



El futur de la impressió i l'edició de llibres



*Guilhem Malbec, Impremta Principat
Josep E. Dallerès i Codina, Anem Editors
Júlia Fernández i González, Biblioteca Nacional
Moderador: Antoni Pol i Solé, Societat Andorrana de Ciències
Anna Riberaygua i Montagut, llibreria la Puça
Marc Miró i Batet, Límits editorial
Josep Rodríguez, Impremta Envalira*

- 5 de desembre del 2018 a les 19,00 h
- A dos quarts de 8 del vespre a la llibreria la Puça, Andorra la Vella

Els llibres, avui

Cinc-cents cinquanta anys després de la mort de Gutenberg és bo parar-nos a reflexionar sobre el llibre, la seva impressió i la seva edició. La condició d'animal social de l'home l'ha dut a haver-se de comunicar amb els seus semblants.

Gesticulació corporal, vocalització, crits, sorolls i sons, l'expressió de sentiments conjuminant alhora les anteriors accions...

I d'aquí a la creació del llenguatge.

Sembla evident o irreversible, però en el procés hi ha un detonador o un salt en un moment o altre, que ha fet que la nostra espècie desenvolupi una major intel·ligència cognitiva, racional, emocional i espiritual, cosa que no ha passat en les altres espècies animals, almenys en la intensitat en què ens ha passat als humans, que ens ha permès tenir una major capacitat de domini o control sobre totes les altres espècies.

La necessitat de comunicar-nos, doncs, d'expressar-nos intel·ligiblement segons uns codis preestablerts i consensuats, que ens permeten l'entesa entre els membres de l'espècie humana i particularment dins de cadascun dels diversos grups socials, ens ha fet recórrer a la creació i a l'ús del llenguatge i de les llengües.

Però què tenim necessitat de comunicar?

Bàsicament ens comuniquem per passar-nos tres tipus de dades.

Aquelles purament informatives, és a dir d'informació per conèixer el que fan els altres i la societat en la qual vivim i dins la qual ens desenvolupem i hem de moure'ns en el dia a dia.

Avui, al seu canal de difusió principal, a part del verbal, li atorguem el nom de publicitat i se'ns



Antoni Pol i Solé

presenta tant a nivell privat com públic, de manera transparent, directa o clara, com opaca, indirecta i oculta.

Aquelles altres dades que serveixen per transmetre coneixement, en les seves tres formes clàssiques de coneixement racional o científic, emocional o artístic i espiritual o transcendent.

El seu canal de difusió més important, a part del verbal, continua sent el llibre, o conjunt de dades escrites i reflectides en un text i que té una cohesió en el seu conjunt, com a obra.

I, finalment, aquelles dades que sorgeixen i s'intercanvien amb l'objectiu de construir, modificar, retocar, completar, un relat concret sobre el model de societat més convenient a diferents grups socials per fer evolucionar el relat dominant o majoritari que sustenta la societat.

El seu canal de transmissió principal és, sense cap mena de dubte, el que ofereixen els mitjans de comunicació cada dia.

Naturalment, i malgrat tota l'esquematzació feta sobre els tipus de dades per intercanviar i els canals principals utilitzats per a la seva difusió, es produeix la combinació de tots ells i en totes les seves possibilitats, la qual cosa és evident i és un fet, que no es pot qüestionar, sinó només intentar d'entendre, perquè tot està lligat o connectat, i interactua en el desenvolupament de les nostres societats.

Especialment si hi afegim altres factors com que el mercat ja no és només local sinó global, l'autoedició i l'autoimpressió, la concentració de grans grups que concentren l'edició, la impressió i la distribució, el fet de ser un país tercer dins d'un mercat únic 5.000 vegades més gran que l'andorrà, les noves tecnologies, les possibilitats de còpia, la propietat intel·lectual, la impressió sobre tot tipus de suports, l'edició sobre suport digital...

Gutenberg va ser capaç de donar una nova dimensió als llibres, com fou la de superar l'escriptura o còpia manual dels llibres per passar a l'escriptura mecànica dels llibres i, per tant, poder multiplicar-ne, de manera sostenible, la reproducció en suport paper per centenars alhora (amb el seu mètode d'impressió per caràcters mòbils).

Avui, amb l'era digital, la nova dimensió que s'obre és doble: la reproducció virtual alhora sobre infinits suports, i la infinita reproducció virtual de diferents obres o llibres en el mateix suport.

