

La gran tasca de les petites editorials

CULTURA-REPORTATGE. Al territori català hi ha aproximadament un centenar de petites editorials. Es caracteritzen per defugir la fórmula comercial i els autors mediàtics. Aporten diversitat i pluralitat a l'oferta editorial i sovint fan propostes que les grans editorials no gosarien ni plantejar-se. A Manresa, en tenim dues: Zenobita i Tigre de Paper.

En el passat Sant Jordi, la novel·la *Victus*, d'Albert Sánchez Piñol fou una de les més venudes. S'escau, que és una editorial petita, La Campana, la que l'edita. Sempre hi ha hagut varietat d'editorials: grans, mitjanes i petites, però en els darrers anys s'ha produït a Catalunya una sorprenent proliferació de petites editorials. Si algú tenia la idea que les petites editorials eren efímeres, insegures i marginals, podem dir que les coses han canviat. S'han posat les piles i algunes d'elles s'han tornat molt més competitives que les grans editorials. Estan més a prop dels lectors, i el més important, estan disposades a escoltar-los. Aposten a favor de la qualitat. Presenten llibres acurats, creatius i atents al disseny. Tenen una idea molt precisa de la responsabilitat cultural i no els fa por la dedicació o les hores de feina que hi hagin d'invertir.

¿Les editorials petites són un sector molt dinàmic?, apunta Antoni Daura, propietari de la llibreria Parcir i president del Gremi de Llibreters de Catalunya. Editar pot esdevenir fàcilment una activitat reconfortant, ja que a part d'un rendiment econòmic en pots extreure un aprenentatge intel·lectual.

¿Més que per un fenomen empresarial, les editorials sorgeixen més per l'amor a l'art i per aquest motiu moltes no acaben tenint continuïtat? La majoria d'editorials petites es caracteritzen per tenir un criteri selectiu basat en la qualitat i no en termes econòmics, l'especialització en una temàtica, un equip de treball reduït i la flexibilitat de les tasques que aquests porten a terme. L'opinió que Daura presenta sobre les petites editorials és una barreja entre *¿interès, admiració, respecte i expectativa?*, pel fet que algunes quan comencen a créixer els costa confiar en una distribuïdora i no acaben d'adaptar una estructura logística òptima. *¿Des del punt de vista cultural és positiu comptar amb l'existència de les editorials modestes, però si passades unes setmanes no hi ha rotació de llibres, els haurem de retornar.* Sap greu, però disposem d'un espai limitat. *Ara bé, si l'editor petit ens lliura amb rapidesa la nostra comanda, que no sempre passa per manca d'estructura, el podem servir igualment al nostre client?* El que és curiós, i potser indica el tarannà del país, és que en els darrers anys ha disminuït el nombre de tiratges de cada llibre, però s'han incrementat els títols. Segurament, aquest fet es veu afavorit per l'hàbit més extens de les petites i mitjanes editorials d'optar per la impressió digital i no tant per la convencional. La impressió digital permet encarregar tiratges de mica en mica i no fer encàrrecs molt massius. És a dir, oferir més varietat en menys quantitat. Una editorial es considera petita quan publica menys de vint títols l'any. I els dos exemples manresans entren en aquesta descripció.

Zenobita

L'any 2002 naixia l'editorial Zenobita amb un estímul inicial: crear un material didàctic atractiu centrat en les Ciències Socials i la Història, i dirigit als nens i nenes de Primària. Els dos fundadors de l'editorial, amb llarga experiència en el món de l'ensenyament, van arribar a editar fins a vuit quaderns que seguien aquesta temàtica. Entremig, però, es va anar definint una altra línia de publicació: els llibres sobre patrimoni, que també van donar la possibilitat d'editar material didàctic per treballar el patrimoni. *¿Si una entitat o institució vol fer un llibre, ens pot encarregar des del contingut a la maquetació o la impressió?*, explica Josep Anton Serra, responsable de Zenobita.

Abanderats per l'èxit de la historia de Manresa i la d'alguns dels seus barris, han anat deixant de banda paulatinament les iniciatives pedagògiques pròpies per abraçar més decididament els projectes sobre patrimoni, encarregats per entitats i institucions públiques, i el servei editorial. *¿Érem deu anys més joves, amb més energia i hi havia un ambient econòmic molt diferent?* .Tot i

això, Zenobita ha publicat una quinzena de llibres en l'últim any. Entre les últimes novetats s'hi troben *Bàsquet Manresa, 40 anys a l'elit* i *Història del CF Navarxles*.

Arnau Carné de l'editorial Tigre de Paper Foto: Anna Mavarro

Tigre de Paper

L'experiència i la inquietud de dos joves amb bagatge en l'esquerra independentista, van fer que el setembre de 2011 s'engresquessin a engegar una editorial. Atrets per la idea que així donaven una eina editorial a l'activisme social, Arnau Carné i Simon Vázquez van decidir que la millor manera de donar forma a aquest projecte era emparar-se en el marc d'una cooperativa, ja que s'oposaven al concepte actual d' *emprenedoria* . Aquest model, consideren, aboca molts joves a engegar un negoci propi, omplir-se de deutes i, sovint, caure tard o d'hora en el fracàs. *¿Preferim la gestió col·lectiva, ja que és el model que més s'ajusta a la nostra mentalitat?*, diu l'Arnau. La cooperativa, anomenada Cultura 21, aglutina a banda de l'editorial, un altre projecte cultural: Llibres Artesans, amb Ferran Cerdans com a impulsor del projecte.

