

PROCÉS EDITORIAL

CREACIÓ I EDICIÓ D'UN LLIBRE



ABSTRACT

El mundo editorial es cada vez más complejo, actualmente para publicar un libro existen una gran variedad de opciones y caminos a seguir. Así, este trabajo nace de un interés por este extenso mundo del libro, siendo su objetivo profundizar en el proceso editorial. El trabajo consiste en un análisis de los distintos procedimientos a los que puede someterse un libro desde que es escrito hasta que llega a las librerías, así como de las diferentes profesiones implicadas, centrándose en la comarca del Anoia. Con tal de obtener esta información, se han realizado entrevistas a diversos anoienses que trabajan en el sector. Una vez conocido el proceso editorial, se elaboró un libro de relatos, con el confinamiento como tema principal, desde su redacción hasta su edición. A través de este trabajo se ha podido comprobar la complejidad del mundo del editorial.

The publishing world is increasingly complex, nowadays there are already a wide range of options and paths to choose from when wanting to publish a book. This project arises from an interest in this large book world, being its goal to know more about the publishing process. The project consists of an analysis of the different procedures a book can undergo from the moment it is written until it arrives to the bookstores. It also studies the professions involved in the process, focusing on the Anoia region. In order to obtain this information, several interviews have been carried out to people working on the field. After having studied the publishing process, a book of short stories about the lockdown was developed, from its writing to its editing. Through this work, it was possible to verify the complexity of the publishing world.

ÍNDEX

4 /	INTRODUCCIÓ
5 /	1. HISTÒRIA DE LES EDITORIALS I IMPREMTES DE CATALUNYA
5 /	Història de les editorials i impremtes de Catalunya
8 /	Història de les editorials i impremtes d'Igualada
11 /	2. PROCÉS D'EDICIÓ I PUBLICACIÓ D'UN LLIBRE
11 /	2.1. REDACCIÓ DEL MANUSCRIT
14 /	2.2. CORRECCIÓ
16 /	2.3. EDICIÓ
18 /	2.4. DISSENY I MAQUETACIÓ
21 /	2.5. IMPRESSIÓ
27 /	2.6. DISTRIBUCIÓ I COMERCIALITZACIÓ
29 /	3. ELABORACIÓ D'UN LLIBRE DE RELATS
29 /	3.1. CARACTERÍSTIQUES D'UN LLIBRE DE RELATS
31 /	3.2. PROCÉS D'ELABORACIÓ D'UN LLIBRE DE RELATS PROPI
36 /	CONCLUSIONS
38 /	FONTS D'INFORMACIÓ
39 /	ANNEXOS
40 /	A1. ENTREVISTA ARIÀ PACO
45 /	A2. ENTREVISTA MARINA IGLESIAS
51 /	A3. ENTREVISTA ALBERT SOLER
55 /	A4. ENTREVISTA LLUÍS JUBERT
62 /	A5. ENTREVISTA IMPREMTA ROMANYÀ VALLS
69 /	A6. ENTREVISTA IGNASI FARRÉ

INTRODUCCIÓ

En un principi, escollir el tema del treball de recerca em va resultar complicat. Realment hi ha una gran varietat de temes que m'atrauen i sobre els quals m'agradaria conèixer més, de forma que era complicat escollir-ne un. Finalment, però, vaig aconseguir decantar-me per un sol tema, donant preferència a aquell que estava íntimament relacionat amb una de les meves passions: la lectura.

Ja fa anys que aquesta activitat ocupa les meves estones lliures, des que era ben petita. Per això, em cridava molt l'atenció saber tot allò pel que passa un llibre abans que els lectors ens el trobem a la prestatgeria d'una llibreria i el comprem, de manera que la motivació del meu treball ha estat el desig de conèixer un tema que m'interessa per tal de saber-ne més i no quedar-me només amb allò que es veu en un principi.

Així doncs, l'objectiu del meu treball de recerca és endinsar-se en el món editorial, veure tota la feina que hi ha darrere un llibre i que molt sovint no s'aprecia. La meua intenció és conèixer en profunditat el seu procés de creació, edició i publicació, és a dir, tots els passos que segueix un llibre des que s'escriu fins que arriba a les mans del lector. Per tal de saber-ne més sobre aquest procediment, estudiaré les diverses professions implicades, a més a més dels diferents camins que existeixen a l'hora d'editar i publicar un llibre. Em centraré sobretot en analitzar el sector editorial dins de la comarca de l'Anoia.

Per tal de recollir la informació necessària pel treball, realitzaré entrevistes a diferents professionals en el sector, per tal de conèixer el seu paper dins el procés editorial i el funcionament d'aquest.

Pel que fa a la part pràctica, la meua idea és dur a terme la creació i edició d'un llibre de relats, seguint els passos que analitzaré en la part teòrica. L'objectiu d'aquesta part és comprovar si és possible seguir el procés editorial dins de la comarca i des de zero, sense ser una autora reconeguda.

El treball l'he estructurat de la següent manera: per començar, introduiré el tema editorial presentant la història de les editorials i impremtes a Catalunya i, més concretament, a Igualada. Després, explicaré el procés editorial pas a pas, a través de les respostes obtingudes en les entrevistes elaborades. A continuació, explicaré les característiques amb les que ha de comptar un llibre de relats, parlaré del procés que seguiré per tal d'elaborar el meu propi llibre i, finalment, l'adjuntaré.

1. HISTÒRIA DE LES EDITORIALS I IMPREMTES DE CATALUNYA

Història de les editorials i impremtes de Catalunya

A Catalunya, l'edició i la impremta han arribat a tenir una gran importància a nivell peninsular i fins i tot mundial.

Les primeres impremtes es van instal·lar molt aviat als territoris catalans, la majoria d'elles al voltant del 1500, poc després de la invenció de la impremta. La primera es va establir a Barcelona el 1475 i, durant els pròxims anys, en van anar apareixent també a Tortosa, Lleida, Girona, Tarragona i Montserrat. Tot i així, cal destacar que en un inici gran part dels impressors i editors eren d'origen alemany, a Barcelona al segle XV tan sols tres eren catalans.

El primer llibre imprès en català a Catalunya va ser una traducció, *El Regiment de Prínceps*, d'Egidio Colonna. Cal tenir en compte, però, que tant pel que fa a llibres com a altres obres impreses (com podien ser fulls solts) ens n'han arribat molt pocs en comparació amb el nombre d'exemplars que sabem que se'n van imprimir. En part, això és degut al pas de la Inquisició, que es va encarregar de destruir una gran quantitat de llibres. Durant aquest període, tan sols una petita part del que s'imprimia era en català, sent el llatí la llengua que predominava en les impressions.

Aleshores, el cost d'imprimir un llibre era realment elevat, sobretot pel que fa al paper. Per aquest motiu, el preu de venda era molt alt (solia ser aproximadament el doble del cost total de la impressió, que ja era cara) i els llibres només arribaven a una petita part de la població.



Regimiento de Principes, d'Egidio Colonna.
La seva traducció al català va ser el primer llibre imprès a Catalunya, el 1480.

Arribat el segle XVI, encara que la situació de la impremta catalana seguia sent bastant precària, va augmentar el nombre de publicacions que es feien en català, arribant a ser gairebé la meitat del total. Tot i així, durant la segona meitat del segle XVI, el castellà va fer donar un tomb a la situació, acabant sent la llengua predominant en la impressió. També es va produir un altre canvi important pel que fa a l'origen dels impressors, que van passar a ser, en gran part, francesos i provençals.

Ja al segle XVII, gran part de les publicacions seguien sent religioses, seguides per la literatura i la filosofia política. A més, als Països Catalans s'hi imprimia una part important de la literatura espanyola del Segle d'or. Així doncs, pel que fa a publicacions, el català encara no superava al castellà. Durant aquesta època, van començar a aparèixer els primers fulls de notícies, que posteriorment van evolucionar cap al format de premsa que coneixem.

Al segle XVIII, la victòria dels Borbons a la Guerra de Successió va significar la implantació d'una llei d'impremta molt més restrictiva, a causa de la qual les publicacions als Països Catalans van disminuir considerablement. Cap a finals de segle, una certa reducció de l'analfabetisme va ajudar a millorar la situació de l'edició catalana. També va ser aleshores quan van començar a arribar impremtes a altres ciutats catalanes.

Durant la primera meitat del segle XIX, les impremtes es van veure afectades en certa manera per les diverses revolucions que van tenir lloc, entre elles la Francesa i la Industrial. Aquesta segona va comportar la incorporació de noves tècniques en el món del llibre, tot i que van ser relativament poques degut a la prevalença del treball semiartesanal. Una de les editorials que sí que va apostar per la nova maquinària va ser l'editorial Espasa (fundada per Josep Espasa), que imprimia una gran varietat de publicacions.



Full informatiu i publicitari publicat per l'editorial Espasa el 1901

Ja arribant al segle XX, l'editorial més important del moment era Montaner y Simón, que difonia obres de gran format, sovint il·lustrades i de luxe. Va ser en aquesta darrerïa del segle XIX quan el públic lector va començar a demanar obres literàries destinades específicament a un públic massiu, ja que llibres d'aquest tipus encara escassejaven. Va ser l'editorial Maucci (dirigida per Manuel Maucci i establerta a Barcelona) la primera en aconseguir satisfer les necessitats d'aquests lectors, sent la primera en oferir llibres econòmics en grans tiratges.

Pel que fa a la novel·la infantil i juvenil, no en va començar a augmentar la producció fins al 1912, quan editores que abans es centraven tan sols en llibres per a públic adult van decidir publicar també llibres pels més joves. També aleshores varies editorials van començar a publicar còmics i revistes infantils que es venien als quioscos.

A partir del 1939, durant la dictadura franquista, gairebé no van sorgir novetats editorials en català degut a la dura censura que es va aplicar. No va ser fins acabada la dictadura que la producció de llibres en català va augmentar exponencialment, recuperant el ritme previ a la censura. A partir d'aleshores fins a actualment, l'edició i publicació de llibres en català ha anat creixent cada vegada més ràpidament.

Així doncs, encara que la producció de llibres en català va patir varies censures i repressions de tot tipus al llarg de la història, les diferents editorials i impremtes que van anar apareixent van aconseguir que la llengua catalana sobrevisqués i creixés en el món literari.

Taula que mostra el creixement de la publicació de llibres en català des de l'any 1977 fins al 2000

Any	Títols en català	% total Catalunya	% total Espanya
1977	1.015	10,1	4,0
1978	1.132	10,6	4,8
1979	1.217	11,5	4,9
1980	1.722	14,5	6,1
1982	2.175	17,1	6,7
1984	3.018	22,8	9,8
1985	3.471	25,1	10,0
1990	4.778	30,9	11,3
1994	5.638	34,1	11,0
1995	6.994	40,0	13,4
2000	8.759	36,4	14,8

Font: LLANAS, Manuel. (2007). *L'edició a Catalunya el segle XX* (els darrers trenta anys)

Història de les editorials i impremtes d'Igualada

Al llarg de la història, en comparació a altres ciutats catalanes tals com Barcelona, Igualada no ha comptat amb gaires empreses relacionades amb el món de l'edició de llibres. Amb el temps, sobretot recentment, han anat apareixent estudis de disseny i petites editorials, però la ciutat ha estat important sobretot pel gran nombre d'impremtes que hi ha hagut en funcionament.

La primera impremta que es va instal·lar a Igualada ho va fer l'any 1832, moment considerat l'inici de la vida de les arts gràfiques a la ciutat. Realment va ser creada en una data relativament tardana, tenint en compte que la seva invenció data de quatre segles més aviat. A més, altres ciutats properes com per exemple Cervera, conserven diaris publicats per impremtes ambulants que daten del 1808. Aquest primer taller tipogràfic igualadí el portava Joaquim Abadal i Casamitjana, que va passar el negoci als seus descendents quan va morir. El primer document imprès pels Abadal del qual es té referència són uns goigs a la Mare de Déu, tot i que més tard, el 1863, van començar a imprimir el primer periòdic local d'Igualada, anomenat *El eco de Igualada*. Aquesta primera impremta estava bàsicament encarrilada a cobrir les necessitats de la població, sense intenció que les seves publicacions arribessin a l'exterior.



Portada d'una de les publicacions del diari *El eco de Igualada*, imprès per la impremta Abadal.

Uns anys més tard, el 1843, va aparèixer una segona impremta a la ciutat, la impremta Jover. Aquesta, en lloc de diaris, publicava llibrets religiosos i documents relacionats amb l'ensenyament, a banda de reglaments de diverses entitats.

La tercera impremta igualadina no va ser fundada fins el 1882, per Nicolau Poncell. Fins aleshores encara no s'havien imprès mai llibres a Igualada, així que quan a principis del segle XX la impremta Poncell va adquirir maquinària moderna que li permetia dedicar-se a la impressió de llibres, va aconseguir un gran prestigi. Aquest es va convertir en el taller més gran i que més opcions oferia de la ciutat. No només es dedicaven a la impressió de llibres, sinó que del taller també en sortien periòdics, programes i fulletons de qualitat. El seu renom els va permetre imprimir llibres per a moltes editorials de Barcelona i fins i tot publicar el primer missal a dues tintes en dos volums i paper bíblia d'Espanya, quan abans totes provenien de Bèlgica o del Vaticà.



Segell de la impremta Poncell d'Igualada

A partir d'aleshores, van anar apareixent moltes altres impremtes a Igualada, algunes més grans que d'altres, com és el cas de Puget, Codorniu, Miranda, Argent, Pons i Xuclà, Bellapuig, Gràfiques Cubí, Gràfiques Anoia, Gràfiques Florensa, Grafopack, Unigrafic... Actualment, Igualada compta amb un total de quinze impremtes. A la vegada, van començar a publicar-se butlletins humorístics, d'entitats i sindicalistes, a més d'una revista bilingüe que defensava l'esperanto com a llengua bàsica internacional.

Ja entrats els anys vint, van sorgir un gran nombre de publicacions periòdiques que feien difusió de les seves tendències polítiques. També va començar l'edició de diaris d'informació general i revistes culturals.

El període de guerra civil va suposar la suspensió de totes aquestes publicacions i l'edició de nous mitjans escrits. La premsa general no es va reprendre fins el 1942 i es va consolidar amb la publicació setmanal de *La Veu de l'Anoia* (1982).

Gràcies a les noves tecnologies que van anar sorgint i la importància que va anar adquirint la publicitat, van crear-se publicacions gratuïtes com *El Safareig*, *L'Enllaç* o *L'Extra*, entre d'altres.

Finalment, cal esmentar la *Revista d'Igualada*, publicació quadrimestral de cultura i pensament que a partir del 1999 va reprendre una de les capçaleres més prestigioses de la ciutat.

A causa de tots aquests anys d'experiència en el sector de les arts gràfiques i la impressió, Igualada s'ha convertit en un punt clau pel que fa a impremtes. Actualment, a la ciutat se n'hi troben varies i de diferents tipologies, que ofereixen tots els serveis dins el món de la impressió, tant en paper com en cartró.



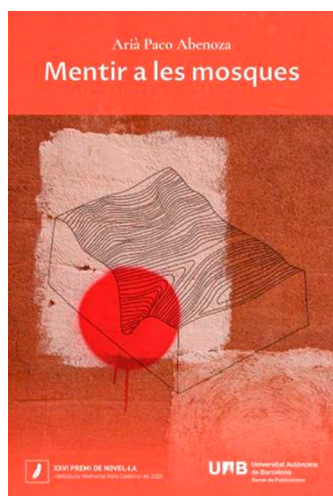
Publicacions recents de *La Veu de l'Anoia*, *L'Enllaç* i la *Revista d'Igualada*.

2. PROCÉS D'EDICIÓ I PUBLICACIÓ D'UN LLIBRE

2.1. REDACCIÓ DEL MANUSCRIT

És prou evident que, en gairebé qualsevol procés literari o editorial, l'encarregat d'iniciar el projecte és l'escriptor, ja que és ell qui redacta el manuscrit que posteriorment potser arriba a les llibreries. En gran part dels casos, la creativitat del qui escriu és la que dona lloc a una idea que, amb temps i paciència, es convertirà en una història. A partir d'aleshores, tot escriptor espera amb anhel poder veure com les seves paraules agafen forma i, finalment, arriben a mans dels lectors.

Tot i així, abans de parlar sobre el procés d'escriptura en si, cal tenir en compte què succeeix abans que un escriptor arribi a ser-ho. Per tal de conèixer millor tot allò relacionat amb l'escriptura, vaig entrevistar a l'Arià Paco, un jove escriptor de tan sols 27 anys que el novembre de 2020 va publicar la seva obra *Mentir a les mosques*. Ell considera que escriu des de sempre, ja que, igual que molts altres escriptors, va començar a veure's motivat per l'escriptura des de ben jove. Tot i així, encara que molts escriptors reconeguts ja escriuen molts anys abans de publicar la seva primera novel·la, molts d'ells han assistit a diversos cursos o han format part de grups d'escriptura per tal de millorar les seves habilitats lingüístiques. Aquests grups, dels quals va formar part l'Arià a la universitat, serveixen perquè diversos apassionats de l'escriptura es reunixin per llegir el que han escrit i comentar-ho a través de crítiques constructives.



Mentir a les mosques (2020), primera novel·la publicada per Arià Paco.

Pel que fa a la redacció del manuscrit, és un procés que integrat per varis factors. Per començar, és una part que demana temps, tot i que és un element molt variable segons el tipus d'obra que s'escriu i la seva extensió. En el cas de l'Arià, redactar la novel·la que finalment ha publicat li va portar mig any (des del juny del 2019 fins al desembre). En canvi, anteriorment havia escrit una obra de teatre que va finalitzar amb tan sols un mes. El temps total que es tarda a escriure un llibre també depèn de la investigació necessària per la història, ja que per exemple en el cas d'una novel·la històrica, l'autor ha de realitzar una recerca prèvia per tal que el contingut no sigui incongruent ni contradictori. A l'hora d'escriure, també és important tenir en compte l'estil i, sobretot, deixar-se portar per la inspiració i les idees, sense forçar-les.

Però, què passa un cop finalitzat el manuscrit? Què ha de fer un escriptor quan ja dona per acabada la història a la que ha dedicat hores i dies? Actualment existeixen una gran varietat d'opcions, al contrari que al principi de la història de l'edició i la impremta, quan el món editorial era molt més limitat.

En primer lloc, en el cas d'autors reconeguts que ja estan adherits a una editorial o ja compten amb certa fama, sol ser l'editorial qui els busca per publicar la seva obra.

En canvi, si qui vol publicar un llibre és un autor que tot just s'està introduint al món editorial, és clar que la dificultat és més elevada. Una de les opcions consisteix a enviar el manuscrit a diverses editorials, que s'encarregaran de valorar-lo i decidir si els interessa publicar-lo o no. Tot i així, és un camí complicat, ja que les editorials reben una gran quantitat de manuscrits al dia i la probabilitat que n'escullin un en concret és baixa.

Una altra opció, cada vegada utilitzada per un nombre més alt d'autors, és l'autopublicació. Actualment existeixen diverses empreses que ofereixen aquest servei, que consisteix en publicar una novel·la sense la intervenció d'una editorial.

Per últim, una opció també bastant reconeguda és publicar una novel·la com a premi d'un concurs literari. És a través d'un d'aquests premis, concretament el "Premi de Novel·la Valldaura del Memorial Pere Calders", que l'Arià ha aconseguit publicar la seva obra *Mentir a les mosques*. Gairebé tots aquests concursos de narrativa llarga només estableixen una llargada mínima i màxima i la llengua en la que ha d'estar el text, de forma que deixen completa llibertat pel que fa al tema a tot aquell escriptor que s'hi vulgui presentar. Així doncs, encara que pugui semblar el contrari, aquests concursos no frenen el procés creatiu, ja que no determinen ni una estructura ni un tema. Sovint

aquesta és una de les opcions més realistes, sobretot en comparació amb l'opció d'enviar el manuscrit a una editorial que rep desenes o centenars de novel·les al dia.

En el cas de l'Arià, gràcies al premi que ha guanyat la seva novel·la va ser editada i publicada pel Servei de Publicacions de la UAB. Aquest servei s'encarrega de la correcció del text (per tal que el definitiu no compti amb cap errada), de l'edició, de la maquetació i de la impressió.

Una altra part important relacionada amb els escriptors, i sobre la que aniré incidint al llarg del treball, és la implicació que té l'autor en el procés editorial, és a dir, fins a quin punt es tenen en compte les seves opinions, idees i preferències a l'hora d'escollir les diferents característiques del llibre.

