

Nous aires de la publicació i la difusió

L'edició del tercer mil·lenni

per Jordi Cervera

«El que té de bo dedicar-se al negoci de la cel·lulosa és que sempre hi haurà Kleenex.» Una frase apòcrifa, però que podria viure sense cap problema en l'òrbita de qualsevol editor. És difícil parlar amb un editor que no plori per alguna cosa, fet que demostra una curiosa contradicció: que el gremi editorial viu instal·lat en una queixa perenne i en una crisi permanent i que, per contra, no paren de sorgir noves propostes de negoci.

Des de l'inici del nou mil·lenni sembla que l'edició en català va patint sotrats de tota mena, en positiu i en negatiu. D'una banda, la concentració. Planeta ha acabat convertint-se en la casa mare de Proa i d'Edicions 62, dos segells bàsics i imprescindibles en el panorama editorial català. Això implica una reducció de títols, de col·leccions, la pràctica desaparició de la poesia i, sobretot, una unificació de línia i de criteris perillosa pel que fa al ventall de les decisions editorials. Sense moure'ns dels grans grups, Rosa dels Vents i La Magrana, els segells catalans de Random House Mondadori i de RBA, viuen lluny de l'esplendor i del ritme que van tenir fa anys i sembla que s'han convertit només en una altra línia de negoci que no es pot eliminar, però que tampoc no proporciona grans alegries ni cal promocionar amb grans inversions.

Si a tot això hi sumen la crisi, l'alt volum de publicacions, la baixada continuada de vendes i la nul·litat absoluta de les institucions a l'hora de crear polítiques de foment de la lectura, ens queda un panorama escruixidor, dels de plor i kleenex, que sembla donar tota la raó al col·lectiu d'editors. Però, i aquí rau la paradoxa de la situació, la concentració editorial i la necessitat d'optimitzar el balanç de resultats amb grans xifres han creat esclatxes, nínxols de mercat que poden no

ser rendibles per als grans grups, però que, per contra, poden representar un mercat respectable per a les editorials petites, amb menys estructura i més voluntarisme. I tot i que fer estadístiques fiables en aquest món en transformació constant és complicat, podem dir que a hores d'ara hi ha més de setanta editorials en actiu creades després de l'any 2000.

Les motivacions, els objectius, les temàtiques escol·lides, les maneres de funcionar, les estructures empresarials i els plantejaments de negoci són tan variats com segells hi ha. Cadascú busca el seu camí i les esclatxes que deixen els grans grups i els problemes endèmics del sector permeten que les petites editorials puguin bastir una línia de treball interessant i personal que casa a la perfecció amb els seus propòsits fundacionals.

Molts camins per a l'edició

Contra el que acostuma a passar, un camí llarg i més aviat lent, Raig Verd va protagonitzar una història insòlita i envejable d'arribar i moldre. A *dalt tot està tranquil*, de Gerbrand Bakker, el seu títol d'estrena, rep el premi Llibreter 2012. El ressò instantani situa una editorial desconeguda al centre dels titulars de cultura, un fet que, segons Laura Huerga, l'editora, «només va afectar positivament. Ens va donar a conèixer a llibreters i periodistes a qui difícilment hauríem arribat. El premi Llibreter va donar prestigi i solidesa a un projecte de característiques, ambició i voluntat cultural». Però, a banda del factor sort, que sempre s'ha de tenir present, cal disposar del que els economistes en diuen un pla de negoci, ja que, per sort o per desgràcia, els lligams entre cultura i economia són cada vegada més

estrets. «El nostre objectiu no és econòmic, de trobar el màxim rendiment, sinó de trobar sostenibilitat. El que intentem és exportar el talent dels autors catalans que publiquem i buscar suport a fora per al nostre projecte i, com que fem molta traducció literària, hem trobat suport i reconeixement als nostres continguts en diferents països i, fins i tot, a l'exigent programa Creative Culture de la Unió Europea.»