No obstant i si bé ja no són de paper, aquests suports necessiten estar connectats i la reproducció no és física sinó virtual i per tant vulnerable, en no ser permanent.

Queda clar doncs que el llibre, mentre hi hagi espècie humana, perdurarà per la necessitat de comunicar i transmetre coneixement.

I el suport paper també perdurarà, perquè el suport digital és només un tipus de suport més, com el visual o l'àudio, amb els seus avantatges i inconvenients.

I, malgrat que l'e-realitat va ocupant cada dia més espai en les nostres vides, la realitat supera la ficció i encara val i valdrà molts anys la pena!

Els llibres de paper, avui, continuen valent la pena... No els refuseu o abandoneu.... recicleu-los, això sí, i regaleu-los, també.

Antoni Pol i Solé

Bona tarda a tothom,

Em presento: sóc el Guilhem Malbec, el *chef* d'Impremta Principat. Continuaré parlant en francès perquè el meu català no és gaire bo. Disculpeu per les molèsties.

Vingt siècles nous séparent de Gutenberg aujourd'hui et tout semble s'accélérer quant à nos besoins en communications ...

La révolution numérique, l'immatérialisation des documents laisse à penser que les supports matériels vont disparaître ...

Disparaître non, mais évoluer... Je vais tâcher en quelques minutes de vous expliquer l'adaptation du secteur de l'imprimerie essentiellement en Principauté d'Andorre. Qui mieux que le successeur de Père Font pour expliquer la transformation du secteur dans ce pays.

En 1950 Mr Font crée Impremta Principat, seul alors à proposer des documents imprimés dans ce Pays, suivi en 1960 par la famille Solano.

Pendant de nombreuses années ces sociétés ont développé leurs activités respectives, jusqu'à l'apparition du numérique et l'explosion du commerce en Principauté qui a démultiplié les besoins et les secteurs d'activité:

- Impression sur papier
- Impression sur carton
- Impression sur tout des supports plastiques
- Impression sur textile
- Impression sur objets (tampographie)

Récemment le pays a dû mettre en place suite à la pression de pays voisins une fiscalité, imposer la mise en place de comptabilité dans les sociétés. Ceci a des conséquences inattendues sur le type de documents que nous produisons ... Un exemple simple : Les carnets autocopiants (talonaris), documents nécessitant un savoir-faire particulier puisqu'au delà de l'impression nous devons perforer le papier, le numéroter, l'agrafer ... ces documents qui rassemblés les informations de suivi quotidien des entreprises est en train de disparaître au profit d'application de suivi sur nos téléphones et sur le web. Nous nous adaptons, raison pour laquelle certains comme nous pour compenser réalisons plusieurs métiers pour compenser ces évolutions.

Enfin je souhaite finaliser mon propos pour évoquer la chaîne humaine que représente nos métiers qui débute par:

- Ceux qui préparent les documents informatiques (designers)
- Ceux qui impriment
- Ceux qui façonnent: en coupant, pliant, gaufrant, agrafant le papier

Ce beau métier est au quotidien une multitude de solutions à trouver pour parvenir à satisfaire qualitativement nos clients, et les gens du métier sont solidaires dans l'adversité. Cet été par exemple un de mes confrères ayant un problème technique a dû venir faire ses plaques dans nos locaux, dans ces moments la concurrence est oubliée la solidarité prévaut.

Merci à vous tous pour votre attention et j'invite tous ceux qui le souhaitent à venir visiter la plus ancienne imprimerie du pays à Encamp sous le Musée de l'automobile.



Guilhem Malbec

Guilhem Malbec

Aquí el que ens trobem és que només tenim traves

Perquè cada vegada que volen tallar la publicitat... Nosaltres, les impremtes, vivim d'això. No només de l'edició. Sinó de tot, com ho diria jo, el pa de cada dia, una miqueta d'un, una miqueta de l'altre, i això és del que vivim. I ara van sortir, fins ara no han tornat a dir res més, però en l'última reunió que vam tenir (amb el Govern), se'ns van posar els pèls de punta. Sí, perquè la publicitat no és una cosa que es pugui matar. La idea que tenien és: suposem que Pyrénées té dues mil targetes, doncs fariem dues mil publicitats per a aquesta gent i els altres, no només comprarà aquesta gent, comprarà més gent. Quan fan una publicitat aquests grans magatzems te'n fan 25.000, 30.000, 40.000, perquè arribi a tothom. La idea era aquesta (Govern vol limitar la quantitat de paper). Ens feien veure que s'havia de reciclar, i tot això. Joestic conforme en el fet que hem de reciclar, però avui en dia de papers n'hi ha molts de reciclats, eh? Però què és més sostenible? El que estem fent ara o tallar arbres? Tallar arbres, ja en plantes. A Islàndia tenen un sistema que és meravellós, hi ha milers i milers d'hectàrees plantades d'arbres. Acaben un sector, planten aquell sector i comencen amb un altre. I cada quatre anys van donant la volta. Igual que el que planta patates, arrenca i l'any següent torna a plantar patates.