En el cas del servei ofert per la UAB, l'Arià explicava que la seva opinió va tenir prevalença fins a un cert punt, ja que el llibre que va publicar formava part d'una col·lecció de l'editorial i, per tant, havia de complir amb certes característiques per tal que l'estètica encaixés amb la resta. Tot i així, va poder demanar canvis per diverses correccions que no li feien el pes i també donar la seva opinió a l'hora d'escollir la foto que aniria a la coberta. En canvi, durant la part de maquetació no va poder participar massa, ja que l'estructura del llibre venia preestablerta pels aspectes característics de la col·lecció (les tipografies, mides, disseny interior...).

Pel que fa al tema econòmic, tot autor que publica a través d'una editorial ha de signar un contracte que estableix el repartiment de beneficis. El més comú sol ser que l'autor s'endugui el 10% dels guanys de les vendes (de manera que si el llibre val uns 16 o 17 euros, no n'arriba a treure 2 euros per exemplar venut).

Tot i així, el sol fet de veure la seva història a les prestatgeries de les llibreries i sentir-la més veraç que mai ja és suficient per tot escriptor.



PREMI DE NOVEL·LA
«Valldaura-Memorial Pere Calders»

Logotip del Premi de novel·la
"Valldaura-Memorial Pere Calders"



Logotip del Servei de Publicacions ofert per la
Universitat Autònoma de Barcelona.

2.2. CORRECCIÓ

Però, quin pas cal que es produeixi entre que s'acaba de redactar el text i aquest arriba a mans de l'editor? Allò que passa entremig és un procés que va a càrrec de l'anomenat corrector.

Dins del procés editorial, la feina de corrector és la que més es sol deixar arraconada, sovint sent considerada innecessària. Realment fa falta que un text escrit per un autor sigui revisat i corregit per una tercera persona? És fàcil pensar que, per exemple en el cas d'un autor reconegut, el text serà impecable, que després d'anys d'experiència ja no es cometen errors. Tot i així, a tothom algun cop se li escapa alguna errada per imperceptible que sigui, de manera que la intervenció d'un corrector és crucial per detectar-les i rectificar-les abans de la impressió. Amb la intenció de tenir més coneixement sobre el paper de la correcció dins el món editorial, vaig entrevistar al corrector i professor de llengua catalana Albert Soler, que actualment col·labora en diversos projectes promotors de la llengua.

Per començar, cal tenir clar quina és exactament la labor d'un corrector, ja que no només consisteix en corregir faltes ortogràfiques. A banda d'això, la seva feina també inclou revisar els textos per tal de detectar i esmenar els errors d'altres tipus, tals com ortotipogràfics (com per exemple d'interlineat, estil de tipografia, jerarquització de títols, ús de marges, espais...), lèxics, sintàctics o enciclopèdics.

El temps que requereix aquest procés és altament variable, ja que tot depèn de les característiques del manuscrit inicial redactat per l'autor. Alguns dels elements que fan canviar la durada del procés de correcció són, per exemple, l'extensió i dificultat del text, la disponibilitat i experiència del corrector o la urgència de l'encàrrec. El que es sol fer en molts casos, si es preveu que la correcció d'una obra portarà molt temps, és repartir la feina entre diversos correctors.



L'Albert Soler impartint classes de català

Un altre dels elements més variables és el preu. Igual que el temps, depèn de factors com la dificultat del text o la urgència. De la mateixa manera, el preu de la correcció depèn de l'empresa que l'encarrega, però el més habitual és establir una tarifa per paraula o per pàgina, i no pas per hora.

En relació a les editorials convencionals, els correctors no solen estar-hi adherits, sinó que acostumen a anar per lliure i acceptar projectes de diverses editorials. És possible que, tal i com comentava l'Albert, una editorial doni tant volum de feina a un corrector que aquest ja no pugui dedicar-se a projectes d'altres empreses, però el més habitual és que un mateix corrector treballi alhora per diferents editorials.

Durant la correcció, com que algunes correccions tenen a veure amb l'estil d'escriptura, és important considerar també el paper de l'autor en el procés. Per parlar-ne, cal diferenciar dos tipus de textos.

El primer serien aquells textos en què l'autor parla en nom propi, és a dir, que les idees redactades provenen de la mateixa persona que les escriu. En aquests casos, com que l'autor és qui signa el text, és lògic que sigui ell qui té l'última paraula a l'hora de prendre decisions relacionades amb la correcció, sobretot pel que fa a l'estil. Tot i així, també cal tenir en compte el domini de la llengua que té l'autor, ja que si és baix potser és preferible fer prevaldre l'opinió del corrector. No obstant, si l'autor és un personatge mediàtic o important en la indústria, sol ser el seu criteri el que predomina. També cal que, abans de començar la correcció, editorial i corrector es posin d'acord en les normes lingüístiques que s'utilitzaran, ja que algunes editorials són més estrictes que altres pel que respecta a aquestes regles.

Passant al segon tipus de textos, serien aquells en que allò escrit va a nom d'una entitat o institució (les idees transmeses no són de l'autor, aquest tan sols redacta el que se li demana). En aquests casos, la intervenció de l'autor és gairebé nul·la, ja que el que prevalen són els criteris lingüístics de la institució o entitat que ho supervisa.

Un cop realitzada la correcció, el text ja pot passar a l'editor. Tot i així, la seva feina no sol acabar aquí, ja que en molts casos també es dona que un corrector revisi les galeres (proves d'impremta un cop ja maquetat i a punt d'imprimir el llibre).

En resum, doncs, és indispensable que en tot procés editorial hi tingui lloc almenys una correcció del manuscrit. A tots se'ns escapen errors, ni tan sols les persones més sàvies o els correctors més curosos són infal·libles. Per tant, sempre és bo que uns altres ulls revisin un text per tal de polir-lo, assegurant-se així que el producte ofert és de qualitat.

2.3. EDICIÓ

Un cop escrit i corregit el text, el següent pas és donar-li forma, és a dir, ordenar-lo i idear-ne el format per tal que encaixi amb el que ha de ser un llibre i a la vegada reflecteixi tot allò que vol transmetre la història. En això consisteix la feina d'un editor o editora, en tenir en compte tot aquells detalls que donaran al llibre una millor estructura i el faran atractiu a ulls del lector fins i tot abans de saber què n'amaguen les pàgines.

És per això que un dels aspectes més imprescindibles en la feina d'editor és l'originalitat, ja que és el que aconseguirà fer únic un llibre. Per aquest mateix motiu, sovint la passió per l'edició és suficient per començar un projecte editorial, com és el cas de la Marina Iglesias, una editora igualadina que fa 16 anys va posar en marxa l'editorial Escucurucuc edicions. La Marina va estudiar màrqueting, però la seva passió per les revistes i l'edició la van impulsar a endinsar-se en el món de l'edició.

Dins del món editorial, prevalen principalment dos tipus d'editorials. En primer lloc, existeixen les editorials convencionals, les quals reben manuscrits d'autors i escullen quins publicar. En segon lloc, existeix un segon tipus d'editorial, com és el cas d'Escucurucuc edicions, que publica llibres de producció pròpia.

En el primer tipus d'editorials, el procés comença amb l'escriptor que té la idea, la escriu i la envia a l'editorial, provant sort per veure si el text agrada i és escollit per ser editat i publicat. També n'hi ha d'altres que ja tenen autors fixos i a vegades és l'editorial mateixa qui demana a l'autor que escrigui alguna cosa. Aquestes editorials convencionals s'encarreguen del procés editorial en la seva totalitat, de forma que una sola empresa fa el disseny, la maquetació i la publicació del producte.



Illa d'es Cucurucuc, a Cadaqués, que dona nom a l'editorial creada per la Marina Iglesias.

Així doncs, la participació de l'autor hi és gairebé nul·la, no va més enllà de la redacció del manuscrit. És cert que molt probablement s'arribi a un acord a l'hora de decidir la portada, però l'escriptor no intervé en la part d'edició.

En aquests casos, tal i com ja he dit anteriorment, l'autor es queda un 10% dels beneficis de vendes i, a vegades, el paguen també per obra escrita.

En canvi, les editorials de producció pròpia com la fundada per la Marina no funcionen mitjançant la rebuda de manuscrits. Ells no escullen textos i els publiquen, sinó que són ells mateixos qui tenen una idea de llibre i busquen un autor disposat a redactar-lo. Per tant, tot el contingut de les col·leccions que publiquen (ja siguin guies, revistes o llibres), són de creació pròpia, les vegades que han rebut manuscrits o prototips de novel·les els han hagut de rebutjar. Aquest tipus d'editorials no compren entrevistes ni fotografies d'estocs, sinó que recorren a professionals (periodistes, fotògrafs, il·lustradors, directors d'art...) per tal que els facin el contingut que necessiten per un producte editorial en concret. Així, els qui treballen en les publicacions solen ser col·laboradors externs, que no formen part de l'empresa en si. Tot i així, no només treballen a partir d'idees de l'editorial mateixa sinó que sovint també funcionen sota encàrrec.

En resum, l'editor s'encarrega d'idear l'estructura i obtenir el contingut del producte i, un cop fet, passar-ho al dissenyador. Els últims passos ja serien la impressió i la distribució.

En haver-hi tantes persones treballant en un mateix producte, el tema econòmic també funciona de forma diferent a les editorials convencionals. En molts casos, per tal de subvencionar les publicacions, es fa necessària la col·laboració d'altres entitats o institucions (com podrien ser ajuntaments) i, en el cas de les revistes, la inclusió d'anuncis. En aquest tipus d'editorials cal repartir els beneficis entre el redactor (qui idea el producte), el fotògraf, el dissenyador, l'il·lustrador... A més, posteriorment cal pagar també a un impressor i, finalment, a un distribuïdor. Aquest últim és realment clau (encara que un producte sigui molt bo, si no es distribueix no hi ha manera que arribi al lector), però es queda el 45% del preu de venda. L'editor es queda tan sols amb el 55% restant, que és el que després cal repartir entre la resta de col·laboradors. Per tant, cal vendre el producte a un preu molt elevat o vendre'n moltes unitats per tal d'obtenir-ne benefici.

Pel que fa a la implicació de l'autor en el procés, en aquest cas també és escassa, només s'encarrega d'escriure la història.

Per acabar, un cop editat i a punt el llibre, l'editor el passa al dissenyador, que arregla tot allò que sigui necessari per tal que el llibre quedi impecable. Finalment, es passa a l'impressor.

2.4. DISSENY I MAQUETACIÓ

La feina que du a terme un dissenyador i maquetador inclou diversos processos, tots ells relacionats amb aquelles característiques d'un producte lligades a l'aparença. I no només treballen allò que es veu, sinó també aquells detalls als que no es sol prestar atenció però que són claus durant la lectura. A vegades, només agafar un llibre t'adones que es fa feixuc, ja sigui perquè l'interlineat és massa estret, les línies massa llargues, la lletra massa petita... Són coses que van més enllà de l'estètica, que s'han de cuidar perquè realment tenen una funcionalitat, que el dissenyador s'encarrega de complir.

Tal i com defineix el Lluís Jubert, dissenyador a càrrec de l'Espai Gràfic, la seva feina consisteix principalment en posar un projecte sota uns criteris, reflexionar sobre un producte i fer-lo de la millor manera possible. Pel Lluís, aquelles persones que es dediquen al disseny hi ha una part que ja la porten dins, en el seu cas una inquietud per veure les coses endreçades en qualsevol aspecte de la vida.

En termes més concrets, la labor d'un dissenyador i maquetador és, quan algú que vol editar un llibre es posa en contacte amb ell, primerament conèixer el contingut i la persona que hi ha darrere, per tal de tenir clar en què caldrà treballar. Aleshores es comença a treballar en la maquetació i el disseny, que consisteix en agafar el contingut i polir-lo per facilitar-ne la lectura, ja sigui a través del format, les cobertes, les tipografies, la composició interior, l'interlineat...



Entrada de l'estudi gràfic on treballa el Lluís Jubert, Espai Gràfic.

Es tracta de saber espremer el contingut al màxim, posant atenció a detalls com el gruix de la lletra, els titulars, números de pàgina, mirar si una paraula acaba a la dreta o a l'esquerra... Tot això es du a terme utilitzant un ordinador, al contrari que fa uns anys. Abans, la feina que actualment es fa amb un sol ordinador l'havien de fer manualment un total de vint-i-cinc persones.

Pel que fa al temps que necessita un disseny, és impossible establir una mitjana. El temps depèn molt del tipus de disseny, ja que pot anar des d'un logotip (que es pot arribar a fer en 15 dies) fins a un llibre sencer. En el cas dels llibres, el temps varia segons l'extensió i la complexitat del treball. De la mateixa manera, el preu varia segons les hores dedicades al projecte, sense ser modificat segons els exemplars venuts del producte.

Actualment, cada vegada sorgeixen més empreses que duen a terme la labor dels maquetadors, les quals habitualment són utilitzades per autors autoeditats. Aquest seria el cas d'Amazon, que ofereix un servei d'autoedició. En part, el fet que sigui una empresa de grans dimensions la que s'encarrega del procés fa que la relació sigui més freda, però al final el que compta és el resultat, que no és del tot incorrecte. És cert que no hi ha l'oportunitat de cuidar els detalls tal i com ho faria un dissenyador, de forma que potser la composició no és tan agradable o la lectura no tan òptima.

En la feina de dissenyador i maquetador és essencial la relació amb el client, ja sigui una empresa o un particular. Com que la majoria de projectes en els que treballen son encàrrecs, cal que hi hagi bona comunicació per part del client a l'hora d'expressar les seves inquietuds per tal que el dissenyador tinguis clars els criteris i objectius amb els que ha de complir. El dissenyador es deu al client, s'encarrega de trobar la millor manera de presentar el contingut d'allò que vol editar. Per això, quant més diàleg i confiança hi hagi millor. No es tracta de reproduir exactament la idea del client, ja que sinó el dissenyador ja no hi faria res, sinó d'arribar a un acord entre tots dos per arribar a un resultat òptim.

A més a més, quanta més comunicació hi hagi més clara tindrà el dissenyador la idea que ha de comunicar, coneixerà el tema amb més profunditat i el producte reflectirà millor allò que es vol transmetre.

Dins de la relació client-dissenyador, una pràctica força comuna (tot i que cada vegada menys) és la dels "concursos". Aquests consisteixen en que un client demana a varis dissenyadors que treballin en un mateix projecte i, un cop obtinguts els resultats, escull només el que més li agrada. Sovint, si un dissenyador sap que un encàrrec

consta d'aquestes condicions, ja rebutja el projecte. “Concursos” com aquests són una clara mostra de poca confiança en el dissenyador, sobretot tenint en compte que la seva feina no consisteix a esperar tenir una idea i fer la feina en cinc minuts, sinó que és un procés. A més, durant el procés, qualsevol proposta que no agradi al client es pot canviar i repetir les vegades que faci falta, de manera que la pràctica dels “concursos” perd el sentit.

Per acabar, un cop realitzat el disseny, el següent pas ja és portar el llibre a la impremta. Una vegada ja es té el document electrònic (en aquest cas un pdf que ha de tenir la qualitat i condicions necessàries perquè es vegi bé un cop imprès), ja es pot enviar a la impremta. És cert que, encara que aquest document final no complís amb les condicions necessàries, l'impressor mateix tindria eines per arreglar-lo, però sempre cal facilitar la feina. D'aquesta manera també s'eviten errors, evitant haver de repetir el procés.

Així doncs, el disseny i la maquetació són essencials en el procés editorial, ja que s'encarreguen de tots els petits detalls que fan que al final la lectura pugui ser més agradable. El Lluís citava a un dissenyador que deia que “el millor disseny és aquell que no t'adones que existeix però et facilita la lectura”.

Es podria dir que la feina d'un dissenyador s'assembla a la que fa un cuiner. Totes dues feines tracten de, a partir d'un producte, aconseguir posar-lo bé perquè quan arribi el plat o el llibre poder menjar-lo o llegir-lo fàcilment, que la digestió es faci fàcil. Cal fer-lo atractiu i llampant, que la portada cridi l'atenció perquè un cop a la llibreria destaquï entre la resta de llibres, fer que mirant-lo tingui una atracció que vagi més enllà del contingut. Aquesta és la labor del dissenyador, fer un producte atractiu i digerible.

2.5. IMPRESSIÓ

Podria semblar que la impressió és la part més mecanitzada del procés editorial, la que menys espai deixa a la creativitat. Tot i així, contrari al que pugui semblar, dins del procés d'impressió existeixen un gran ventall d'opcions diferents, de forma que escollint un camí o un altre l'aspecte del llibre resultant pot variar enormement.

Per conèixer més profundament cada pas pel que passa un llibre durant la impressió, vaig entrevistar a la Sara Moncau, gerent de producció a la impremta Romanyà Valls. Dins del procés que té lloc a la impremta, la Sara s'encarrega d'explicar als clients les diferents opcions presents, per tal que puguin escollir la que més s'ajusta a la seva idea. Els resol tots els dubtes que puguin tenir sobre formats, pressupostos o comandes abans de començar la impressió. A més, també gestiona les matèries primeres de la producció i s'encarrega de l'administració.



Logotip de l'empresa d'impressió Romanyà Valls

Començant ja a parlar del procés d'impressió més concretament, explicaré cada pas pel que passa un llibre un cop entregada la comanda a l'editorial. Primer, però, cal tenir clares les característiques d'aquesta comanda.

Normalment, com que les impremtes treballen amb editorials professionals, les comandes que es reben ja arriben preparades. Aleshores, un cop rebuda la comanda, la impremta té un sistema informàtic on se n'introdueixen les dades. Sol passar que moltes editorials tenen col·leccions que comparteixen formats, estètica i disseny, de forma que les característiques no acostumen a variar.

Tot i així, les comandes no sempre arriben de part d'editorials, ja que també poden ser d'autors autoeditats que volen imprimir una quantitat concreta d'exemplars del seu llibre. En aquests casos, normalment l'autor envia el document al gerent de producció i aquest el reenvia a preimpressió, on es comprova que el document tingui el format correcte (que les mesures corresponguin amb les necessàries, que la mida del llom coincideixi amb la que calcula el programa informàtic, que els colors de l'interior

i la coberta siguin correctes...) i estigui a punt per imposar a màquina. És a dir, la impremta no edita documents, han de venir ja preparats per tal que es puguin traspasar directament al taller i començar la impressió.

Si el document és correcte, abans de començar a imprimir preimpressió treu una prova d'impressió, que són fulls DIN A4 impresos i una coberta a part que serveixen perquè el client vegi com quedaria el llibre un cop imprès. Llavors el client revisa que no hi hagi errors (per exemple pel que fa a colors, possibles marques que indiquen per on s'haurà de tallar el llibre que s'hagin mogut...) i, un cop comprovat, es comença a imprimir.

La impressió en si comença passant el document al taller, on passarà per diverses màquines. Cadascuna d'aquestes té una pantalla on es pot veure el paper que s'està utilitzant, els plecs (grups de pàgines) que cal imprimir i la resta de dades tècniques.



Rotllos de paper emmagatzemats a la impremta per utilitzar en la impressió.



Rotllos de paper emmagatzemats a la impremta per utilitzar en la impressió.



Fulls impresos obtinguts a través de la màquina mostrada anteriorment.



Cosidora, màquina utilitzada per cosir les pàgines d'un llibre perquè quedin unides.

Els llibres poden ser cosits o fresats (segons com vagin unides les pàgines entre si) i, depenent de com el vulgui el client, passa per un circuit de màquines o un altre. Si és fresat no passa per les cosidores, mentre que si és cosit sí. El circuit també varia segons si el llibre porta guardes o no. Les guardes són aquella pàgina que solen portar alguns llibres abans de la primera pàgina, que sol ser més gruixuda o d'algun color. Si el llibre porta guardes ha de passar per la cosidora.

La coberta també va per un circuit independent a l'interior del llibre. Simplement passa per una màquina, s'imprimeix i es plastifica o envernissa.

Un cop acabats l'interior i la coberta, es passen a encuadernació, on es fa una gasa amb cola i s'acaba d'encolar bé el llibre. Allà s'utilitza una màquina que té diverses estacions, on es posen els plecs de pàgines i les cobertes i s'uneixen. Quan acaba el circuit, el llibre ja està acabat i tallat en la mida que toca.



Part del taller on hi ha la màquina que du a terme la impressió de les cobertes.



Piles dels diversos tipus de paper utilitzats per les cobertes.



Cobertes ja impreses, encara no tallades.

