

# “Ens en sortirem”

Vuit editors de segells catalans grans i petits debaten l'actualitat del món de llibre. La crisi, la comercialitat, la incursió en l'entorn digital. Tot i els temps que corren, per què no ser moderadament optimista? Un món sense llibres no seria habitable



**Ester Pujol**

Grup 62

**FUTUR:**

“Necessitem més protecció, un prestigi social més gran, que ve de l'excel·lència dels llibres... Però sóc moderadament optimista: ens en sortirem.”

**Reportatge**

**E**ls editors frisen: Sant Jordi està a sobre. Presentacions, signatures de llibres, números, previsions... Plourà per Sant Jordi? Creuem els dits i enviem un parell d'oracions al cel. Vuit editors, d'empreses catalanes o grups grans amb segells catalans, es troben. Hi entren, en aquesta trobada, tant els que tenen un nom prou conegut, com és el cas d'Ester Pujol (Grup 62), com els que fa poc que han aparegut a l'escena editorial, per exemple el segell Males Herbes i el seu editor Ramon Mas. La convocatòria la fa El Punt Avui. Es tracta de parlar, debatre, sobre qüestions concretes, com la crisi actual, tant econòmica com de lectors i sector. I també es tracta d'abordar temàtiques més generals, com ara la incursió en els suports digitals, la situació per què passen els llibreters, o les diferències que hi ha entre el treball que fa una editorial petita i el que desenvolupa una de gran. Tots hi estan d'acord, que l'època és dura, per al llibre i qui s'hi dedica. Coincideixen també, però, que la feina ben feta, no estirar més el braç que la màniga i perseverar han de donar, tant sí com no, resultats. Si no és moment de créixer, serà moment de guardar els mobles. Aguantar, que vindran temps millors. I si no són millors seran, si més no, diferents.

## Grans 'versus' petits

Vuit editors cara a cara. Un tema que no es pot defugir —és evident des de l'inici del debat— és la diferència entre editorials petites-mitjanes i grans. Sovint es planteja la dicotomia: els grans treballen abocats a la comercialitat i els grans noms, mentre que els petits aposten per la qualitat i són la porta d'entrada “natural” per als autors novells. La diversitat d'opinions està servida. Els petits defensen el seu treball acurat, i els grans també, tot i que, reconeguem-ho, en el seu cas —el de les grans empreses— que els números quadrin és especialment important. Jordi Fernando (Meteora) fa aquesta anàlisi: “Les editorials petites juguem en una divisió i les grans en una altra. Estem en el mateix ram però en situacions molt diferents. Problemàtiques comunes? Segur. Però segur també que els problemes del dia a dia són diferents. Com a petits editors, intentem descobrir escriptors. En primer lloc, perquè no ens podem permetre pagar un autor reconegut. I després, perquè està implícit en la nostra vocació: hem de ser creadors de planter. La màxima satisfacció es produeix quan, de

tant en tant, a vegades molt de tant en tant, l'encertem. I el segon llibre ja el fan amb un altre editor...” Josep Cots (Edicions de 1984) rebla: “Sí que hi ha una certa diferència. Hi ha un decalatge entre la visió comercial i el que està més centrat en el fet literari. Es nota quan és el moment de parlar de números, de vendes... Pel que fa als autors novells, van allí on els publiquen. Allà on poden.” Jordi Raventós (Adesiara) insisteix en la gran diferència: els números. “Editorials més grans que la nostra, Adesiara, apunten a uns criteris comercials. Per a nosaltres, és clar, si el llibre es ven, molt millor... Però sempre tendim a prioritzar la qualitat literària. Si en venem 500 no passa res... Ja m'enteneu. Una editorial més gran, si en ven 500 potser té un problema. La nostra estructura, també és cert, és molt més petita, més artesanal.” Per a Roger Costa-Pau (Llibres del Segle) el quid és saber, cadascú, quin lloc té en el mapa editorial: “Cadascú ha de saber què té entre mans. I ser conscient, a partir d'aquí, del que es planteja. Una editorial petita ha de saber si vol créixer. Potser hi ha a qui no li ha anat bé precisament per això, perquè ha volgut ser més pretensions del compte o no ho ha

**“Els petits juguem en una divisió i els grans en una altra”**

**“Cal buscar ‘el’ llibre. S’ha d’encertar i també jugar fort”**

**“No ens passa pel cap publicar res que no ens entusiasmi”**

controlat bé. Es pot tenir una gran qualitat sent petit d'estructura o econòmicament, perquè el que importa és la mentalitat. Una mentalitat àmplia. En el nostre cas, ho tinc molt clar: faig segons l'estructura que tinc. D'altra banda, no es tracta de si publiquem autors novells o no. També hem de plantejar-nos: ‘Què no s’ha fet?’ En el nostre cas, és la publicació de l'*Antologia de Spoon River*, traduïda al català, que no existia. Es tracta de trobar això. Cal buscar ‘el’ llibre. S’ha d’encertar i també jugar una mica fort.”