Tremendo! Però aquí nosaltres..., suposo que era per aconseguir el paper. El paper mateix de la Bíblia era un paper especial. Nosaltres, de la Bíblia aquesta de butxaca, en vam arribar a fer una tirada d'un milió. Compte, es diu ràpid! En català, la primera Bíblia que es va fer en català. Treballàvem per Vergara, Casal, Editorial Casal, són molt importants. Però tot això anava a Sud-amèrica. Anava a Barcelona, ho enquadraven a Barcelona. Tot era fulla plana, ho enquadraven a Barcelona i de Barcelona ho enviaven cap a Sud-amèrica. Hi havia totes les obres completes. Que era el paper aquest; paper bíblia, que en dèiem nosaltres.

Ens trobem un problema. Quan entra el paper, paguem. I si el baixem a baix, tornem a pagar. Nosaltres el baixem, enquadrarem, el tornem aquí, però hi ha llibres que després s'han de tornar a baixar i has de tornar a pagar.

Una pregunta indiscreta que voldria fer (a la representant de les biblioteques de Govern), la propaganda que envien des de baix ara, es paga? Tots els fullatons, totes les publicitats ara es fan totes a baix. Em consta que no pagaven o pagaven molt poc. És que ens trobem el problema aquest. Abans aquí les impremtes teníem feines. Unes feien unes publicitats, revistes. Nosaltres en fèiem unes altres, tothom en teníem. Ara no es fa aquí. Grossos i petits. La rotativa que ho fa no té la mateixa qualitat que podem fer nosaltres, la fulla és diferent, és diferent propaganda. A nosaltres ens demanen pressupost i no arriba a la sola de les sabates. Ho fan amb una rotativa. Aquella rotativa, si en fa 50.000 de tirada, amb tres hores ja ho ha fet, i nosaltres necessitem tres dies.

Abans era normal, les impremtes d'aquí no estaven preparades per fer segons quines coses. Avui en dia estem preparades per fer-ho tot, perquè la impremta que no està preparada se'n va. A més, preparada i amb les últimes tecnologies, perquè si no, no pots sortir a competir. I veus que totes aquestes coses es fan a baix.

Abans a Andorra, hi va haver uns anys que feia el llibret aquell i les bosses aquelles que donaven un munt de propaganda per totes les fires que anàvem. Allò no es feia mai aquí. Sempre es feia



Josep Rodríguez

a fora. I ara també es fa molta cosa a fora. A mi em sembla que ho hem dit tot ja. Si no fóssim optimistes ja hauríem tancat. Perquè jo ja fa dies que sóc jubilat, però encara treballo. Nosaltres cada vegada ho veiem més negre.

Josep Rodríguez

La impressió i l'edició de llibres avui

Bona tarda a tots els presents. En primer lloc, vull donar les gràcies a la SAC per haver-me convidat. Espero que la meva intervenció sigui del vostre interès.

La meua presència en aquesta taula rodona es justifica perquè la Biblioteca Nacional, institució que actualment encapçalo, gestiona dos serveis bàsics i fonamentals per entendre el desenvolupament de la indústria de l'edició al nostre país. D'una banda, el Servei de dipòsit legal, i de l'altra, l'Agència d'Andorra de l'ISBN.

Per tal que tots sapiguen de què parlem, primer descriuré breument aquests dos serveis, i després analitzaré les dades estadístiques que evidencien amb xifres quina ha estat l'evolució de la indústria de l'edició al nostre país.



Júlia Fernández i
González

Dipòsit legal

Es tracta de l'obligació que tenen per llei els impressors i editors d'un país de dipositar un nombre determinat d'exemplars de tot allò que imprimeixen o produeixen que es destina a la distribució pública o a la venda.