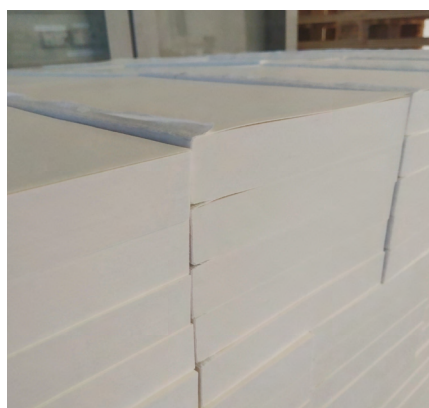


En resum, el circuit comença amb la rebuda i entrada al sistema informàtic de la comanda. Aleshores, es passa el document a preimpresió, que treu les proves i les envia al client. Aquest les revisa i, un cop correctes, comença la impressió. El llibre passa per diverses màquines i se n'obtenen plecs i cobertes per separat, que són units en la fase d'enquadernació.

Un tema important a tenir en compte són els possibles errors que es podrien produir al llarg del procés. El primer pas en el que la impremta es pot trobar errors és en l'entrega del document. Si aquest no tingués el format correcte, caldria demanar al client que el corregís i el reenviés fins que no hi hagués errors. A vegades, si l'error que hi ha no és massa complicat d'arreglar, la impremta mateix el pot canviar i comunicar-ho al client. En el cas que l'error es trobi a la coberta, el client sovint sol estar més a sobre de la correcció, ja que és el que més s'ha de veure i vol assegurar que queda bé. Un altre pas en el que es podrien localitzar errors, tot i que serien més difícils d'arreglar, és un cop el llibre ja es troba al taller. Un cop allà, el procés d'impressió ja ha començat i només es podria parar en cas de detectar un error greu. Aturar el procés només es fa si hi ha una bona raó per fer-ho. Tot i així, hi ha errors que són irreversibles, com per exemple haver de canviar el llibre de fresat a cosit. Si un canvi d'aquest tipus es demana massa tard, com que el muntatge ja està fet no es pot revertir.



Plecs ja units, sent portats per una cinta a la màquina que els dividirà en dues parts per tal que tinguin la mida d'un llibre.



Plecs de llibres ja tallats, sense coberta.



Caixes amb llibres a punt per ser enviats a distribuïdors.

En el cas que fos la impremta la que cometés algun error, caldria reimprimir-ho tot. Potser si l'error no fos massa greu (com per exemple una equivocació gairebé imperceptible en el tipus de paper) el client el deixaria passar, però sinó cal repetir el procés.

Pel que fa al temps que porta el procés, en cas que tot funcionés segons el previst un llibre es pot fer amb 4 dies, comptant des que arriba la comanda fins que el llibre està acabat i respectant els temps d'assecamment de la tinta. Tot i així, la majoria d'impremtes (com seria també el cas de Romanyà Valls) treballen en 10 dies laborables perquè cada dia reben una gran quantitat de comandes. És cert que, depenent del client, potser el temps que passa des que es comença a parlar d'un llibre fins que s'imprimeix són fins i tot mesos, però no sol ser el cas.

El temps també varia segons el que tarda el client a revisar i corregir certs errors del document inicial o de les proves d'impressió, de forma que part del temps que es tarda depèn únicament del client. Com és lògic, això varia molt segons el llibre, segons la revisió que necessiti o que l'autor o editorial li vulgui donar. Per exemple en el cas de reimpressions no cal revisar gairebé res, mentre que si el llibre que s'imprimeix és d'alta importància per algun motiu potser la revisió serà més exhaustiva.

Com que el procés d'impressió consta de tot un llarg seguit de passos i les comandes rebudes són moltes, al taller cal que hi treballin també moltes persones. En el cas de Romanyà Valls, al taller hi treballen unes 40 persones en total. Realment, comentava la Sara, si només s'hagués de fer una sola comanda caldrien tan sols tres persones a enquadernació, dues a impressió, una per la coberta, una a preimpressió i un gestor de producció. És a dir, només farien falta vuit persones. Però cada dia arriben comandes de molts exemplars, de manera que fa falta més gent.

Quant al tema econòmic, les impremtes solen treballar amb uns preus de mercat i tenen varies tarifes, que varien en funció del client. Normalment el preu que s'ofereix a editorials grans no acostuma a ser el mateix que el que es fa a editorials més petites, ja que les grans exigeixen més i les seves comandes requereixen més temps i dedicació. Així, el preu no té res a veure amb el nombre d'exemplars venuts. Tot i així, sí que varia segons la quantitat de llibres que s'imprimeixen. Quanta més quantitat, el preu unitari del llibre és més barat. Això es deu a que hi ha uns preus fixos però també d'altres que es comparteixen, com són les entrades a màquina o les tintes.

Finalment, un cop imprès i enquadernat un llibre, el client sol demanar unes distribucions (que el llibre sigui enviat a llibreries per tal que es pugui comercialitzar). La majoria d'impremtes no són distribuïdores, de manera que envien el llibre a empreses que sí que ho són i aquestes ja distribueixen els llibres a llibreries segons demanda. A més, bona part de les editorials solen demanar que els enviïn uns quants exemplars, normalment per revisar-los, exposar-los o guardar-los en algun magatzem.

Pel que fa a promocions, ja ho fa l'editorial mateix, no hi intervé la impremta. El més comú és que l'editorial ja hagi fet alguna campanya promocional de la novetat prèvia a la seva impressió.

2.6. DISTRIBUCIÓ I COMERCIALITZACIÓ

L'últim pas del procés pel qual passa un llibre abans d'arribar ja a les mans del lector és la distribució, a través de la qual els llibres són comercialitzats i arriben a les prestatgeries de les llibreries, a punt per ser descoberts.

Gràcies a l'Ignasi Farré, propietari de la llibreria Aqualata, vaig poder saber més sobre el funcionament de les llibreries, anant des del moment en que aquesta demana els llibres que n'ocuparan els prestatges fins que es venen.

Per començar, cal destacar que la manera de funcionar de les llibreries ha patit un cert canvi al llarg dels anys. Actualment, igual que en moltes altres indústries, comerços i empreses, el sistema està molt més informatitzat. Un altre canvi important ha estat l'aparició de plataformes com Amazon, que actualment és la llibreria que més ven d'Espanya, ja que està a tot arreu. És un model contra el que les llibreries tradicionals no poden competir, que ha canviat molt el mercat. Un altre tipus d'empresa que ha aparegut i també fa competència a les llibreries convencionals són les empreses com ara Iddink, que venen llibres de text reutilitzats. Encara que és un model més sostenible i ecològic, pren moltes vendes tant a llibreries com a editorials, ja que d'un llibre que cada any en vendrien 4 o 5 mil, com que Iddink els aprofita durant uns 4 anys, se'n venen molts menys.

Una de les parts més importants de la labor d'una llibreria és el procés d'escollir quins llibres es posaran a la venda. Això varia molt segons la llibreria, ja que cadascuna s'especialitza en uns tipus de llibres en concret. En el cas de l'Aqualata, es tracta d'una llibreria generalista, que significa que venen llibres de tota classe.

Per tal de demanar llibres, la majoria de vegades els grans distribuïdors envien a les llibreries un pdf i un excel amb tota la programació de novetats mensuals. Normalment això ho envien amb molta antelació, fins i tot tres mesos abans. Grups editorials grans potser treuen fins a 400 llibres al mes, dels quals les llibreries en trien tan sols alguns (potser uns 200, cadascun en diferents quantitats).



Logotip de la llibreria Aqualata, a Igualada

Podria semblar que, pel fet d'haver d'escollir quins llibres vendre i quins descartar, la feina de les llibreries es basa en arriscar. La realitat, però, és que si un llibre no es ven, al cap de tres mesos el poden tornar. Així poden tenir molt estoc però a la vegada anar-lo renovant, ja que sinó arribaria un moment en que es quedarien sense espai per novetats. És una avantatge, perquè a tres mesos vista no es pot saber què es vendrà. Actualment, per exemple, el fet que surti un llibre d'algú important a les xarxes ja fa canviar les previsions per complet, acostumen a revolucionar el mercat. De la mateixa manera que es poden fer devolucions, les llibreries també poden funcionar segons demanda, és a dir, poden obtenir qualsevol llibre que els demani un client tot i no tenir-lo en aquell moment en exposició. Tot i així, depenent del llibre que es demana podria resultar que l'edició ja estigués repartida i calgués esperar a la reedició per comprar-lo. Tot depèn dels exemplars que n'hagi volgut imprimir l'editorial. Realment és l'editorial qui més arrisca, perquè hi perden o hi guanyen segons si un llibre es ven o no, al contrari que les llibreries. El que sí que fan a vegades les editorials és, si algun llibre no es ven, descatalogar-lo i vendre'l més barat per exemple a parades de llibres.

Així doncs, tornant al tema de l'elecció de llibres, també va en funció de l'editorial i dels llibres produïts. Si d'un llibre se'n produeixen molts exemplars és fàcil que puguin tenir-lo moltes llibreries, mentre que si se n'imprimeixen pocs arriba només a algunes.

En el cas de l'autoedició, solen ser els autors els que es dirigeixen a les llibreries per tal de posar el seu llibre a la venda.

En relació al tema preu, avui dia està prohibit per llei fer ofertes sobre el preu del llibre. El preu el posa l'editorial, i tan sols es pot aplicar un descompte màxim d'un 5%. Tot i així, en algunes ocasions especials com Sant Jordi es pot fer un 10%.

Aquest tema funciona diferent en llibres de text, ja que per exemple els llibres d'educació obligatòria (és a dir, Primària i ESO) tenen preu lliure. Això significa que es poden vendre al preu que es vol.

Normalment la llibreria es queda amb el 30% del preu de venda al públic del llibre.

En conclusió, doncs, a les llibreries és on acaba el procés editorial, el destí final dels llibres abans de dirigir-se a casa dels lectors.

3. ELABORACIÓ D'UN LLIBRE DE RELATS

Un cop vist el funcionament del procés editorial en la seva totalitat, començant des que l'autor escriu el manuscrit fins que la història passa a format llibre, s'imprimeix i arriba a les llibreries, he escrit un llibre de relats, amb la intenció de posar en pràctica el procediment en la mesura del possible.

Abans d'explicar com he dut a terme aquest procés, però, definiré com ha de ser un relat i, per tant, un llibre de relats. N'explicaré les característiques i els elements necessaris per tal que allò redactat pugui ser considerat un relat i es diferenciï d'altres tipus de narracions com ara la novel·la.

3.1. CARACTERÍSTIQUES D'UN LLIBRE DE RELATS

Per començar, un dels aspectes que més caracteritza els relats és la seva extensió. A diferència de la novel·la, que sol ser més extensa, els relats solen tenir una llargada d'entre 2.000 i 20.000 paraules (que es corresponen a un total d'entre 5 i 50 pàgines), tot i que realment és una qüestió que varia molt segons l'obra. Sovint, si una novel·la supera l'extensió de 20.000 paraules (que es podria considerar el límit d'un llibre de relats), se la denomina "novel·la curta", que equivaldria a un entremig entre la novel·la i el llibre de relats.

Degut a la seva breu extensió, a l'hora de redactar cal saber sintetitzar i emfatitzar les situacions més essencials que es desenvolupen. Per això, fa falta que tots els elements de la narració estiguin relacionats entre si i tinguin certa rellevància en l'argument, que tot allò que s'explica serveixi per desenvolupar l'acció. En definitiva, cal ser capaç d'introduir al lector a l'univers que se li vol transmetre amb poques paraules. La novel·la permet estendre's pel que fa a per exemple descripcions, mentre que un relat busca causar un impacte a través de menys paraules, de manera que les descripcions solen ser més breus.

Un altre motiu pel qual cal que els relats siguin relativament breus és perquè normalment estan pensats per llegir-se d'una sola llegida, és a dir, per començar-se i acabar-se sense deixar lloc a pauses. Per això, per tal que es pugui seguir el fil conductor, és necessari que el text no sigui massa extens.

Un element també important en els relats és el títol. Altra vegada pel mateix motiu, la brevetat del text, fa falta que el títol per si sol transmeti alguna cosa al lector abans i tot que comenci la lectura, fent-lo atractiu i interessant a la vegada que relacionat amb el contingut del relat.

Pel que fa a l'estructura, s'acostuma a seguir la mateixa que en la resta de novel·les i narracions. Així, es dividiria en tres parts fonamentals: la introducció, el nus i el desenllaç. La introducció o plantejament té la funció d'ubicar la narració en un moment i lloc concrets, a més a més de definir les característiques dels personatges que intervinen en la història. El nus és la part on es desenvolupa gran part de la trama a partir de l'argument plantejat prèviament. Finalment, en el desenllaç es resoldria la trama i conclouria la història.

Per acabar, un altre dels punts fonamentals a l'hora d'escriure un relat són els personatges. Degut a que la història no es pot desenvolupar de forma massa extensa, els personatges acostumen a ser pocs, tot i que és un tema que va a elecció de l'autor. Tot i així, sense importar la quantitat de personatges que intervinguin en la trama, cal que estiguin ben presentats i construïts, per tal que el lector pugui sentir que els coneix i entendre correctament el que es vol transmetre. Han d'aportar matisos i tenir característiques veraces.

3.2. PROCÉS D'ELABORACIÓ D'UN LLIBRE DE RELATS PROPI

Un cop conegudes les característiques d'un relat, com a part pràctica de meu treball he escrit un llibre de relats. Aquest consta d'un total de quatre històries, totes elles sobre un mateix tema comú. Explicaré el procés que he seguit per crear-lo.

Redacció del manuscrit

Com ja hem vist prèviament, el primer pas del procés editorial és el que recau en l'autor: el procés creatiu.

En primer lloc, abans de procedir a la redacció del manuscrit, vaig realitzar una pluja d'idees amb l'objectiu d'escollir el tema comú del que tractarien els relats. Després de diversos canvis d'opinió, vaig acabar decantant-me per ambientar els relats en la nova situació de confinament que estàvem vivint a mitjans del 2020.

Un cop escollit el tema, en aquest cas el confinament, vaig dur a terme una segona pluja d'idees, aquest cop per decidir el tema de cadascun dels relats de forma més concreta. En un principi vaig plantejar un seguit de situacions que volia que apareguessin, donant lloc així a diferents perfils de personatges en els que em volia centrar. Per tal que les històries fossin més properes, la gran majoria de situacions que viuen els personatges són moments viscuts per mi o els meus amics i amigues, de la mateixa manera que alguns dels seus pensaments es relacionen amb allò que em passava pel cap a mi o a persones properes.

Un cop decidit això, vaig començar a redactar el manuscrit, és a dir, els quatre relats dels que consta el llibre. En un principi, els relats anaven a ser un total de cinc, però per temes de temps i llargada del llibre, vaig acabar preferint fer-ne quatre.

Edició

Després, per tal de complementar els relats, vaig escollir moments que volia que quedessin il·lustrats i un il·lustrador (l'Adrià Morrerres) es va encarregar de dur-les a terme. Vam anar parlant per fer els canvis pertinents fins que ja encaixaven amb la idea que tenia en ment. A més a més, a part de les il·lustracions presents en 3 dels relats, en un d'ells hi ha una fotografia. Vaig decidir posar-la perquè l'havia feta jo el primer dia que vaig poder anar a Barcelona després del confinament i encaixava perfectament amb el relat.

Posteriorment, vaig procedir a redactar el pròleg, per tal d'explicar breument el perquè del tema del llibre. També vaig escriure la sinopsis (resum general de la novel·la que es situa a la contraportada i serveix perquè el lector es pugui fer una idea del tema abans de llegir-lo o comprar-lo) i vaig començar a buscar idees pel títol del llibre, que va acabar sent Carrers buits.

Com a part del procés d'edició, vaig determinar en quina part del relat era millor incloure-hi les il·lustracions, debatent-me entre col·locar-les al final de cada història o intercalar-les al mig. Vaig acabar escollint la segona opció, ja que era més fàcil que el lector imaginés l'escena si la veia il·lustrada just després d'haver-la llegit.

Maquetació

Aleshores, tenint ja tot el contingut del llibre a punt i ordenat, vaig passar a buscar aquells requeriments que havia de tenir un llibre en quant a format. És a dir, quines havien de ser les mesures de les pàgines, com havien de ser els marges, quines tipografies eren més adequades a l'hora de llegir...

Pel que fa a la mida, al ser un llibre de relats en lloc d'una novel·la, vaig decantar-me pel format A5 (la meitat d'un full A4), ja que en ser més curt em sembla més estètic que el llibre sigui també més petit.

Per tal d'establir els marges de les pàgines, vaig buscar com havien de ser segons el nombre de pàgines, ja que segons el gruix que té el llibre cal deixar més o menys espai per tal que es vegi el text correctament un cop fresat o cosit. Com que

els marges varien segons el tipus de paper que s'utilitza en la impressió (que com ja he explicat prèviament són una àmplia varietat), vaig fer els càlculs amb el tipus de paper més convenient pel tipus de llibre. Al ser un llibre que conté imatges en color, el més aconsellable és utilitzar paper estucat de gramatge 115 g/m², ja que és el que proporciona més qualitat a les imatges. Com que és un paper una mica més gruixut que l'utilitzat normalment en la majoria de novel·les (en que el gramatge sol ser d'uns 90 g/m²), vaig procurar que els marges del meu llibre fossin superiors a la mida mínima i, fins i tot, a la mida recomanada.

	Mínimo	Recomendado	Máximo
Tamaño A5 (148 x 210 mm)	15 mm	20 mm	25-30 mm
Tamaño 170 x 240 mm	18 mm	25 mm	30-35 mm
Tamaño A4 (210 x 297 mm)	20 mm	30 mm	40 mm

Taula que mostra les mides aconsellables pels marges segons mida del llibre.

Font: <https://www.laimprentacg.com/margenes-de-libros-la-distribucion-de-los-blancos-en-un-libro-impreso/>

En quant a les tipografies, les més utilitzades en llibres degut a la facilitat que donen a la lectura són les tipografies amb serif. Aquestes són les que tenen unes petites línies sota de cada lletra que serveixen de guia al lector perquè no es salti línies accidentalment.

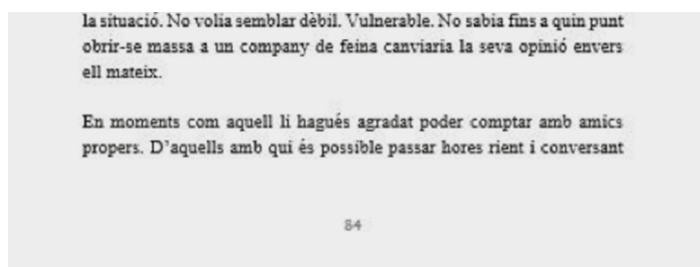
Tipografia amb serif: **Tipografia**

Tipografia sense serif: **Tipografia**

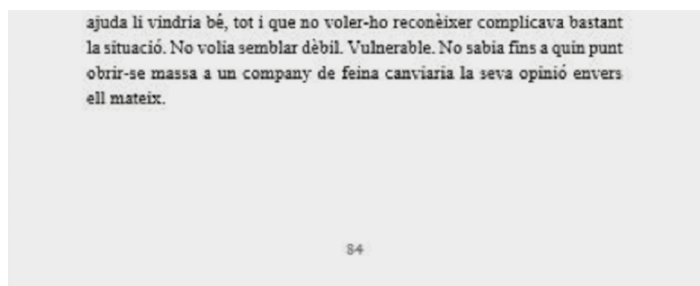
Un altre pas referent al format interior del llibre va ser decidir si volia posar-hi índex o no. Vaig preferir posar-lo ja que, en estar compost per quatre relats independents, podria servir al lector per passar d'un a l'altre en el cas de voler llegir-los de forma desordenada.

Després, vaig anar revisant el llibre per intentar que els paràgrafs no quedessin desquadrats o tallats, que no quedés cap línia solta, que les separacions entre paràgrafs fossin sempre iguals...

Exemple de paràgraf mal quadrat (primera imatge).



En la pàgina posterior a la mostrada, hi ha una imatge, fent difícil seguir la lectura si el paràgraf anterior queda tallat.