Laura Álvarez (Rosa dels Vents) introdueix, en el debat sobre les qualitats, una nova dada. “A les editorials grans cal distingir entre l'editorial i els editors. L'editorial gran porta a treballar d'una determinada manera, però tu, com a editor, voldries estar fent la tasca dels editors petits. La nostra feina té molt a veure amb assolir uns pressupostos... Però s'intenta fer sempre amb mentalitat d'editor: qualitat literària, recerca intel·lectual, trobar nous autors... Tens l'ànima de l'editor.” Després, segons les possibilitats, s'anirà fent. “Els petits potser tenen més possibilitats de publicar autors novells, però els grans també ho fem: busquem autors nous que poden ser comercials... Perquè aquesta és la nostra visió: comercialitat i cultura. Els números han de sortir, com a tot arreu!”

Ramon Mas (Males Herbes) és el més nou de tots ells en el sector editorial. Parla en termes d’“enamorament”: “No ens passaria pel cap publicar res que no ens entusiasmi. En una editorial gran potser hi ha llibres que t'agraden menys i els has de treure per qüestions comercials. Nosaltres hi ha llibres que sabem que no es vendran però els traïem igualment, perquè n'estem enamorats. Si a més a més podem vendre, també ho busquem.”

Tanquen aquesta part del debat Ester Pujol (Grup 62) i Jordi Rourera (La Magrana). Pujol va al gra: “La dicotomia entre grans i petits i comercialitat i qualitat no existeix. Els números han de sortir i la voluntat de trobar autors bons i nous és a tot arreu, en tots nosaltres. Personalment, estic molt contenta d'haver trobat autors rellevants que no havien publicat abans, ni en editorial petita, ni gran, ni mitjana. No hi ha dicotomies: hi ha llibres bons que sempre trobaran un editor. Sempre!” I Rourera exemplifica el que és un segell català dins d'una gran organització que treballa en castellà: “La Magra-



**Laura Álvarez**

Rosa dels Vents  
(Random House Mondadori)

**EDITORIALS:**

“Els petits potser tenen més possibilitats de publicar autors novells, però els grans també busquem autors nous que poden ser comercials... Comercialitat i cultura. Els números han de sortir!”

**Esquerra a dreta:**  
R. Costa-Pau,  
L. Álvarez, E. Pujol,  
J. Fernando,  
J. Rourera, R. Mas,  
J. Raventós i J. Cots  
JOSEP LOSADA



## Trobada cordial

Al voltant d'una taula i fent un esmorzar que acompanyi la xerrada. Vuit editors. Ells sempre van a la recerca d'autor. Es mostren més o menys apassionats segons quin tema estoqui. Es mantenen prudents a l'hora de

dir quin pot ser un títol d'èxit aquesta diada de Sant Jordi. Cadascú defensa les seves novetats. Només en algun cas s'aventuren a dir-ne algun que no és propi. És el cas de *Victus. Barcelona 1714*, de Sánchez Piñol. Què aixeca passions? La qualitat *versus* la comercialitat, la presència del català entre

els llibres que es publiquen i si el lector els compra. Suscita polèmica el fet de si s'ha de demanar militància per aquest Sant Jordi: compleu, catalans, compleu. Per no parlar de l'ajut de les institucions, que més que moral hauria de ser econòmic i puntual –de puntualitat, de pagar a l'hora–.

**Els editors,  
reunits pel diari  
El Punt Avui,**  
debaten temes  
d'actualitat en les  
vigílies de Sant  
Jordi  
JOSEP LOSADA



## Ramon Mas

Males Herbes

### CATALA/CASTELLA

“Hi ha molta més oferta en castellà que en català. Però no em refereixo a la quantitat de llibres. El que es publica en català és molt més uniforme. Tota la meva generació hem crescut llegint en castellà, traduccions, perquè el que ens interessava no existia en català.”

