



Vida i miracles del petit editor o l'home orquestra

Un llibre és un objecte complex. Rere la seva aparent simplicitat (unes quantes desenes de pàgines impreses i relligades) s'hi amaga una cadena força llarga d'actors, cadascun dels quals ha deixat la seva petja en l'obra final. En un extrem de la cadena hi trobem l'editor; en l'altre, el lector. La resta de baules, que permeten unir satisfactòriament aquests dos extrems, són l'autor o traductor, el corrector, el dissenyador, l'impressor, el distribuïdor i el llibreter. Si hi faltés cap d'aquestes baules, la cadena es trencaria i el llibre, o bé no seria possible, o bé es veuria mancat de quelcom important.

ORIOI PONSATÍ-MURLÀ > TEXT

Com que hi ha moltes menes d'editors, també hi ha moltes maneres d'aconseguir que la transmissió entre cadascuna de les baules de la cadena funcioni correctament. A grans trets, podríem dir que hi ha editorials grans, amb tasques perfectament diversificades i un equip de gent que es reparteix cadascun dels passos a seguir perquè el llibre arribi al mercat; i hi ha editorials petites, on una o dues persones duen a terme tot el procés, des de pensar la línia editorial i encarregar traduccions o acceptar originals, fins a planificar les presentacions del llibre i contactar amb els mitjans de comunicació per garantir-ne una correcta difusió.

D'uns anys ençà, Catalunya està vivint una proliferació molt important d'editorials d'aquest segon perfil. Sense cap ànim d'exhaustivitat, només hem de pensar en projectes com A Contra Vent, Fragmenta, Adesiara, Labreu, Viena, Obrador Edèn-

dum, Fonoll, Cafè Central o 1984, la majoria de Barcelona; i, a les comarques gironines, la veterana Llibres del Segle (Gaüses), Vitel·la (Bellcaire d'Empordà), Brau (Figueres), Accent (Girona), o les recentíssimes Sidillà (la Bisbal) i Edicions de la Ela Geminada (Girona). Quan, ara fa una dècada llarga, es creà el Grup 62, el projecte editorial més important en català, que reuneix divuit segells, semblà que això que s'anomena «l'edició independent» tenia els dies comptats. Paradoxalment –o no–, d'aleshores ençà no han parat de sorgir petits projectes editorials apassionats i apassionants, i ha quedat perfectament demostrat que els grans grups i les petites editorials no només podem viure harmoniosament, sinó que realitzem tasques perfectament complementàries. Tots plegats ajudem a aproximar-nos al que hauria de ser una cultura europea moderna i normalitzada.

Però comencem pel començament. Una editorial petita (deixin-me que parli

Si hi ha algú que és altament dependent, són les editorials petites, no pas les grans



de *petita* i no pas d'*independent*; si hi ha algú que és altament dependent, són les petites editorials, no pas les grans!) rep constantment propostes de publicació. Una editorial gran acostuma a tenir un equip de lectors que fan la feina de destriar, entre tot allò que arriba, què val la pena que l'editor es llegeixi i què no. De fet, en el cas de les grans editorials, aquesta feina cada vegada més és confiada als agents literaris, que són empreses independents dedicades a «vendre» originals a les editorials. En el cas de les editorials petites, és el mateix editor que ha de fer la feina de llegir-se, una per una, cadascuna de les propostes que li arriben, i respondre personalment a l'autor, en la majoria dels casos per declinar la proposta. En realitat,