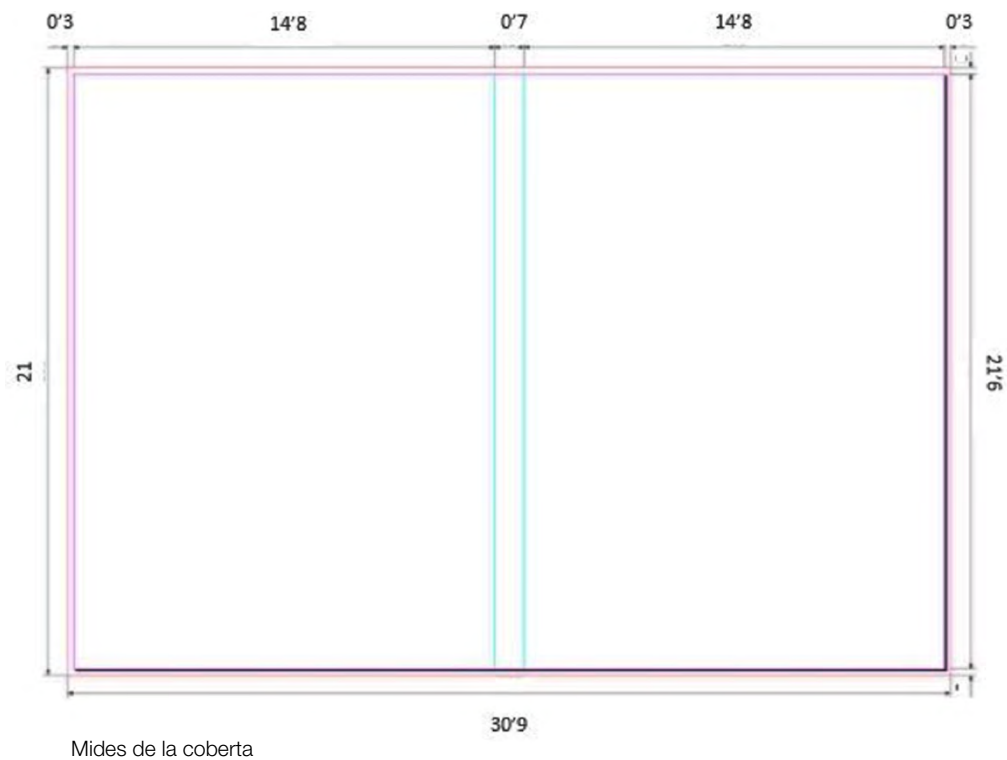
Per això, em va semblar més correcte passar les dues línies que quedaven soltes a la següent pàgina, començant el paràgraf després de la il·lustració.

Disseny

Per últim, només em faltava el disseny de la coberta. Vaig buscar primer la tipografia que més s'adequés al que tenia en ment (tant pel títol com per escriure-hi el meu nom). Un cop escollides, vaig decidir utilitzar una imatge del Passeig Verdaguer d'Igualada durant els temps de confinament, per tal que es relacionés amb el títol Carrers buits. La imatge que vaig fer servir la va fer el pare d'una amiga meva quan anava a treballar els matins durant el confinament, ja que no volia agafar una imatge d'Internet. Llavors la vaig editar perquè m'encaixés millor amb la idea de colors i estil que volia. Vaig fer el mateix per la contraportada, per la que vaig utilitzar una imatge de la plaça de l'ajuntament d'Igualada (també proporcionada pel pare de la meva amiga).

Un cop dissenyades portada i contraportada, vaig unir-les en un mateix document segons els criteris necessaris. Vaig configurar les mides del full, sumant a la mida del llibre uns mil·límetres que serveixen perquè en tallar la portada no es perdi informació, i vaig fer els càlculs de la mida del llom (que varia segons el nombre de pàgines i el tipus de paper).

Cal dir que a l'hora de dissenyar la portada vaig passar per molts canvis d'opinió i d'estil.



Correcció

Un cop finalitzat tot, vaig procedir a rellegir tots els relats i corregir possibles errors d'estil, ortografia o lèxic que hagués pogut passar per alt.

Ja corregit, vaig poder donar el llibre per acabat, deixant-lo a punt per una possible impressió.

CONCLUSIONS

Havent finalitzat aquest treball, puc afirmar que el procés editorial és realment més complex del què pensava en un inici. Gràcies a les entrevistes i recerca realitzada, he pogut endinsar-me per complet en el món del llibre i el procés editorial a la comarca de l'Anoia, assolint així el meu objectiu inicial. A més a més, he pogut veure en què consisteix cadascuna de les feines implicades i quina és la seva importància en el procés, comprovant que un llibre ha de passar per moltes mans abans d'enllestir-se.

Encara que la majoria del treball va anar sortint segons el previst, durant el seu desenvolupament em vaig anar trobant amb certes dificultats, sobretot pel que fa a les relacions humanes. Per exemple, en el cas de les entrevistes (part indispensable del treball tenint en compte que la informació que pretenia obtenir-ne és difícil de trobar a la web, degut a que són dades concretes i que varien molt segons la localització i l'empresa) vaig trobar dificultats a l'hora de contactar amb els i les professionals. Això es deu al fet que van enfeinats i per tant la comunicació en alguns moments era lenta. Tot i així, molts d'ells em van facilitar el contacte d'altres treballadors en el sector, cosa que em va fer molt més fàcil trobar persones a les que entrevistar.

També em vaig trobar amb alguns imprevistos a l'hora d'obtenir les il·lustracions pel llibre de relats. En un principi les anava a fer una noia amb la que havia aconseguit contactar, però a principis de curs no vaig rebre més informació per part seva sobre les il·lustracions i em va ser impossible tornar a contactar-hi. Per això, vaig haver de buscar una segona persona que em pogués proporcionar les il·lustracions. Per sort, el segon noi amb el que vaig parlar va tenir la feina enllestida al cap de poc temps i la comunicació va ser molt més fluida.



Pel que fa al llibre de relats, vaig aconseguir elaborar-lo seguint el procés analitzat prèviament, aconseguint així escriure, editar, maquetar i dissenyar-lo jo mateixa. Em va agradar dur a terme aquest procediment jo sola, ja que així vaig poder experimentar en primera mà totes les feines que constitueixen el procés. D'aquesta manera, he pogut comprovar que és possible editar un llibre a la comarca sense necessitat de ser una autora reconeguda i, fins i tot, sense la intervenció d'una editorial, sinó que un mateix pot fer tot el procés editorial.

Tot i així, també m'he adonat de les limitacions que existeixen a l'hora de publicar sense tenir un cert reconeixement previ. És cert que existeixen moltes vies diferents, però totes elles (tan a través d'una editorial com autopublicant) tenen un cost bastant elevat i, el que és més, impliquen un cert risc. Al no ser un autor consolidat, no sempre surt a compte publicar un llibre, ja que no és tan fàcil vendre i recuperar el cost de la publicació. Realment penso que s'hauria de veure més com un hobby que no pas com a única font d'ingressos.

Així doncs, gràcies a aquest treball he après com funciona el món editorial en profunditat, veient tot el que hi ha darrere d'un llibre. Ara que en conec millor el funcionament, quan agafo un llibre em fixo en aspectes més tècnics en els que abans no posava atenció, sobretot per curiositat de veure com hi és aplicat allò que em van explicar els professionals en les entrevistes. A més a més, he gaudit molt durant la realització del treball, ja que el món del llibre em crida l'atenció des de fa anys i poder viure'l des de més a prop m'ha semblat vertaderament interessant. Penso que la majoria de lectors i lectores sovint ni tan sols ens plantegem tot el que fa falta abans que un llibre arribi a les nostres mans. Podem passar hores entre les prestatgeries d'una llibreria, fullejant llibres i llegint contraportades sense tan sols imaginar la quantitat de persones que fan falta per deixar-lo enllestit.

De la mateixa manera, he gaudit molt elaborant el llibre de relats. Des de ben petita escrivia històries quan m'avorria, però mai n'havia arribat a acabar cap, sempre les deixava a mitges. Per això, em sento orgullosa d'haver estat capaç de finalitzar un llibre sencer i haver aconseguit deixar-lo amb cara i ulls.

En conclusió, doncs, aquest treball m'ha servit per comprovar que el procés editorial és enormement complex i variable, existeixen molts camins i opcions diferents a seguir per tal de publicar un llibre. He pogut veure que editar i publicar un llibre pot ser relativament fàcil sense ser un autor reconegut, tot i que tenir èxit i aconseguir obrir-se pas en el món del llibre és realment complicat.

FONTS D'INFORMACIÓ

VIVES I SABATÉ, Marta; MIRET I SOLÉ, M. Teresa. (2007). D'aqualata a IGD. Consell comarcal de l'Anoia, Generalitat de Catalunya. Igualada.

LLANAS, Manuel. (2001). El llibre i l'edició a Catalunya: apunts i esbossos. Gremi d'Editors de Catalunya. Barcelona.

Escucurucuc edicions [en línia]. < <http://www.escucurucuc.com/cat/home.html> > [Consulta: 10 juny 2020]

Gremi d'editors de Catalunya, Història de l'Edició a Catalunya [en línia]. 27/09/2017 < <https://www.gremieditors.cat/historia-de-ledicio-a-catalunya/> > [Consulta: 29 novembre 2020]

LLACUNA I ORTÍNEZ, Pau. (2011). La Història d'Igualada de Mn. Joan Segura, un llibre modernista. Revista d'Igualada, núm. 37 Anoia, abril de 2011. Igualada.

La Imprenta. Consejos para imprimir tu libro: el tamaño de la portada [en línia]. < <https://www.laimprentacg.com/tamano-portada-libro/> > [Consulta: 28 desembre 2020]

La Imprenta. Márgenes de libros. La distribución de los blancos en un libro impreso [en línia]. < <https://www.laimprentacg.com/margenes-de-libros-la-distribucion-de-los-blancos-en-un-libro-impreso/> > [Consulta: 26 desembre 2020]

LLANAS, Manuel. (2007). L'edició a Catalunya el segle XX (els darrers trenta anys). Gremi d'Editors de Catalunya. Barcelona.

Lozano impresores. Qué papel elegir para la impresión de tu libro [en línia]. < <https://lozanoimpresores.com/blog/papel/como-elegir-papel-para-libro/> > [Consulta: 29 desembre 2020]

Olé libros, editorial de poesía y narrativa en España. 10 claves para escribir un buen relato [en línia]. < <https://olelibros.com/79144-2/> > [Consulta: 4 desembre 2020]

Llanas, Manuel. Primers textos impresos. UOC, lletrA [en línia]. 2002. < <https://lletra.uoc.edu/ca/edicio/primers-textos-impresos/detall> > [Consulta: 25 novembre 2020]

Romanyà Valls, serveis editorials [en línia]. < <http://www.romanyavalls.com/> > [Consulta: 24 agost 2020]

UAB, Sala de premsa. Anna Mateus, Albert Gavalda y Arià Paco ganan los premios literarios de este año [en línia]. 07/05/2020 < <https://www.uab.cat/web/sala-de-premsa/detalle-noticia/anna-mateus-albert-gavalda-y-aria-paco-ganan-los-premios-literarios-de-este-ano-1345667994339.html?noticiaid=1345812379502> > [Consulta: 21 juny 2020]

ANNEXOS

A1. ENTREVISTA ARIÀ PACO

20/08/2020

L'Arià Paco, escriptor i filòsof tan sols en la seva vintena, en breu posarà punt i final a l'aventura en què s'ha endinsat aquest any 2020. És un noi treballador, imaginatiu i que demostra la voluntat necessària per a perseguir els seus somnis, atributs que l'han portat a ser el vint-i-sisè guanyador del Premi de Novel·la Valldaura del Memorial Pere Calders amb l'obra *Mentir a les mosques*, que està a punt de veure la llum.

Tot escriptor desitja veure la seva novel·la a les prestatgeries dels lectors, veure com el que en un principi era un garbuix d'idees enrevessades es converteix per fi en una obra amb cara i ulls. Tots esperen amb anhel el dia en què puguin tenir la seva història entre les mans, passar-ne les pàgines i sentir-la més veraç que mai.

I, per a l'Arià, aquest dia és a prop.

Mentir a les mosques, d'Arià Paco



—Quan vas començar a escriure?

—Es podria dir que he escrit sempre. Des de jove escrivia, a la universitat vaig estar en un grup d'escriptura on ens trobàvem per llegir el que havíem escrit i criticar-nos... Sempre m'ha motivat bastant. I com que ara estava fent el doctorat i vivint a Amèrica, tenia molt temps lliure. A més, estava una mica desmotivats amb la vida acadèmica, així que vaig pensar a escriure un llibre. De fet, primer vaig escriure una obra de teatre, al maig del 2019. No vaig trigar gaire, potser la vaig escriure en un mes, però aleshores se'm va acudir fer un llibre a partir de l'obra. El llibre el vaig començar al juny del 2019 i el vaig acabar al desembre, el vaig escriure en mig any. Llavors vaig estar un temps encara treballant-hi més, a la vegada que anava presentant les versions antigues a

concursos. Fins que la versió del febrer va guanyar un concurs, tot i que jo havia estat fent canvis fins al maig.

—Aleshores en aquest concurs no s'havia d'escriure sobre un tema determinat, sinó que es podia presentar el que es volgués?

—Sí, pel que he vist gairebé tots els concursos de narrativa llarga són sense tema. L'únic que et donen és una llargada mínima i màxima i et demanen que el text sigui en català. Per això em vaig poder presentar a sis o set concursos.

—I com vas decidir sobre què tractaria l'obra?

—Doncs no ho sé, em va semblar que hi havia un dilema polític important que podia fer servir i m'interessava el tema de la mentida i la incertesa, perquè són temes que em tocaven de prop a la vida (sobretot la incertesa, ja que en el món acadèmic no sabia massa cap a on m'estava dirigint ni on acabaria). Així que vaig voler fer una obra que parlés d'aquests temes i, no recordo com, se'm va acudir la història i la vaig anar desenvolupant.

—Creus que els premis són clau per a la carrera d'un escriptor? Creus que poden servir per donar un futur com a escriptor a aquells qui guanyen?

—Bé, no ho sé massa perquè tot just és el primer llibre que publicaré, així que no sé què és una carrera com a escriptor. Però sí que, quan estava escrivint, pensava que guanyar un premi era la meua única sortida. Perquè si feia un manuscrit i l'enviava a una editorial esperant que em fes cas hagués estat molt complicat. Tothom em deia que les editorials cada dia reben un munt de correus de gent que ha escrit llibres, així que era difícil que alguna em fes cas. Llavors vaig pensar que era millor presentar-me a premis i que almenys el jurat tingués l'obligació de llegir-se la novel·la. Vaig pensar que era la via més realista. De fet, ara que segueixo escrivint, també escric amb la idea de presentar-me a premis.

—Però suposo que també dependrà de com vagi la primera novel·la.

—Sí, però no crec que em canviï gaire publicar aquesta novel·la, perquè és una editorial petita que no té gaire ressò, no crec que aquest llibre acabi sent massa visible. Potser aquí a Igualada, pel fet que l'ha escrit un igualadí, sí que se'n parla més, però a nivell català no tindrà gaire ressò. Potser sóc massa pessimista, però és el que penso.

—Ara la novel·la està en procés d'edició a mans del Servei de Publicacions de la UAB.

—Sí, ara estem enviant-nos correus, decidint la portada.

—I quan està previst que es publiqui?

—En principi ha de sortir a la tardor. No sé exactament quan, però em van dir que al novembre el presentàvem en l'acte d'entrega de premis (que s'havia de fer al maig i no

es va poder fer pel confinament). El que no sé és si la novel·la sortirà abans o després de la presentació, suposo que tan bon punt estigui preparada.

— De quins aspectes del procés s'encarrega aquest Servei de Publicacions?

— Bé, no s'encarreguen de tot. En primer lloc, ells han de fer la correcció del text, que ho vam fer per correu. Jo els vaig enviar el text definitiu (una mica canviat respecte el del concurs) i ells em van enviar una versió corregida. Aleshores jo els vaig contestar que algunes de les correccions que havien fet no m'agradaven. Crec que la correcció va ser bastant agressiva, em van canviar moltes coses d'estil i els vaig haver de dir que ho havia escrit d'aquella manera perquè ho volia escriure així. Llavors van fer una segona correcció que em va agradar molt més. Després em van enviar una versió maquetada i ara havíem de decidir una portada. Per a la portada, ells volien buscar una foto lliure de drets, però a mi no em convenia massa. Per això vaig demanar a una amiga que em fes una il·lustració, ja que es va entendre que ells no posarien més diners per buscar un il·lustrador, el premi consistia només en l'edició. Els vaig dir que a mi no m'importava buscar algú que em fes la il·lustració. I realment em va agradar molt la que em va fer la meua amiga, però a ells no els encaixava. Volien que tots els llibres que publicaven fossin de la mateixa línia, amb portades similars. Totes tenien fotos molt realistes, mentre que la il·lustració que els vaig proposar era molt minimalista i simbòlica, per això la van rebutjar. Per això ara encara estem escollint com serà la portada.

— Ells també s'encarreguen de la impressió?

— Entenc que sí.

— I pel que fa a la publicitat?

— Suposo que ells en faran, tot i que he estat mirant guanyadors d'altres anys i tampoc sembla que els haguessin fet massa promoció. Suposo que intentaré moure'm jo una mica. Intentaré fer una presentació aquí a la biblioteca d'Igualada, de fet van ser ells qui m'ho van dir, perquè hi vaig molt sovint i ja em coneixen. També intentaré aprofitar més o menys la visibilitat de Twitter i Instagram, tot i que aquest potser no em servirà tant perquè al final els que et veuen són els teus amics. Però realment encara no sé massa com anirà el tema promoció.

— Fins a quin punt t'estan deixar implicar-te en el procés?

— Bé, com deia vaig estar implicat en la correcció i ara en la tria de la portada. Però en la part de maquetació no hi estic participant massa. Els vaig dir que no m'agradaria que hi hagués un índex al principi amb les parts del llibre, però em van dir que hi ha de ser perquè tots els llibres de la col·lecció en porten un. És a dir, jo opino de qualsevol cosa, però hi ha alguns aspectes que decideixen ells.

—I has pogut escollir per exemple tipografies o l'estil dels títols?

—Tot el disseny de la col·lecció és fix (tipografies, mides...). De fet em van enviar el llibre guanyador del premi anterior perquè veiés exactament com seria el llibre. I això no ho puc canviar. Per exemple, el número de pàgina ha d'anar a sota amb una ratlla, és un aspecte que no es pot canviar perquè tota la col·lecció és així. Per això diria que la mobilitat és baixa, cal fer adaptar el llibre a la col·lecció.

—Pel que fa al tema econòmic, com es repartiran beneficis?

—Jo crec que la major part de diners que trauré del llibre són el premi literari, que són 3000, però no crec que en tregui massa de vendre el llibre. He de firmar un contracte (que encara no he firmat però ja els vaig dir que estava d'acord) que em dona el 10% de les vendes. Crec que sol ser sempre així, ja que entre editorial, llibreria, distribuïdor... hi ha molt poc marge. Llavors m'imagino que el llibre valdrà entre 16 o 17 euros, però tampoc crec que en vengui moltíssims, de manera que no arribaré a treure 2 euros per llibre. Però bé, amb el premi jo estic més que content. A més, jo no estava escrivint per diners, ja tinc el meu sou pel que faig, així que és el que menys em preocupa.

—Creus que aquest tipus de premis literaris frenen el procés creatiu? Penses que hi ha gent que escriu únicament amb l'objectiu de presentar-se?

—Bona pregunta. Realment els premis no et constrenyen gaire, no et donen tema ni estructura. Jo crec que es pot fer pràcticament obra de ficció i presentar-la. Per tant no m'imagino que frenin el procés creatiu. Tot i que sí que és cert que fan que estiguis escrivint pel premi. Pel que fa al jurat, jo realment no escric pensant en ells, sinó que vull que sigui bo el que escric i ja està. I si al jurat en concret no li agrada aquest tipus de novel·la, doncs no guanyaré aquell premi. És a dir, una cosa que no faria és investigar qui serà el jurat d'un premi i escriure expressament alguna cosa que sé que els agradarà. Una mica de manera ingènua, penso que si un llibre està prou bé, els agradarà sense necessitat que siguin temes que els interessin.

—I què és el que més destacaries d'aquesta experiència que estàs vivint?

—No sé què és el que més destacaria. Com a experiència és estranya perquè encara no l'estic vivint gaire, suposo que quan hagi publicat el llibre serà diferent. No sé si això és el que més destacaria, però una cosa que estic vivint és que, des que sé que es publicarà el llibre, tinc com molta més pressa per escriure'n un altre que m'agradi més. Perquè aquest crec que el vaig escriure molt per demostrar-me a mi mateix que podia escriure una cosa prou bona, que podia guanyar un premi, que podia publicar, i per això els temes són més comercials, la idea està més lluny dels meus interessos autèntics. I ara sí que tinc ganes d'escriure una altra cosa.