## ELS EDITORS, CARA A CARA



na és l'únic segell català que tenim i té una dimensió que no és estrictament econòmica, sinó estratègica, d'actuació a la societat catalana. Ningú vol perdre diners, però fem treballs amb un altre interès, per poder apostar també per algun autor més desconegut i donar-li visibilitat. Ara, també veig que estar en una casa gran et dona uns recursos importants, per anar a buscar un autor, i sobretot, d'informació del que està passant arreu del món editorial. No ho he vist enlloc més.”

### Els números i Sant Jordi 2013

L'any passat, la campanya de Sant Jordi va deixar 18,3 milions d'euros de facturació. La qüestió és si la xifra es podrà mantenir aquesta diada. D'altra banda, darrerament, des dels gremis s'ha apel·lat a la militància dels compradors. Cal fer aquesta crida? També són prou conegudes les dades de vendes, que parlen d'un descens continuat al llarg dels últims cinc anys. Els gremis d'editors i llibreters han declarat que el sector està al límit de la resistència. S'insisteix a dir que cal retallar el nombre de títols que s'editen i les tirades. Amb l'entrada de ple en les qüestions econòmiques apareixen les reivindicacions. Jordi Fernando (Metora) ho té clar: no serà suficient repetir els números del l'any passat. “El Sant Jordi de 2012 els nú-

## Lectors petits?

L'àmbit dels lectors infantils és el que menys baixa. Ester Pujol (Grup 62) en fa aquest resum: “És el que menys cau perquè la comunitat educativa i els pares valoren el llibre com un element d'accés al coneixement i com una inversió per a la formació dels nens. Però van creixent i se'ls presenten altres estímuls que els interessen molt, bàsicament tecnològics. I aleshores entren a l'ESO i es troben amb el currículum de literatura. És crucial la lectura que fan a partir d'aleshores. Hi ha un currículum amb una literatura –obligatòria– a vegades molt allunyada dels seus interessos, i se'ls fa molt pesat. I identifiquen el llibre amb alguna cosa que fa mandra. Pares i docents tenen un gran paper, una gran incidència, perquè aquí es perden lectors. I quan tornen a recuperar el gust per la lectura, de més grans, la llengua –català o castellà– ja no és tan rellevant.”  
Revisem l'oferta del currículum?

meros van valorar-se com a bastant bons, tenint en compte l'any en el seu conjunt. La situació d'ara és molt diferent: la caiguda de vendes a llibreria ha estat espectacular, d'entre un 25% i un 30%. És un altre context, absolutament diferent. Cadascú tindrà els seus números, però en general... No és que haguem de demanar que es faci militància, és que tots hem de començar a comprar llibres, en cas contrari, estem llestos!” I no s'acaba la problemàtica amb la baixada de vendes. Segueix Fernando: “Els ajuts de la Generalitat han desaparegut... No és que no ho tinguis concedit, és que no ho cobres. I les factures emeses a la Generalitat no es cobren tampoc. Em refereixo a la venda a biblioteques, per exemple. I altres casos, que no són el nostre, de coedicions de llibres amb diferents departaments de la Generalitat. Quan dic que no es cobra vol dir que fa quinze mesos que no es cobra. Aquesta és la realitat. Si li sumes el 30% de caiguda de vendes en llibreria, ja m'explicaràs...” Resumint, que aquest Sant Jordi hauria de ser espectacular: “Encara que sigui igual de bo que l'any passat, la salvació és difícil. Estem en una situació d'ofec. Hem estat treballant gairebé quinze mesos amb uns números que ens cauen de les mans, perquè comptàvem amb uns diners que no hem tingut.”

Les retallades en producció de llibres i ti-



## Roger Costa-Pau

Llibres del Segle

### IMAGINACIÓ

“El que importa és la mentalitat. Una mentalitat àmplia. En el nostre cas, ho tinc molt clar: faig segons l’estructura que tinc. No es tracta de si publiquem autors novells o no. També hem de plantejar-nos: «Què no s’ha fet?»”