Al nostre país, aquesta obligatorietat data de l'any 1980, quan el Consell General va decretar la creació del dipòsit legal i, posteriorment, va reglamentar-ne el funcionament. Per tant, som un servei molt jove en comparació amb la resta de països que en tenen.

Com a curiositat us diré que l'oficina de dipòsit legal més antiga és la francesa, creada el 1537 pel rei Francesc I, quan va promulgar l'Ordenança de Montpeller, mitjançant la qual obligava a tothom que volia vendre un llibre a deixar-ne un exemplar a la seva biblioteca de Blois, que va començar sent una biblioteca reial i posteriorment va passar a ser una biblioteca nacional.

Evidentment, com tothom es pot imaginar, aquesta iniciativa no tenia una intenció històrica ni de preservació del patrimoni bibliogràfic, sinó que era una manera de tenir accés a tot allò que fos potencialment censurable. De fet, ell mateix deia que el seu propòsit era recollir els llibres que "mereixien ser coneguts", per tant, difícilment aplicava uns criteris totalment imparcials.

El cas és que nosaltres sí que en som, d'imparcials. El nostre objectiu és recollir tot el que es distribueix i s'edita de forma pública, i guardar-ne una còpia perquè els investigadors d'avui i les generacions futures tinguin accés a tot el que s'ha editat a Andorra, o fora d'Andorra però que, per motius diversos, és del nostre interès.

ISBN

Pel que fa al decret de l'ISBN, és una mica posterior, concretament de l'any 1987. Es tracta d'un número o codi normalitzat a escala internacional, amb finalitat comercial, que ens ajuda a identificar cada llibre de forma única. D'aquesta manera se'n facilita la distribució i la venda. Val a dir que a Andorra s'ha d'utilitzar obligatòriament però, a diferència de molts altres països, és un servei que s'ofereix de forma gratuïta. En molts països és un requisit recomanable però no imprescindible, i cadascú pot decidir si el fa servir o no.

L'edició en xifres

Per parlar sobre l'edició ens basarem principalment en les dades que ens proporcionen l'Agència Internacional de l'ISBN i alguns gremis d'editors, com per exemple l'espanyol.

Efectivament, des de la invenció de la impremta de Gutenberg s'han produït nombrosos canvis, però crec que no és necessari que fem una retrospectiva tan gran, sinó que l'important és centrar-nos en quin és l'estat del món de l'edició de llibres avui i quins són els reptes que es plantegen de cara al futur.

Evidentment, hi haurà moltes dades que seran extrapolables al nostre país, i d'altres que no ho seran. Moltes de les que farem servir avui fan referència al nostre veí del sud, que, curiosament, és un dels països del món que més llibres edita a l'any.

Com va passar amb la major part dels sectors econòmics, el de l'edició i la impressió no es va escapar de la crisi econòmica que va arribar pels volts del 2008, quan hi va haver una davallada evident de la producció i la venda de monografies.

A partir del 2011, va començar a revifar i es va mantenir estable a la majoria de països. El comportament és molt similar en països com França, Itàlia, el Japó, Alemanya o el Regne Unit. El cas d'Espanya és excepcional, perquè hi creix de forma més destacada que a la resta de països. En aquest darrer país el sector de l'edició de llibres i publicacions periòdiques representa un 0,90% del total del PIB. De fet, la totpoderosa Planeta, per exemple, és present en 25 mercats internacionals.

Aquesta recuperació va venir acompanyada d'unes tendències molt marcades: La venda d'un nombre més elevat de títols i d'autors, i la distribució a més llocs i per diferents canals.

Tant el suport en paper com el digital han continuat evolucionant aquests darrers anys. Si bé és cert que al principi se suposava que el llibre digital evolucionaria més enllà del tradicional suport en paper, s'ha trobat amb algunes problemàtiques importants: La barrera de l'IVA tecnològic (a escala europea), el cost elevat que suposa per a les biblioteques o els particulars accedir a les plataformes de gestió de llibres en aquest format, i la despesa econòmica que suposa per als llibreters i editors el fet d'haver de construir plataformes de distribució.

Avui dia ha crescut de forma important l'autoedició, perquè molts autors es troben una barrera a l'hora d'encabir les seves obres en algun projecte editorial, i per tant, o s'autoediten,¹ o intenten que els editin aquestes noves editorials que donen cabuda a aquestes obres. Així doncs, com a resultat trobem que hi ha un creixement important de les noves editorials petites i independents en comparació amb la resta.

