

El sector editorial. Estudis de cas

Jordi Llobet Domènech
Marià Marín Torné
Carlota Torrents Ferrer

PID_00152121



Universitat Oberta
de Catalunya

www.uoc.edu



Els textos i imatges publicats en aquesta obra estan subjectes –llevat que s'indiqui el contrari– a una llicència de Reconeixement-NoComercial-SenseObraDerivada (BY-NC-ND) v.3.0 Espanya de Creative Commons. Podeu copiar-los, distribuir-los i transmetre'ls públicament sempre que en citeu l'autor i la font (FUOC. Fundació per a la Universitat Oberta de Catalunya), no en feu un ús comercial i no en feu obra derivada. La llicència completa es pot consultar a <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/es/legalcode.ca>

Índex

1. Del suport genèric al SAB.....	5
1.1. Els ajuts a la indústria editorial de l'Institut Català de les Indústries Culturals	6
1.1.1. Els ajuts a la producció editorial	7
1.2. El Sistema d'Adquisició Bibliotecària (SAB)	8
2. Sant Jordi.....	12
2.1. Què passa en el món editorial el dia de Sant Jordi?	13
3. La Fira de Frankfurt.....	16
3.1. Les cites	17
3.2. Els agents literaris	17
3.3. Els editors a la Fira	18
Bibliografia.....	21

1. Del suport genèric al SAB

La promoció del llibre i de la lectura en català són dos objectius que comparteixen, entre altres agents, el sector editorial i les biblioteques públiques catalanes. Per assolir aquests objectius, el Departament de Cultura de la Generalitat de Catalunya va iniciar l'any 2005 dues línies noves d'ajuts en el marc del **Programa de suport a l'edició en català**. La primera es gestiona des de l'Àrea del Llibre de l'Institut Català de les Indústries Culturals mitjançant les convocatòries d'uns ajuts econòmics de caràcter general destinats a reforçar la capacitat operativa de les editorials. La segona es gestiona des de l'Àrea de Biblioteques del Departament per mitjà del Sistema d'Adquisició Bibliotecària, que té com a objectiu aconseguir una presència més gran de les novetats editorials a les biblioteques públiques de Catalunya.

Amb el restabliment de la Generalitat de Catalunya, els ajuts a l'edició en català es van articular, bàsicament, per mitjà de l'anomenat *suport genèric*, un ajut de caràcter automàtic a la producció en català o en aranès i a l'edició de partitures de compositors catalans. L'ajut, creat amb l'objectiu de normalitzar la producció editorial, comportava una compra de llibres que fornien, entre d'altres, els fons de les biblioteques.

El suport genèric es va definir el 1983 i va ser operatiu fins al 31 de desembre del 2004. L'ajut significava la compra d'entre 150 i 300 exemplars de cada títol presentat, amb un 50% de descompte sobre el preu de venda al públic. El 40% dels exemplars comprats tenien com a destinatàries les biblioteques del Sistema de Lectura Pública de Catalunya. El 60% restant es distribuïa entre els serveis territorials del Departament de Cultura i el magatzem, que, al seu torn, els enviaven a escoles i entitats de tot tipus.

Passat el temps i amb una situació industrial normalitzada del llibre català (per bé que no tant des d'un punt de vista comercial), el sistema plantejava interrogants sobre l'eficàcia tant per a les empreses com pels greus problemes logístics que generava la gestió d'uns fons emmagatzemats difícils de fer circular.

Per aquests motius, l'any 2005, el suport genèric va ser derogat i el Govern català nou va definir unes línies de suport noves a les lletres, la lectura i la indústria editorial caracteritzades pel caràcter sistemàtic i per la coordinació amb els agents del sector. L'estratègia nova articulava de manera més operativa les necessitats i els objectius de l'Àrea de Biblioteques del Departament de Cultura, de l'Institut Català de les Indústries Culturals, de la Institució de les Lletres Catalanes, compromesa també en la difusió de les lletres catalanes, i de l'Institut Ramon Llull, com a institució responsable de la promoció exterior de la llengua i la cultura catalanes.

Autoria de la unitat

Jordi Llobet Domènech

Marià Marín Torné

El model nou es beneficiarà, d'entrada, de dues actuacions decisives: un increment realment important de les dotacions pressupostàries i l'adequació de cada línia de suport al seu objectiu, fet que en millorarà l'eficàcia.

1.1. Els ajuts a la indústria editorial de l'Institut Català de les Indústries Culturals

L'Institut Català de les Indústries Culturals (ICIC), entitat adscrita al Departament de Cultura i Mitjans de Comunicació, té per objecte l'establiment de polítiques sectorials i el suport a les indústries de la cultura, entre les quals, les relacionades amb el món del llibre.