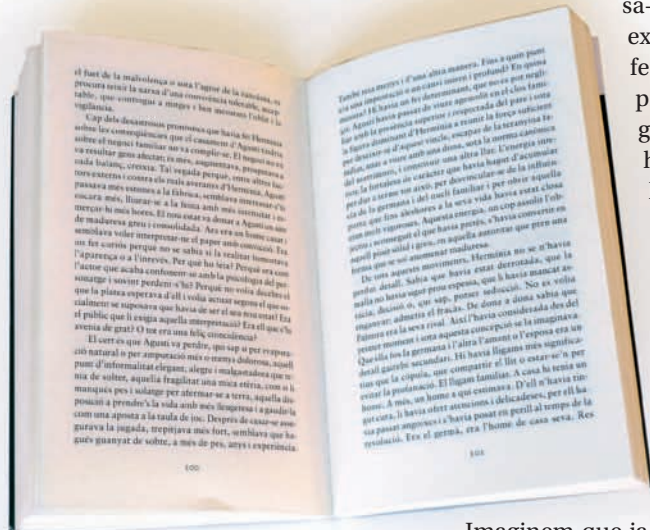
cap editor s'està assegut esperant que li arribin originals, i accepta ben pocs dels textos que li proposen. Això té una raó de ser molt comprensible: tot editor té al cap una línia editorial, un catàleg, i és ell qui ha de moure els fils per tal de trobar la manera d'omplir aquest catàleg amb el perfil de llibres que busca. Pot passar –i també passa– que una proposta externa coincideixi perfectament amb el seu projecte editorial, però generalment és ell qui ha de sortir a cercar-la. I això com es fa? Doncs tenint permanentment les antenes posades, llegint molt, confiant molt en el propi criteri, però alhora deixant-se aconsellar quan alguna cosa no es veu prou clara.

Imaginem que ja tenim el text. En una de les nostres excursions a França (s'hi ha d'anar sovint, a França, i també a la resta

d'Europa) hem descobert un autor que va guanyar el Prix Flore fa pocs anys i que amb la seva primera novel·la, que ens ha atrapat des de la seva primera pàgina, ha aconseguit vendre set edicions més enllà dels Pirineus. Decidim fer-lo traduir. Això vol dir no només localitzar el traductor adequat i fer-li la proposta sinó posar en marxa la maquinària burocràtica per comprar els drets de traducció a l'editorial propietària i, sobretot, sol·licitar la subvenció preceptiva per poder pagar la traducció. Tot sovint, quan s'encarrega una traducció no es pot garantir al traductor ni que cobrarà ni quant cobrarà. Hem de tenir present que la mitjana de vendes de la majoria de llibres en català no arriba a 500 exemplars, i amb aquestes vendes és impossible pagar el que costen els drets de traducció, la traducció, la correcció, la maquetació i la impressió del llibre. Per tant, tot sovint cal trobar un traductor prou voluntariós per fer la feina sabent que pot acabar guanyant-hi, només, un petit percentatge de les vendes, en cas que la subvenció no funcioni. I sovint no funciona.

Quan el text estigui enllestit l'editor se'l llegirà de dalt a baix, el guixarà de dalt a baix i quedarà per fer un cafè (els editors grans queden per dinar; els petits, per fer cafès) amb el traductor (o l'autor). Discutiran llargament totes les esmenes que l'editor hi ha anotat i, si no es tiren els plats pel cap, arribaran a un acord i el llibre serà enviat al corrector i, posteriorment, al dissenyador perquè comenci a preparar les cobertes i maqueti el text. Hi ha qui, d'aquests editors que queden per fer cafès (o per dinar), en diu «editors de taula». És, de fet, una redundància: per definició, tot editor hauria de prestar prou atenció al seu autor o traductor per dedicar-li personalment unes quantes hores (i a vegades són moltes) al voltant d'una taula treballant el text. Aquesta és, de fet, una de les tasques que dóna més sentit a l'editor i que, avui, només compleixen els petits editors.

