

Nova iniciativa editorial de Grup 62 i La Magrana

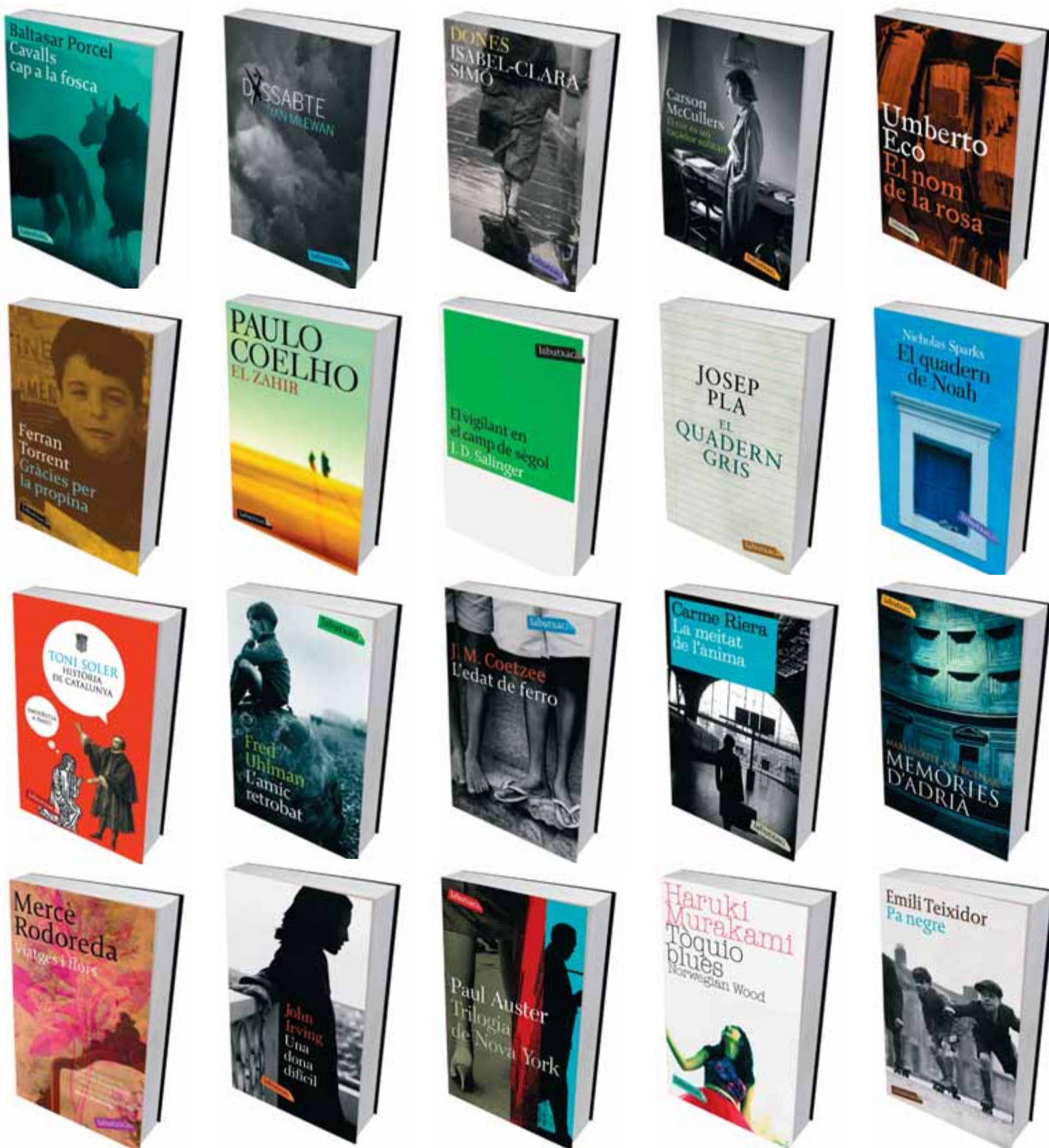
# Les noves butxaques del mercat català

Grup 62 ha creat 'labutraca', una col·lecció de llibres econòmics que busca nous lectors i espais per a les lletres catalanes • A la tardor, La Magrana s'afegeix a l'aventura • El mercat demana 'butxaques' en català • Per: Neus Ràfols