## Jordi Rourera

La Magrana / RBA

### CRISI

“No podem reaccionar només pensant en l’ara i l’avui, sinó que cal tenir en compte que el que fem ara tindrà conseqüències en els propers anys. Hem de fer llibres pensant en el futur, encara que ara potser no siguin rendibles. Les coses canviaran.”

rades pot ser que arribin a ser extremes. Tot i aquest context, hi ha editors que posen en dubte la necessitat de militància per part dels ciutadans. I tampoc veuen Sant Jordi com la solució a tots els mals. Josep Cots (Edicions de 1984), per exemple, diu: “Hi ha alguna llibreria que ha tocat fons. Els seus números de vendes són els de 2004. Les crides a la militància, però, em deixen fred. No les entenc. Qui hauria de militar és el govern, i s’ha acabat! Nosaltres, a fer la feina. I qui tingui ganes de comprar llibres, que els compri.” I Raventós (Adesiara) planteja una posició semblant: “Que es vengui més o menys per Sant Jordi no ens preocupa perquè nosaltres fem llibres per a la gent que compra durant tot l’any.” Roger Costa-Pau (Llibres del Segle) és del mateix parer. No hi pensa, en Sant Jordi. “Venem llibres tots els mesos... Tal com és el meu negoci, de moment no puc encarar-me a la novetat específica per Sant Jordi. El que estem fent és construir catàleg. Potser l’any que ve us dic que trauré quatre novetats per Sant Jordi... Sí, els números són durs, i quant a la Generalitat, per sort, tinc pocs compromisos amb ells. Treballo amb els diners que tinc.” Ramon Mas (Males Herbes) s’ho mira de lluny, encara. L’editorial és molt jove. “Hem nascut en plena crisi, per tant, no hem caigut! No ho veiem tot tan malament, perquè ja te-

niem clars els números als quals podríem arribar i els hem superat. Segur que eren pocs...”

Per als grans és un altre tema. “Ens preocupa molt el que es vengui per Sant Jordi, i sobretot a Rosa dels Vents, el segell en català”, diu Laura Álvarez. “La facturació important és per la diada. Per això les nostres apostes es fan els mesos anteriors. Preocupa perquè ha baixat moltíssim la facturació a

## “Fa falta vendre molts llibres per mantenir una empresa”

llibreries i a tot arreu i perquè la inversió que s’està fent en llibre digital per ser on hem de ser en el futur també és alta, i la maquinària és molt gran i fa falta vendre molts llibres per mantenir una empresa i que es pugui seguir publicant. A títol personal, crec que les editorials més grans tenim la responsabilitat d’acostar una mica més els lectors a les llibreries, a través de l’engranatge de la publicitat, del màrqueting. I que no s’acostin només per Sant Jordi. És a dir, participar més

de la voluntat que la cultura formi part, una mica més, de la vida del ciutadà.” Jordi Rourera (La Magrana) somia un futur de llibres que perdurin. “Hem de fer llibres per Sant Jordi, per tot l’any, i per als propers anys. Ens agradaria que els llibres duressin més, i les nostres tries van cap aquí. Però és cert que per Sant Jordi es ven molt i si tens algun títol amb un potencial comercial més gran és el moment.”

### Digitals, preus, pirateria...

No s’acaba tot fent retallades. Hi ha possibilitat de ser més proactius? Segueix Rourera (La Magrana): “Es diu que les crisis fomenten la creativitat i haver d’espavilar-se d’una altra manera... Aquest és un sector que porta una inèrcia llarga i segurament toca replantejar-se alguns *a priori* que pensàvem que eren dogmes. Toca fer-ho ara. Però no podem reaccionar només pensant en l’ara i l’avui, sinó que cal tenir en compte que el que fem ara tindrà conseqüències en els propers anys. És això que deïem abans, hem de fer llibres pensant en el futur, encara que ara potser no siguin rendibles. Les coses canviaran i aquests títols estaran catàleg i esperem que es venguin més.”

Parlar de proactivitat i imaginació porta a parlar de la relació del llibre amb el món digital. La venda en aquest format continua



## Josep Cots

Edicions de 1984

### SANT JORDI

“Hi ha alguna llibreria que ha tocat fons. Els seus números de vendes són els de 2004. Les crides a la militància, però, em deixen fred. Qui hauria de militar és el govern, i s’ha acabat! Nosaltres, a fer la feina. I qui tingui ganes de comprar llibres, que els compri.”



## Jordi Fernando

Meteora

### INSTITUCIONS

“Els ajuts de la Generalitat han desaparegut... No és que no ho tinguis concedit, és que no ho cobres. I les factures no es cobren tampoc. Hem estat treballant gairebé quinze mesos amb uns números que ens cauen de les mans.”

