

Cómo hacer de los libros tu vida

Una guía para entender la industria editorial





¿Quieres aprender más sobre la industria editorial?

Has llegado al lugar indicado. El proceso de publicación de libros ha sido históricamente complejo y difícil de entender. Para fomentar una comunidad más diversa de autores y abrir más oportunidades dentro del mundo editorial, hemos creado esta guía que simplifica el proceso y proporciona recursos útiles para comprender cómo funciona la publicación de libros. Aquí aprenderás sobre el proceso detallado por el cual una historia pasa de la imaginación del autor a los estantes de librerías en todo el mundo.

¿Qué es una casa editorial?

Las editoriales son empresas encargadas de seleccionar, editar, producir, promocionar y comercializar libros para su publicación.

En la actualidad, existen cinco grandes empresas comerciales que dominan el mercado editorial en Estados Unidos: Simon & Schuster, Penguin Random House, Macmillan, Hachette Book Group y HarperCollins, conocidas en la industria como “las cinco grandes”. Además de estas, existen numerosas editoriales independientes —también llamadas editoriales pequeñas o indie press— que operan fuera del control de los grandes conglomerados. Algunas compiten directamente con las grandes, mientras que otras se enfocan en nichos específicos como la poesía o la traducción.

A menudo, las grandes editoriales se dividen en subsidiarias llamadas sellos editoriales o imprints. Simon & Schuster, por ejemplo, se compone de múltiples sellos editoriales, cada uno con su propio equipo de expertos: editores, diseñadores, mercadólogos y publicistas.

Cada sello suele especializarse en ciertos géneros: algunos publican ficción literaria o ciencia ficción, otros se dedican a la no ficción, a la actualidad, a la gastronomía, o incluso a los audiolibros.

Sea cual sea la editorial para la que trabajes o vayas a trabajar, lo más importante es saber que estarás rodeado de expertos en su campo. Gracias a la investigación y la experiencia, los editores buscan constantemente libros que conecten con los lectores. En un mundo acelerado y lleno de distracciones, saben cómo generar entusiasmo por nuevas historias e ideas.

Sigue leyendo para recorrer el ciclo de vida de un libro, donde describiremos las diferentes oportunidades profesionales en cada fase y mostraremos cómo una idea se transforma en un libro.



Etapa 1: Los comienzos

El proceso editorial comienza con el área editorial. La función del editor es asegurar que el material escrito esté listo para su publicación. Esto implica leer, revisar y editar los manuscritos. Los editores también son el contacto principal de los autores, trabajan con ellos para mejorar su escritura y ayudan a que sus ideas se consoliden con éxito.

Antes de iniciar el proceso de edición, los editores reciben propuestas (ya sea un manuscrito completo o una propuesta con material de muestra y un esquema) del agente literario del autor, o bien comisionan libros directamente contactando a escritores para discutir proyectos aún no desarrollados. Leen numerosas propuestas para encontrar libros e ideas que les entusiasmen y que saben que también cautivarán a los lectores.

Cuando desean seguir adelante con una propuesta, la discuten con sus colegas, el director editorial y el editor responsable del sello. Este proceso implica evaluar el mérito de la obra, la visión del editor para mejorarla y un análisis de costos para determinar un pago adecuado para el autor.

Si el sello decide seguir adelante con el proyecto, el editor se reunirá con el autor y su agente para discutirlo y, posteriormente, presentará una oferta por el manuscrito. Si hay múltiples interesados, puede llevarse a cabo una subasta entre editoriales.

Una vez que la oferta es aceptada y el editor compra el libro, se redacta un contrato y el coordinador y la oficina editorial establecen un cronograma de trabajo.

El manuscrito terminado suele entregarse en un plazo de 12 a 18 meses para ficción o de 18 a 24 meses para no ficción. Durante ese período, el editor trabaja con el autor para desarrollar el manuscrito hasta llegar a una versión final. En ese proceso se realizan tanto ediciones de desarrollo, que garantizan la solidez narrativa, como ediciones de estilo, que se centran en la forma de narrar.