Un cop corregit i maquetat el text, l'editor se'l tornarà a llegir, potser l'enviarà a un segon corrector perquè revisi les compaginades (proves d'impremta) i, finalment, l'enviarà a impremta. Podria semblar que, un cop arribats aquí, el procés s'ha completat. Sortint d'impremta, el llibre s'enviarà direc-



La mitjana de vendes de la majoria de llibres en català no arriba a 500 exemplars

El preu d'un llibre

El preu final d'un llibre té en compte els costos de producció, però alhora s'ha d'adaptar als preus de mercat. Cera va tenir un preu final de 18 €. El cost d'un llibre editat per La Magrana es distribueix de la manera següent:

3,06 €

1,44 €

1,08 €

6,30 €

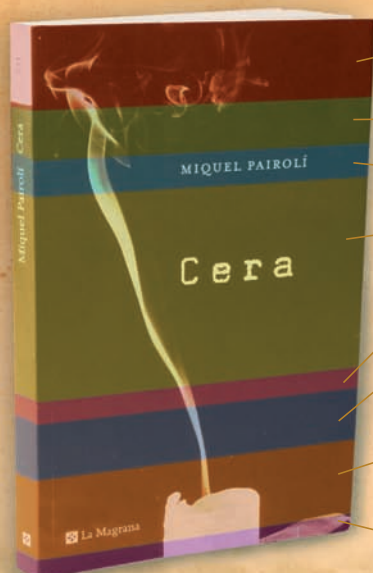
0,72 €

1,80 €

2,70 €

0,90 €

18 €



Procés d'**edició** (correccions, traducció, disseny, maquetació, etc.): **17%**.

Impressió (impremta i paper): **8%**.

Emmagatzematge, logística, **distribució**: **6%**.

Cost comercial (inclou el percentatge del llibreter): **35%**.

IVA: **4%**.

Drets d'autor: **10%** (amb els llibres traduïts sol ser d'un 8%; amb els llibres il·lustrats en color sol ser una mica més baix, per l'alt cost de producció).

Estructura de l'editorial (nòmines, manteniment d'espais, material, comunicacions i sistemes, missatgeria, etcètera, etcètera; cost empresarial general, vaja): **15%**.

Marge de **benefici** editorial: **5%**.

tament a l'empresa de distribució perquè el faci arribar a les llibreries, i només queda esperar que hi hagi prou gent a qui l'obra faci el pes i la compri. Però, en realitat, queda molta feina per fer. Les editorials de certes dimensions disposen d'un equip de comunicació que es cuida de contactar amb els mitjans i d'organitzar les presentacions. Això, en el cas de les petites, novament ho ha de fer l'editor. Envià una nota de premsa i un exemplar del llibre a la secció de cultura de diversos mitjans (diaris, revistes, televisió, ràdios) i al domicili particular d'uns quants crítics, parlarà amb l'autor per decidir qui pot presentar el llibre i es posarà d'acord amb alguna llibreria o centre cultural per organitzar l'acte. Difondrà la presentació per correu electrònic, per Facebook i amb senyals de fum, sempre amb l'esperança d'aconseguir una dotzena de persones de públic. Procurarà presentar-lo a Barcelona, però també a altres ciutats catalanes, de manera que es passarà una

colla d'hores a la carretera. Al cap d'unes quantes setmanes d'haver sortit el llibre, rebrà la liquidació de l'empresa de distribució i pot ser que es trobi amb la sorpresa que aquell novel·lista francès que ha venut set edicions a França només ha interessat a un centenar de persones a Catalunya. El traductor ja es pot oblidar de cobrar, i les vendes d'aquests cent exemplars no seran suficients per eixugar ni tan sols les despeses d'impressió del llibre. Però hi ha un nou llibre que s'espera. I el petit editor dedicarà al nou text la mateixa il·lusió i esforç que ha dedicat a l'anterior. I fins i tot arribarà a pensar que, ben mirat, que un llibre interressi a cent persones és tot un què. No es pot pas queixar.

Oriol Ponsatí-Murlà ha estat director de publicacions d'Accent Editorial entre el 2007 i el 2010 i actualment és director d'Edicions de la Ela Geminada.



Els editors grans queden amb els autors per dinar; els petits, per fer-hi cafès