Des de *Pa negre*, d'Emili Teixidor, fins a la *Trilogia de Nova York*, de Paul Auster, i navegant per paisatges literaris tan heterogenis com ara els que pinta Haruki Murakami a *Tòquio blues* i Mercè Rodoreda a *Viatges i flors*. Aquests són alguns dels 20 títols de la primera fornada de *labutraca* que el Grup 62 ha tret aquest juny. Objectius: conquerir racons d'un mercat que fins ara les lletres catalanes no havien trepitjat, com ara els quioscos de la costa i els *duty-free* dels aeroports. "De cara al setembre haurem guanyat cent nous punts de venda", destaca Fèlix Riera, director editorial del grup des del febrer passat. Una altra fita: seduir nous lectors que vehiculen el consum de productes culturals de *low cost* només amb la llengua de Cervantes. I és que davant d'aquesta realitat, les xifres parlen soles: per cada cinc llibres venuts a Catalunya, només un correspon a una obra escrita en català.

La nova col·lecció tindrà dues entregues l'any, de vint propostes literàries, en concret a finals de gener i de maig, i cada exemplar surt al mercat amb un preu que anirà dels 6,5 als 11 euros. El seu catàleg s'alimenta del vast fons del Grup 62, constituït per més de 7.500 títols amb drets, des que es van incorporar a l'accionariat Enciclopèdia Catalana i els seus segells (Proa, Pòrtic i Mina) i el grup Planeta, amb Columna i els títols en català de Destino, Planeta i Timun Mas.

El ventall calidoscòpic de *labutraca* el conformen autors de la literatura tant catalana com universal, de manera que aquest estiu ja conviuen al catàleg *El quadern gris*, de Josep Pla; *El zahir*, de



## Nova iniciativa editorial de Grup 62 i La Magrana



Eugènia Broggi és l'editora de la nova col·lecció que presenta el Grup 62. MARTA PÉREZ

VE DE LA PÀGINA ANTERIOR

Paulo Coelho; la *Història de Catalunya. Modèstia a part*, de Toni Soler, i *El nom de la rosa*, d'Umberto Eco, entre d'altres obres com les d'Isabel-Clara Simó, Marguerite Yourcenar, Ferran Torrent, Carme Riera, J.D. Salinger i Baltasar Porcel.

“La virtut d'aquestes edicions és la immensa possibilitat que et donen per obrir les portes a tot”, argumenta l'editora de la col·lecció, Eugènia Broggi, que també emfatitza la cura de les traduccions, un *savoir faire* heretat de la trajectòria d'Edicions 62, amb 44 anys d'existència i un prestigi guanyat, en part, gràcies al seu elenc de traductors: “Recuperem versions antigues excel·lents dels nostres fons, com per exemple la de Ramon Folch i Camarasa de l'obra de Carson McCullers”, explica Broggi, que també destaca la tasca d'Albert Nolla i Xavier Pàmies, tots dos professionals de la casa i guanyadors del Ciutat de Barcelona, per posar les veus en català d'algunes obres rellevants de la narrativa universal contemporània.

**A més de les dues entregues** anuals, *labutxaca* s'enriquirà amb sèries temàtiques durant tot l'any —de novel·la policíaca, històrica i d'assaig, per exemple— i, en un futur pròxim, també incorporarà títols d'altres segells editorials: “Des de diferents àrees ja s'han fet negociacions amb altres editorials de Catalunya i de fora, per exemple de València, amb l'ànim de convidar-les perquè puguin aportar els seus llibres a la col·lecció”, explica Riera, que conclou: “Pensem que aquesta aposta és molt important per al sector perquè no només és la resposta per assolir una posició al mercat, sinó que volem crear una edició de butxaca com la que tenen a França i als Estats Units”. És

a dir, que s'emmirallen en el *paperback* i en el *livre de poche*, perquè tant Riera com Broggi destaquen la gran qualitat i demanda de les edicions de butxaca del mercat anglosaxó —*paperback*— i francès —*livre de poche*—. I és que en aquests països habitualment la primera compra d'una obra literària es fa en aquest format i, després, el lector adquireix una edició de tapa dura —*trade* en l'argot editorial— si el llibre l'ha captivat i el vol conservar. Aquesta és una dinàmica oposada a la del lector espanyol o català, que fins fa poc sempre comprava llibres en edicions de tapa dura i rústica, encara que fossin més cars. Aquest hàbit de consum ha encadenat històricament les col·leccions de butxaca autòctones a les edicions tradicionals, de manera que els segells que volien treure al mercat edicions més econòmiques es limitaven a reduir els fotolits, sense plantejar-se dissenys més llegibles ni catàlegs independents.