Des del moment en què es va crear, l'ICIC ha desplegat diverses línies d'actuació i un sistema d'ajuts de caràcter industrial que cerquen l'impacte econòmic sobre l'empresa i l'acreciment del consum, tant en el mercat interior com en els internacionals. Les diverses línies cobreixen la cadena de valor, és a dir, es vol donar suport a la producció, la distribució, la comercialització i la difusió del llibre. Una altra novetat és l'obertura d'accions que s'adrecen directament al consumidor, considerat la baula final d'aquesta cadena de negoci i cultura.

Si fins ara l'ajut genèric a la producció era el centre gairebé exclusiu de la política sectorial, ara és una part d'un sistema, tal com es pot veure en la taula següent, en què es recull la despesa directa al sector editorial feta per l'ICIC, durant l'any 2008.

Conceptes	Despesa 2008	%
Ajuts a la producció	2.255.400	59,87
Ajuts a la promoció i difusió	1.073.028	28,49
Ajuts a projectes singulars	306.000	8,12
Ajuts a entitats corporatives del sector	133.000	3,53
Total	3.767.428	100

En els darrers anys, s'ha desplaçat la despesa de la producció a la promoció i la difusió del llibre (la producció tenia un pes de prop del 90% abans de crear-se l'ICIC), i s'han obert línies noves d'actuació i de suport com ara la digitalització de fons i el màrqueting digital, campanyes de comunicació i de publicitat en mitjans o fires del llibre d'arreu del territori.

1.1.1. Els ajuts a la producció editorial

La partida més destacable de l'ICIC destinada al sector editorial, per impacte i per volum econòmic, continua essent la que s'ha esmerçat en els ajuts a la producció editorial en català i en occità, hereva de l'antic suport genèric i dotada amb 2 milions d'euros.

La rellevància de l'ajut s'entén per la importància estratègica de la producció editorial en català i el pes del sector en l'àmbit lingüístic català, encara més si prenem com a referència països o llengües de demografia similar: les vendes de llibre en català van comportar, el 2007, una facturació de 253,15 milions d'euros, un 15,2% de les vendes totals fetes a l'Estat espanyol.

Els ajuts de l'ICIC busquen la incidència directa sobre els costos de producció, amb l'objectiu d'actuar com a correctors del mercat. Els trets principals són els següents:

- L'ajut és automàtic a partir del preu, síntesi dels costos de cada títol. Així, el nombre de títols i el preu determinen els diners que ha de rebre cada editorial.
- L'obligació de comercialitzar els llibres, per mitjà de qualsevol canal de venda, però sempre utilitzant la llibreria. L'ajut reforça així el paper imprescindible de les llibreries.
- L'aposta per concentrar els ajuts en els títols i les editorials que ho necessiten més; per això s'exclouen els llibres que, com que tenen poca tirada, no tenen ni estructura ni costos de mercat i aquells que amb una gran tirada ja obtenen beneficis d'entrada.

L'any 2008, s'han acollit al suport genèric setanta-vuit editorials (el 22% de les editorials amb domicili fiscal a Catalunya).

Han rebut l'ajut 1.345 llibres i 245 partitures musicals (prop del 14% de la producció total).

Els ajuts a la producció editorial es complementen, tal com s'ha dit més amunt, amb altres línies de suport. Els ajuts a projectes editorials d'interès cultural especial s'adrecen a propostes específiques amb un interès rellevant per a la cultura catalana; el 2008 va ser concedit a cinquanta-sis títols, presentats per trenta-tres editorials. Els ajuts a activitats de promoció del llibre s'adrecen a editors, a llibreries i també a entitats corporatives i representatives del sector (amb accions i projectes col·lectius); el 2008 es van atorgar cinc ajuts a entitats i seixanta-cinc ajuts a projectes presentats per quaranta-dues empreses (editorials i llibreries). El ventall de vies de suport al sector editorial es complementa amb els ajuts financers i d'empresa (aportacions reintegrables, crèdits tous,

crèdits per a inversions en actiu, publicitat a risc, consultories d'empresa, jornades de formació empresarial) i els ajuts per a l'assistència a fires de negoci de caràcter internacional.

1.2. El Sistema d'Adquisició Bibliotecària (SAB)

La Subdirecció General de Biblioteques participa, des de l'any 2005, en el Programa de suport a l'edició en català, per mitjà d'una línia estratègica que té com a objectiu donar suport a l'edició en català i aranès mitjançant el foment de la lectura i una presència més gran de les novetats editorials a les biblioteques públiques.

L'estructura operativa creada per a fer funcionar aquesta línia nova d'ajuts s'anomena *Sistema d'Adquisició Bibliotecària (SAB)*: un procediment centralitzat d'adquisicions d'obres bàsiques en català destinat a cooperar en el desenvolupament de les col·leccions de les biblioteques públiques de Catalunya.

La línia nova d'ajuts introdueix una novetat molt rellevant en la cooperació entre el sector editorial i el camp de la biblioteca pública. La relació institucional entre les editorials i les biblioteques s'articula per mitjà d'un esforç compartit per posar el coneixement i les necessitats de cadascun d'aquests agents al servei de la promoció del llibre i de la lectura en català.