¿Qué trabajos corresponden a esta etapa del ciclo de vida de un libro?

Editorial

Editores: Los editores, con la ayuda de asistentes editoriales, mantienen su propia lista de títulos y sus responsabilidades incluyen encontrar nuevos autores, negociar con agentes y solicitar y adquirir manuscritos. Trabajan directamente con los autores en cada paso del proceso de publicación: editan el contenido, supervisan la corrección de estilo y la producción, y colaboran estrechamente con marketing y publicidad para promover el libro terminado.

Asistentes editoriales: Los asistentes apoyan a los editores: leen manuscritos; redactan informes de lectura; registran las propuestas recibidas; escriben y envían cartas de rechazo; y preparan materiales como el texto para la contraportada y la descripción para su venta.

en línea. También ayudan a solicitar elogios de otros autores para la contraportada y se comunican con autores, artistas y agentes literarios durante todo el proceso editorial. La comunicación, tanto con el autor como entre los departamentos internos, es una parte clave del proceso editorial y es única para este rol.

➤➤ **Posible camino profesional:** Asistente editorial (Editorial Assistant); Editor asistente (Assistant Editor); Editor asociado (Associate editor); Editor; Editor de mesa (Senior editor); Editor ejecutivo (Executive Editor); Director editorial (Editorial Director); Editor jefe (Editor in Chief); Editor responsable (Publisher).

Contratos

Este departamento redacta y negocia contratos con los autores, lo que implica conversaciones entre los representantes de los autores (agentes literarios y abogados) y los editores, incluido el Editor responsable (Publisher), quienes concretan los acuerdos en nombre de la empresa. Además, mantienen diversas bases de datos con información sobre los contratos, incluyendo los pagos que la empresa realiza a los autores; sirven como recurso para el resto de la empresa cuando surgen dudas sobre los derechos de los libros; y registran todos los libros en la Oficina de Derechos de Autor de Estados Unidos para garantizar la protección mundial de los derechos de autor.

➤➤ **Posible camino profesional:** Asociado de contratos (Contracts Associate); Gerente de contratos (Contracts Manager); Asistente legal (Paralegal); Asesor jurídico (Legal Counsel).

Derechos subsidiarios (Subderechos)

El departamento de subderechos se enfoca en encontrar fuentes de ingresos más allá de las ventas al por menor para cada libro del catálogo. Su función es vender los derechos de traducción de nuestros libros en todo el mundo. Además, gestionan licencias en mercados nacionales e internacionales para clubes de lectura, extractos en revistas, ediciones en audio, adaptaciones para televisión o cine, y más.

También tienen la oportunidad de viajar a conferencias internacionales en ciudades como Frankfurt, Londres, Bolonia y Guadalajara. Se reúnen con editores de todo el mundo para discutir qué libros se publican en el extranjero, así como las tendencias y oportunidades de negocio globales.

Un puesto en subderechos es una combinación de marketing, publicidad y ventas.

➤➤ **Posible camino profesional:** Asistente de subderechos (Subrights Assistant); Asociado de subderechos (Subrights Associate); Asistente de gerencia de subderechos (Subrights Assistant Manager); Director de subderechos (Subrights Director).

Oficina Editorial

La oficina editorial trabaja en estrecha colaboración con editorial, publicidad, marketing, ventas, producción y cadena de suministro. Ayudan a programar las fechas de publicación de

cada libro, equilibrando la temporada editorial en términos de géneros, temas y autores. Al mismo tiempo, coordinan y lideran presentaciones de ventas, hacen seguimiento de ventas y distribución, y más. Trabajar en la oficina editorial implica estar involucrado en todos los aspectos del proceso editorial, desde la adquisición hasta la puesta en venta y más allá.

➤➤ **Posible camino profesional:** Asistente de publicaciones (Publishing Assistant); Coordinador de publicaciones (Publishing Coordinator); Asociado de publicaciones (Publishing Associate); Gerente de publicaciones (Publishing Manager); Gerente senior de publicaciones (Senior Publishing Manager), y diversos puestos de alta dirección, incluido el de Editor responsable (Publisher).