“Fins fa deu anys, les edicions de butxaca sempre havien estat condicionades per la trajectòria de vida d'alguns llibres en les edicions grans”, destaca Broggi, que recorda la nova línia de treball inaugurada per Aliança Editorial i *El Cangur*, la primera col·lecció de butxaca al mercat de llibres en català, que va treure Edicions 62 el 1974. Totes dues propostes van començar a independitzar aquests formats més econòmics de les edicions de *trade*, alhora que arribaven a un públic més extens. “Durant el segle XX, si hi ha hagut algun format editorial revolucionari que hagi ampliat el nombre de lectors i que hagi aproximat la literatura al ciutadà, aquest ha estat el de butxaca”, conclou Riera.

## La Magrana s'apunta a l'aventura

La Magrana de butxaca serà la nova col·lecció en aquest format econòmic que el segell La Magrana —del grup RBA— oferirà de cara al setembre, amb una quinzena d'obres l'any. Títols catalans com ara *Pedra de tartera*, de Maria Barbal, *Camí de sirga*, de Jesús Moncada, i *Tot un caràcter*, d'Imma Monsó, conviuran la pròxima tardor amb *Seda*, de l'italià Alessandro Baricco, i *L'any del pensament màgic*, de la nord-americana Joan Didion, entre d'altres obres

d'autors internacionals. “El catàleg serà plural i preferentment hi inclourem llibres de narrativa que l'editorial sol vendre més”, explica Isabel Obiols, l'editora d'aquesta col·lecció, que conclou: “Tenim la intuïció que el mercat català ja és prou madur perquè funcionin les edicions de butxaca com a d'altres països. Així ens ho diuen els llibreters i els lectors, que reclamen comprar edicions més barates dels grans èxits de la literatura catalana”.

Fèlix Riera Director editorial del Grup 62

# “El mercat exigeix llibres molt ben fets i a bon preu”

Per Fèlix Riera, un dels punts forts de la iniciativa 'labutxaca', més enllà de la qualitat de les obres i de l'edició, i també del bon preu, és la distribució ● Cal que aquests exemplars siguin molt presents en espais com ara l'aeroport i les llibreries de la costa catalana ● Per: Neus Ràfols

**Quins objectius pretén assolir amb 'labutxaca'?**

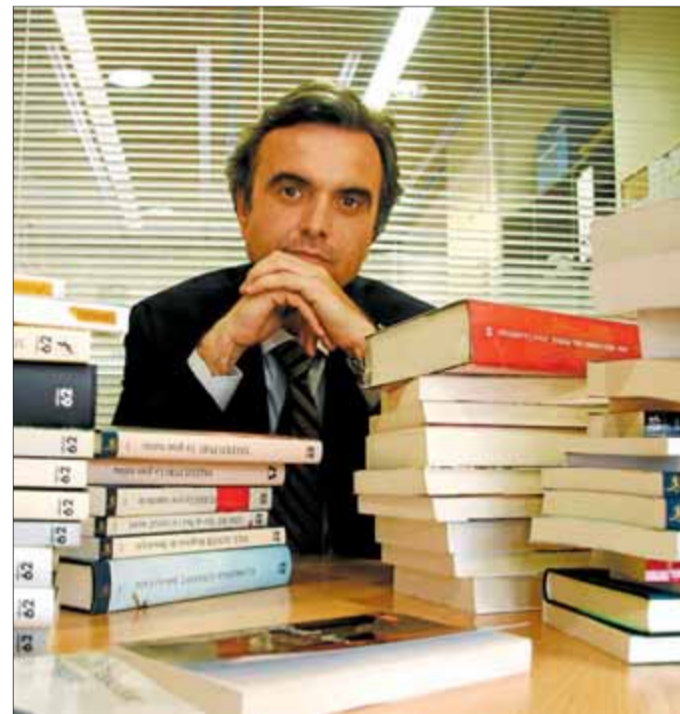
En primer lloc el que nosaltres volem és treure al mercat un nou segell en què coincideixin tres aspectes fonamentals: qualitat, bon preu i un accés fàcil a través de molts punts de venda. Per exemple, pensem que a l'aeroport hi hem de tenir una presència molt important. També ens estem referint als establiments de papereria i llibreria de tota la costa. El mercat exigeix cada vegada més llibres molt ben fets a un bon preu i de fàcil accessibilitat, i nosaltres hem de respondre a aquests reptes.