Referència legal

L'ordre que estableix el marc normatiu d'aquesta col·laboració institucional és la següent: Ordre CLT/437/2005, d'11 de novembre, per la qual s'aproven les bases que han de regir el programa d'ajuts a la producció editorial en català i al foment de la lectura pública en català, i se'n regula la tramitació telemàtica (codi 14201). *Diari Oficial de la Generalitat de Catalunya*, 18 de novembre de 2005, núm. 4513, pàg. 37333-37335. <<http://www.gencat.net/diari/4513/05314146.htm>>

L'Ordre ha tingut dues modificacions posteriors que es troben disponibles a l'adreça del SAB: <https://bscw.cultura.gencat.cat/sab/>.

Amb l'objectiu d'aconseguir la màxima eficàcia i operativitat en els procediments de selecció, adquisició i distribució dels llibres, el SAB s'estructura en dues comissions i un grup de treball: la Comissió de Valoració del Sistema, la Comissió d'Adquisició Bibliotecària i el Grup de Selecció Bibliogràfica.

El Sistema opera d'acord amb els procediments següents: el Grup de Selecció Bibliogràfica valora cada mes les propostes presentades pels editors. La tria dels llibres es dona a conèixer a les centrals territorials i les biblioteques, que s'encarreguen de fer les comandes respectives, segons el pressupost assignat. La Comissió d'Adquisició Bibliotecària resol, mensualment, l'adquisició de les comandes fetes i ordena els tràmits de distribució i facturació dels exemplars destinats a les biblioteques. La Comissió de Valoració es reuneix cada tres mesos per valorar el funcionament del Sistema, avaluar els resultats obtinguts i acordar les millores més adequades per a complir els objectius assignats dins del Programa.

La valoració i la tria de les propostes de lectura que es presenten al SAB es fa segons tres eixos bàsics:

- L'adequació de les propostes a la demanda i els hàbits de lectura en l'espai de les biblioteques públiques.
- L'impuls de projectes editorials que incorporen nous camps, tractaments o visions en el panorama del llibre català.
- El reforç de les polítiques sectorials de la Generalitat, com ara la preservació i conservació del patrimoni cultural, la igualtat d'oportunitats entre homes i dones, les polítiques de joventut o el desenvolupament sostenible.

El model de col·lecció del SAB dóna prioritat a la tria d'obres bàsiques en català dels diferents camps del coneixement d'interès cultural i de caràcter general. La selecció s'orienta sobretot a les categories d'obres següents: obres de referència, manuals, autors i títols clàssics, assajos amb una gran demanda, premis literaris d'interès nacional, etc.

Els processos de treball del SAB es basen en una aplicació informàtica feta a mida que canalitza l'intercanvi d'informació entre els editors i les biblioteques i permet la gestió de tots els processos de treball: bibliogràfic, tècnic, administratiu i econòmic. El portal del SAB és un espai de gestió i de comunicació d'ús exclusiu per als usuaris implicats, que hi participen amb diferents privilegis d'accés segons les seves necessitats. El Sistema proporciona eines per fer una anàlisi de les dades introduïdes i elaborar estadístiques, gràfics i resums tant de les propostes presentades pels editors com de les tries fetes pel Grup de Selecció Bibliogràfica i de les adquisicions de les biblioteques.

Per a il·lustrar l'evolució del projecte, s'exposa a continuació un resum de les dades més significatives que es disposen de l'últim any de funcionament del Sistema. Durant l'any 2008 es van presentar dues mil quatre propostes corresponents a cent vint-i-vuit editorials que publiquen en català tant de Catalunya com del País Valencià, les Illes i altres regions de l'Estat.

Taula 1. Editorials i propostes per territori

Territori	Editorials	Propostes	%
Barcelona	97	1.435	71,6
Girona	5	26	1,3
Lleida	5	126	6,3
Tarragona	6	150	7,5
Illes Balears	5	71	3,5

Territori	Editorials	Propostes	%
País Valencià	8	180	9,0
Madrid	2	16	0,8
Total	128	2.004	100,0

Taula 2. Biblioteques i pressupost per territori

Territori	Biblioteques	Pressupost	%
Barcelona	212	1.050.700	70,0
Girona	53	187.500	12,5
Lleida	43	108.000	7,2
Tarragona	23	96.000	6,4
Terres de l'Ebre	19	55.500	3,7
Fons de lliure disposició		2.300	0,2
Total	341	1.500.000	100,0

D'acord amb el model de col·lecció establert, es va fer la tria de les propostes presentades que es detalla en la taula següent. La relació entre l'oferta proposada pel Sistema i la demanda de les biblioteques es recull, igualment, en la taula següent:

Taula 3. Relació entre l'oferta i la demanda

Matèria	Propostes	Títols triats	% oferta	Exemplars adquirits	% demanda	Exemplars/títol
0 Obres generals	18	10	1,3	852	0,8	85,2
1 Filosofia. Psicologia	55	23	2,9	1.689	1,5	73,4
2 Religió	55	20	2,6	1.411	1,3	70,6
3 Ciències socials. Folklore	164	47	6,0	7.789	7,1	165,7
5 Ciències pures i ciències naturals	35	26	3,3	3.914	3,6	150,5
6 Ciències aplicades. Cuina	68	32	4,1	5.175	4,7	161,7
7 Belles arts. Espectacles. Esports	80	30	3,8	4.098	3,7	136,6
80 Lingüística	40	9	1,2	1.803	1,6	200,3
82 Teoria i crítica literària	50	16	2,0	2.312	2,1	144,5
8N Narrativa. Prosa	449	168	21,5	22.509	20,5	134,0
8P Poesia	121	38	4,9	3.299	3,0	86,8

Matèria		Propostes	Títols triats	% oferta	Exemplars adquirits	% demanda	Exemplars/títol
8T	Teatre	48	21	2,7	2.503	2,3	119,2
9	Geografia. Biografia. Història	206	62	7,9	6.442	5,9	103,9
IC	Llibres infantils de coneixements	184	120	15,3	24.275	22,1	202,3
II	Llibres infantils d'imaginació	431	160	20,5	21.638	19,7	135,2
	Total	2.004	782	100,0	109.709	100,0	140,3

Font: Sistema d'Adquisició Bibliotecària. Balanç 2008

La confrontació d'aquestes dades permet fer un seguiment periòdic de l'evolució del projecte i adoptar les mesures convenients per a millorar-ne el funcionament.

El Sistema d'Adquisició Bibliotecària ha obert unes expectatives interessants en la definició d'uns espais de relació entre els agents del sector editorial i el camp de la lectura pública. Aquests espais de diàleg permeten dibuixar estratègies per millorar la promoció del llibre i de la lectura en català, segons l'experiència, el coneixement i les necessitats específiques del camp de la biblioteca. L'anàlisi de la gestió i del funcionament del Sistema permet orientar els processos i fixar les prioritats entre els editors i els bibliotecaris quan es reuneixen periòdicament al voltant d'una taula per parlar i definir les estratègies que poden millorar la promoció del llibre i de la lectura en català.

Referències bibliogràfiques

Trobareu més informació a:

Conecta. *Informe de comerç interior en Catalunya 2007*. Barcelona: Gremi d'Editors de Catalunya / Associació d'Editors en Llengua Catalana / Cedro.

<http://www.gremieditorscat.es/AdArch/Bilio/Ftp/Cise_Cat_2007.pdf>

Llobet, Jordi; Rivera, Eva (2006). "Lectura pública i mercat editorial: El Sistema d'Adquisició Bibliotecària, com a punt de partida". A: *Jornades Catalanes d'Informació i Documentació* (pàg. 113-129). Barcelona: Col·legi Oficial de Bibliotecaris-Documentalistes de Catalunya.

Ordre CLT/463/2004, de 20 de desembre, de derogació de l'Ordre de 5 de desembre de 1994, per la qual s'aproven les bases que han de regir la concessió d'ajuts a la producció editorial en català i en aranès. *Diari Oficial de la Generalitat de Catalunya*, 30 de desembre de 2004, núm. 4291, pàg. 26671. <<http://www.gencat.net/diari/4513/05314146.htm>> <<http://www.gencat.cat/diari/4291/04355134.htm>>

Ordre CLT/437/2005, d'11 de novembre, per la qual s'aproven les bases que han de regir el programa d'ajuts a la producció editorial en català i al foment de la lectura pública en català, i se'n regula la tramitació telemàtica (codi 14201). *Diari Oficial de la Generalitat de Catalunya*, 18 de novembre de 2005, núm. 4513, pàg. 37333-37335. <<http://www.gencat.net/diari/4513/05314146.htm>>

2. Sant Jordi

Els inicis del que és l'actual diada de Sant Jordi es remunten molt enrere, sembla que des que l'abat Oliva va consagrar, l'any 1032, un altar en honor del sant al monestir de Ripoll. Era el màrtir i sant preferit dels cavallers i per això alguns ordes cavallerescos van agafar el nom de Sant Jordi. Sembla que a cavall dels segles XV i XVI, el dia 23 d'abril ja era un dia festiu que el papa Climent IX va declarar oficialment i així el dia 23 d'abril es va convertir d'una manera o d'una altra en el dia dels enamorats a Catalunya.

Al segle XX, els poders fàctics i gremials decideixen donar un aire més cultural a la diada i aprofitant que justament un 23 d'abril de 1616 havien mort dos dels escriptors més grans de la història d'Occident, Shakespeare i Cervantes (Cervantes, en realitat, mor un dia abans però és enterrat el 23), implanten aquest dia com a diada del llibre i la rosa: un dia dels enamorats passat per un prisma més comercial i menys romàntic.