—Ara ja has vist que és possible tirar per aquest camí.

—Exacte. Ara sé que s'ha obert la porta, que puc escriure prou bé com per escriure el que vull. Potser el que més destacaria és que, abans de guanyar el premi, jo pensava que em satisfaria moltíssim que se'm publicqués un llibre, era un somni que no sabia si mai arribaria a veure i que em motivava molt. Però, com sempre sol passar a la vida, el fet d'haver-ho aconseguit no em dona la satisfacció que esperava. Més aviat et provoca ganes de demostrar que encara podries fer més. Ara he guanyat un premi petit, estic content i orgullós, però no tinc la sensació aquesta de descans, de voler dedicar-me a una altra cosa. Al contrari, tinc encara més ganes de dedicar temps a la literatura. I més ara en aquests temps de confinament, que estic escrivint i llegint molt. No hi ha gaire coses que em motivin més ara mateix.

A2. ENTREVISTA MARINA IGLESIAS

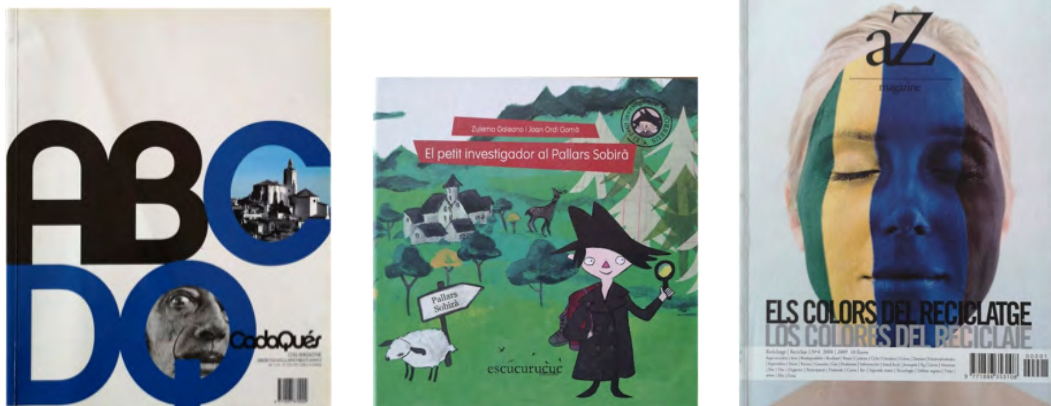
03/07/2020

La Marina Iglesias, igualadina de soca-rel, és una dona emprenedora i entusiasta, sense por a tirar-se a la piscina i posar nous projectes en marxa. Fa 16 anys va aventurar-se en una experiència editorial, d'on va sorgir “Escucurucuc edicions”, una editorial jove adreçada a les publicacions a mida i fundada per persones que estimen el que fan.

D'un producte és tant o més important el continent que el contingut; quantes vegades comprem un llibre deixant-nos endur per la portada o perquè ens refiem d'una editorial en concret? Quantes vegades, a l'hora d'escollir entre dos llibres, ens quedem amb el que té una edició més cuidada i agradable a la vista?

Aquesta és precisament la labor d'una editorial: tenir en compte fins l'últim detall per tal que un llibre atrapi tant per dins com per fora, no només pel que explica sinó també per tots els elements que l'envolten.

De la mateixa manera, una editorial es basa en la confiança, el compromís, l'entusiasme, l'originalitat, l'emoció. Tot allò que fa d'un llibre molt més que una història: una aventura.



Diferents publicacions de l'editorial Escucurucuc edicions

—Nosaltres no som una editorial com qualsevol altra, és a dir, que ve un autor, ens dona un manuscrit i aleshores el llegim i el publiquem, nosaltres el que fem són publicacions a mida. Com a col·leccions de producció pròpia, vam començar publicant tres productes: guies, revistes i llibres infantils. Vam començar el 2004, amb l'any Dalí. A mi el món de l'edició de revistes m'encantava i vam decidir fer una revista diferent, que realment és com un llibre amb la diferència que, en incorporar publicitat, la podem

finançar. La primera revista que vam publicar es deia ABC, però per un tema de drets vam canviar el nom a AZ. El que fèiem era, de la A a la Z, abordar diferents conceptes relacionats amb una temàtica en concret. Aquestes revistes contenen entrevistes, reportatges, investigacions, conceptes estranys...

—I aquestes revistes cada quan sortien?

—Sortien anualment i tot el contingut era de creació pròpia, no compràvem entrevistes ni fotografies d'estocs ni res. La primera revista que vam publicar anava sobre Cadaqués i Dalí, després en vam publicar d'altres sobre Girona, Sitges, el reciclatge... totes elles tractant els temes des de punts de vista diferents als habituals. Eren revistes realment molt treballades, ja que cada pàgina la treballàvem diferent. L'equip que treballàvem a l'editorial també érem persones molt diferents i de molts països, tot i que estàvem tots instal·lats a Barcelona. Era molt xulo perquè igual agafàvem una nena australiana, la portàvem a Girona (on no coneixia res) i li dèiem que fes el que volgués, que ens expliqués el que més l'havia impactat. Intentàvem que fossin publicacions una mica diferents a nivell d'imatge i normalment les treballàvem amb ajuntaments.

—I com va sorgir la idea de crear una editorial?

—Bàsicament va ser un caprici. A mi personalment m'agradaven molt les revistes, en tenia milers, també m'agradava molt Cadaqués i, per aquestes coses que té la vida, vam coincidir jo (que tenia aquestes ganes de fer revistes, però que no sóc ni fotògrafa, ni periodista, ni dissenyadora gràfica però m'agradava molt l'edició) amb un noi americà (que aleshores estava vivint a Barcelona i que és molt bon dissenyador de publicacions i de llibres) i amb un altre noi que escriu. Aleshores vam dir "Va, ho fem" i vam començar a fer aquestes publicacions, que eren productes propis. Paral·lelament, vam fer altres continguts i projectes per empreses, però no tan rellevants. Després, amb una de les il·lustradores que formava ja part de l'equip, la Zulema, vam crear un nou producte. Hi havia un tema que ens interessava molt que era la diferència entre la vida de quan els avis eren petits amb la que tenen els nens ara, la diferència que ha causat aquest salt tecnològic tan gran. Aleshores vam publicar aquest llibre, de la col·lecció de llibres El petit investigador. Vam crear un personatge i el fèiem anar a diferents llocs. En el cas del primer llibre, el vam fer viatjar per la història de la família, és un llibre molt interactiu on el nen havia d'anar preguntant coses als avis i anar-ho escrivint, una mica per apropar avis i néts. Aquest primer llibre el vam coeditar amb un editor, per facilitar el tema de la distribució. Després vam fer anar el petit investigador a Igualada, al Pallars i a Cadaqués, explicant el més rellevant de cada ciutat. A més a més, com a editorial, ens encarregaven llibres per a empreses o aniversaris. Per exemple, la Unió Empresarial va fer 25 anys i ens va encarregar un llibre.

Per això diem que som editors però de producció pròpia, som nosaltres qui busquem periodistes o gent que ens faci contingut pel producte editorial que nosaltres creem. Sí

que a vegades hem rebut manuscrits o prototips de novel·les, però els hem hagut de rebutjar perquè nosaltres no funcionem així.

— Un cop va haver decidit començar amb el projecte, com el va posar en marxa?

— Bé, doncs vam començar el projecte gràcies a que vam coincidir uns quants que estàvem molt enamorats de les revistes. Realment quan vam començar el 2004 jo no entenia com funcionava res.

— No havies estudiat mai res relacionat amb l'edició?

— No, sinó que vinc del màrqueting i en aquell moment estava treballant al departament de màrqueting d'una empresa d'Igualada. Aleshores, per casualitat, em van presentar aquest noi americà que era dissenyador i editor de revistes, que realment ens va ajudar molt en tot el tema de disseny i maquetació. Per altra banda, l'altre noi en sabia molt a nivell d'escriure i de continguts i llavors el que vam fer va ser tirar-nos a la piscina. El que fèiem era anar buscant fotògrafs o periodistes pel que necessitàssim, de forma que tothom són col·laboradors externs, no formen part de l'empresa en si. A més, cada revista i cada pàgina la treballàvem de forma diferent, amb continguts molt diversos i treballats.

— I quant de temps us portava cada revista?

— Ens solien portar un curs. Normalment les trèiem entre maig i juny i estàvem tot aquell curs treballant-hi, aproximadament set o vuit mesos. Portava temps perquè, si per exemple el tema de la revista era Cadaqués, anàvem allà, fèiem la investigació que fos necessària, visitàvem llocs... A més, primer cal fer una mica l'estructura i disseny de la revista, els continguts, els conceptes... Ho repartíem tot en un excel, per saber qui s'encarregaria de cada part. Anàvem contactant amb qui calgués, fèiem tota una maqueta abans de fer el llibre. Aleshores ho passàvem al dissenyador, que ja ho tenia tot molt per mà, i finalment havíem de buscar un impressor que ens fes la publicació tal i com volíem. Aquest últim pas és fàcil, per exemple aquí a Igualada nosaltres treballem molt amb Unigrafic.

— I en què consisteix el procés d'edició i publicació?

— La cadena comença amb l'escriptor que té la idea, o en el nostre cas l'editorial mateixa. Després cal fer-ne la maqueta i el disseny. En les editorials convencionals, l'autor escriu la novel·la, la porta i, si agrada, l'editorial la publica i la ven, s'encarrega de tot. En casos així, l'autor es queda un 10% dels beneficis, a no ser que li paguin abans. En el nostre cas funciona diferent, perquè nosaltres mateixos fem el producte, el llancem al mercat i el venem.

— I com es reparteixen els beneficis, en el vostre cas?

— Clar, els beneficis s'han de repartir entre el redactor, el maquetador, el fotògraf, el dissenyador... bàsicament tota la gent que hi ha darrere d'una d'aquestes revistes.

A més, una vegada està tot maquetat i preparat, s'envia a l'impressor i després, el que és més important, al distribuïdor. Aquest es queda el 45% del preu de venda i la resta va per l'editor, de manera que cal vendre moltes revistes per obtenir-ne benefici. Aleshores en el nostre cas el benefici no l'aconseguim amb la distribució sinó a través dels anunciants.

—I en el cas dels llibres?

—En aquest cas nosaltres teníem ajuts, estàvem mig subvencionats per institucions. Com que tots ells estan ambientats en alguna ciutat, ens ajudaven les institucions i ajuntaments de cada lloc, que solien fer una compra anticipada que ja ens permetia començar i cobrir costos. Aquests costos, pel que fa als llibres, són el redactor, la il·lustradora, el maquetador i l'impressor.

—Un cop publicat el llibre, teniu algú que s'encarregui de la publicitat?

—Jo el que feia normalment era una nota de premsa i l'enviava als mitjans de la zona. Per exemple, en el cas del llibre de Cadaqués, vaig fer una nota de premsa i la vaig enviar als mitjans locals i a mitjans de premsa infantils a qui pogués interessar. Quan vam començar no fèiem servir el tema xarxes socials, no teníem ni Instagram ni res. En canvi, si ho haguéssim de fer ara, ho faríem diferent, ho faríem totalment per xarxes socials. En el cas de Lleida, com que tenia alguns contactes a la Diputació, fins i tot ens va entrevistar alguna televisió local, inclús vam sortir a TV3.

En el cas de les revistes, normalment es fa una presentació, que sol ser un dels dies que més se'n venen. Es conviden coneguts, parlen l'autor i els col·laboradors, ve la premsa, s'anuncia la publicació del llibre als diaris locals...

També solíem col·locar els llibres a llocs clau. Per exemple, en el cas de Cadaqués, vam portar llibres al museu Dalí. La distribució és clau, i no només en llibres. Tu pots treure un producte molt bo però si no el distribueixes i no arriba a la gent no serveix de res. Una altra cosa que fèiem amb les revistes era arribar a acords amb hotels perquè en poguessin tenir una a cada habitació, de cara als turistes.

—I en el cas dels llibres que sí que tenen un autor, fins a quin punt pot intervenir aquest en el procés d'edició?

—En l'edició no hi intervé, només en el contingut.

—És a dir, ell només escriu la història.

—Sí, tot i que és cert que treballem molt conjuntament, perquè normalment som nosaltres qui escollim els autors i ja hi parlem. En el cas d'aquests llibres infantils que es situen en diferents llocs, el més interessant és que l'autor sigui de la zona, perquè no tindria sentit que fos algú de fora. La il·lustradora sí que sempre ha estat la mateixa però l'autor l'hem anat variant, buscant algú que tingués un vincle o conegués molt bé el lloc.

—I quanta gent sol caldre, aproximadament, per a editar un llibre?

- En el cas d'un llibre infantil són vuit persones: l'editor, el coordinador, el redactor, el corrector, l'il·lustrador, el maquetador, l'impressor i el distribuïdor. En canvi en una revista fa falta molta més gent, ja que per exemple calen fotògrafs o directors d'art.

—I, en concret, en què consisteix la maquetació?

—Bàsicament és posar-ho tot maco, per exemple escollint les tipografies. Llavors, un cop està tot organitzat i corregit, es passa al maquetador i aquest ho acaba d'arreglar.

—I qui s'encarrega de decidir si un llibre ja està a punt per imprimir?

—Normalment sóc jo, l'editor. Quan el dissenyador ens passa el que té, jo m'ho miro i li dic el que s'hauria de canviar. Li tornem a passar, i així successivament fins que està impecable. Abans també fèiem proves de color abans d'imprimir, per evitar trobar errades un cop s'hagués imprès tot. Aleshores imprimíem una mostra i ens solíem passar tota la nit revisant-ho, tot i que sempre és inevitable trobar faltes un cop impresos els definitius.

—Vaig veure que heu guanyat alguns premis i mencions.

—Sí, el 2009 vam guanyar un premi a la millor portada amb una de les revistes, que anava sobre el món dels residus.

—I creus que això ha ajudat d'alguna manera a l'editorial?

—En aquell moment sí, tot i que a nivell local. Vam sortir publicats a diferents mitjans i ens permetia, a l'hora de presentar-nos, mencionar que havíem guanyat un premi, cosa que sempre ajuda.

—I com decidiu què començar a editar? Si per exemple teniu la idea de fer una revista, com decidiu quin tema tractarà?

—Solen ser casualitats de la vida. A mi per exemple m'agrada molt Cadaqués, hi anava moltíssim, i vaig coincidir amb una noia que vivia allà, coincidia que era l'any Dalí... i així vam decidir fer que la revista tingués relació amb això. També vam mirar una mica el mercat per veure si la nostra idea ja s'havia fet, vam contactar amb molta gent interessant i vam poder aportar contingut diferent a la revista, perquè no volíem ser la típica revista de fotos. També vam intentar a tots els temes donar-los la volta i explicar les coses de manera diferent a la típica. Llavors la idea és llançar-se.

—I, a l'hora de tirar endavant el projecte, vau tenir algun problema (per exemple econòmicament)?

—Bé, realment va ser complicat posar-ho en marxa. Però com que vam començar amb les revistes, que ja finançàvem amb publicitat, no va ser tan complicat econòmicament. Tot i així va ser complicat començar a vendre el producte, perquè a més el

veníem a un preu molt elevat degut a la gran quantitat de col·laboradors que participaven en cada revista. És difícil, clar, no podíem començar a tirar endavant una revista fins que no teníem una base sòlida de finançament. Però clar, això és en el nostre cas, que nosaltres mateixos fèiem d'autor i de tot. En el cas d'editorials "normals", l'autor envia el seu manuscrit a l'editorial, que decideix si li agrada o no. En el cas que els agradi, s'encarreguen de maquetar-lo, que en el cas de la portada suposo que arriben a algun acord amb l'autor. Aleshores fan la impressió i la distribució, que és la part més cara, de forma que l'autor s'encarrega només del contingut. La resta ho paga l'editor. Llavors arriben a un acord, que pot ser per exemple que paguin a l'autor per l'obra i a més a més el 10% de vendes. En canvi hi ha altres editorials que ja tenen autors fixos i a vegades és l'editorial qui demana a l'autor que escrigui alguna cosa.

Nosaltres, pel que fa al primer llibre infantil que vam treure, vam fer com en el primer cas: vam anar enviant la idea de la història a diferents editorials fins que una va acceptar publicar-lo. De totes maneres, amb els següents llibres vam preferir encarregar-nos nosaltres de tot el procés, ja que entre editorial i distribució ens quedava molt poc marge. Després també hem anat acceptant encàrrecs, que tenen l'avantatge que ja està finançat des del principi.

—Ja per anar acabant, del que fas què és el que més t'agrada?

—A mi el que m'agradava molt, tot i no ser periodista, era anar a les entrevistes que fèiem per les revistes. També m'agradaven les reunions que fèiem al minut zero, per decidir quin contingut posaríem a la revista, anar pensant conceptes fora del que és convencional era molt xulo.

—I el que menys?

—La part comercial, que és la que havia de fer però la més complicada. Però bé, com que em creia molt el producte l'intentava vendre bé. Aquesta és la part més pesada. Clar, la millor part és la creativa (pensar el contingut, l'organització de les fotografies, contactar amb gent...).

A3. ENTREVISTA ALBERT SOLER

02/09/2020

L'Albert Soler ha treballat com a corrector i com a professor de llengua catalana. Aficionat a la lingüística, ha col·laborat en nombrosos projectes amb l'objectiu de promoure la llengua, dedicant temps i esforç a la seva passió.

En certa manera, la funció d'un corrector dins del procés editorial pot ser vista com a innecessària. Per què cal que el text passi per mans d'una segona persona, si segur que l'autor l'ha revisat un gran nombre de vegades? És simple.

És certament fàcil que alguns errors, gairebé imperceptibles, passin desapercebuts davant dels ulls de qui ja ho ha llegit varis cops, mentre que no és massa difícil detectar-los quan es tracta de la primera llegida. Per aquest motiu, és indispensable comptar amb la labor d'un corrector, per evitar deixar passar petites errades.

—A què et dediques actualment?

—Laboralment, ara em dedico a fer classes de català a adults al Consorci per a la Normalització Lingüística (CPNL) i a l'Associació Promotora de la Llengua Catalana (APLEC). En aquesta darrera entitat, a més, col·laboro en l'organització d'activitats diverses per promoure el català.

—Durant quant de temps et vas dedicar a la correcció?

—Intensivament, des del gener del 2002 fins al setembre del 2008 (uns 7 anys). Intermitentment, des del setembre del 2008 fins al juliol del 2019 (uns 11 anys). En total, doncs, amb més o menys dedicació, uns 18 anys.

—I en què consisteix aquesta feina?

—Consisteix a revisar textos per mirar de detectar i esmenar els errors de tota mena que continguin: ortotipogràfics, ortogràfics, lèxics, sintàctics, enciclopèdics...

—És una feina que et condiciona a treballar amb una sola editorial o et permet treballar amb projectes "individuals"?

—Si tens sort, és possible que una editorial et doni tal volum de feina que ja no et quedi temps per a res més, però el més habitual és que no sigui així i que, per tant, treballis per a diverses editorials alhora o et puguis dedicar a altres projectes personals o professionals.

—En quins tipus de projectes has treballat com a corrector?

—Com a corrector, bàsicament he treballat per a dues empreses: l'Institut d'Estudis Catalans i Pharmalexix. En el primer cas, vaig corregir principalment llibres d'assaig sobre temes diversos (sobretot actes de simposis o jornades relacionats amb el món de la llengua) i documents de caràcter intern més aviat breus (actes de reunions, discursos, notícies...). I en el segon cas, vaig revisar textos també més aviat breus relacionats amb el sector farmacèutic.

—A l'hora de fer la correcció d'un text, fins a quin punt hi pot intervenir l'autor? Si alguna correcció, per exemple d'estil, no li acaba de fer el pes, hi ha l'opció de repetir-la?

—Tot i que la casuística és extensa i hi ha força factors que cal tenir en compte, se solen diferenciar dos casos: els textos en què l'autor parla en nom propi, i els textos en què l'autor parla en nom d'una empresa o una institució. En el primer cas, entenc que, com que és qui signa aquell text —i, per tant, qui se'n responsabilitza—, l'autor hauria de tenir l'última paraula a l'hora de prendre les decisions sobre el text, i encara més si es tracta d'una qüestió d'estil. Tal com deia, però, hi ha moltes variables que poden fer matisar aquesta afirmació, com ara que l'autor domini més o menys la llengua (si l'autor té un domini poc profund de la llengua, el criteri del corrector sol predominar), que l'autor sigui mediàtic o un “pes pesant” en el seu àmbit (aleshores la balança se sol decantar cap a l'autor, en detriment del corrector) o que el criteri de l'autor no concordi amb les normes lingüístiques de l'editorial que publicarà aquell text (hi ha editorials més estrictes i d'altres menys; el millor seria poder arribar a un acord entre les dues parts). En canvi, en el segon cas, la figura de l'autor queda més “diluïda”, ja que signa en nom d'una entitat o una institució, i llavors són els criteris lingüístics d'aquesta entitat o institució els que solen prevaler per sobre dels de l'autor.

