

QUAN EL MÀRQUETING DOMINA EL NEGOCI DE LA VENDA DE LLIBRES

# Promocions i presentacions seriosament cridaneres

MARI C. SÁNCHEZ

Viatges exòtics, àpats en restaurants de luxe, copes en bars de disseny, esmorzars en hotels de cinc estrelles... Moltes promocions i presentacions literàries ofereixen aquesta mena d'activitats. Es tracta d'una exaltació dels sentits que té el gremi dividit. Alguns editors pensen que això anirà a més; d'altres creuen que el llibre s'ha de promocionar per si mateix



Presentació al Japó d'un llibre que es presenta sol, l'antologia dels Beatles

## Promocions

Fa poc em va cridar l'atenció un reportatge que vaig veure en un dels telenotícies que emeten al migdia. Parlaven de l'autora J.K. Rowling, creadora de Harry Potter. Explicaven que, amb motiu de la presentació al Regne Unit de la quarta entrega de les aventures d'aquest personatge literari, *Harry Potter i el calze de foc*, l'escriptora s'havia embarcat en una promoció molt especial.

La seva editorial la va fer pujar en un tren, a Londres, ple de nens i periodistes, i tots junts van fer el trajecte fins a Edimburg, ciutat natal de J.K. Rowling, aturant-se pel camí a recollir més nens i més periodistes. Aquest reportatge em va cridar l'atenció perquè a la televisió no parlen gaire sovint de llibres i molt menys en un telenotícies, on sempre queden millor les imatges d'un concert de música o les passarelles de moda.

Va ser llavors quan vaig adonar-me de la força que pot tenir un determinat acte de promoció. La força que pot tenir el simple fet de transformar una llibreria en un tren i un públic de mitjana edat en un grup de nanos engrescats. Amb un canvi així es poden atraure fins i tot les televisions més discolos. I és que estem vivint una època d'exaltació de l'espectacle, de l'anècdota, de l'entreteniment efímer. Una època en què cada vegada es

publiquen més llibres i sembla que només se'n sortiran els més cridaners, els que aconseguixin més pàgines a la premsa.

"S'ha de pensar que un llibre no és un cotxe i que les editorials no ens podem permetre inserir anuncis televisius. Per això, com que cada vegada s'editen més obres, s'ha d'aconseguir captar l'atenció del lector amb més promoció", afirma Carles Creuheras, responsable del

departament de promoció de Planeta. Nahir Gutiérrez, de Seix Barral, afirma el mateix: "Les pàgines de cultura dedicades a literatura sempre són les mateixes i el volum d'obres noves cada vegada és més gran. Un periodista rep cada dia moltíssimes convocatòries de presentacions de llibres. Davant d'aquesta allau, o proposes una història interessant o et quedes sense cobertura de mitjans".

▶ ▶ ▶

## Les promocions que somien els autors

► "Crec que la presentació d'un llibre, incluent-hi totes les bogeries que et vinguin de gust, hauria d'anar en funció de la temàtica de l'obra en qüestió. Segons el gènere, la història o el que es vulgui, es pot articular un acte amb el punt de transgressió o humor que es consideri convenient. En el meu cas, si pogués fer una nova presentació de la meua última novel·la, *La segona mort de Shakespeare*, jugaria amb l'ambigüitat que sempre ha acompanyat el personatge que és Shakespeare i amb el fet teatral, i em semblaria molt coherent que els protagonistes de l'acte fossin dues o tres *drag-queens*, amb tot els seus uniformes i el seu maquillatge, que fessin una presentació molt seriosa, molt acadèmica i profunda, que exerciria de contrast i indignaria els reaccionaris que encara corren per aquí. Una aparença tan excessiva combinada amb un discurs culte, sense amaneraments ni falsets, com de catedràtics amb doble vida que no han tingut temps de

canviar-se de roba, demostraria que el que importa és el contingut i els continguts i no el continent". (Jordi Mata, autor de *La segona mort de Shakespeare*.)

"Hi he estat pensant durant uns dies i al final he arribat a la conclusió que en la presentació del llibre m'agradaria ser invisible i poder passejar-me entre la gent per escoltar els seus comentaris sincers. És possible que escoltés alguna veritat que no m'agradés, però almenys sabria que no m'estan enganyant. Sempre he pensat que el millor que li pot passar a un escriptor és tenir gent crítica al seu costat, capaç d'avisar-lo quan s'equivoca i dir-li quan l'encerta. És el millor antídoto contra les pujades d'ego totalment contraproduents". (Ada Castells, autora de *Mirada*.)

"Una presentació-promoció somiada per a una novel·la meua seria en un *meublé* laberíntic, amb més de 200 habitacions. Els convidats i fades, periodistes culturals o no, reben un exemplar de la novel·la a la recepció i

un fullet amb tots els serveis que ofereix l'establiment. L'editor els concedeix barra lliure amb una única condició: que llegeixin la novel·la. Poden agafar-se el temps que desitgin, fins a un màxim de tres dies. Per acompanyar la lectura poden demanar menjar, beguda i altres productes que els ajudin a completar les seves necessitats fisiològiques. De les mentals ja me n'encarrego jo. Apostat en una habitació contigua a recepció, passo els tres dies de promoció, disponible per visitar el convidat o fada que així ho solliciti. Al final del tercer dia desapareixo. Escriure i promocionar són verbs antònims". (Màrius Serra, autor de *Verbàlia*.)

"La meua idea d'una presentació d'un llibre és que no hi hagi cap mena de presentació i que malgrat tot arribi a les llibreries i als lectors. La meua presentació preferida seria, doncs, aquella que no es produís, o aquella en què el llibre es presentés sol, sense que l'autor hagués de sortir a donar la cara. Escriure és un acte molt íntim i fa molta vergonya sortir a vendre com si fos peix. Per això penso que la millor presentació possible serà quan es

faci per Internet: l'autor rep quatre amics a casa seva, els amics de l'ànima que l'han ajudat mentre feia el llibre, i crea una web informant de què tracta l'obra. I després l'autor o autora se'n va amb els seus amics a sopar en un restaurant íntim. Qui sap...". (Maruja Torres, autora de *Mentre vivim*.)

"Imagino la meua presentació a la gàbia dels micos d'un gran zoològic. Per exemple, el de Buenos Aires. Dintre de la gàbia -gran-, s'hi situen el presentador/a de la novel·la en qüestió i el seu autor/a, asseguts a terra, entre els micos. Al voltant de la gàbia, els convidats/ades a l'acte. Aquest acte consistiria a llançar amb força al públic -cosa que farien el presentador/a i l'autor/a- exemplars de l'obra presentada a través dels barrots de la gàbia, sense dir cap paraula, fins que s'acabessin els llibres -n'hi hauria d'haver moltíssims-. Potser els micos copiarien el presentador/a i l'autor/a en el llançament de llibres, cosa que faria que la presentació arribés a ser sublim. Excèntric, però simbòlic". (Flàvia Company, autora de *Melalcor*.)