how.asp](http://www.microsoft.com/reader/es/tools/make_how.asp)

También puedes utilizar el editor de textos Word 2000 o 2002 y convertir los textos al formato Microsoft Reader. Encontrarás conversores en las direcciones siguientes:

<http://www.microsoft.com/reader/info/self-publish.htm>

<http://www.readerworks.com>

Anota algunas direcciones en las que te puedes informar sobre las ventajas e inconvenientes de publicar libros electrónicos:

<http://www.adhocnet.com/serv/ebooks.htm>

[http://www.imarketing.es/pdf/ebooks\\_futuro.pdf](http://www.imarketing.es/pdf/ebooks_futuro.pdf)

<http://proyecto-e-book.zonadesign.com.ar/7/2.html>

<http://www.laformacion.com>

<http://www.librosenred.com/comoedito.asp>

<http://www.novedadesenred.com/v2/pages/autor.asp?AutorID=55>

<http://www.red21.com>

En cuanto a editoriales dispuestas a publicar tus libros electrónicos, apúntate las siguientes direcciones:

<http://www.autorlector.com>

<http://www.ciberautores.com>

<http://www.ebooks.com>

<http://www.edicioneseleos.com>

<http://www.lasbibliotecas.net>



<http://www.libronauta.com>

[http://www.librosenred.com/registro\\_autor.asp](http://www.librosenred.com/registro_autor.asp)

<http://www.santuarios.com/Editores/index.html>

<http://www.veintinueve.com>

<http://boletineselectronicos.com/ad103/ler1.htm>

<http://www.elaleph.com>

<http://www.e-libro.net/trabaje/autor.asp>

[http://www.libronauta.com/au\\_servicios.asp](http://www.libronauta.com/au_servicios.asp)

<http://www.librosenred.com/pod.asp>

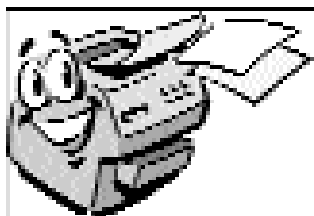
## Publicarlo en papel como autor-editor

Hay autores que publican sus propios libros y los venden por sí mismos. A veces no es difícil conseguir que las universidades extranjeras adquieran nuestros libros, si sabemos enviarles a tiempo el catálogo de nuestra obra. El problema es ocuparse de la logística, que es una parte compleja, costosa y que consume mucho tiempo.

Para eso hay editoriales que aceptan publicar los trabajos de autores financiados por ellos mismos. El autor acepta el presupuesto y la editorial se compromete a publicar un número de ejemplares, distribuirlos en las ciudades más importantes y cobrar su importe a los librerías y distribuidores.

También se pueden localizar editoriales dispuestas a publicar trabajos a escote. Es decir, se establece un presupuesto para el coste de la edición y la editorial y el autor firman un contrato según el cual cada uno paga un porcentaje de ese coste.

Otra fórmula que puedes encontrar es la llamada "print on demand", conocida como POD en el argot del sector, según la cual, la editorial publica el libro en formato electrónico, pero imprime los ejemplares que se soliciten. La impresión tiene buena calidad, con portada, imágenes y encuadernación esmeradas. El hecho de imprimir sólo los ejemplares pedidos evita que se acumulen en almacén y reduce los costes de los ejemplares no vendidos. Luego se venden a través de distribuidoras especializadas y de librerías en línea que venden libros en formato de papel, como la célebre Amazon.



Puedes informarte en las direcciones siguientes:

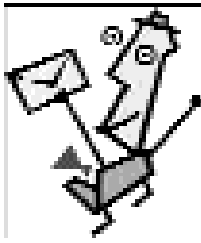
## Publicarlo al estilo tradicional

Supongamos que ya está el libro terminado y que queremos publicarlo sin que nos cueste un céntimo. Lo que queremos es que una editorial se ocupe de todo. Que lo imprima, lo encuadernar, lo distribuya y lo venda. Y que nos pague un porcentaje por nuestros derechos de autor. Es decir, como se ha hecho toda la vida.

Hace algún tiempo escribí un libro de historia para una editorial de Barcelona, que me envió el contrato con todas las de la ley. Cuando ya había terminado el libro, la editorial tuvo que cerrar por motivos que no vienen al caso y mi contrato se convirtió en papel mojado. Al final, el libro contratado a priori se convirtió en un libro sin contrato, de esos que escribimos cuando nos place y porque nos place, y que luego nos cuesta a veces mucho publicar en condiciones.