Etapas 2: Cómo se convierte el manuscrito en un libro físico

Una vez que el manuscrito ha sido finalizado tras varias rondas de correcciones entre el editor y el autor, se programa su publicación. El editor entrega el manuscrito terminado al departamento de producción, donde, junto con el departamento de diseño, comienzan a planificar la creación del libro ya corregido y con diseño final.

La corrección de estilo/contenido (copyediting) toma aproximadamente ocho semanas y, durante ese tiempo, se crea el interior del libro. Además, muchos manuscritos de no ficción, y algunos de ficción, son revisados para detectar posibles riesgos legales.

En esta misma etapa, el departamento de arte comienza a trabajar en el diseño de la portada o de la solapa. Este proceso implica un intercambio de ideas entre el equipo de arte, el editor, el Editor responsable (Publisher) y, en muchos casos, el propio autor.

¿Qué trabajos forman parte de esta etapa del ciclo de vida de un libro?

Arte/diseño y producción

Diseñador de portadas: En colaboración con el editor y el Editor responsable (Publisher), los diseñadores y directores de arte crean conceptos visuales para portadas que reflejen el tono, la audiencia y la esencia de cada libro. Supervisan sesiones fotográficas, ilustraciones o diseños originales para las portadas. Trabajan en múltiples títulos a la vez, coordinados con los equipos editoriales de producción y corrección de estilo.

➤➤ **Posible camino profesional:** Asistente de diseño (Design Assistant); Diseñador junior (Junior Designer); Diseñador (Designer); Diseñador senior (Senior Designer); Subdirector de arte (Associate Art Director); Director de arte (Art Director).

Coordinador editorial (Managing Editorial): Este equipo es responsable de supervisar toda la producción del catálogo de un sello editorial, establece y monitorea el cronograma de

cada libro. Su trabajo abarca desde el manuscrito hasta el libro terminado, e implica resolver problemas que afectan a múltiples departamentos.

➤➤ **Posible camino profesional:** Asistente (Managing Editorial Assistant); Coordinador (Managing Editorial Cordinador); Coordinador editorial asistente (Assistant Managing Editor); Coordinador editorial asociado (Associate Managing Editor); Coordinador editorial (Managing Editor); Coordinador editorial senior (Senior Managing Editor); Subdirector (Associate Director); Director.

Editor Técnico: Los editores de producción, junto con correctores externos, revisan aspectos como estilo, gramática, ortografía, puntuación y consistencia. También verifican distintas versiones del libro, llamadas pruebas, y materiales promocionales.

➤➤ **Posible camino profesional:** Editor técnico asistente (Assistant Production Editor); Editor técnico (Production Editor); Editor técnico senior (Senior Production Editor); Subdirector (Associate Director); Director.

Realización Digital (Desktop Design): El personal de maquetación crea los interiores de los libros en InDesign, incorpora correcciones y prepara los archivos finales para impresión. Aunque colaboran principalmente con los departamentos de diseño y producción, también interactúan con otros departamentos según sea necesario.

➤➤ **Posible camino profesional:** Asistente de maquetación (Desktop Publishing Assistant); Asociado de maquetación (Desktop Publishing Associate); Diseñador de maquetación junior (Junior Desktop Designer); Subgerente (Associate Manager); Gerente (Manager); Subdirector (Associate Director); Director.

Diseño interior: A diferencia del diseño de portada, estos diseñadores se enfocan en todo el contenido interno del libro. Seleccionan fuentes y estilos, y distribuyen visualmente el contenido para facilitar la lectura. También diseñan elementos ilustrados y trabajan con libros fotográficos o con contenido visual.

➤➤ **Posible camino profesional:** Asistente de diseño (Design Assistant); Asociado de diseño (Associate Designer); Diseñador junior (Junior Designer); Diseñador (Designer); Diseñador senior (Senior Designer); Subdirector (Associate Director); Director.