Sigui com sigui, com ja fa anys va dir E. Hobsbawn, les tradicions són totes inventades, creades en algun moment de la història, i aquesta no n'és una excepció. I, a més, no es pot negar el bon ull d'editors i d'impressors, que van veure una oportunitat d'afegir el regal d'un llibre a la tradició del regal d'una rosa, i així l'enamorada es feia també partícip de la invenció. No solament sembla que la idea era bona sinó que també era necessària fins a tal punt que, el 1995, la Generalitat de Catalunya, amb la delegada del llibre, Magda Oliver, al capdavant, van veure possibilitats de fer extensiva aquesta celebració arreu del món. Així, es va iniciar una campanya de promoció, amb anuncis a la premsa estrangera, perquè la Unesco declarés el dia 23 d'abril Dia Mundial del Llibre. Una tradició nova inventada i imposada globalment que ha estat seguida de manera irregular i més esbombada pels mitjans de comunicació que no pas pels ciutadans mateixos. Ja és, però, al calendari oficial dels "dies mundials" i potser només és una qüestió de temps que arrelhi amb la mateixa alegria i vigor que ho fa a Catalunya.

Actualment, la festa de Sant Jordi, tot i ser laborable, sembla un dia mig festiu. Tothom esgarrapa uns minuts a la feina per sortir a comprar un llibre o una rosa a la paradeta de més a prop del despatx, o plega més d'hora per passejar en família entre llibres i roses a les rambles i els passejos de les ciutats catalanes. És, no cal dir-ho, un dia molt especial amb un seguiment massiu sorprenent en un moment en què a la societat li costa molt moure's de manera conjunta.

Autoria de la unitat

Carlota Torrents Ferrer

2.1. Què passa en el món editorial el dia de Sant Jordi?

Aliens a tot el pes històric de Sant Jordi, els caps de premsa, els comercials i els directors editorials tenen, els dies abans de la diada, un frenesí desassossegant que fa eclosió el "dia D", quan cremen totes les últimes energies: fan el seguiment d'autors en les signatures de llibres i compleixen en els aperitius, dinars oficials, còctels i festes nocturnes que no solament marquen la fi de festa, sinó també la feina de mesos preparada a consciència (o no) per tal de triomfar i sobresortir una vegada més el 23 d'abril.

El dia de Sant Jordi, a les editorials, es comença a preparar l'any abans. El calendari editorial té dos grans moments: Nadal i Sant Jordi. Per a arribar preparats a aquestes dues campanyes, els llibres que realment es consideren una aposta editorial han d'haver sortit al carrer tres mesos abans. La qual cosa vol dir que s'han d'haver contractat amb molts mesos d'antelació. És a dir, pel febrer surten les apostes de Sant Jordi i a l'octubre, les de Nadal. Hores d'ara, el devessall de títols i exemplars amb què queden bloquejades les portes de les llibreries és de tals dimensions que o bé el llibre ha sortit abans i els mitjans han tingut temps de parlar-ne, d'entrevistar l'autor i de fer-ne la crítica, o bé el llibre quedarà enterrat entre les piles de *best-sellers* o dins de la mateixa caixa amb què ha arribat. Molts llibreters es queixen de no tenir capacitat per a obrir totes les caixes de llibres que arriben per Sant Jordi.

Si el llibre és d'un autor mediàtic, tant si l'escriu ell com si l'hi escriu algú altre, algú l'ha d'haver pensat, encarregat i produït. Això porta mesos de feina. Si el llibre és una traducció, s'ha d'haver llegit, valorat, comprat (en aquests casos, acostumen a ser grans apostes econòmiques) i encarregat la traducció ben bé sis mesos abans d'entrar a màquines (es pot entrar a màquines un mes abans). Si hi ha molta pressa, s'encarrega a més d'un traductor alhora. Si tot això s'ha de fer perquè tres mesos abans de la data assenyalada sigui al carrer, cal haver treballat amb molta antelació i previsió.

El dia de Sant Jordi, els editors tiren la casa per la finestra en les promocions editorials i, si convé, lloguen un carruatge, contracten actors mediàtics i es passen el dia deambulant per la ciutat de Barcelona. N'hi ha que lloguen el Laberint d'Horta o contracten una companyia d'actors perquè facin alguna actuació a tot arreu on va a signar l'escriptor. D'una manera o d'una altra han de treure el cap per sobre de les multituds. D'altra banda, l'"autor aposta" de la casa editorial protestarà si no se li fan tots els honors que considera indispensables i imprescindibles per a signar més que els seus companys d'estand. Les comparatives entre escriptors a l'hora de signar poden ser força desagradables, tot i que entre ells acostuma a haver-hi bona entesa. També és cert que hi ha autors que es neguen a seure al costat d'un gran mediàtic per mor de quedar en ridícul i signar un llibre per cada deu que en signa el popular veí.