Intentar publicar un libro al estilo tradicional supone las siguientes acciones:

- Imprimirlo.
- Hacer varias copias.
- Encuadernarlas.
- Imprimir el curriculum.
- Hacer varias copias.
- Preparar varios sobres.
- Escribir una carta tipo adjuntando el manuscrito.
- Hacerse con una lista de editoriales.
- Poner en marcha un programa de combinación de correspondencia o "mailing" para imprimir las cartas dirigidas a las distintas editoriales.
- Imprimir etiquetas para los sobres con las direcciones de las editoriales.
- Ensobrar un ejemplar, una carta y un curriculum para cada editorial.
- Pegar la etiqueta con la dirección y el sello de Correos.
- Llevar los sobres a Correos.



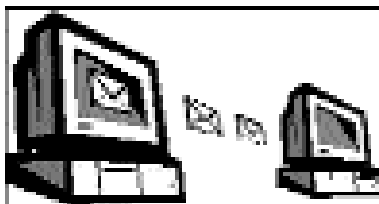
Las direcciones de las editoriales se consiguen, como siempre, consultando la Guía de Editores de España, publicada por la Federación de Gremios de Editores, que puede solicitarse en la Librería-Editorial Ítaca llamando al teléfono 902 25 35 40.

La Guía incluye el nombre social de cada editorial, su logotipo, las personas responsables de la empresa, la dirección postal, teléfono, fax, correo y página en Internet, las líneas editoriales de cada empresa editorial, los idiomas en los que edita, el número de libros publicados, etc.

La Federación de Gremios de Editores se halla en la calle Cía Bermúdez, nº 44, 2º derecha, en Madrid. Teléfono 91 5345195.

Éste es el proceso tradicional, el de toda la vida. Pero tiene algunos inconvenientes, al menos para mí, porque, para empezar, imprimir un libro y un montón de cartas, supone disponer de una impresora en condiciones que no se quede sin papel o sin tinta a mitad del trabajo; luego hay que encuadernar o llevar a encuadernar los ejemplares, lo cual, junto con el coste del envío, suma una cifra nada despreciable. Y todo ello para saber que sólo unas cuantas editoriales van a considerar nuestra obra.

Así que, lo mejor es utilizar las tecnologías de la información que para eso están. Por ejemplo, el correo electrónico y las páginas web de las editoriales.



## El paquete de ventas

Esta vez no vamos a gastarnos el dinero en papeles, sino que vamos a enviar los documentos en for-

mato electrónico a través de Internet. Imprimiremos y encuadernaremos el trabajo para las editoriales que deseen leer el manuscrito. A tiro hecho y con todo cuidado. Porque ahora no vamos a tirar con perdigones, como en la venta al estilo tradicional. Ahora vamos a tirar con bala, que es más certero aunque hay que afinar la puntería.

Así que conviene preparar una carpeta en el ordenador que contenga todos los documentos electrónicos necesarios:

- Una sinopsis del libro.
- El índice.
- Un par de páginas.
- Una biografía del autor.
- Un documento que describa lo mismo que vimos para el proyecto: Objetivo, alcance, público objeto, etc. Sólo que aquí vamos a añadir algo que no incluimos en la venta del proyecto: la colección a la que el libro va dirigida. Este documento puede incluirse en la sinopsis para que no haya demasiados elementos.
- Si tenemos una imagen interesante, podemos escanearla e incluirla en el paquete de ventas.

### *Sinopsis e índice*

La sinopsis o resumen, junto con el índice, permitirán a la editorial captar de un vistazo el contenido de la obra. Una de las editoriales a las que envié esta información para el libro antes citado, me respondió que deseaba leer el manuscrito completo, porque “el índice y el resumen les habían parecido suculentos”.

### *Un par de páginas*

Un par de páginas, mejor aún si son las dos primeras, dan idea al editor de nuestro excelente estilo y dominio del idioma. En el capítulo anterior hemos hablado de enviar parte de un capítulo o la introducción, pero veremos más adelante un servicio de Internet que permite presentar nuestros trabajos a diversas editoriales y que exige enviar las dos primeras páginas. Así que es mejor tenerlas preparadas de antemano.

### *Una biografía del autor*

Además del curriculum vitae, podemos redactar una brevísima biografía que destaque las obras que



hemos publicado y hechos significativos relacionados con el mundo literario. Servirá como presentación y la editorial podrá incluirla en la contraportada del libro. Además, nos será útil para el servicio citado en el epígrafe anterior.

### Un documento descriptivo

El documento descriptivo es similar al del proyecto y se puede incluir en la sinopsis. Debe contener los epígrafes siguientes:

- Objetivo.
- Alcance.
- Metodología.
- Público objeto.
- Estructura.
- Soporte y formato.
- Colección.