Gestión de producción: Los gerentes de producción se encargan de todos los aspectos relacionados con la fabricación del libro, desde los costos de impresión hasta los materiales de encuadernación y los pedidos de producción final.

➤➤ **Posible camino profesional:** Asistente de producción (Production Assistant); Coordinador de producción (Production Coordinator); Asociado de producción (Production Associate); Supervisor de producción (Production Supervisor); Gerente de producción (Production Manager); Gerente senior de producción (Senior Production Manager); Subdirector (Associate Director); Director.

Etapas 3: Cómo generar entusiasmo antes del lanzamiento

Una vez que el manuscrito ha sido finalizado y se encuentra en proceso de producción, llega el momento de asegurarnos de que las personas escuchen hablar del libro y estén listas para comprarlo cuando salga a la venta. Aquí es donde entran en juego los equipos de publicidad, marketing, promoción publicitaria, derechos subsidiarios y ventas.

Para comenzar, los editores presentan sus libros en reuniones/juntas internas, destacando su contenido y lo que los hace especiales. A partir de ahí, los equipos de publicidad y marketing comienzan a elaborar sus campañas, generalmente con un año de anticipación a la fecha de publicación. El equipo de publicidad contacta a medios para obtener reseñas y reportajes, mientras que el equipo de marketing se conecta con librerías independientes e influenciadores en línea para generar entusiasmo.

Cada libro también se presenta al equipo de ventas de la editorial, que incluye representantes comerciales encargados de vender los libros a librerías en todo el país. Estos clientes incluyen librerías independientes, cadenas como Barnes & Noble y Books-A-Million, tiendas en aeropuertos, Amazon y minoristas como Target y Walmart.

¿Qué trabajos forman parte de esta etapa del ciclo de vida de un libro?

Publicidad y marketing

Publicidad: El departamento de publicidad se enfoca en obtener cobertura mediática para el libro y su autor, lo cual ayuda a impulsar las ventas mediante reseñas, entrevistas en radio y televisión, artículos y presencia digital. Los publicistas trabajan muy de cerca con autores, agentes y editores para diseñar campañas eficaces. Además de construir relaciones con medios, también asisten a ferias y conferencias, y postulan los libros a premios. Antes de la publicación, elaboran materiales como comunicados de prensa, cartas de presentación y preguntas frecuentes. También organizan giras de autores, firmas de libros y viajes.

>>Posible camino profesional: Asistente de publicidad (Publicity Assistant); Publicista asociado (Associate Publicist); Publicista (Publicist); Publicista senior (Senior Publicist); Director de publicidad (Publicity Director).

Marketing: Este equipo es clave para definir a qué público va dirigido un libro. Desarrollan estrategias para promocionar cada título y proveen al equipo de ventas con herramientas para persuadir a los libreros de que pidan ejemplares. Colaboran con los editores y publicistas para realizar envíos dirigidos a librerías, bibliotecas y comunidades académicas, y hacen alianzas con organizaciones e influenciadores en línea. También ayudan a crear campañas

personalizadas y trabajan directamente con autores y agentes para mantener el entusiasmo por el libro.

➤➤ **Posible camino profesional:** Asistente de marketing (Marketing Assistant); Coordinador de marketing (Marketing Coordinator); Gerente asociado de marketing (Associate Marketing Manager); Gerente de marketing (Marketing Manager); Gerente senior de marketing (Senior Marketing Manager); Director de marketing (Marketing Director).

Publicidad (Advertising) y promociones: Este departamento se encarga de planificar la campaña publicitaria del libro, incluyendo la compra de espacios publicitarios en medios impresos, digitales, transporte público, etc. Redactan y diseñan materiales promocionales como afiches y señalización para librerías, y contenido para prensa, radio o redes sociales.

➤➤ **Posible camino profesional:** Coordinador de promociones (Promotion Coordinator); Redactor publicitario (Ad/promo Copywriter); Redactor de textos para portadas (Cover Copywriter); Coordinador de publicidad (Advertising Coordinator); Gerente de publicidad (Advertising Manager); Gerente de promociones (Promotion Manager); Gerente de producción (Production Manager); Subdirector de publicidad y promociones (Associate Director of Advertising and Promotion); Director.