Tigre de Paper és una petita editorial especialitzada. En el seu cas, el segell és la narrativa i la novel·la de temàtica social en llengua catalana. *¿L'editorial es coneix per l'obra que publica, i en el nostre cas el fil conductor és la crítica social i la lluita col·lectiva?* . En els gairebé dos anys de vida d'aquesta editorial, han publicat vuit títols i aquest mes de juny presentaran *La violència il·lustrada*, de l'italià Nanni Balestrini.

En termes de promoció i difusió, és on la distància entre petites i grans editorials es fa més evident. Es juguen la visibilitat de les seves obres, i en conseqüència el seu efecte en les vendes en un combat ben desigual. Mentre les grans editorials poden utilitzar els mitjans de comunicació de més ressò per publicitar les novetats, les petites editorials s'han de conformar amb els mitjans més locals, i sovint, aquests els giren l'esquena. És el cas de Zenobita. Josep Anton Serra explica que no entén com el diari *Regió7* ha donat tan poca cobertura a la difusió de les seves publicacions. No només se sent decebut per aquesta manca de suport sinó que lamenta que a les llibreries manresanes no hi hagi més visibilitat de les col·leccions locals. *¿Muntar una editorial no requereix d'una inversió inicial molt elevada, però al capdavant els números han de sortir i per tant s'han de vendre els llibres, i per vendre'ls primer cal anunciar-los, i en aquest sentit tenim molt poc suport?*, indica Serra.

Alguns dels títols editats per Tigre de paper. Foto: Anna Mavarro

A les editorials modestes els queda, doncs, potenciar els actes de més proximitat com les presentacions dels llibres, les xerrades, les ressenyes en mitjans alternatius?en aquest sentit, Tigre de Paper proposa les presentacions dels llibres vinculades amb una xerrada sobre la temàtica del llibre en qüestió; i cerquen la complicitat en altres mitjans de comunicació de caire més alternatiu.

No disposar d'uns grans canals de distribució vol dir estar situat a tota hora al peu del canó. Moure's per evitar desaparèixer i esdevenir un editor amb habilitats de comerciant i administratiu. Aquesta empremta les editorials petites la tenen ben present. A diferència de Tigre de Paper, que compta amb tres distribuïdores per fer arribar els seus llibres al Principat, les illes Balears i el País Valencià, Zenobita és el viu exemple d'editorial que, amb els llibres sota el braç, proveeix les llibreries i punts d'interès on hi ha els seus títols.

Dificultats

És evident que les il·lusions, l'empenta i la bona voluntat no són suficients per a la solvència econòmica, i per tant, cal tenir present que costa tirar endavant un projecte així. El sistema dels subscriptors facilita a l'editorial Tigre de Paper assegurar més vendes. A partir de la pàgina web i les xarxes socials han pogut difondre la possibilitat de convertir alguns dels seus lectors en subscriptors i de moment ja en comptabilitzen un centenar. Amb aquest sistema les persones subscriptores es comprometen a anar adquirint les diferents obres que l'editorial publiqui amb una bonificació del 15% en cada compra i rebent els exemplars a casa de manera gratuïta. *?Cada compra d'un subscriptor és molt més que una simple compra, representa una adhesió a tot el projecte en sí?* Tots aquells que vulguin fer-se subscriptors poden consultar el web de l'editorial: www.tigredepaper.com.

Per a Tigre de Paper les traves més significatives són les mesures fiscals, que no afavoreixen a les petites empreses amb poc volum de feina, i la incoherència de l'adjudicació de subvencions de la Generalitat en el sector del llibre. Aquestes s'entreguen a editorials que presentin un mínim de deu obres l'any amb un tiratge de mil exemplars. Amb aquestes condicions, moltes editorials petites queden fora d'aquesta possibilitat. Per a Zenobita, la gran clatellada fou quan fa un any van tancar les llibreries de la Generalitat, on els seus llibres de patrimoni tenien un punt de visibilitat i de venda.

Ara que estem en un moment de canvis. Ara que tornem a recuperar tot allò que tenim més a la vora, prioritzem allò fet a casa, de proximitat, tornem a valorar allò fet a foc lent, amb cura. Confiem en el tracte personal i ens comencem allunyar de les masses, d'allò pensat per a la majoria. Si estem encetant aquest camí, i el volem fer a consciència, potser també és hora de donar un vot de confiança a les petites i mitjanes editorials, que aspiren a explicar històries properes, humanes. Sense pretensions de voler arribar a tothom, amb un simple gest: dirigir-se a tots aquells que els vulguin llegir.