—Quant de temps, aproximadament, sol portar la correcció d'una novel·la?

—Hi intervenen molts factors: l'extensió, dificultat del text, la disponibilitat i experiència del corrector, la urgència de l'encàrrec... Generalment el que acaba passant és que el corrector fa una revisió més o menys exhaustiva segons els terminis que marca l'empresa que encarrega la correcció.

—És una feina que du a terme una sola persona?

—És el cas més habitual, però de vegades, per exemple si l'obra és molt extensa o si la correcció és urgent, es reparteix entre diversos correctors. El que també es dona relativament sovint és que un corrector revisi el text original (en format Word, PDF...) i un altre revisi les galeres, és a dir, les proves d'impremta del text ja maquetat que es treuen abans de fer la impressió definitiva.

—Quin cost sol tenir? Acostuma a ser un preu fix o variable? Depèn del temps invertit? Del tipus de projecte?

—El preu d'una correcció és un altre dels elements més variables. També sol dependre de diversos factors, com ara la dificultat del text o la urgència de l'encàrrec. Val a dir que també hi ha molta disparitat de tarifes entre les empreses (només cal donar un cop d'ull per Internet per constatar-ho). El que és habitual és establir una tarifa per paraula o per pàgina, i no pas per hora.

—Creus que la correcció és indispensable en el procés editorial? Penses que té un paper important?

—Tots som humans i a tots se'ns escapen errors. Ningú és infal·lible, ni tan sols les persones més sàvies o els correctors més curosos, i sempre és bo que uns altres ulls revisin aquell text per polir-lo. Per tant, si el que es vol és oferir un producte de qualitat, per mi la correcció és indispensable.

—Quin és el pas previ a la correcció? I el següent? En quina posició es situa dins del procés d'edició?

—Com que no m'he dedicat mai a seguir tot el procés d'edició, no et sé donar una resposta gaire precisa. El que sí que és segur és que, de nou, depèn de diversos factors, com ara el tipus de publicació de què es tracti i el canal pel qual es vulgui difondre. Simplificant-ho molt, i amb els pocs coneixements que en tinc, jo destacaria com a etapes bàsiques del procés d'edició la redacció, el disseny, la traducció (si escau), la correcció de l'original, la composició, la correcció de galerades, la impressió, l'enquadernació i la distribució, generalment diria que en aquest ordre. Però hi insisteixo: segur que aquesta informació és inexacta i incompleta.

—Qui dona el vist-i-plau a la correcció? L'autor?

—Aquesta qüestió tampoc la tinc del tot apamada, perquè és una etapa de la correcció en la qual jo no intervenia, però diria que, com que es tracta d'una operació que té un cost pecuniari, el vistiplau a una correcció el dona, a banda del director o encarregat del projecte i el cap del servei de correcció, el departament o òrgan amb la potestat d'autoritzar aquest tipus de despeses, com ara la gerència o el departament de comptabilitat.

—Sol patir molts canvis el text quan passa pel corrector?

—Depèn de si l'original està ben escrit o no: si un text està molt mal escrit, el corrector hi introduirà molts canvis, i si està molt ben escrit, n'hi introduirà pocs. Paradoxalment, si el text està molt ben escrit, el corrector sol ser més escrupolós que no pas si el text està farcit d'errades: si el text conté un nombre elevadíssim d'errors, arriba un punt que el corrector no pot ser tan primmirat (si de cas, s'hauria de fer una altra repassada un cop es té el text «net», és a dir, un cop ja s'han introduït totes les esmenes proposades

pel corrector en la primera revisió). En tot cas, però, la premissa principal del corrector ha de ser canviar únicament allò que sigui imprescindible, és a dir, allò que sigui incorrecte o no adequat en aquell text.

— Canviant una mica de tema, en relació amb el món de l'edició en català, quines creus que són les possibilitats que té el text en català de sobreviure en un món competitiu? Penses que se li dona importància suficient o que s'està començant a perdre?

—Penso que no soc la persona adequada per donar una resposta rigorosa a aquesta pregunta. Caldria demanar-ho als editors, que tenen dades reals per valorar adequadament l'estat actual i l'evolució del català en el món de l'edició. L'únic que puc aportar jo és el meu parer sobre aquesta qüestió: la sensació que tinc és que el català continua tenint “una mala salut de ferro”, és a dir, que continua trobant-se en una situació delicada, però que resisteix i subsisteix malgrat tots els elements que hi van en contra, i fa de mal predir si millorarà o empitjorarà. Ara bé, la meva percepció acostuma a coincidir amb la dels experts que pronostiquen un futur no gaire encoratjador.

A4. ENTREVISTA LLUÍS JUBERT

17/08/2020

El Lluís Jubert, amant del món de les arts gràfiques des de molt jove, va donar vida al projecte Espai Gràfic fa exactament una trentena d'anys. Amb el temps, el que va començar com un petit estudi de disseny ha anat creixent fins assolir el que és avui dia: un projecte d'èxit basat en la unió i la constància.

És innegable que a gran part de la societat actual ens és gairebé impossible no prestar atenció a les aparences. Això no significa que siguem superficials, sinó que estem acostumats a dirigir la mirada a allò que abans ens atrau visualment i a donar un cop d'ull al contingut més tard.

Per aquest motiu, és evident que el disseny és un element clau en el decurs de la creació d'un llibre.

Una tipografia agradable, una portada atractiva... Tot són factors que afavoreixen l'event comunicació visual entre el dissenyador i el que esdevindrà un futur lector.



Entrada d'Espais del Rec, on s'ubica Espai Gràfic.



Revista d'Igualada, dissenyada per Lluís Jubert.

— Per començar, m'agradaria saber en què consisteix la teva feina actual com a dissenyador.

— Els dissenyadors acostumem a ser polivalents, “fem una mica de tot”. Del que ens encarreguem principalment és de donar criteris estètics i funcionals a un producte. El treball d'un dissenyador, quan es tracta d'un encàrrec, és complir amb uns objectius, ja sigui a

l'hora d'editar un llibre, un catàleg... Jo et puc parlar del disseny gràfic. Principalment es tracta de reflexionar sobre l'encàrrec i fer-lo de la millor manera possible.

—I en el cas dels encàrrecs, heu de fer sempre el que vol la persona que fa l'encàrrec? És a dir, heu de buscar la millor manera possible d'expressar una idea ja determinada pel client, o teniu més llibertat?

—El dissenyador es deu al client, amb les seves inquietuds, a l'hora de donar forma a un projecte. Nosaltres ens encarreguem de trobar la manera de mostrar-lo, de presentar-lo i explicar allò que ell vol fer. Es tenen en compte les seves idees. Quant més diàleg hi hagi millor. No es tracta de reproduir exactament la idea del client (perquè sinó el dissenyador ja no faria falta), sinó d'arribar a un resultat òptim de comunicació. És molt important que el client tingui confiança en el dissenyador. Quanta més confiança mútua hi hagi, millor serà el resultat del treball.

—Canviant una mica de tema, com va sorgir la idea de crear el projecte Espai Gràfic?

—Després d'alguns anys dins del món de les arts gràfiques, tant en processos creatius com en d'altres més tècnics, vaig decidir muntar un estudi de disseny gràfic i poder fer tot el procés des del meu criteri. Més tard, ens vam conèixer amb el Ramon Enrich, amb qui vam estar molts anys compartint Espai Gràfic. Era un moment en què no hi havia gairebé cap estudi de disseny independent a Igualada, potser un parell, aquest fet va facilitar tirar endavant la iniciativa que ha arribat fins avui. Si no m'equivoco, aquest 2021 farà trenta anys que es va iniciar Espai Gràfic, durant aquest temps han passat i canviat moltes coses. Ara mateix l'estudi treballa especialment en el món editorial.

—I, si no m'equivoco, ara esteu treballant amb la Revista d'Igualada. Creus que aquesta experiència està sent constructiva?

—Sí, ara mateix ja anem pel número 64 de la revista i encara gaudeixo de la feina en cada nova edició. Ara fa vint-i-un anys. Segueix sent un treball molt enriquidor, tant per la relació de confiança que s'ha creat amb l'equip de redacció, com pel contingut de la revista el qual et permet conèixer molts temes relacionats amb la ciutat.

—I en quins altres projectes heu participat (llibres, revistes, publicitat...)?

—Al llarg de tants anys, els projectes són molts i diversos. S'han fet treballs relacionats amb el món de la cultura, l'ensenyament i també en l'àmbit industrial. Durant uns anys vam col·laborar amb diferents departaments de la Universitat Autònoma. S'han fet diferents catàlegs per empreses i serveis. També hem col·laborat amb institucions i administracions locals que ens han permès participar en propostes per la ciutat.

—Heu treballat alguna vegada amb autors autoeditats?

—Sí, algunes vegades. És una feina que m'agrada per la proximitat que pots establir amb l'autor. Ara mateix l'autoedició està creixent. Espai Gràfic vol oferir un acompanyament personalitzat i proper. Actualment existeixen diferents opcions, també Amazon ofereix aquest servei.

—Però també deu ser més fred.

—Com ha dissenyador et diria que no es cuida la composició n'hi els detalls, fent que el resultat de l'edició quedi una mica industrial i amb poca personalitat.

Crec que l'autor ha de participar i gaudir del procés d'edició, d'aquesta forma el resultat final és més cuidat i satisfactori.

—La teva feina et condiciona a treballar amb una sola editorial o et permet col·laborar amb més d'una?

—En el cas d'Espai Gràfic, donem solucions a les diferents propostes que ens demanen, siguin editorials, particulars o encàrrecs de l'àmbit industrial.

Una cosa que hem tingut aquí a Espai Gràfic, els anys ens ho diu, és que hem tingut bastant continuïtat. Per exemple, hem estat treballant molts anys amb la Revista d'Igualada, també hem estat fent el butlletí municipal de Copons des dels seus inicis... Sí que és cert que en tot aquest temps s'han anat perdent i guanyant clients, però n'hem pogut mantenir bastants durant tota la seva trajectòria. Es compleixen les expectatives, hi ha bona relació. En molts casos, un dissenyador acostuma a fer-se amic del client, ja que és una feina en la qual cal conèixer molt bé el que fa aquella persona, empresa o institució per poder després transmetre les seves inquietuds. Per tant, el grau d'implicació ha de ser bastant profund.

—T'ha passat mai que, un cop realitzat el disseny, l'autor hagi trobat alguna imperfecció o hagi canviat d'idea i s'hagi hagut de pensar tot de nou?

—Bé, això és un debat. El treball del dissenyador no és tenir una idea genial i fer la feina en cinc minuts. És un procés, el client ens dóna totes les pautes per entendre i resoldre el projecte, sí la proposta no agrada o no respon a les expectatives la podem ajustar o fins hi tor repetir. Ha passat alguna vegada.

Per exemple, si ens referim als "concursos", a l'hora d'encarregar un logotip, no es pot demanar la feina a 2 o 3 dissenyadors. Escollir entre diferents opcions és més fàcil, però tots els dissenyadors han hagut de treballar-hi.

Actualment aquests encàrrecs es rebutgen, a no ser que es pacti un preu per la feina.

—Què et va apropar al món del disseny?

—Diria que, en qualsevol dissenyador, hi ha una part que ja es porta dins. En el meu

cas, hi ha una inquietud de veure les coses endreçades en alguns aspectes de la vida. És allò de voler arreglar el món (tot i que no l'hem arreglat ni l'arreglarem mai), però tenim aquesta inquietud.

Vaig començar quan era petit, m'agradava el dibuix. I bé, vaig anar entrant al món de la gràfica i les impremtes. Com que allà m'havia de cenyir a la dinàmica de l'empresa, tenia ganes de provar què podia fer fora. Una aventura.

— I vas estudiar alguna cosa relacionada amb el disseny?

— No, vaig ser autodidacte, tot i que amb el temps sí que me anat formant. Vaig començar a treballar de molt jove, no m'agradava estudiar i en aquell moment era més fàcil posar-se a treballar (al contrari que ara que està tot molt més estructurat i és difícil accedir al món del treball dient tan sols que saps dibuixar). Aleshores, a la que em vaig posar dins el món de l'empresa ja vaig anar coneixent els processos, vaig passar per diferents llocs de treball i aprenent el que calia per posar-me a treballar. Tot i que les coses han canviat molt, abans ho fèiem tot de forma manual i ara amb un ordinador podem fer el que abans feien 25 persones.

— I què és el que més destacaries de la teva experiència en el sector?

— Personalment valoro molt les relacions humanes, el contacte amb la gent, els vincles que es creen. També m'agradaria destacar el coneixement que vas adquirint en cada encàrrec, la feina de dissenyador et permet descobrir diferents àmbits i conèixer amb profunditat els diferents productes o serveis que és volem anunciar, ja sigui un catàleg de ferreteria com un fulletó per una entitat.

— Pel que fa al procés d'edició, quin és el següent pas pel qual ha de passar un llibre o qualsevol projecte un cop fet el disseny?

— Una vegada realitzada la revisió i correcció del text, tria d'imatges, tipografies i maquetació, ja es poden portar els originals a impressió.

La part del disseny consisteix a agafar les imatges i textos i posar-los ben posats per facilitar-ne la seva lectura, ja sigui a través del format, les tipografies, la composició interior, l'interlineat ... El disseny de les cobertes ... Tot això es fa amb un ordinador. Després ve la producció.

Un aspecte que cal tenir en compte és que el cost del procés de producció s'ajusti al pressupost acordat amb el client. Una cosa és el cost del disseny i l'altra el de la producció. Un cop el producte es porta a la indústria gràfica, a imprimir, cal que sigui fàcil per qui ho ha de fer.

— Per tant, un cop fet el disseny ja es pot imprimir el llibre.

— Sí, un cop ja es té un document electrònic (en aquest cas un pdf que ha de tenir la

qualitat i condicions necessàries perquè es vegi bé un cop imprès), ja es pot enviar a la impremta.

Sempre cal facilitar la feina a l'impressor. Sí que és cert que, amb les eines que hi ha avui dia, si se li passa un document de baixa qualitat a un impressor, podria arreglar-lo, però és millor donar-li ben acotat. Al final és per evitar sorpreses, perquè si es troba un error un cop imprès ja no s'hi pot fer res. No acostuma a passar massa, però algun cop ens hi hem trobat i hem assumit l'error. Les vegades que ha passat, hem tornat a enviar els originals corregits a la impremta i s'ha tornat a imprimir. Al final el que ens interessa és que el client acabi content amb el seu producte.

— I quant de temps sol necessitar cada disseny?

— Depèn de l'encàrrec, perquè poden ser moltes coses diferents. Fins i tot hi ha vegades que hem començat a fer el disseny d'un producte abans que el contingut estigués del tot clar. De la mateixa manera, a vegades la idea del client ha anat canviant amb el temps, cosa que també afecta la durada del procés. El temps és molt variable. Si per exemple ens encarreguen un logotip i ens donen bé la informació, potser amb 15 dies ja el tenim. O si ens demanen un catàleg potser necessitem dos mesos. Però si s'entra en dubtes i el procés s'atura, la feina es va allargant...

També hi ha treballs que per si sols són molt complexos. Per exemple, ara ha sortit un llibre sobre els carrers i les places d'Igualada (que ha editat la Revista d'Igualada) on s'explica tota la informació destacada de cadascun dels carrers. És un llibre d'unes 400 pàgines i ens ha portat molt de temps. Hi ha molta feina d'investigació darrere, de manera que la maquetació ha seguit paral·lelament a aquesta investigació.

Normalment, amb la primera entrevista que es fa amb el client, ja es sol veure si un projecte portarà molt temps o no.

— Pel que fa al tema econòmic, com funcioneu? Establiu el preu segons el temps que dediqueu a un projecte?

— Sí, evidentment el temps és un factor important, les feines més complexes requereixen més temps. No sempre les hores que hi dediques s'ajusten al pressupost, però és important que el temps invertit es vegi recompensat. Després, si per exemple un catàleg que hem fet ajuda o no a vendre un producte, ja depèn de l'empresa. O en el cas d'un llibre o revista, no perquè se'n venguin més pujarà el preu del disseny.

— A l'hora de fer un disseny, quantes persones solen caldre?

— L'estudi en alguns moments hem sigut més que en d'altres. Hi va haver un temps durant el qual vam ser sis i ara mateix el model ha canviat, com ha professional de l'estudi estic jo sol i col·laboro amb altres professionals. Quan érem sis persones ho fèiem tot nosaltres mateixos, però ara en alguna feina que requereix algun altre professional

cal tirar de col·laboradors diferents, que solen ser sempre els mateixos. De la mateixa manera que són importants les relacions que es creen amb els clients, les que es creen amb els professionals també són una part a destacar. Realment és una part molt interessant de la feina, poder fer feines compartides.

—I què és el que diries que t'agrada menys de la teva feina?

—La veritat és que m'agrada bastant tot.

—No hi ha cap part en concret que et faci més mandra que la resta?

—No, tot i que a vegades pot semblar que algun projecte pugui ser avorrit (per exemple un llibre, que són 60 pàgines de text), jo m'ho passo bé. Són moments en què has d'esprèmer el contingut, a nivell de tipografies, interlineat, gruix de la lletra, titular, el número de pàgina, les cobertes... Tot plegat, a mi personalment se'm fa agradable. Potser ens n'hauríem d'anar més a tot el que he dit abans de les relacions amb el client. Quan hi ha poca confiança, poc feeling, no t'ho passes tan bé com podries. Però dins el món del disseny, no tinc cap tipus de problema a enfrontar-me a projectes que d'entrada poden semblar avorrits, només cal trobar-hi la gràcia. Tot aquest món de la composició, les lletres, la tipografia, de mirar si una paraula s'acaba a l'esquerra o a la dreta... totes aquestes coses que fan que al final la lectura sigui més agradable o menys, m'interessen i m'agraden, m'ho passo bé tot i portar molts anys fent-ho.

—Doncs bé, ja per acabar, com t'he dit estic escrivint un llibre de relats. Saps d'algú que em podria aconsellar o ajudar? O d'algú que hagi publicat recentment un llibre i em pogués parlar de la seva experiència?

—Bé doncs, per Nadal vaig llegir un llibre d'un noi que mai abans havia escrit però que té una afició important per la muntanya i, arran d'una expedició que va muntar, va escriure un llibre. Aquest llibre era editat per Amazon. Jo anava amb prejudicis, pensant que l'únic que fan és passar el contingut per unes màquines sense mirar-lo, però com que el contingut era bo em va fer adonar que realment tampoc són tan importants els petits errors d'edició. Clar, Amazon és una opció, però és molt més fred. Jo em posaria en contacte amb un dissenyador de per aquí, que és més fàcil que s'adaptin al que vols i ho cuidin més.

—Clar, tenen molt més en compte els petits detalls en els quals a vegades no ens fixem.

—Bé, hi havia un dissenyador, un tipògraf molt bo, que deia que el millor disseny és aquell que no t'adones que existeix, però que et facilita la lectura. A vegades només agafant un llibre t'adones que se't fa pesat, ja sigui perquè l'interlineat és massa estret, les línies massa llargues, la lletra petita... Són coses que van més enllà de l'estètica, que s'han de cuidar perquè tenen una funcionalitat, que el dissenyador ha de complir. Abans no es valorava tant el fet de facilitar la lectura, sinó que s'intentava encabir el contingut en el mínim de pàgines degut a l'elevat preu del paper, per reduir costos.

La feina d'un dissenyador s'assembla a la d'un cuiner. A molts dissenyadors els agrada la cuina, penso que són dos mons molt vinculats. Perquè al final es tracta de, a partir d'un producte, aconseguir posar-lo ben posat perquè quan arribi el plat o el llibre poder menjar o llegir-lo fàcilment, que la digestió es faci fàcil. Cal fer-lo atractiu i llampant, cal que la portada cridi l'atenció perquè un cop a la llibreria destaqui entre la resta de llibres (cosa bastant difícil perquè tots ho fan molt bé), fer que mirant-lo tingui una atracció que vagi més enllà del contingut. Crec que aquesta és la principal feina d'un dissenyador, fer un producte atractiu i digerible.