## ELS EDITORS, CARA A CARA

sent molt petita. Ester Pujol (Grup 62): “Ens està comportant molta inversió i poc retorn. Hi ha molts dispositius diferents i sabem que cada any se’n compren més, però hi ha molt poques descàrregues. Aquí passa alguna cosa... Si compres l’aparell és per llegir. Per tant, descàrrega il·legal. A més a més s’hi ha d’afegir l’IVA que té el llibre digital. És el peix que es mossega la cua. Com que el preu no pot ser gaire més baix, al lector que pirateja li sembla que és correcte fer-ho. Si no es donen alhora lleis que ho frenin i es consciencia que s’està robant a un autor i a un editor que hi ha estat treballant, d’aquí a un temps tindrem mala peça al teler.” I afegeix Josep Cots (Edicions de 1984): “És sorprenent que es pensi que la pirateria és la socialització de la cultura. Com és possible la creació en un sistema com el que tenim? Com es manté, la creació, si hi ha pirateria?”

No ho veuen tots igual, però. La solució està en les lleis? En el cas de Roger Costa-Pau (Llibres del Segle), la llei no és la panacea. “El món de l’art és complicat i estem en un món de pirates. N’hem de ser conscients. No és qüestió de lleis, perquè també ens les hem saltades alguna vegada. Que ningú pirategi res...!? Això no passarà. Els editors, segurament, haurem de buscar una alternativa, do-

## “Cal que fem un esforç per rebaixar el preu del llibre digital”

nar-hi la volta. Ens haurem d’inventar alguna estratègia.” Jordi Fernando (Meteora) proposa una estratègia: “El que es planteja per a la lluita contra la pirateria, lleis i conscienciació, va per llarg. Serà d’aquí a molts anys. Solucions immediates? Cal que fem un esforç, sobrehumà, per rebaixar el preu del llibre digital tant com puguem. Ja sé que els grans heu fet moltes inversions... Però és que si no posem els llibres digitals a un preu que faci més mandra piratejar-los que comprar-los no ens en sortirem. Tot el que no sigui per sota de cinc euros, res. El que no es pot entendre, i no sóc cap pirata, és que s’hagin de pagar 15 euros per un llibre digital! Hi ha un interès a recuperar immediatament la inversió que s’ha fet, però la paraula ‘immediatament’ s’hauria d’esborrar. Es recuperà quan es pugui...”

### Llibreries que pleguen

Ester Pujol (Grup 62) reprèn la reflexió sobre la crisi, tot enllaçant amb el tancament de llibreries. “La situació econòmica ens afecta a tots. Tots els que estem a la taula lluitem per fer llibres bons i que interessin als lectors. Ha baixat el consum a les llibreries i aconseguir que el lector faci una inversió en els nostres llibres és el que ara costa més. És el repte...! I només es pot aconseguir amb el que tots pretenem: assolir l’excel·lència en la línia editorial de cadascú. Que els llibres que fem –perquè ens agra-



## Baixa el nombre de llibres en català

Josep Cots (Edicions de 1984) posa damunt de la taula la relació entre crisi i llibres en català: “En aquesta crisi està baixant el nombre de llibres en català, un 10%-12% en un parell d’anys. Mentre que el castellà no ha baixat, al contrari, ha augmentat. Vol dir que el problema del català és que no tenim una oferta suficient. Vol dir que qui ha de fer militància és el govern. Si hem de viure del 22% de lectors que compren en català... Tenim un problema! Què crea les condicions favorables perquè la llengua catalana sigui percebuda com una llengua d’ús normal a l’expressió escrita?” Al fil de la referència

governamental, Jordi Fernando (Meteora) es queixa de la desatenció, també mediàtica, cap al llibre, i més concretament, en català: “Anem malament. No és que no ens facin cas... No ens poden fer cas perquè no coneixen el problema, perquè no hi ha la consciència que el llibre està passant una situació molt dura.” Jordi Rourera (La Magrana), a propòsit de l’oferta en català, es pregunta: “Hi ha país, per a tanta oferta?” Cots és rotund: “Sí, tots els catalans que llegeixen en castellà.” I Jordi Raventós (Adesiara) refresca records *amargs*: “Ho haureu sentit alguna vegada: «En català costa molt de llegir!»”



den, perquè creiem que poden agradar, o millorar la vida de les altres persones— tinguin prou potència per fer entrar a les llibreries i comprar-los.” Tots formant part d’una mateixa cadena. “Les llibreries continuen rebent moltes novetats, no tenen la capacitat d’endeutament que tenien abans. La presència al punt de venda es veu afectada per això i per la gran competència del castellà. En una societat amb dues llengües, n’hi ha una que la coneix tothom, el castellà, i que té unes eines per fer-se ressò extraordinàriament més potents que l’altra. És un handicap per als que editem en català.”