El dia de Sant Jordi, els llibreters fan el 40% de les vendes anuals del sector editorial. És un percentatge que és aviat dit, però no comptat. Són molts diners, segurament massa. Massa perquè algú intenti frenar el festival en què s'està convertint la diada. En ciutats grans com Barcelona, el dia de Sant Jordi s'aprofita per a anunciar qualsevol cosa. És el dia ideal per a donar fullets, per a anunciar un espectacle o per a fer una actuació al bell mig de la Rambla. Milers de persones veuran l'actuació, recolliran fullets i s'hauran assabentat de l'espectacle. I la ciutadania embogeix i s'atabala entre les riudes de gent que passeja o procura passejar i comprar algun llibre amb el 10% de descompte. Tradicionalment, el 10% es feia només el dia assenyalat i prou. Ara, però, d'uns anys ençà i després que un Sant Jordi va caure en diumenge, es va començar a allargar els dies que durava el descompte, fins a convertir-lo en oficial durant tota una setmana. Això fa que gent previsorà compri el llibre els dies abans, però en realitat la majoria esperen el dia 23 per decidir a última hora quin llibre regalaran.

El dia de Sant Jordi, els llibreters fan l'arròs. Abans, però, han hagut de desencapsar centenars i centenars de llibres, apilonar-los com bonament han pogut, digitalitzar els preus de totes les novetats que arriben diàriament de manera desenfrenada i contractar personal temporal per a atendre clients i vigilar possibles lladres culturals. La majoria de llibreries posen paradeta a fora perquè les vegin, per facilitar la feina al comprador, per descomprimir l'interior de la llibreria. És el gran dia dels llibreters, però és un dia duríssim!

El dia de Sant Jordi, els autors que han publicat estan eufòrics. La sortida del seu llibre per a la campanya de Sant Jordi està prevista de fa tant de temps que hi ha una certa ansietat de posar fi al protocol obligat i tancar el dia com més aviat millor però amb el millor dels èxits possibles: que el canell faci mal de tant signar llibres. Exageracions a banda, l'autor és l'actor indiscutible del dia, tot i que en realitat passa a segon terme dels noticiaris dels mitjans de comunicació. Al gremi de periodistes l'interessen les xifres (quants llibres s'han venut, quanta gent ha passat pel passeig de la ciutat, quantes roses s'han venut), l'interessa la gent (quin llibre ha comprat, a qui ha regalat la rosa, quants llibres llegeix l'any), l'interessa l'anècdota. Al final del dia, s'entrevista un escriptor que, entre llibreters i editors, s'acorda que ha estat l'autor del llibre més venut, però aquí s'acaba el seu moment estel·lar. Es fa alguna taula rodona amb autors mediàtics i, en general, es prescindeix dels escriptors més literaris o amb més pes dins la cultura del país.

El dia de Sant Jordi és el gran dia del llibre, però també és el gran dia de moltes coses secundàries. I, per tant, acaba essent un dia estrany, un dia en què molta gent es compra l'únic llibre de l'any i en què l'anècdota té més substància que la tradició.

Més d'una vegada s'ha debatut si el dia de Sant Jordi és bo o no per a la literatura, i sembla que són molts els qui estan d'acord que aquest dia la literatura no hi guanya res. Potser hi va guanyar en els anys de reivindicacions polítiques i

de llibertats democràtiques, però amb el pas del temps, la democràcia ha donat pas a una altra mena de festa més lúdica que no pas cultural. Hi ha qui afirma que tots hi guanyariem si es deixés de celebrar i es deixessin de vendre llibres efímers que no passen de la frivolitat més trivial. Hi ha qui considera que per poc que se'n parli (de llegir, d'escriure, de cultura o de literatura) és millor que no que no se'n parli gens. Hi ha qui està convençut que caldria aconseguir que cap dia no es vengués el 40% de la facturació i que en canvi cada dia es vengués prou perquè el món que gira al voltant del llibre fos sostenible, i que això s'aconsegueix amb campanyes d'educació i un cert convenciment institucional. És, certament, una diada que convida a la reflexió i en què totes les opinions són respectables, però totes tenen pros i molts contres. I tu, a quin bàndol et situes?

3. La Fira de Frankfurt

L'any 1949, la Fira de Frankfurt va tornar a lluir després de segles de ser la segona en nombre de llibres exhibits i visitants, arran de la trista construcció del mur de Berlín que deixava la ciutat de Leipzig, on se celebrava la fira alemanya més popular¹, al cantó de l'alemanya democràtica i, per tant, allunyada de l'Europa occidental.

⁽¹⁾La Fira de Leipzig és potser menys internacional que la de Frankfurt, però té una massiva afluència de públic general (147.000 visitants el 2009) que assisteix a la fira gairebé com una peregrinació. Hi ha qui diu que Leipzig és una fira més innovadora que la de Frankfurt. Va ser a Leipzig on es va dedicar el primer gran estand a l'audiollibre. Un visita a aquesta fira és altament recomanable. Més informació al web de la Fira de Leipzig.