Els perills, però, són molts i molt variats i potser el més temible de tots rau en la baula del mig, la que potser és més prescindible i que, per contra, s'emporta entre el 50 i el 60% del pastís: la distribució. Aquí i fora d'aquí s'han intentat molts sistemes, però, ara per ara, aquest pas continua essent complicat d'evitar o de vèncer. I Meteora, nascuda amb el segle, la més veterana de les joves i la que ha anat bastint un catàleg més ampli i variat a base d'anys i d'esforç, acaba de patir un d'aquells sotrats difícils de digerir i que, per desgràcia, no són gens estranys en aquest sector en què el gruix del negoci no consisteix a crear els llibres, ni a arriscar-se per editar-los, ni a vendre'ls, i en què la part més gran del pastís (entre el 40 i el 60%) rau, ves per on, a transportar-los d'un lloc a l'altre. Doncs bé, Meteora es va trobar les portes de la distribuïdora tancades i ningú que se'n fes responsable. Això vol dir que no hi ha liquidacions, que no hi ha llibres, que no hi ha suport gremial i que l'únic que queda és un trist sentiment d'indefensió absoluta.

Un treball dur, de formigueta, mirant de demostrar llibre a llibre que es treballa bé, que el projecte no és flor d'un dia, lluitant per reclamar l'atenció de periodistes, de llibreters i de lectors i, de cop i volta, el terratrèmol que obliga a revisar tot el que has fet i a canviar per a subsistir. «El tancament de FI-REX 21 ha deixat tot el seu personal al carrer i tots els pagars des del maig fins a l'octubre per pagar als editors. Això implica que totes les vendes que s'han fet durant aquests mesos se les ha quedat el dimoni.» Però, tot i això, Dolors Sàrries, codirectora de Meteora, ho té ben clar: «Moralment és un cop molt fort, perquè després de tanta lluita aquest tancament implica començar de nou. Fer números i veure si es pot continuar o no amb allò que t'agrada i que és el teu mitjà de vida. Nosaltres hem decidit tirar endavant, perquè som uns enamorats de l'edició, però fent canvis i restringint moltes despeses i originals. No ens la podem jugar sense un mínim de garanties.»

Un cas molt singular és el de Jesús Aumatell, d'Emboscall, editorial unipersonal en el sentit més ampli del concepte i responsable d'un catàleg eclèctic, singular,

força contundent i de referència en l'àmbit de la poesia. Maqueta, imprimeix, enquaderna, difon, distribueix i ven els seus llibres. Després d'uns anys de reflexió, ha tornat a la càrrega amb ànims renovats, les idees encara més clares i sense poder anar més enllà, encara que ho vulgui, d'aquesta necessitat de fer-s'ho tot sol: «Al principi podia justificar l'autoproducció artesanal com un repte (fins i tot creatiu) d'experimentació amb allò que les tecnologies informàtiques, en popularitzar-se, posaven a l'abast del comú de la gent. L'ús d'aquestes tecnologies va permetre, a final de segle, que individus sense una formació específica i sense pràcticament inversió inicial poguessin produir llibres en un format estàndard, en tiratges adaptables a les possibilitats de difusió d'aquestes publicacions, cosa que minimitzava tant la despesa com el risc. Però per molt que les condicions econòmiques fossin favorables, calia que hi hagués també una acceptació dels autors i del públic perquè una iniciativa d'aquest tipus pogués funcionar. I això també es va produir, per factors purament contextuals: per la manca, en aquell moment, de plataformes literàries accessibles, i per la novetat que suposava aleshores una proposta com la d'Emboscall. Continuo fent tot el procés jo tot sol, més per les circumstàncies que per vocació. O potser es tracta d'alguna mena d'incapacitat personal. Espero, però, algun dia anar més enllà.»

Com que les possibilitats són moltes, arribar a l'edició es pot fer per molts camins. Maria Lluïsa Samaranch, directora de SD Edicions, ho va fer des de la cuina. «A París vaig trobar una col·lecció de l'editorial L'Épure, que són unes plaquetes amb deu receptes sobre un producte, i vaig pensar que podria fer una cosa semblant. A partir d'aquesta idea, vaig construir el catàleg de la col·lecció ajudada pels coordinadors: Margarita Kirchner, Georgina Regàs, Lluïsa Jover, Glòria Baliu i Rafa Aracil. La idea era fer uns llibres de receptes sobre un producte de mercat i que les receptes fossin fàcils de fer a casa. Els autors poden ser professionals de la cuina o entesos en el producte.»