En contraposició a aquest augment d'editorials, el cicle de vida dels documents és més curt, és a dir, es publiquen més títols però el tiratge mitjà baixa. També el pes de les reedicions és molt

baix en comparació amb el de les primeres edicions, tot i que comptem amb casos excepcionals (Joan Peruga, Albert Salvadó, etc.).

Una altra tendència que també sembla que evoluciona és la impressió a demanda, un canal rendible per a determinats editors perquè poden reeditar llibres ja descatalogats, sense assumir grans riscos econòmics, i apostar per autors que no venen milers de llibres però que tenen un públic fidel al qual poden atraure.

El repte de futur més immediat és l'edició d'audiollibres, que permeten captar sectors sovint allunyats de la lectura, tant per qüestions d'accessibilitat (sordesa greu i ceguera), com per motius de caràcter cultural i manca d'interès per la lectura.

Antigament es concebien com un producte d'ensenyament; d'idiomes, per exemple. En l'actualitat, el seu contingut ja no és únicament de caràcter funcional, també reproduïen continguts de ficció.

Un dels grans avantatges que presenten és que es poden reproduir amb aplicacions mòbils, cosa que obre l'accés a una gran part del mercat actual. Els experts en la matèria preveuen que d'aquí a cinc anys, aproximadament, l'edició d'audiollibres suposarà un 30% del total del mercat del llibre.

Breu repàs de l'edició a Andorra

Com us he comentat anteriorment, el mercat andorrà és molt diferent de l'espanyol en alguns aspectes, però hi comparteix trets molt similars. Com que avui tenim amb nosaltres impressors i editors, només oferiré algunes dades estadístiques perquè segurament ells podran donar-nos un altre punt de vista no numèric del funcionament del seu sector.

Abans, però, només dos pinzellades històriques d'interès:

El primer llibre que es va editar a Andorra va ser un recull de fotografies de Valentí Claverol, orientat als turistes, l'any 1945.

La gran arrencada editorial del país va ser gràcies a Casal i Vall (1956), que durant la seva primera època només actuava com a taller gràfic per a editors principalment catalans, fins que el 1963 va començar a editar llibres propis.

També és important destacar l'activitat de l'Editorial Andorra.

Actualment la mitjana anual de monografies editades a Andorra és de 140, cosa que no està gens malament per a un mercat tan petit com el nostre. Hem de tenir en compte que gran part d'aquestes monografies tenen una distribució molt petita o gairebé nul·la fora de les nostres fronteres.

El grup que encapçala les estadístiques d'editors és el de les institucions bancàries, el Govern d'Andorra, així com el grup conegut com a autor-editor, és a dir, el que agrupa tots els particulars i les institucions o entitats que duen a terme edicions molt concretes, i als quals no s'atorga un prefix propi.

Les matèries més tractades són l'economia i el dret; principalment són edicions originals, és a dir, no són traduïdes d'una altra llengua, i també la major part són primeres edicions.

El paper continua guanyant terreny al nostre país. Els anys 2017 i 2016 va ocupar un 67% de la producció nacional. Els anys anteriors la seva presència va ser menor.

L'idioma més representat és el català, amb aproximadament un 50% de la producció, seguit molt de lluny del castellà, l'anglès i el francès.

Pel que fa al nombre d'editorials inscrites a l'Agència d'Andorra de l'ISBN, en total n'hi ha 41, 23 de les quals són actives i la resta inactives. D'aquestes 23, cal destacar que n'hi ha 11 que s'han creat a partir de l'any 2011.

Júlia Fernández i González

Notes

1- L'autoedició és difícil de quantificar; habitualment aquestes obres queden fora tant de l'ISBN com del dipòsit legal.

Avui a Andorra funcionen cinc o sis editorials. N'hi ha una que a vegades publica, a vegades no. N'hi ha sis. Aquest any 2018, aquestes cinc o sis editorials haurem publicat al tomb d'una quinzena de llibres, sota la visió inquisidora (de la bibliotecària). Entre quinze i vint llibres suposo que s'acabarà a final d'any si només compto les editorials, no compto dins d'això totes les edicions que es fan a compte d'autor, les edicions que es fan per organismes que tenen declarada una altra activitat que no sigui aquesta, que s'autoediten.