Va ser, doncs, a partir d'aquell any que, des de la Paulskirche i amb dos-cents cinc estands d'editors alemanys, començava, amb una empenta renovada, la nova Fira de Frankfurt, que acabaria convertint-se en la fira més gran i més important del sector, i que es traslladaria amb el temps a l'enorme centre firal on és ara, amb capacitat per a acollir:

- 7.300 estands de 100 països diferents: 3.312 d'alemanys i 4.002 d'internacionals.
- 181.000 visitants internacionals, entre els quals destaquen 279 agències literàries.

Als anys cinquanta les coses no funcionaven amb la celeritat actual. Ni als seixanta, ni als setanta ni, encara que sembli mentida, als noranta, quan tot just es feia anar el fax amb certa normalitat. Sense Internet ni telefonia mòbil, autors i editors es comunicaven per carta i els manuscrits, teclejats pacientment, s'enviaven per correu postal amb la por que es poguessin extraviar. A vegades l'autor tenia, a tot estirar, dues còpies del manuscrit.

Reflexió

Això que ara ens sembla inaudit queda molt ben explicat en la correspondència Sales-Rodoreda, quan corregeixen *La plaça del Diamant*. Mercè Rodoreda; Joan Sales (2008). *Cartes completes (1960-1983)*. A cura de Montserrat Casals. Barcelona: Club Editor.

Igualment passava quan un editor procurava vendre un autor seu a l'estranger. Sumades a les barreres lingüístiques entre països, calia afegir-hi la d'enviar llibres editats a un editor estranger, i convèncer-lo per carta que era un molt bon llibre per a traduir al seu país.

Així, una reunió cara a cara podia simplificar les dificultats i esborrar les barres lingüístiques que creixien indefectiblement a cada manuscrit o llibre nou que arribava per traduir. Per això la Fira de Frankfurt va acabar essent un centre neuràlgic per al sector: era el primer centre firal on es reunien editors de

Autoria de la unitat

Carlota Torrents Ferrer

Lloc web

Si en voleu més informació, aneu al lloc web de la Fira de Frankfurt.

tot el món per compartir, intercanviar, vendre i comprar autors, llibres, idees i projectes. Era l'únic lloc on, en un parell de dies, podies veure l'editor francès, l'italià, l'alemany, el rus, etc., i intentar convèncer-los que aquell llibre que es titulava *Camí de sirga*, d'un tal Jesús Moncada, era un bon títol per al seu catàleg.

La Fira actual dedica quatre dies dels sis que dura als professionals del sector. I aquells llarguíssims passadissos amb catifes automàtiques per a no cansar-se tant s'omplen en un formigueig constant de gent de totes les nacionalitats i races del món que, la majoria, es mouen amb cara de no voler perdre temps perquè, amb una mica de sort, arriben justos a la cita següent que marca l'agenda.

3.1. Les cites

Les cites professionals són l'eix central de la Fira, la raó per la qual editors, agents literaris, impressors, productors i d'altres s'arriben a una de les fires més cares del sector. Comencem per les cites, perquè és al voltant d'aquestes trobades que s'organitza tota la Fira.

Com que assistir a la Fira de Frankfurt és prou car, cal aprofitar el temps al màxim, de manera que, com si això fos una competició, des de les deu del matí i fins les sis de la tarda cal veure tants professionals com sigui possible.

La norma no escrita diu que una cita ha de durar, com a màxim, mitja hora. És a dir, setze cites per dia. Bé, en realitat una cita dura uns vint minuts: són necessaris cinc minuts per a arribar al lloc de cada cita, i per tant se'n perden deu. Això, és clar, si les cites són en el mateix *hall*. Si la cita passa del *hall 8* al *hall 4*, calen com a mínim de dotze a quinze minuts per a bellugar-se. Cal organitzar-se l'horari d'acord amb aquests preceptes. Si s'arriba tard a una cita, és molt probable que es perdi el torn: algú altre que no tenia cita aprofitarà el retard per "colar-se". És típic de l'editor novell omplir-se la primera "agenda Frankfurt" de cites correlatives en *halls* diferents. Per això és bo demanar, a l'hora de concertar la cita, el número del *hall* on s'ha de fer la trobada per tal d'organitzar-se bé l'agenda i no arribar tard.

3.2. Els agents literaris

És potser el segon actor més important de la Fira.

A diferència dels editors, que volten molt pel recinte firal, els agents literaris principalment queden "tancats" a l'*Agent Center*, on hi ha prop de mil tauletes amb dues cadires per banda i on les cites es produeixen a la velocitat de vint a vint-i-cinc minuts cadascuna.