### La colección

Además de los datos anteriores, que coinciden con los del proyecto, el documento puede incluir la colección concreta de la editorial a la que va destinado el libro. Eso supone un trabajo extra de búsqueda y la redacción de un documento distinto para cada editorial, pero ya hemos quedado en que ahora disparamos con bala y no con perdigones. Más adelante veremos cómo localizar la colección y utilizarla en la venta.

## En busca de editorial

Ahora vamos a buscar la información necesaria a través de Internet. La lista de todas las editoriales de España se encuentra en una página de la Biblioteca Nacional, en la dirección siguiente:

<http://www.bne.es/esp/editesp.htm>

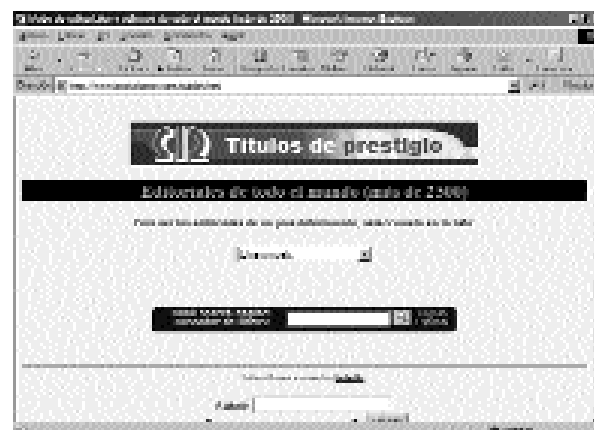
Las editoriales aparecen por orden alfabético, en enlaces que podemos pulsar y que nos conducen directamente a la página web de la editorial. Una información muy valiosa que merece tener en cuenta.

También podemos localizar editoriales de todo el mundo en la dirección siguiente:

<http://www.booksfactory.com/publish.html>

La página está en español y tiene una lista desplegable en la que se puede seleccionar el país deseado, lo

cual nos remite a una larga lista de las editoriales del país seleccionado. Suelen aparecer las editoriales cuyo nombre empieza por la letra A, pero existe una nueva lista desplegable en la que se puede seleccionar otra inicial, para acceder a las editoriales cuyo nombre comience por esa otra letra. El enlace **Volver a la página principal de editoriales**, situado en la parte superior, permite iniciar una nueva búsqueda por países.



## La guía de Editores de España

La Guía de Editores de España en formato electrónico se encuentra en la dirección siguiente:

<http://www.guia-editores.org>

### Servicios de promoción

La Guía de Editores de España ofrece un servicio que puede resultar muy interesante. Consiste en recopilar información de las obras que los autores desean publicar y ofrecerla a las editoriales. Las editoriales pueden solicitar más información sobre la obra ofrecida, pidiéndola a través de este mismo servicio, que la remite al autor.

De esta manera, la Guía de Editores confecciona una base de datos de autores y de obras que se encuentra siempre a la disposición de las editoriales. Este servicio tiene un coste de 25 euros por inscripción de obra y da derecho a lo siguiente:

- Incluir la obra durante un año en la modalidad, estilo y tema que el autor decida.
- Crear una página web del autor con las dos primeras páginas del texto ofrecido. Las que hemos mencionado anteriormente en el epígrafe Un par de páginas.




- Verificar la identidad de la editorial o agente que solicita más datos de la obra.
- Poner en contacto al autor con la editorial o agente literario.

Para utilizarlo, hay que hacer lo siguiente:

1. Haz clic en la pestaña o enlace **Promoción**.
2. Para leer toda la información sobre este servicio, hacer clic en el primer enlace **aquí**.
3. Para inscribir una obra, hacer clic en el tercer enlace **aquí**. En la figura siguiente aparece la mano pulsando este enlace.

ESPACIO DE PROMOCIÓN

- Para obtener más información sobre el contenido o el precio de este servicio pulsar **aquí**.
- Para un control o eliminar, agente o miembro, presionar alguno de los botones de la barra de herramientas de la barra superior de la página de inicio.
- Para inscribir un libro de nuevo, hacer clic en el espacio pulsar 

Éste es el enlace para inscribir una obra.

4. Rellenar los datos del formulario de tramitación. Es imprescindible incluir la dirección de correo electrónico para que el servicio pueda ponerse en contacto con el autor.
5. Es necesario rellenar los datos personales y los datos de la obra. Hay una extensa lista de materias en la que seleccionar la casilla de verificación correspondiente a la materia objeto del libro inscrito.
6. Al final de la lista, hay un cuadro de texto que permite describir la materia de la obra inscrita si no se puede encuadrar en ninguna de las anteriores.
7. Después hay cuadros de texto para insertar la biografía del autor, el índice y la sinopsis de la obra. Como ya los tenemos preparados del epígrafe anterior, sólo hay que copiar y pegar.
8. Se puede solicitar una revisión de los textos por un pago adicional de 18 euros.
9. Después hay un cuadro de texto para insertar las dos primeras páginas del libro, que también podemos copiar y pegar.