**La col·lecció és una aposta personal des que vostè va assumir la direcció editorial del Grup 62, el febrer d'enguany. Quins altres projectes té enfilats?**

Volem donar un important impuls a l'assaig. Sobre aquest tema el que sí que podem avançar és que de cara a la tardor posarem en marxa una nova col·lecció de Mina. Crec que despertarà un enorme interès perquè estem apostant per un assaig estimulant, que busca el cos a cos amb els lectors. A més, en el catàleg hi haurà autors molt significatius de la nostra dimensió literària i política catalana. *Maquiavel en democràcia*, d'Édouard Balladur, serà un dels primers títols d'aquesta col·lecció. El Grup 62 posarà molt d'interès en l'assaig vinculat a l'actualitat i a les línies de pensament internacional.

**Què ens pot avançar de la programació especial que va anunciar a l'entorn de Mercè Rodoreda amb motiu del centenari del seu naixement?**

El projecte *Mercè Rodoreda avui* el presentarem a la Fira de Frankfurt juntament amb el programa de les actuacions que farem durant el 2007 i el 2008. Volem que conegui l'autora tanta gent com sigui possible i farem accions que van des de la publicació de les seves obres completes fins a la recuperació d'un magnífic text de Josep Maria Castellet sobre Rodoreda. A més, estem establint acords amb les bibliote-



Fèlix Riera és director editorial del Grup 62. JORDI GARCIA

ques de la xarxa de la Diputació per poder-hi fer una altra mena d'accions.

**És a dir, el Grup 62 vol transcendir la seva tasca editorial.**

Sí, sí. Nosaltres pensem que com a grup no només tenim la responsabilitat de vendre tot el que puguem de l'obra de Mercè Rodoreda. Volem que aquesta autora es conegui com més millor. A més, no hem d'oblidar que en els darrers anys han vingut a Catalunya una gran quantitat de gent de fora, d'altres països, i que molt probablement tenen un coneixement mínim d'una de les nostres grans escriptores. En canvi, Rodoreda s'aprecia fa temps a altres països d'Europa, com ara Alemanya i França.

**Parlem de Frankfurt. Què pensa de la Fira i de les picabaralles que s'han generat?**

A mi em sembla que no és tan significativa la discussió sobre els escriptors com la voluntat d'una sèrie d'autors, d'institucions i del sector editorial per treballar perquè Frankfurt sigui un èxit. La Fira és una oportunitat per guanyar un volum de negoci i explicar què és la nostra cultura al món.

Ara bé, també hem de ser capaços que aquesta gran projecció en l'àmbit europeu la puguin percebre els nostres lectors des de Catalunya.

**Alguns ulls veuen com un perill per al mercat cultural que el Grup 62 centri setze segells editorials de la literatura en català.**

Primer, hem d'entendre el mercat de Catalunya, en què hi ha editorials molt fortes de literatura en castellà i un altíssim consum de llibres escrits en aquesta llengua. Nosaltres, en aquest mercat no som tan grans, i si hem creat aquest grup és per buscar una resposta a aquesta realitat. La concentració empresarial, que en definitiva és el que ens critiquen, quan és per desplaçar la competència és dolenta, però quan es fa per guanyar capacitat és bona. I el Grup 62 respon al segon cas: no volem eliminar la competència, sinó ser competitiu al mercat. Aquest fet s'està demostrant quan altres grups editorials com RBA, contràriament a sentir-se amenaçats per nosaltres, estan impulsant projectes molt engrescadors. Fan apostes molt importants per al sector i això és bo per a Catalunya.