Cada taula costa prop de 500 euros i dóna dret a un parell d'endolls, un penjador compartit amb quatre agències més i un armariet amb clau. No hi ha espai per als llibres i, d'altra banda, qui vol veure llibres atapeïts de lletra si no s'entenen? A menys que es vinguin llibres objecte o llibres il·lustrats, no acostumen a ensenyar-se llibres sinó que tot s'escull "per catàleg".

Una agent i una editora, després de fer els preàmbuls de cortesia i l'intercanvi de targetes, entren en matèria:

Agent: Què busques aquest any? Com t'ha funcionat aquella novel·la històrica que vas comprar ara fa dos anys? Bé? És que en tinc una que s'hi assembla molt que al nostre país ja té tres edicions en sis mesos...

Editora: Va funcionar prou bé, sí, però ara busco algun llibre sobre l'amistat, els valors, una mica zen... No tens cap veu literària nova que destaqui? I si és dona, millor!

I així, successivament. Tots busquen una història ben escrita, que enganxi, un *page turner*, un *best-seller* de qualitat. En contra del que molts es poden pensar, les converses no són literàries. Amb vint minuts no hi ha temps de parlar del narrador heterodiegètic, amb prou feines es parla del *plot* i poca cosa més. L'agent anota tots els títols que d'entrada han interessat l'editor per enviar-li, un cop a l'oficina, els textos, sia en format PDF o en llibre.

3.3. Els editors a la Fira

Què hi fa un editor actualment, a la fira alemanya? Fonamentalment hi va a fer dues coses:

- Cultivar les relacions amb editors que ja coneix o que vol conèixer.
- Veure què es mou en el sector, observar altres editorials estrangeres (sobretot les que li són afins) i copiar bones idees. No és cap vergonya saber copiar què pot ser un bon producte i que un cop adaptat al país propi pugui tenir un alt rendiment de vendes!

És clar que un editor també hi va a fer moltes cites:

- Amb agents literaris estrangers amb qui durant l'any només s'ha comunicat per correu electrònic.
- Amb editors amb afinitat de catàleg, sia per a fer projectes comuns o per a intercanviar alguna opinió.

L'editor acostuma a voltar molt. És la figura activa de la Fira i ho ha de fer si vol veure tota mena de llibres diferents de països diferents, amb edicions de tota mena (un dels *halls* més interessants de la Fira és el dedicat als llibres artístics, amb enquadernacions, formats i estils trencadors, que acostuma a ser entre el *hall* 4 i el 3).

L'editor pot tenir estand o no. Depèn del tipus de llibre que publica i de la capacitat de l'empresa, se'l pot estalviar. El preu del metre quadrat gira al voltant de 350 euros i l'estand més petit una mica menys de 1.000 euros; aquests preus són, però, sense cap accessori. A partir d'aquí cal anar-hi sumant serveis i subministraments.

Tant les agendes dels editors com les de les agents literàries acostumen a estar atapeïdes, però també és cert que moltes de les cites, estrictament parlant des del punt de vista del rendiment, no són imprescindibles. El que sí que cal, però, és el contacte humà. A vegades, és més profitós això que no pas parlar de llibres i projectes concrets.

Finalment, acabada la dura jornada (vuit hores en un entorn de moqueta, aires i llums artificials i àpats d'entrepà acompanyats de litres de te o cafè), es produeix el canvi d'aires però no de tema. Editors i agents es mouen per anar a trobar-se a algun dels dos hotels més importants de la ciutat (Frankfurter Hof i Hessicher Hof) per fer altres cites, amb un to, això sí, més distès. Editorials de renom fan còctels o ofereixen sopars (arran de la crisi econòmica, de rigorosa invitació) i, cap al tard, editors i agents es tornen a trobar a fer l'última copa als bars d'aquests hotels, que són plens a vessar. Segons els mateixos habitants de Frankfurt, avesats a rebre constantment congressistes i assistents a tota mena de fires, la del Llibre és la fira més noctàmbula i més divertida. I la segona que fa més despesa darrere de la de l'Automòbil.

Bibliografia

Conecta. *Informe de comercio interior en Cataluña 2007*. Barcelona: Gremi d'Editors de Catalunya / Associació d'Editors en Llengua Catalana / Cedro.

<http://www.gremieditorscat.es/AdArch/Bilio/Ftp/Cise_Cat_2007.pdf>

Llobet, Jordi; Rivera, Eva (2006). "Lectura pública i mercat editorial: El Sistema d'Adquisició Bibliotecària, com a punt de partida". A: *Jornades Catalanes d'Informació i Documentació* (pàg. 113-129). Barcelona: Col·legi Oficial de Bibliotecaris-Documentalistes de Catalunya.

Torrents Ferrer, Carlota (2007). "Nits frankfurterianes", "L'estand dels agents" i "A les llibreries". *Binocles a Frankfurt*. Articles publicats a Vilaweb.

Vila-Sanjuán, Sergio (2007). *Guia de Frankfurt per a catalans no del tot informats*. Barcelona: RBA.