10. A continuación hay que dar los datos de la tarjeta de crédito o enviar el importe del servicio por giro postal.
11. Al terminar, hay que hacer clic en el botón **Enviar**, para proceder a la transmisión del formulario.

Búsqueda de editorial

Otra forma de localizar una editorial a través de la Guía es utilizar los directorios. Al hacer clic en la pestaña o enlace **Directorios**, se accede a una página que ofrece cuatro enlaces importantes:

1. Páginas web de editoriales de España por orden alfabético.
2. Páginas web de editoriales de España por especialidad.
3. Páginas web de todas las editoriales de España.
4. Búsqueda de editoriales de España por datos de contacto (dirección, teléfono...)

Búsqueda de páginas web - directorios de editoriales de España (Por especialidad).

- El primer y tercer enlaces nos llevan a la lista de editoriales por orden alfabético, igual que las páginas de la Biblioteca Nacional que vimos anteriormente.
  - El cuarto enlace nos permite buscar editoriales de determinada provincia o ciudad o editoriales por tipo de editor. Ahí podemos localizar los autores-editores que hemos mencionado antes.
  - El segundo enlace es el que ahora nos interesa. Después de acceder, hay que hacer lo siguiente:
1. Encontraremos una lista desplegable con las distintas especialidades que publican las editoriales. Mi libro era un ensayo sobre la historia de la Iglesia Católica, así que las especialidades adecuadas eran dos: Religión o Historia.





2. Después de seleccionar la especialidad, hay que hacer clic en el botón **Ver**.
3. Aparece la lista de editoriales que publican la especialidad elegida, en este caso, Historia.
4. Al hacer clic en el nombre de una editorial, se accede a su página web.
5. Una vez en la página, hay dos datos que nos interesan especialmente:
  - Colecciones.



- Dirección de correo electrónico. A veces aparece bajo un enlace que se llama **Contacte con nosotros**.



6. Si indagamos en las colecciones de la editorial, podemos encontrarnos con la grata sorpresa de que hay una que se ajusta como un guante a nuestro libro. También puede suceder que se ajuste más o menos, pero que sirva a nuestro propósito de ofrecer el libro a la editorial para una colección concreta. Es un punto importante.



7. Ya sólo nos queda completar el texto que dejamos pendiente en el epígrafe El paquete de ventas. Por ejemplo, esto es lo que incluí en el documento que acompañaba mi ensayo histórico sobre la Iglesia, al enviarlo a una editorial: “Colección: El libro podría destinarse a la colección Cronos, en Biblioteca de Nuestro Mundo, ya que se trata de un ensayo histórico que promueve la curiosidad y la reflexión sobre una entidad tan importante para la sociedad occidental como es la Iglesia Católica.”
8. Una vez completo el paquete de ventas, sólo queda enviarlo. Como ya hemos localizado la dirección de correo electrónico de la editorial, al hacer clic en el enlace, se pondrá en marcha nuestro programa de correo con la dirección de la editorial en el campo **Para**.
9. Escribir el mensaje ofreciendo y adjuntando la información de nuestro paquete de ventas y señalando que, caso de interesarse en su publicación, les enviaremos el manuscrito por correo postal.

## CONTACTO DIRECTO

Otra forma de publicar nuestros libros es entrar en contacto directo con los editores, para lo cual podemos aprovechar alguno de los eventos profesionales que se celebran en torno al libro. Uno de los más adecuados es Liber, la feria profesional del libro que se celebra cada año alternando Madrid y Barcelona o bien las Ferias Internacionales que se celebran cada año. Encontraremos la información pertinente en la página web de la Federación del Gremio de Editores, en:

<http://www.federacioneditores.org>

La página inicial de la Federación nos proporciona información útil relativa al sector del libro. Para acceder a la información deseada, basta hacer clic en el enlace correspondiente de la zona izquierda de la página.

En ella encontraremos los datos de ferias y eventos que podemos visitar para ponernos en contacto personal con las editoriales a las que les puede interesar nuestra producción. En las ferias profesionales los editores no acuden a vender libros, sino a entrar



en contacto con profesionales del sector para traducir, distribuir, representar o publicar.

Y ahí está nuestro papel de autores, en visitar las ferias y charlar con los editores. Muchos de ellos pasan horas y horas aburridos en espera de una visita interesante, que bien puede ser la nuestra.