A5. ENTREVISTA IMPREMTA ROMANYÀ VALLS

01/09/2020

La impremta Romanyà Valls, nascuda a Capellades, ja fa 65 anys que està en marxa. Durant tot aquest temps portant històries al món, l'equip que la formen no ha deixat d'innovar, oferint cada vegada un ventall de possibilitats i solucions més ampli als seus clients. Tot i així, a pesar dels canvis que ha experimentat la impremta al llarg dels anys, el seu compromís i entusiasme ha estat el mateix des dels inicis, fent possible el renom que ha obtingut com a servei de producció editorial de qualitat.

Així doncs, la feina d'una impremta va molt més enllà del que pot semblar.

No només s'encarreguen d'imprimir novel·les per tal de fer-les arribar a lectors d'arreu, permetent-los així sentir el munt de sensacions que comporta tenir un llibre entre mans, sinó que la relació amb el client és considerada una part essencial de la seva feina. Posen tot el seu esforç en aconseguir trobar l'opció que més s'ajusta a la seva idea, facilitant enormement el procés i convertint-lo en una experiència gràcies a la seva professionalitat.

Per aprofundir en el funcionament d'una impremta, parlaré amb la Sara Moncau, gerent de producció a Romanyà Valls. És l'encarregada de gestionar materials i treballadors, assegurant que la producció és el màxim d'eficaç.

— Com definiries l'empresa on treballes i la tasca que du a terme?

— Jo crec que és una empresa molt familiar. Porta des dels anys 50 oberta i s'ha anat expandint amb el temps. Abans era una impremta petita i, poc a poc, va anar agafant terrenys i ampliant-se. Crec que en el món editorial és una de les impremtes on treballen editorials més importants (com Planeta, Random House, Salamandra, Quaderns Crema...). De fet, Quaderns Crema no treballa amb cap altra impremta. I bé, penso que és una impremta molt familiar, la gent que hi treballa hi són des de ben joves i segueix una línia molt càlida.

— En què consisteix exactament la teva feina dins de la impremta?

— Jo sóc gestora de clients. Quan a mi m'arriba un client, aquest em pot demanar des de mostres de paper fins consultes de formats, pressupostos, comandes... De tot.

—Bàsicament consisteix a explicar-los les diferents opcions que hi ha.

—Sí. I a part d'això sóc administrativa. Faig facturacions, compro matèries primes, faig albarans, porto tot el tema d'arxiu. És a dir, la meva feina és gestionar clients i producció i també administració.

—Quan vas començar a dedicar-t'hi? Què t'hi va apropar?

—Doncs aquest març del 2021 farà dos anys que vaig començar. Jo mai he estudiat això, vaig començar de zero. Vaig estudiar ciències polítiques i quan vaig acabar la carrera volia treballar. Hi ha gent que vol fer màsters o seguir amb altres estudis però jo volia posar-me a treballar. Romanyà va ser la quarta entrevista que vaig fer de feines que em van cridar, vaig passar el procés i em van agafar el març de l'any passat.

—En relació a la feina que fas, quan arriba una nova comanda, quin és el primer pas que cal fer per gestionar-la?

—Normalment treballem amb editorials que saben el que envien, de manera que quan reps una comanda és una comanda lògica. Aleshores, un cop rebem una comanda, la mateixa empresa té un sistema informàtic on s'introdueixen les dades. Normalment totes les editorials tenen col·leccions que comparteixen formats, estètica i disseny, de forma que no és complicat. Simplement, per no equivocar-se, es poden agafar altres llibres de la mateixa col·lecció i comprovar que estem fent el mateix format. Perquè realment hi ha moltes característiques que poden variar. Al principi és com fer un llibre dins un programa informàtic, que ja està preparat per poder atendre les necessitats de l'editorial.

—I quan es tracta d'un autor autoeditat que porta un document, com sabeu que és el format que cal?

—Jo això no ho comprovo. Ho podria fer, però no entra dins de la meva feina. Normalment l'autor m'envia el document a mi i jo el reenvio a preimpresió, on es comprova que el document sigui correcte i estigui a punt per imposar a màquina. És a dir, nosaltres dins de la impremta no toquem documents, han de venir ja editats per tal que els puguem traspasar directament al taller.

—Per tant, si hi hagués algun error en el document no seria problema vostre.

—Exacte. Hi ha errors i errors, però si és en el document no és cosa nostra. Nosaltres el que fem és, quan arriba la comanda, jo entro l'ordre de producció, aquesta arriba a preimpresió i allà es comprova que el document sigui correcte. Per exemple, han de mirar que el document sigui de les mesures necessàries (si ha de fer 140 x 210, que les mides corresponguin). El lloc el calcula automàticament el programa informàtic, però a preimpresió han de comprovar que encaixi (si el programa diu que ha de ser de 10 mm, han de mirar que ho sigui). També han de mirar si s'han escollit els colors

que toca, tant a l'interior com a la coberta. Bàsicament comproven que totes les dades abans d'entrar a màquina siguin correctes.

Si hi hagués un error en el document, si per exemple veiessin que el llom fa 15 mm en lloc de 10, jo demano al client que me'l torni a enviar corregit.

Quan el document ja és correcte, preimpresió treu una prova d'impressió, que és una maqueta (no el llibre enquadernat, sinó fulls DIN A4 impresos i una coberta a part) que s'envia al client perquè vegi com quedaria el llibre. Aleshores el client ha de revisar que la coberta no tingui errors, que no hi hagi errors ortogràfics, que no hi hagi res desplaçat, que els colors estiguin bé, que no s'hagi mogut cap marca de tall (que són les marques que indiquen per on s'haurà de tallar el llibre)... Tot això és feina del client.

Llavors, un cop rebem els OK conforme podem imprimir-ho, nosaltres tirem endavant. Si ens diuen que hi ha errors i que canviaran alguna de les pàgines o la coberta, ens envien nous documents i nosaltres ho canviem al taller. Normalment, si s'ha de canviar alguna cosa del document imprès, no el tornem a enviar a no ser que ens el demanin, simplement ho corregim i ho comuniquem al client. El que sí que ens solen demanar és que tornem a enviar la coberta corregida, ja que és el que més s'ha de veure i volen assegurar que queda bé. Depèn del client.

Aleshores, quan ja està tot correcte, imprimim. La impressió vol dir que es passa el document a màquina i es traspasa dins del taller. Allà, cada màquina té una pantalla on es pot veure el paper que s'està utilitzant, els plecs que cal imprimir (un plec és un grup de pàgines)... Totes les dades tècniques.

Llavors, els llibres poden ser cosits o fresats i, depenent de com el vulgui el client, passa per un circuit o un altre. Si és un llibre fresat, per exemple, no va a les cosidores, mentre que si és cosit sí. Després d'això, s'ha de saber si el llibre porta guardes o no.

— Què són les guardes?

— Els llibres a vegades porten, abans de la primera pàgina, una pàgina que sol ser més gruixuda o d'algun color. Això és la guarda. I si un llibre porta guardes ha de passar per la cosidora.

Pel que fa a la coberta, va per un altre circuit independent a l'interior del llibre. Simplement passa per una màquina, s'imprimeix i després passa a plastificar-se o envernissar-se (segons prefereixi el client).

Un cop acabats l'interior i la coberta, es fa una gasa amb cola i s'acaba d'encolar bé el llibre. Però això ja es fa a enquadernació. Allà hi ha una màquina que té diferents estacions on es posen els plecs de pàgines i una altra part on es posen les cobertes. Aleshores, la màquina s'encarrega de muntar els plecs i enganxar-hi les cobertes.

Quan acaba el circuit, el llibre ja està acabat i tallat en la mida que toca.

—Quant de temps sol portar el procés des que us arriba la comanda fins que el llibre ja està acabat?

—Si els timings fossin els correctes, un llibre es podria fer amb 4 dies. Cal respectar uns temps d'assecatment de la tinta, però amb 4 dies seria suficient. Tot i així, nosaltres treballem amb 10 dies hàbils perquè no treballem amb una sola comanda, potser cada dia en rebem 50. Llavors, des que es comença a parlar del llibre amb algun client fins que s'imprimeix el llibre, poden passar mesos o fins i tot un any, però en la majoria de casos es fa en 10 dies.

Normalment el circuit és: jo rebo la comanda, l'entro al sistema, preimpresió treu les proves, el client les rep el mateix dia o l'endemà al matí i les revisa (i aquí sí que el temps depèn d'ells). Per això, si el procés s'hagués de fer en més de 10 dies seria cosa del client, depenent del que tardi a revisar el llibre. Però clar, això varia molt segons el llibre i la revisió que necessiti o que l'autor o editorial li vulgui donar. Per exemple en el cas de reimpressions, no cal revisar gairebé res, mentre que si ens arriba algun llibre molt important potser la revisió s'allargarà més.

—I, aproximadament, quantes persones fan falta per dur a terme el procés?

—Al taller hi treballen unes 40 persones. Si parléssim de fer només una comanda, caldrien tan sols tres persones a enquadernació, dues a impressió, una per a la coberta, una a preimpresió i jo. Només vuit persones. Però això seria si es tractés d'un sol llibre de per exemple mil exemplars. Però clar, no ens arriba només un llibre, sinó que cada dia n'arriben varis i de molts exemplars, de manera que cal que hi hagi 40 persones al taller.

—Un cop imprès i enquadernat un llibre, quin és el següent pas?

—Un cop fet el llibre, normalment el client demana unes distribucions. Nosaltres no som distribuïdors, sinó que enviem el llibre a empreses que sí que ho són. Cada client té la seva distribuïdora (que pot ser per exemple Àgora, Les Punxes, Machado o UDL), fins i tot alguns en tenen dues per distribuir a Catalunya i Espanya. Aleshores, les editorials ens solen demanar que els enviem 10 o 20 llibres (que solen ser per revisar o bé per exposar o guardar en algun magatzem seu) i la resta van a les distribuïdores, que distribueixen segons comandes de cada llibreria.

Pel que fa a promocions, ja ho fa l'editorial mateix, que segurament ja hagi fet alguna campanya promocional de la novetat abans que surti (per exemple per Internet, en cartells a les llibreries, a través de faixes d'altres llibres de la mateixa col·lecció...). En canvi, si es tracta de reimpressions, no crec que facin tanta promoció, ja que són simplement per reposar estoc.

—Pel que fa al tema econòmic, com funciona?

—Nosaltres treballem amb uns preus de mercat i tenim varies tarifes, que també varien en funció del client. Per exemple, el preu de Random House no és el mateix que el d'una editorial petita, perquè diguem que Random t'exigeix més (treballes per a ells i no amb ells). A més, hi ha editorials que no estan disposades a pagar el cost que suposa fer un llibre, els hem de fer una tarifa especial. Per això, tot i haver-hi unes tarifes estàndard que estan dins el preu de mercat, varien molt segons l'editorial.

—Llavors el preu no té res a veure amb el nombre de llibres que es venen.

—No, però varia segons la quantitat de llibres que s'imprimeixen. Quanta més quantitat, el preu unitari del llibre és més barat. Quants menys llibres, més car. Això és perquè hi ha uns preus fixos però també uns que es comparteixen (com per exemple les entrades a màquina o les tintes).

—I si es tracta d'un autor independent, fins a quin punt pot intervenir en el procés?

—Un cop tenim el llibre al taller, l'autor no pot modificar la nostra feina. La pot parar, però només si té algun motiu per fer-ho. A vegades, per exemple, ha passat que han detectat un error quan el llibre ja està a impressió i aleshores s'ha aturat el procés, però és una cosa que es fa només si hi ha una bona raó per fer-ho. Tot i així, nosaltres tenim les portes obertes, de manera que si a l'autor li fa il·lusió veure com es fa el seu llibre (editorials no ho fan, però alguns autors independents sí que ho demanen) poden venir sense problema. Tampoc és cap problema venir a veure el que fem, però el que sí que és complicat és canviar alguna cosa massa tard. Per exemple, si el quart dia el client ens diu que vol que el llibre sigui fresat en comptes de cosit, jo no li puc dir que sí, perquè el muntatge que es fa a preimpresió per enviar el llibre a màquina és diferent. Per això, un cop la feina és al nostre taller, si es para un llibre és perquè hi ha algun error. Sinó, no es pot parar així com així.

—I en el cas de detectar algun error que és culpa vostra, com ho gestioneu si el detecteu un cop fets tots els llibres?

—Ho tornem a imprimir tot. Si és un error molt greu normalment es repeteix el llibre sencer. Si no, se li comenta al client si pot passar. Per exemple, si ens equivoquem en el tipus de paper, tampoc es nota massa, de forma que potser el client no li dona importància. Tot i així, moltes editorials sí que demanen un paper concret perquè concordi amb la resta de la col·lecció i, en el cas d'un error així, caldria repetir-ho. Si és error nostre, sempre ho repetim.

—I no suposa moltes pèrdues?

—Bé, és la pèrdua de tornar a fer un llibre que no facturaràs. El que sí que suposa més pèrdues és quan hi ha curts de tiratge. Un curt de tiratge és quan per exemple et demanen 1000 exemplars i te n'han sortit 700. Quan passa, sempre hi ha la possibilitat de dir-ho al client i veure si ho accepta. A vegades ho accepten, ja que al final estan fent 700 llibres al preu de 1000, és més barat. Però altres vegades diuen que no, que necessiten els altres 300 llibres. I reimprimir 300 llibres és més car que reimprimir una tanda sencera.

—Amb quin tipus de projectes treballem, a part de llibres?

—El nostre taller només està “preparat” per fer llibres. Sí que fem revistes, calendaris, pòsters, cartes, contes infantils, llibres amb tapa dura... Però tota aquesta feina no la podem fer dins el taller. O la podem fer però no surt a compte, el preu acaba sent més elevat que el de la nostra competència. Aleshores nosaltres treballem amb uns col·laboradors des de fa ja molts anys, que són altres impremtes diferents a la nostra, amb màquines diferents que fan un altre tipus de llibres. No totes les impremtes fan el mateix tipus de llibres i a algunes els passa el mateix que a nosaltres, que si ells fessin llibres com els nostres els sortiria més car que no pas si els fem nosaltres. Per això col·laborem. Quan ells tenen algun llibre així, ens ho demanen i suposo que llavors hi apliquen un percentatge de guanys. Nosaltres fem el mateix, i realment ho fem gairebé cada dia. I, tot i afegir-hi aquest percentatge de guanys, segueix sortint a compte, perquè els nostres costos són molt més elevats que el preus que ens poden oferir. Això passa amb varis col·laboradors, no només en tenim un. Per exemple, per fer enquadernacions en tapa dura en tenim tres o quatre, per imprimir llibres amb color (com que el color a nosaltres ens surt molt car) també en tenim tres o quatre, també demanem ajuda a altres impremtes quan tenim sobrecàrrega... Quan passa això últim, però, no podem afegir cap recàrrec sobre el preu, perquè no podem fer pagar al client si som nosaltres els que no podem assumir la comanda.

—Ja per anar acabant, què és el que més t'agrada de la teva feina?

—Potser el que més m'agrada és veure els llibres acabats, perquè quan jo rebo les comandes no veig una foto del llibre. Veig els documents i la portada, però no el llibre muntat. I quan surt el llibre i el veus fet sorprèn que allò surti del que he vist abans. A vegades si vaig amb la meva mare a alguna llibreria, ella agafa un llibre i es posa a llegir la part de darrere. Jo això no ho faig. Jo agafo el llibre i començo a mirar-ne els detalls. Em fixo en si està ben enquadernat, si té prou cola, el tipus de paper... Clar, un cop treballes aquí el que més t'agrada és veure que el llibre ha sortit bé, perquè al final tens la satisfacció que la teva feina està ben feta.

—I què és el que menys t'agrada?

—El que menys m'agrada és quan he de lidiar amb els clients perquè alguna cosa ha sortit malament. I si a més l'error és meu encara ho passo més malament. Si és error d'una altra persona no em fa tant mal, però si és meu i he de donar explicacions... és el que menys m'agrada. Una altra de les pitjors situacions és quan algun llibre que no compleix amb la qualitat que ha de tenir i arriba el client a demanar explicacions enfadat.

—Finalment, com a part del meu treball, estic escrivint un llibre de relats. Què em podries dir sobre el procés que hauria de seguir per editar-lo i publicar-lo?

—No sé gairebé res sobre el tema, però, per l'experiència que tinc i amb la gent amb qui he tractat, suposo que hi ha dues maneres de publicar un llibre. Una és pel teu compte i l'altra a través d'una editorial. Suposo que a través d'una editorial és més car i complicat. I autopublicar un llibre suposo que requereix fer-se un mateix la maqueta del llibre, sé que per Internet hi ha molta ajuda sobre com utilitzar els programes per editar (per fer el disseny i deixar-lo preparat tal i com ha d'arribar a la impremta). Sí que hi ha impremtes que fan la maquetació del llibre (tot i que suposo que serà més car), també hi ha maquetistes... I per publicar el llibre suposo que el procés és escriure'l, maquetar-lo, demanar el dipòsit legal (això no tinc massa idea de com es fa, però sé que cal demanar-lo si es vol vendre el llibre) i aleshores ja es pot contactar amb la impremta i demanar d'imprimir el llibre. Si no es té massa idea de materials, l'ideal seria demanar a la impremta una mica de guia, perquè hi ha infinitats d'opcions. Per exemple, hi ha infinitats de tipus de paper. Hi ha editorials que li donen més valor que altres, però al final cada editorial té la seva línia i algunes fins i tot utilitzen el seu propi paper. És el cas de Quaderns Crema, Random o Planeta, solen ser les editorials grans les que volen el seu propi paper. Ens el porten al magatzem, nosaltres el custodiem i cada vegada que ens demanen un llibre escullen utilitzar el seu propi paper. De papers de coberta igual, n'hi ha infinitats. N'hi ha de xulíssims, altres més lletjos... I cada editorial marca la seva línia. Algunes cuiden molt els llibres, fan unes portades xulíssimes amb uns papers caríssims (perquè aquests papers poden valdre fins a vuit mil euros la tona). En aquest sentit és un món molt gran i si no es té massa idea pot ser que no se sàpiga cap a on tirar. Per això demanaria a la impremta una mica de consell.

A6. ENTREVISTA IGNASI FARRÉ

01/08/2003

L'Ignasi Farré és propietari de la llibreria Aqualata des que aquesta va obrir les portes el 1989. Des d'aleshores es dedica al projecte de la seva vida, garantint hores i hores de lectura a tot igualadí.

Gran part del procés pel qual un llibre arriba a mans del lector recau en les llibreries. És entre les prestatgeries d'aquestes on sorgeix l'oportunitat de descobrir històries i autors, de passar hores coneixent mons i personatges inversemblants a través de contraportades.

És allà on alguns lectors, embadalits per l'olor de llibre nou, es deixen endur per recomanacions. D'altres creuen la porta amb la idea d'emportar-se a casa el llibre la publicació del qual porten mesos esperant, o arriben perduts buscant la història perfecta per a un amic o familiar.

Il·lusió, entusiasme, calma, gaudi, aprenentatge, pau. Tot rere les portes d'una llibreria.



Interior de la llibreria Aqualata.

—Quan va començar a funcionar la llibreria Aqualata?

—La llibreria Aqualata es va inaugurar el 18 d'agost de 1989, aquest any farà 31 anys.

—I com va sorgir la idea d'engegar un projecte empresarial com aquest?

—Bé, jo era funcionari, estava treballant a Barcelona i no m'agradava la feina que feia i, amb l'ajuda del meu pare (que em va finançar) la meua idea era muntar una llibreria. Vaig estar voltant per varis llocs de Catalunya, però a mi Igualada no se m'havia acudit mai, perquè no sóc d'aquí sinó d'Esterri, al Pallars Sobirà. Vaig estar voltant per la Garrotxa,

Baix Empordà, Girona capital, Alt Empordà... Però bàsicament per Barcelona i Girona. Un lloc on possiblement hagués funcionat la llibreria hagués estat Figueres, però sortia molt més car. Així que vaig acabar escollint Igualada, ja que una amiga amb qui havíem treballat junts, em va dir: "Tinc una amiga a Igualada que diu que allà les llibreries són molt petites". Però jo no coneixia Igualada, només havia vingut alguna vegada amb autobús, fet un entrepà a l'Hotel Amèrica i tornat a marxar. Aleshores vaig venir algunes vegades més i realment les llibreries que hi havia eren molt petites. Hi havia per exemple Cal Jordana, que estava al carrer Òdena, una altra al carrer Sant Magí, una a la plaça Pius XII, però totes eren molt petites.