Ventas: Los representantes de ventas son el puente entre la editorial y los puntos de venta. Su trabajo es entusiasmar a los libreros con cada nuevo título. Venden a empresas minoristas y mayoristas y gestionan las relaciones con librerías físicas y virtuales en todo el mundo. Se aseguran de que los libros estén disponibles en supermercados, centros comerciales, librerías independientes, clubes de almacenes, catálogos, aeropuertos y más.

➤➤ **Posible camino profesional:** Asistente de ventas (Sales Assistant); Asociado de ventas (Sales Associate); Coordinador de ventas (Sales Coordinator); Gerente de ventas (Sales Manager); Director de ventas (Sales Director).



Etapla 4: Publicación del libro terminado

Ahora que los medios, los minoristas y los lectores están esperando con entusiasmo el lanzamiento, ¡es hora de publicar el libro!

Para este punto, los editores ya han contactado a otros autores para obtener elogios anticipados (blurbs), los cuales, junto con la sinopsis redactada por el editor, se incluyen en la solapa del libro, que pasa por una última revisión de arte y producción.

Las páginas finales se envían a la imprenta y, aproximadamente ocho semanas después, los libros comienzan a llegar a las tiendas y distribuidores. En este momento, también empiezan a aparecer las reseñas y reportajes obtenidos por el equipo de prensa, y se lanza la campaña publicitaria.

Llega entonces el día de publicación y, gracias al esfuerzo colectivo de todos los equipos involucrados, el libro finalmente llega a las estanterías de librerías físicas y digitales. Nuestra misión es llevar las historias e ideas que publicamos a la mayor cantidad posible de lectores, a través de librerías, sitios web, bibliotecas y mucho más, porque creemos que los libros pueden cambiar vidas.

Glosario

¡El mundo editorial está lleno de jerga! Aquí tienes definiciones clave:

Subasta (Auction): Competencia entre editoriales para adquirir los derechos de publicación de un libro.

Blurb (Elogios): Breve descripción promocional del libro, generalmente incluida en la contraportada. Su objetivo es captar el interés del lector.

Editorial comercial: Empresa con fines de lucro dedicada a la publicación de libros, no afiliada a instituciones académicas o sin fines de lucro.

Cadenas (Chains): Grandes librerías bajo una misma marca, como Barnes & Noble, que suelen contar con amplios catálogos y servicios adicionales como cafeterías.

Corrección de estilo (Copyediting): Revisión detallada del manuscrito enfocada en estilo, gramática, ortografía, puntuación, claridad y consistencia.

Revisión de desarrollo (Developmental editing): Evaluación estructural del manuscrito que analiza trama, desarrollo de personajes, ritmo y coherencia narrativa.

Librería independiente: Negocio propiedad de una persona o grupo que no pertenece a una gran corporación.

Maquetación (Layout): Organización visual de las páginas del libro: texto, imágenes, tipografías, numeración, etc.

Corrección de línea (Line editing): Revisión centrada en la redacción a nivel de oración: estructura, elección de palabras y fluidez, que busca mejorar el estilo y la legibilidad.

Agente literario: Profesional que representa a autores e ilustradores, ayudándolos a colocar sus obras con editoriales, y gestionar pagos y contratos.

Pruebas (Proofs): Páginas ya diseñadas del libro, listas para una última revisión antes de la impresión final.

Informe de lectura (Reader's Report): Evaluación escrita en la que se analiza la calidad de un manuscrito, su viabilidad comercial y estilo para ayudar a los editores a tomar decisiones de adquisición.

Llamada de ventas (Sales Call): Reunión entre representantes de ventas y compradores en la que se presentan catálogos y se realizan pedidos.

Propuestas (Submissions): Manuscritos o ideas enviados por un autor o su agente a una editorial para consideración.





[SimonandSchusterPublishing.com/Atria/](https://simonandschusterpublishing.com/Atria/)

@AtriaBooks       

