

L'engranatge invisible del llibre

L'edició, la impressió i la distribució són peces clau del mecanisme que connecta autors i lectors

Per fer que un llibre arribi a les mans del lector fa falta un precís mecanisme que es posa en marxa fins i tot abans que l'escriptor doni el vistiplau definitiu al text. L'arrencada del projecte, nascut per iniciativa de l'autor o dins l'editorial mateixa, és el punt de partida d'un llarg camí en el qual intervenen editors, correctors, maquetadors, impressors i, finalment, les empreses distribuïdores i els seus comercials, que fan d'enllaç amb les llibreries.

Text > ALBA CARMONA, periodista

Entre que salta l'espurna per crear un llibre i que l'exemplar arriba a ser llegit hi ha un extens recorregut, una llarga cadena amb multitud de baules invisibles per les quals transiten professionals de l'edició, la correcció, la impressió o la distribució, i que s'ha de posar en marxa abans que llibreters i bibliotecaris es converteixin en el trampolí definitiu perquè arribi al lector.

Tot i que hi ha llibres que neixen d'originals que els escriptors fan arribar a l'editor perquè els valori, el cert és que hi ha volums d'origens ben diversos, com les idees d'autors que ja són de la casa o del mateix equip de l'editorial. Seria el cas de les reedicions de la poesia de Víctor Català de l'empordanesa Edicions Vitel·la. Habitualment publica a partir de les propostes que rep perquè és «una editorial petita

i amb unes línies editorials molt traçades», cosa que fa que normalment «encaixin» amb el projecte, explica l'editora i llibretera Gemma Garcia. En aquest cas, però, neix d'un treball conjunt amb el poeta Enric Casasses per a una mostra sobre l'autora a l'Escala: «Vam veure que calia reeditar la poesia de Víctor Català i vam plantejar-ho a la família Albert, que ens ha donat totes les facilitats per fer-ho».

I fins i tot hi ha llibres que neixen per iniciativa dels traductors, explica l'editor Ramon Moreno, de la figuerenca Edicions Cal·lígraf. Un exemple en seria la traducció dels *Diaries del càncer* de la nord-americana Audre Lorde, que sortirà enguany després que els ho proposés la traductora i que hagin estat negociant durant mesos amb l'agent literària que en té els drets per adquirir els de la traducció al català.

Amb tot, la imatge romàntica de l'escriptor que pica a la porta de les editorials continua sent vàlida i la COVID-19 ha fet créixer exponencialment els manuscrits que emprenen aquest camí. Tant, que algunes empreses del sector han deixat d'admetre originals fins que resolguin el tap que es va generar la primavera passada, quan el

>> Reunió de treball de l'equip de l'editorial Cal·lígraf. (Foto: JORDI RIBOT)





>> Gemma Garcia, editora i llibretera, amb establiments a l'Escala i Palafrugell. (Foto: JORDI RIBOT)

confinament va obligar-les a ajornar la sortida al mercat de les publicacions previstes.

«Procurem llegir els manuscrits que ens arriben, tot i que amb la pandèmia n'hem rebut tants que hem hagut de tancar la recepció d'originals», explica Moreno. També assenyala que, encara que haver-ne de rebutjar és una tasca freqüent, «és prou ingrata, sobretot per poder argumentar mínimament la negativa i mantenir el respecte a l'autor». La qualitat del text, l'ajust en el catàleg de l'editorial o les possibilitats de recuperar la inversió incideixen en la decisió final, perquè l'editor ha de ponderar el que vol i pot publicar; per això

cada nou projecte s'acompanya d'un informe econòmic i un pressupost detallat. «S'ha de planificar i pensar bé, però també s'ha d'estar obert a deixar-se seduir i canviar de plans si és necessari. Hi ha d'haver un equilibri entre el cap i el cor», reconeix Garcia.

Un cop acceptat el projecte, cal donar-li forma, en un procés en què autoria i edició es donen la mà per fer que el text brilli més. «Una bona edició és la que no es nota», asse-

vera citant Jaume Vallcorba la responsable de Vitel·la, que insisteix que «cal treballar freqüentament amb l'autor, acompanyar-lo perquè no es desvirtui la seva voluntat».

Del mateix parer és Moreno, que remarca que l'editor «no té la veritat absoluta» per millorar l'escrit, però la seva opinió objectiva, amb un punt de vista extern i experiència en l'àmbit literari, pot realçar el resultat final sense canviar-ne la substància ni l'estil. «En general, els autors agraeixen aquesta opinió, tot i que sempre tenen la darre-ra paraula», assenyala.

Quan el manuscrit és definitiu, en comença el procés de producció i preimpresió, que, si tot va rodar i els terminis es compleixen, sol durar uns tres mesos, explica el responsable de Cal·lígraf. Les editorials sovint tenen un equip de treball consolidat, amb correctors, il·lustradors o maquetadors amb qui treballen regularment i que són transcendents abans que la versió definitiva arribi a la impremta, perquè corregeixen el text, el posen en pàgina i en dissenyen la coberta, un aspecte en què l'escriptor pot intervenir, però que, segons l'editorial i la col·lecció en què es publica el llibre, segueix uns paràmetres molt predefinitos.

També formen part de l'equip les imprentes. Algunes editorials, com Vitel·la, n'alternen més d'una —sempre gironines, puntualitza Garcia, per donar feina a l'entorn—, i d'altres són fidels a

Un llibre pot tenir orígens diversos: pot néixer a proposta de l'autor, de l'editorial o fins i tot del traductor

>> L'equip de l'Editorial Gavarres, amb seu a Cassà de la Selva. (Foto: DIPUTACIÓ DE GIRONA. CLAUDI VALENTÍ)





>> Reunió de l'equip de Cal·lígraf. (Foto: JORDI RIBOT)

una impremta de referència, que els ofereix assessorament pel que fa al tipus de paper, les mides o la qualitat del material gràfic abans de l'estampació, mentre es revisen les galeres de dalt a baix.