Estan d’acord que hi ha llibreries que funcionen prou bé, oferint un tracte especialitzat. De treball quotidià i proper. Laura Álvarez (Rosa dels Vents): “L’any passat vaig estar al I Congrés de LlibreTERS en Llengua Catalana, que es va fer a Tarragona, i el cert és que els llibreTERS estan treballant,

s’estan agrupant, pensant maneres de fer que el ciutadà vagi a la llibreria. Possiblement a Barcelona és on hi ha més competència, per part de les grans superfícies, però la llibreria de comarques està treballant prou bé. Hi ha entusiasme, ganes i professionalitat. Han tancat algunes? Sí. I quants han tancat en altres sectors? Des d’un punt de vista empresarial, és clara la crisi. Des d’un punt de vista més romàntic, diguem-ho així, sap molt de greu que tanqui una llibreria. D’altra banda, s’ha de veure si la gestió, en alguns casos, no ha estat problemàtica...” Sobre la gestió, continua Raventós (Adesiara): “Potser algunes llibreries de les que han caigut han estirat més el braç que la màniga... En canvi, n’hi ha d’altres que estan en un racó de món i funcionen molt bé. Vol dir que hi posen el coll. A àmbit editorial ve a ser el mateix: si s’estira més el braç que la màniga i pots fer deu títols però en

**Compte enrere** Tres, dos, u. Diada de Sant Jordi. Els dies màgics de vendes, que aquest any han de ser prou bons per remuntar les caigudes. A la imatge, Arbúcies, l’any passat.

fas cent, potser sí que anirem malament. Si t’especialitzes en un àmbit pots sobreviure, si més no.”

No ens posem pedres al fetge, suggereix un dels editors, Jordi Fernando. Els centres de les ciutats, afirma, seran per a les grans cadenes. “Hem de defensar com sigui la llibreria de llibreTER! N’hi ha moltes. I és l’únic model de llibreria que pot defensar el llibre que fem.”

### La llengua de lectura

El tema de la lectura en castellà i català empenya el debat. Per què tants catalans llegeixen en castellà? Aquí intervé amb força Ramon Mas: “No hi ha dubte que hi ha molta més oferta en castellà que en català. Però no em refereixo a la quantitat de llibres. El que es publica en català és molt més uniforme. Tota la meua generació hem crescut llegint en castellà, traduccions, perquè el que ens

## “Hem de defensar com sigui la llibreria de llibreTER”

interessava no existia en català. Els llibres que m’agradaven els havia d’anar a buscar a Anagrama, Valdemar, Minotauro... Editorials sense equivalent en català.” Estan d’acord que el cost de la traducció és difícil d’assumir. Tant li fa que es tracti d’un assaig com de ficció. Sentència Josep Cots (Edicions de 1984): “L’accés a la literatura universal en català és tan difícil perquè hi ha dificultats de traducció. No hi ha marge d’amortització, es fa pràcticament impossible. D’aquí ve que les edicions en català apareguin juntament amb les castelles, perquè es busca l’empara, un ressò mediàtic més fort per poder vendre. I amb l’afegit que el preu l’has de mantenir perquè sinó el lector anirà a buscar la versió castellana!”

Es va tancant el debat. Ester Pujol (Grup 62) fa el seu resum. “Estem intentant fer els millors llibres possibles i acompanyar-los de la millor manera, per aconseguir el màxim ressò i que els autors i les obres arribin al màxim nombre de lectors. I tots treballem per fer arribar a les llibreries els títols que poden absorbir. Els establiments s’estan adaptant als nous procediments; nosaltres també. Sí que tenim unes grans lloses a sobre: necessitem més protecció, un prestigi social més gran, que ve de l’excel·lència dels llibres que fem. I un marc referencial mediàtic: dos minuts més de telenotícies per parlar de llibres, perquè hem d’arribar al públic majoritari... Però sóc moderadament optimista: ens en sortirem.” \*



**Jordi Raventós**

Adesiara

### LIBRERIES

“Potser algunes llibreries de les que han caigut havien estirat més el braç que la màniga... En canvi, n’hi ha d’altres que estan en un racó de món i funcionen molt bé. A àmbit editorial ve a ser el mateix: si s’estira més el braç que la màniga potser sí que anirem malament.”