En una línia encara molt més singular i especialitzada caldria situar el treball de Fragmenta, que ha trobat el seu camp en les religions, agafades des d'una perspectiva plural i aconfessional. Ignasi Moreta n'és el director literari. «El fet d'adreçar-nos a un nínxol molt concret té avantatges. Fa que el nostre catàleg sigui molt coherent, que els llibres tinguin a veure els uns amb els altres, i això facilita molt les coses tant per als prescriptors (llibreries, premsa, crítica, etc.) com per als lectors finals. Quan algú veu un llibre de Fragmenta

ja sap quin tipus de llibre té, i això és positiu. La marca Fragmenta és un valor afegit als llibres, els associa a un tipus de text molt concret: sobre religions, amb rigor i adreçat a tota la comunitat lectora, siguin quines siguin les seves creences o increences. Som a totes les llibreries i la premsa tracta els nostres llibres amb normalitat (tot i que, òbviament, voldríem tenir-hi més visibilitat). Hem aconseguit treure la religió del gueto de la subcultura eclesiàstica i tractar-la amb normalitat.»

Problemes endèmics

Una de les qüestions espinoses i recurrents del món de l'edició a casa nostra és l'idioma, el català o el castellà, l'eterna polèmica que darrerament, amb tot l'enfrontament polític, rebrota amb més força que mai. La queixa és que, tret de casos comptats i de fenòmens concrets, cada vegada costa més que les editorials apostin per la traducció al castellà d'autors catalans. L'editora Elena Rodríguez ens explica com ho han so-

lucionat a casa seva: «Tenim diferents segells editorials, perquè ens agrada un ampli ventall de llibres. El primer va ser Àtico de los Libros, que enguany farà cinc anys. Publiquem literatura estrangera, tant ficció com no-ficció. Aquí tot és traduït, i bona part del nostre catàleg és d'origen anglès o francès, però l'idioma mai no és un obstacle. Hem fet llibres japonesos, russos i fins i tot escrits en persa. En aquests casos intentem buscar ajudes a la traducció, ja que, per a un editor, el cost de la traducció és un dels més alts de tot el procés del llibre. Pel que fa a l'equilibri entre català i castellà, sempre intentem pensar en els dos mercats i per això hem creat Àtic dels Llibres. El segon segell és Principal de los Libros; hi publiquem títols més comercials, de públic més ampli i, tot i que la gran majoria de la nostra producció és en castellà, hi ha alguns llibres editats en català, especialment els grans llançaments de l'any. Quan fem una oferta pels drets d'algun títol ja sabem en quin segell el publicaríem i en quina col·lecció. El mercat català és molt més petit que el castellà (podríem parlar d'una proporció de sis milions de lectors contra cinc-cents milions), però és molt potent, i això ha fet que ens decidim a publicar més en català. Si un llibre ens agrada molt i el volem publicar, l'idioma d'origen mai no és un obstacle.»

El fons de catàleg i la permanència dels títols a la llibreria són un altre problema endèmic del qual fins i tot ha abdicat la Setmana del Llibre en Català, que fa anys es vantava de ser la llibreria en català més gran del món i que ja fa temps que ha decidit apostar també per les novetats, per l'espectacle i per oblidar el fons de catàleg. Àlvar Masllorens acaba de posar la seva experiència al servei de La Temerària Edicions, un nom no exempt de sentit de l'humor i que aposta per recuperar títols que, segons el seu criteri, creu que no han de desaparèixer del mercat: «Estem convençuts que n'hi ha que mereixen trobar-se en qualsevol àmbit cultural i volem apostar per llibres que pensem que mereixen una nova oportunitat. Les grans editorials difícilment hi apostaran perquè, entre altres coses, cerquen més el benefici ràpid i/o assegurat. Potser som agosarats, no ho sé.»

I, per acabar, l'edició a les Illes, que amb el tancament de Moll ha patit un fort sotrac, tot i que hi ha petits segells que es comencen a posicionar, i al País Valencià, on a la potència d'algunes editorials com Bromera cal sumar-hi noves incorporacions, com és el cas de Sembra Llibres, dirigida per Joan Carles Girbés i que es mira el futur amb optimisme tot i ser conscient d'algunes qüestions que caldria corregir: «Malauradament,