En un principi la llibreria no era tan gran com actualment, però realment vam tenir sort que la gent ens acollís bé.

—Per tant és un projecte que vas posar en marxa sol.

—Sí. També li deia al meu pare que, si no anava bé, com que com a funcionari tenia l'avantatge que podia demanar excedència, podia seguir tenint la plaça. Així, si el projecte de la llibreria anava malament, podia tornar a recuperar la feina. Representa que podia tornar entre 2 i 10 anys, però com que passats 10 anys la llibreria ja estava consolidada ja no hi vaig tornar.

—Creus que la manera de funcionar de la llibreria (o de les llibreries en general) ha canviat molt des que formes part del sector?

—Bé, el que ho ha fet canviar més ha estat el tema informàtic, però això és aplicable a qualsevol comerç o indústria. Nosaltres quan vam obrir teníem un mòdem, que servia per transmetre informació, ja que llavors encara no hi havia Internet. Aleshores passàvem les comandes via mòdem, que no era parlat sinó com una mena d'ordinador. I via telefònica anàvem fent les comandes a una central de compres. Quan vam obrir ens vam posar a una cooperativa que es deia Bestiari, que es va fundar pel voltant del 1970 i van tancar al 2018, que agrupava diverses llibreries fora de Catalunya. Nosaltres demanàvem els llibres allà i ells ho passaven als nostres proveïdors, que ho distribuïen. Però bé, tot ha anat canviant molt sobretot a nivell logístic.

—Quins són els diferents càrrecs necessaris per fer-la funcionar?

—Bé, quan vaig començar vaig agafar una persona i fèiem de tot, des de neteja fins a compres i vendes. A diferència de la majoria de comerços, que es queden amb totes les mercaderies que compren, el llibre té un tractament diferenciat. Nosaltres, en el cas de no vendre un llibre, el podem tornar. Així tenim molt estoc però podem anar renovant.

A més, nosaltres no fem ofertes, està prohibit per llei. El preu del llibre el posa l'editorial i el màxim que es pot fer de descompte és un 5%, a part de per Sant Jordi que es pot fer un 10%. Però el llibre té un preu fix. L'any 2001 aproximadament, el govern d'Aznar va decidir que, per tal d'abaratir els llibres de text, els llibres de l'educació obligatòria

(Primària i ESO) tindrien preu lliure, que significa que es podien vendre al preu que es volgués. Per exemple, hi ha empreses que per guanyar clientela van a vendre a pèrdues amb algun article, venent-lo a un preu menor que el seu cost. D'aquesta manera, aconseguixen atraure clients a través d'aquell article abaratit i surten guanyant en el cas que comprin alguna cosa més. Però això està prohibit.

I el que ha canviat més el tema llibres, tot i que ho tenim bastant bé, és Amazon. Amazon va començar com a llibreria virtual, però ara venen moltes altres coses.

Tornant al tema del preu lliure, com deia, només afecta els llibres de text d'educació obligatòria. A Batxillerat, Universitats, FP, mòduls o preescolar, el preu és fix, igual que en novel·les o llibres infantils. Sí que es pot fer un 5% de descompte, però és tan poc que la gent tampoc no va a buscar ofertes. Nosaltres tenim un carnet de client que ofereix el 5% a la gent que se'l fa. No fem el descompte al moment, però es va acumulant el 5%. En canvi, Abacus fa el 5% directe als socis.

—Canviant de tema, com escolliu quins llibres adquirir per posar a vendre?

—La nostra vocació és ser una llibreria generalista, que vol dir que en teoria toquem de tot. Realment no és veritat, perquè per exemple llibre universitari no el volem tocar. Són llibres molt cars i dels quals hi ha moltes actualitzacions i edicions diferents, de forma que cal anar una mica en compte. El que sí que fem és, si no tenim un llibre, el podem demanar.

També, amb els anys, el tipus de llibre més demanat ha anat variant molt. Per exemple, de trenta anys cap aquí, abans es venien molts diccionaris i ara gairebé no en venem. Va a temporades. Durant un temps vam vendre molt novel·la eròtica i ara no tant. Hi ha temporades que tira més la narrativa fantàstica, la ciència ficció...

I quant als llibres que escollim, doncs va una mica en funció de l'editorial. Hi ha editorials que ja fan tirades més llargues. El món editorial és molt ampli: hi ha grans grups editorials que fan tirades molt llargues i, per tant, moltes llibreries tenim els seus llibres, i altres editorials petites a les quals els costa més. Ara des de fa uns anys cap aquí, hi ha un fenomen que és l'autoedició, que són gent que volen fer un llibre, van a la impremta, demanen el nombre d'exemplars que volen i l'autor mateix es dedica a distribuir-los i vendre'ls.

—Per tant, en el cas d'autors autopublicats, és l'autor mateix qui ve aquí a la llibreria a intentar vendre el seu producte?

—El que passa és que són gent que s'autopublica perquè, en no ser autors reconeguts, les editorials no volen arriscar-se, ja que podria ser que el llibre no es vengués. A més, hi ha editorials que per menys de 1000 exemplars ja no s'hi posen. En canvi, quan s'és un autor consolidat, ja es tenen uns drets d'autor i es cobra d'aquells diners. Els drets d'autor acostumen a estar entre el 10 i el 15% del preu de tapa, que és el preu

del llibre. És a dir, si val 20 euros, en el cas de ser una persona amb un bon contracte, pot guanyar 3 euros per llibre. Però la llibreria guanya només per llibre venut, tot i que potser només en vendrà un. L'autor en pot arribar a vendre 20.000 i si guanya 3 euros per cada llibre, ja són 60.000. El que passa és que la majoria es venen pel 10%.

En canvi, una persona que escriu (i hi ha molta gent que escriu) i que vol publicar-se, com que les editorials el rebran amb les portes tancades, decideixen autopublicar-se. Que és el que es diu autoedició, on l'autor és la seva pròpia editorial. Aleshores va a una impremta i demana que n'hi imprimeixin per exemple 300. Clar, quan més llarga és la tirada que es fa, el preu unitari baixa, no és el mateix fer-ne 200 que 500. Però clar, 500 sempre costaran més que 200. I a la vegada, vendre'n 500 és molt més difícil que vendre'n 200. I és una trampa.

A vegades ens venen gent a vendre el seu llibre. El que solen fer és deixar-ne uns 10 i al cap d'uns mesos passem comptes. Per nosaltres no suposa cap problema, perquè a més jo no arrisco, no hi inverteixo res. L'únic que hi inverteixo és un espai pels seus llibres, de forma que si es venen li paguem i ja està. El problema és que a vegades la persona no pot fer factura (perquè no s'ha donat d'alta a hisenda o no fa factures amb IVA), de forma que quan li he de pagar el corresponent dels llibres que s'han venut (si per exemple el llibre val 10, doncs 7 euros) no sé d'on treure-ho. Si ho traiem dels diners oficials ha d'anar contra una factura, però si no en fa tenim un problema. Per tant, no volem aquest tipus de llibres, a no ser que ens facin factura.

A vegades, els qui s'autoediten ja tenen una altra feina, el llibre el fan perquè és la seva afició i no per guanyar-hi diners, de manera que només els cal recuperar el que hi han invertit. Perquè clar, la impremta només cobra per imprimir, no s'encarrega de distribuir ni vendre. Ells cobren pels exemplars que cal imprimir i és l'autor qui s'encarrega de la resta, de vendre'ls com vulgui. Hi ha gent que els venen per Internet, per exemple, però és complicat.

—Sou vosaltres, com a llibreria, els qui us heu de posar en contacte amb els distribuïdors per reservar novetats?

—La majoria de vegades, la majoria de grans distribuïdors ens envien un pdf i un excel amb la programació. Per exemple, hi ha algun grup gran que a dia d'avui (juliol) ja han fet la programació de novetats de l'octubre. Van amb molta previsió, però sempre hi ha alguna cosa que més tard canvia. Aquests grups grans bàsicament són dos: grup Planeta, que engloba moltes editorials, i grup Penguin Random House, que forma part d'un grup alemany que es diu Bertelsmann. Aquests grups poden treure de novetat al mes fins a 400 llibres, dels quals només en triem alguns, no podem escollir-los tots. Normalment n'escollim uns 200 de diferents. D'alguns en demanem 1, d'altres 5, d'altres 2... Arrisquem (en certa mesura) però si no es venen, al cap de tres mesos, els podem tornar. És a dir, hi ha molta feina de manipulació. L'important és fer el mínim de

devolucions possibles. El que passa és que a tres mesos vista no podem saber el que es vendrà. Només cal que surti un llibre d'un youtuber, que això ara és tot un fenomen, i ja canvien les previsions. A més, clar, hi ha youtubers que venen molt i altres que venen molt poc. I jo moltes vegades no els conec, només perquè, quan em presenten el llibre em diuen: "Aquest té 30 mil seguidors" (que pot o no ser veritat), de manera que no puc saber si es vendran o no. Però bé, alguns funcionen molt bé, i en podem arribar a vendre 30 o 40 exemplars, i d'altres no en venem cap. Però clar, tres mesos vista és impossible saber quants demanar-ne. I, si un acaba funcionant i vols demanar-ne més, resulta que està l'edició repartida i no n'hi ha més fins que no reediten. I a vegades potser l'editor en fa uns 15.000 per a tot Espanya i, si acaba funcionant, són massa pocs. Però, com no funcioni, igual en ven només 1.000. És a dir, qui perd i guanya més són els editors. Són els que més arrisquen. Perquè nosaltres, si el llibre no es ven, el podem tornar, ens ho compensen.

Pel que fa a editar, en principi és molt barat. Vull dir, a l'hora de fer un llibre, el cost de producció acostuma a ser sis vegades menys que el preu final (que normalment és uns 20 o 15 euros). Després clar, hi ha el marge del distribuïdor i el del llibreter, a part dels drets d'autor i tal. Però vull dir, moltes editorials grans no tenen una distribuïdora pròpia. Ells editen llibres però els donen a un distribuïdor, que també cobra un percentatge del preu de venda. Si el llibre val, per exemple, 10 euros, l'editor es queda per exemple 5'5 euros i en dona una part a la llibreria (que sol ser un 30%). Aleshores l'editorial es queda amb bastant poc però realment és qui ha ficat els diners de tot. El que sí que fan a vegades és, si algun llibre no es ven, el descataloguen i el venen més barat per exemple a parades de llibres.

Però el món del llibre és això, és molt divers i cada vegada hi ha més autors. També ha entrat Amazon que ajuda a gent a autopublicar-se. Però aquests llibres només es troben a Amazon. A vegades ve gent demanant-me algun llibre d'aquests i els he de dir que només el trobaran a Amazon. Amazon és un monstre que cada vegada ven més coses. També diu que es posarà en assegurances, en tema de banca, té un canal de televisió... Com a model de negoci és un model d'èxit, perquè està a molts països del món i, per exemple ara amb el confinament, han crescut un 40% les vendes, que és molt difícil. Nosaltres per exemple el dia de Sant Jordi estàvem tancats i ells estaven venent llibres. Amazon és avui en dia la llibreria que ven més llibres d'Espanya, perquè està a tot arreu. Nosaltres també tenim pàgina web però les nostres vendes són mínimes. La nostra logística no és la mateixa, per exemple cobrem ports al client (que Amazon amb depèn de què també, però si tens el Prime l'enviament és gratuït). És un model diferent contra el qual nosaltres no podem competir. Clar, si jo tinc un llibre de 20 euros i l'he d'enviar a Madrid, si el port em costa 5 euros ja no surt a compte.

—Econòmicament parlant, quin benefici s'endú la llibreria per cada llibre venut? És un tant per cent invariable o depèn de cada editorial?

—Normalment acostuma a ser el 30% del preu de venda al públic. El que passa que amb el llibre d'escola és menys, ja que hi ha el preu lliure que ens permet vendre el llibre al preu que vulguem. El problema és que, al contrari que amb les novel·les, no podem tornar tots els llibres que no es venen, sinó només uns 12 de cada 100. Per això anem molt sobre encàrrec. Un altre problema que ens trobem ara és que han sortit empreses com Iddink, que tampoc podem igualar. Sí que és més ecològic i sostenible, però a nosaltres ens fan la guitza perquè venem molt menys. I qui encara surt més perjudicada és l'editorial. Perquè d'un llibre que en vendria cada any 4 o 5 mil, com que Iddink els aprofita durant uns 4 anys, l'editorial en deixa de vendre molts. Però bé, té els seus pros i els seus contres.

—I què és el que trobes més gratificant del que fas?

—A mi m'agrada llegir. El que passa és que, clar, una cosa és que t'agradi llegir i l'altra muntar una llibreria. Per una banda hi ha la part d'afició, perquè jo penso que és millor vendre llibres que depèn quin producte. Tot i així, et pots identificar més o menys. Clar, hi ha llibres que jo no llegiré mai, però cadascú té gustos diferents. Si hi ha clients que volen alguna cosa, jo no qüestiono si allò és millor o pitjor, és el que vol el client.

I després la relació amb el client és molt maca. Començar a parlar de llibres, a vegades hi ha clients que em recomanen a mi coses, en recomano jo... El que passa que clar, davant de l'allau que surten de llibres, si a vegades em pregunten si els he llegit tots els he de dir que no, que és impossible. A vegades sí que, si veig un llibre d'un autor que ven molt, em miro una mica l'argument. Però d'entrada tots són atractius. Potser que la portada destaquí coses que, a vegades, fins i tot no són veritat (una prosa magnífica, un estil, un ritme...), perquè depèn de cadascú. I un llibre que em pot agradar molt a mi, a tu no et pot agradar, i al revés. És a dir, tothom té el seu llibre.

—I què és el que menys t'agrada?

Per exemple fer devolucions, perquè és molt pesat, és decidir quins llibres se'n van. Però s'ha de fer. Perquè si compréssim infinitament llibres cada mes acabaríem sense espai per a novetats. Aleshores el que fem és anar demanant llibres segons demanda.

I ara hi ha fenòmens. Per exemple, va sortir el llibre del Puigdemont just el dia abans de Sant Jordi i es va acabar. Realment va representar una gran part de les vendes d'aquest Sant Jordi atípic del 23 de juliol a tot Catalunya. L'editorial en va fer 30.000 i els va distribuir tots. Que no vol dir vendre'ls, però repartir-ne 30.000 ja és un èxit. I ara han fet una segona edició.

—I ara, parlant més sobre el tema edició, què en saps del procés d'edició d'un llibre?

—No en sé massa, però bé, l'editor és qui hi posa més diners. El que passa que el llibre és dels pocs articles que se sap que no tot anirà bé. És a dir, no hi ha cap editor que pensi que guanyarà diners amb tots els llibres, saben que amb alguns en perdran. Perdran en el sentit de dir “n’he fet 1.000 i resulta que n’he venut 200”, perquè amb això no cobreixen. A vegades només venent-ne 500 o 600 ja cobreixen, tot i haver-ne fet 1000. I si a més reediten, encara guanyen més. Hi ha algunes editorials que ja d’entrada en fan 30.000, però depèn de qui sigui l'autor, de l'expectativa. Per exemple si és un Pérez-Reverte, si és una traducció d'un Bhisham o de traductors coneguts...

Aquí es publica molt de fora, es tradueix molt tant de l'anglès com del francès o de l'alemany. L'editor d'entrada el que ha de fer és comprar els drets, perquè qui ha escrit allò té uns drets. Això normalment va sempre sobre una quantitat fixa. Quan és una traducció, posem pel cas de la Mary Higgins Clark, la Danielle Steel o gent que fa anys que publiquen, tenen un representant que és qui negocia els drets per totes les llengües. Per exemple, en el cas del català, els drets valen molt menys que en castellà, el mercat és molt més petit. Però ells no poden controlar si n'han fet una edició o més o els exemplars que se n'han venut. Ells paguen un preu d'entrada, que és el mateix independentment dels exemplars que es venguin. A vegades es paguen drets per edicions o d'altres estableixen un preu fix i en poden fer les edicions que vulguin, guanyant-hi o perdent-hi. Perquè clar, l'autor el que ha de fer és pagar els drets i, a més a més, un traductor, a banda de la gent que hi pugui haver de disseny i tal.

D'entrada, aquestes despeses són bastant importants. Perquè, si per exemple compres els drets d'un autor que ven i resulta que treu un nou llibre i aquell no ven, als representants i a l'autor no els expliques que no ven, ell ja ha cobrat. La feina del traductor és normalment a preu tancat, cada traducció té un preu segons les hores que hi hagi de posar.

—Saps d'experiències de gent que hagi publicat dins de la nostra zona?

—Sí, hi ha un noi que va escriure sota pseudònim i ha publicat varies novel·les que han funcionat bastant bé, però ara no recordo el nom. Després també hi ha una noia, una professora que havia estat al Pere Vives que es diu Maria Enrich, que havia publicat llibres infantils i juvenils amb diverses editorials. Després hi ha el Toni Dalmau, que s'havia dedicat a la política fa anys, que també havia publicat amb l'editorial Columna. També hi ha algun catedràtic d'universitat d'història que també publica, el que passa que llavors són vendes més reduïdes, són coses més específiques. Però bé, l'autor moltes vegades no vol vendre la seva feina, i pocs escriptors (i menys en català) viuen de l'escriptura. Molts són professors o periodistes. Per exemple, la Pilar Rahola és tertuliana i de tant en tant treu un llibre, del qual potser ven 15 o 20 mil exemplars, que són uns diners. A vegades també la fan anar a presentacions i coses així.

El tema presentacions depèn molt de cada autor. Per exemple, el Rafa Nadal, quan estàvem pràcticament confinats, va anar a signar llibres. No es podien fer presentacions però ell potser va anar a 50 llibreries a signar. És un autor que ven, així que anant a signar ell estava content i a la vegada ajudava les llibreries, sortint tots beneficiats. Va venir aquí un dia entre setmana a les 12 i va signar 20 o 25 llibres, i sense presentació. Hi ha altres presentacions on ve molt poca gent, però clar, normalment venen més persones a veure els més mediàtics. I a vegades el fet d'assistir no vol dir venda. Hi ha gent que ve a la presentació i encara que els agradi, no el compren o venen a comprar-lo al cap d'un temps. Però bé, és una cosa que tenim clar que hem d'anar fent com a llibreria, anar fent presentacions.

—Coneixes professionals d'aspectes relacionats amb el llibre?

—Bé, conec alguna il·lustradora i aquí a Igualada també hi ha dos o tres traductors de bastant nivell.

—Ja per acabar, part del meu treball consisteix a escriure un llibre de relats. Coneixes algun editor o editora amb qui em pogués posar en contacte?

—Doncs ara tenim aquí un client que és d'una editorial petita que es diu Editorial Comba. Ell viu a Barcelona però deu tenir una casa per aquí la vora i de tant en tant passa. Però d'editors editors no en conec cap.

A vegades, a nivell d'editorial i distribuïdors, ens conviden a fires per exemple de Sant Jordi i allà sí que coneixem autors i editors. Allà cadascun fa promoció dels seus llibres i nosaltres n'anem demanant uns quants de cadascun. Després passa Sant Jordi (el normal, no com el d'aquest juliol) i potser d'algun n'hem venut molt pocs. Aleshores els tornem, que dona feina però almenys recuperes aquells diners. Totes les llibreries fem devolucions. Hi havia una frase d'un llibreter que deia: "El més important en una llibreria és saber fer devolucions". I això va lligat a saber comprar. A vegades hi ha llibres que no sabem ni per què s'han publicat, perquè molts dels autors que arriben a publicar és perquè tenen contactes. Si tens padrins és més fàcil, difícilment una editorial aposti per algú desconegut. Per exemple, el Premi Planeta sempre el donen a algú consolidat, perquè és una operació de màrqueting. Normalment també va lligat al fet que l'autor que el guanya haurà de fer aquell llibre i dos més amb ell, és un tema de contracte. A més, moltes vegades, abans que donin el premi ja se sap a qui el donaran. Per això no és un premi massa fiable. Els que sí que són més creïbles serien els premis a obra publicada: el Premi Llibreter (on hi ha un jurat que fa el procés de selecció després de llegir els llibres), el Premi d'Òmnium (que escullen els lectors). Per això tenen més prestigi, tot i que no vol dir que siguin més literaris, perquè és molt difícil posar el cànon de què és bo i què no, cadascú en té una opinió diferent. L'important és passar-s'ho bé llegint, gaudir-ho i posar-se al món de la lectura, que és viatjar i passar-s'ho bé.