L'arribada a llibreria

Paraules com *escandall*, *pressupost*, *subvencions*, *pagaments* o *liquidacions* formen part del dia a dia dels editors, que també han d'establir el preu del llibre, el calendari de sortida o el tiratge, decisions en què es tenen en compte el gènere —perquè la poesia es ven menys que la narrativa, per exemple—; els costos —com més exemplars s'imprimeixen, més barat és—, i les expectatives de venda.

Cal tenir en compte que una part important de la tasca de l'editor és la feina de gestió: des de la recerca de finançament fins a la gestió de drets,

passant per la facturació, l'alta a l'ISBN i al Dipòsit Legal, la tramesa d'exemplars promocionals als mitjans de comunicació o la redacció de materials per a l'empresa distribuïdora, com ara les fitxes bibliogràfiques amb què aquestes oferiran els nous títols a les llibreries.

Quan el llibre surt de la impremta, arriba als magatzems del distribuïdor, que amb la informació que li arriba de les editorials elabora catàlegs temàtics i butlletins per a les campanyes més fortes de l'any, com ara les de Sant Jordi o Nadal. D'això se n'encarreguen els comercials, l'enllaç amb la botiga perquè, més enllà dels nous llançaments, també gestionen les reposicions i el catàleg de fons.

«Cada llibreria té un sistema: algunes reben novetats directament

El gènere, els costos i les expectatives de venda influeixen en el tiratge de l'edició

perquè confien en la tria del comercial i d'altres s'estimen més fer la comanda del que volen tenir als prestatges», explica Gemma Garcia, que a més d'editora està al capdavant de les llibreries Vitel·la de l'Escala i Vitel·la Espai Fòrum de Palafrugell.

Comerços com la veterana Geli de Girona tenen més de dos-cents cinquanta proveïdors, entre distribuïdores i editorials, amb qui mantenen contactes regulars per estar al dia de què surt i planificar les presentacions i signatures d'exemplars. «Amb els anys es genera una relació de confiança, el comercial et coneix i sap què et pot oferir», explica Pere Rodeja, de la llibreria gironina. «Pràcticament tot es fa amb correus electrònics, perquè les distribuïdores cada cop aglu-

tinem més editorials i els comercials vindrien amb cinc-cents títols sota el braç», diu. «Amb tot», apunta, «les comandes són una loteria, perquè pots confiar en un llibre i que no surti bé i a la inversa, que arribi un boom inesperat». Així i tot, l'experiència d'anys ja els diu que amb autors «de casa», com Rafel Nadal o Núria Esponellà, «s'ha de tirar llarg», per no quedar-se sense exemplars de seguida.

«Una llibreria es defineix per les obres que ven, i cal conèixer els llibres, però també els clients», remarca García. «No cal oferir un llibre a algú a qui saps que no li agradarà, però és bo fer-li provar noves lectures, en la línia del seu gust, que amplïïn el seu àmbit».

De cada llibre venut, la llibreria en paga un percentatge a la distribuïdora i aquesta, a l'editorial, que abona la feina de correctors, maquetadors, impressors i també els drets d'autor de l'escriptor, que pot haver-ne rebut un avançament.

La imparable indústria editorial, però, fa que els llibres tinguin una vida més curta de la desitjada i hi ha molts exemplars que acaben en magatzems sense haver tingut l'oportunitat de trobar comprador.

A la Geli, cada setmana reben una mitjana d'entre dues-cents i tres-cents novetats, «un ritme impossible», admet Rodeja, que fa que «alguns llibres només visquin quinze dies i d'altres facin una cursa de fons, amb un degoteig de vendes gràcies al boca-orella. [...] Al final, la caducitat de cada llibre la marca el lector; el tema, perquè n'hi ha que no moriran encara que faci quinze anys que han sortit, i la llibreria, pel que vol tenir al fons segons el seu estil i per fer lloc per als nous», explica Rodeja. L'aposta de la Geli pels autors locals, per exemple, fa que sempre intentin tenir-ne les últimes obres, encara que faci temps que no publiquen. «Fins i tot quan el client ens demana un llibre descatalogat, fem mans i mànigues per servir-lo. Tenim eines per trobar-lo, encara que sigui recorrent al mercat de segona mà», afegeix.

«La decisió de retornar un llibre a la distribuïdora arriba quan necessites espai per a novetats, creus que ja ha fet tot el recorregut que podia i tampoc te'l vols quedar per al teu fons», confirma la responsable de Vitel·la,

que veu la caducitat com «el gran mal» del sector.

Quan la llibreria retorna un exemplar, l'editorial està obligada a acceptar-lo i a preservar-lo el temps que marqui el contracte del projecte. En vèncer el termini, si l'estoc és gran i fa falta espai —l'emmagatzematge genera despeses importants—, l'editor n'informa l'autor per oferir-li la possibilitat d'adquirir exemplars de l'obra abans de destruir-los. Els que no vol ningú acaben convertits en pasta de paper, per tenir a punt el material quan l'engranatge invisible dels llibres es posi en marxa de nou.

Llibreria com la Geli de Girona reben entre dues-cents i tres-cents novetats editorials cada setmana



>> La Llibreria Geli es va fundar el 1879.
(Foto: JORDI RIBOT)



>> Interior de la Llibreria Geli. (Foto: JORDI RIBOT)