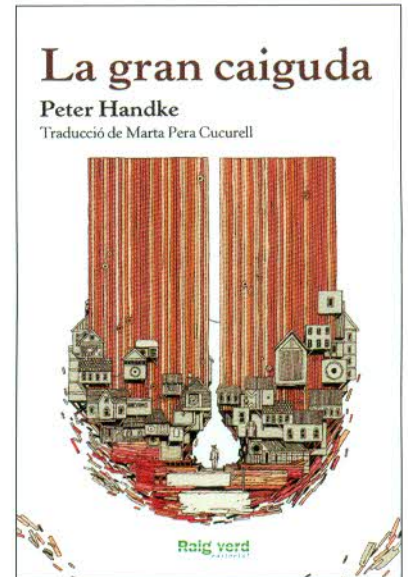
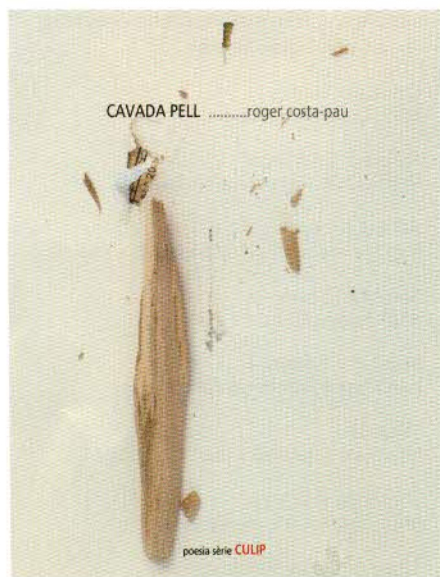
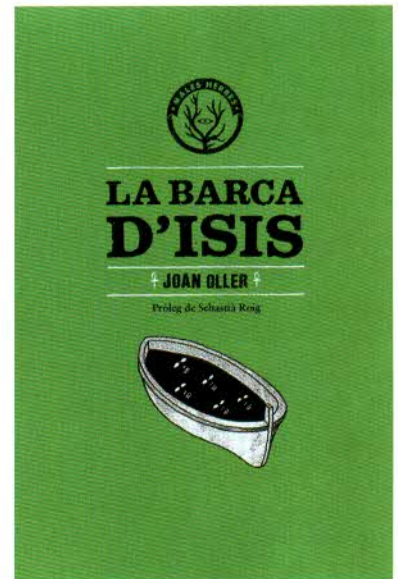
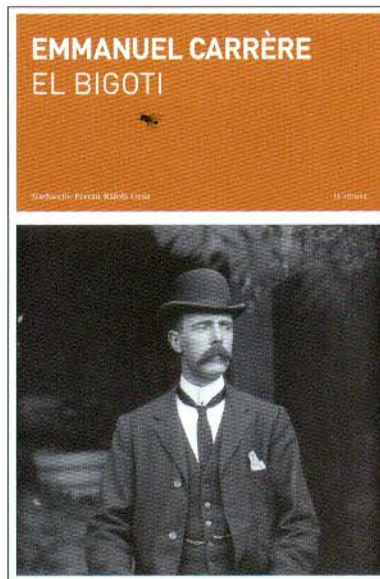
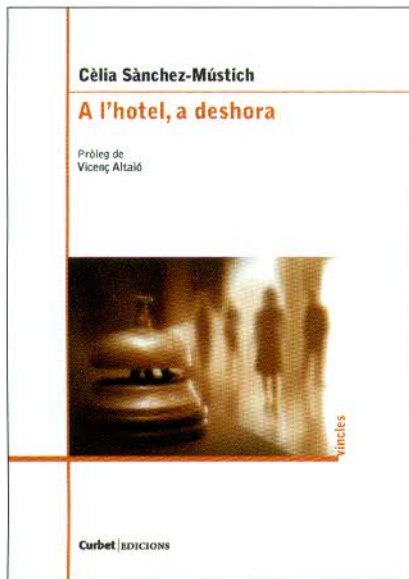
RESPLENDENT

Una joia de la pintura mural gòtica torna a brillar. Reobertura de la Capella de Sant Miquel.

A partir del

04.03.15

BARCELONA inspira DNA



i això és una anomalia, les editorials del Principat, en general, no dediquen gaire atenció al mercat valencià, com si no confiaren que ací també hi ha lectors deleirosos de conèixer les bones propostes que molts ofereixen. Editar des del País Valencià neutralitza aquesta temptació: parteixes de la realitat més immediata i alhora tens present en tot moment el conjunt dels lectors en llengua catalana. Per convicció, però també perquè

seria il·lògic autoexcloure, d'entrada, més de la meitat del mercat potencial d'una obra.»

I tot plegat sense oblidar propostes com Llegir en Català, una associació de nou editorials independents que s'han ajuntat per temes de difusió i de visibilitat, amb una idea molt clara que podria servir per a tothom encara que quasi mai es practiqui: sumar és sempre millor que dividir.