Jo diria que malgrat això és totalment una proesa per una població com la d'Andorra d'arribar a publicar el que s'està publicant. Sobretot si es té en compte que la majoria de les vendes es fan a Andorra. L'exportació de llibres a l'exterior és tan complexa, més que complexa és cara. És cara perquè no som país comunitari i per tant s'ha d'avançar l'IVA, es vengui o no es vengui, i si es vol recuperar l'IVA, s'han de tornar a entrar els llibres a Andorra abans de sis mesos, amb el que això implica de despesa de transport. Una autèntica proesa.

Des de fa uns quants anys, tanmateix, l'Associació d'Editors d'Andorra, junt amb els editors del Pirineu i ajudats pel Govern d'Andorra, assistim per exemple a la Setmana del Llibre Català a Barcelona. A mirar de sortir. És una petita ajuda que tenim. I em permetreu una anècdota. Aquest any vaig passar tres tardes a la Setmana del Llibre a Barcelona i la gent quan passava mirava... Govern d'Andorra... i tres vegades vaig sentir, aproximadament les mateixes paraules: "Llibres a Andorra?" "Què vols que hi hagi llibres a Andorra?"

I continuaven passant evidentment sense entrar. Fa mal. Et sents molt poqueta cosa. La moral rep un cop, però és el que passa. La pregunta que jo em poso és: creiem nosaltres que som capaços d'exportar literatura? O senzillament cultura d'àmbit que no sigui únicament dels tòpics andorrans. Agafo això perquè és el que ve a la Viquipèdia quan hi busques "literatura andorrana". Hi ha un apartat de literatura andorrana i la literatura andorrana són tòpics. Només som capaços d'això. Davant de les polítiques culturals de Govern, de vegades, em demano si realment hi creiem nosaltres. Però abans que el Govern hi cregui, hi creiem nosaltres mateixos que el que fem és exportable? Jo crec que les editorials que estan editant a Andorra hi creuen. Una altra cosa és que sempre es pot somiar.

Jo diria que en aquesta taula potser hi falta un representant de la distribució. Un dels problemes



Josep E. Dallerès i Codina

que tenim per sortir a l'exterior és el problema de la distribució. Hi ha el problema de la duana, que no arreglarà al meu entendre l'acord d'associació. L'acord d'associació ens deixa exactament igual tal com estem i tocarà continuar fent el mateix. Llavors, si de cas, tocarà d'altres coses, però el tema aquest no el toca. La distribució a dins del cost del llibre representa el cinquanta, el seixanta o el setanta per cent.

Un dels problemes que hi ha, que comentava l'Anna, no estan ni posats a la venda si saps on anar-lo a demanar, el pots adquirir, te'l regalen, és un problema. L'acord d'associació ens deixa com a país tercer i com a país tercer estàs obligat a...

Una altra anècdota de la Setmana del Llibre. Normalment hi ha la compra que fan les biblioteques de tot Catalunya. Als mòduls que porten per comprar, el codi nostre no l'accepten. Només accepten el codi espanyol. Per exemple, sí que les biblioteques volen comprar, però al moment d'entrar el codi no és acceptat. En vam vendre uns quants encara malgrat això, perquè alguns bibliotecaris ens van fer les comandes a mà, perquè van voler comprar els llibres. Ja veurem després el problema, com se situa després.

I quan envies el llibre, en comptes d'arribar a Sant Cugat, arriba a Madrid. Parlo d'un cas molt concret. El llibre a Madrid. Passa per Madrid.

És molt senzill, les empreses andorranes que treballen a Europa, com ho fem?

Han muntat una sucursal a Europa? Els primers són els bancs. La solució és fer una empresa a França o a Espanya. No n'hi ha cap més, de solució. I quan vas a Govern la solució que et donen és aquesta.

Els problemes van començar deu fer uns tres o quatre anys. Pot ser amb un llibre o pot ser amb una altra cosa. Torrons, en lloc d'arribar a Vigo van arribar a Madrid. El llibre meu. Parlo de casos molt concrets. No vol dir que sigui sempre. Això s'arregla agafant el llibre, baixant a la Seu i enviant-lo des de la Seu. Però per mi, no és la bona solució. Com a editor, no puc plantejar aquesta solució. Com a editor només n'hi ha una de solució, que és muntar una empresa a la Unió Europea. La fas a la Seu o la fas a Aix-les-Termes.

Jo actualment estic promocionant l'últim llibre meu a baix. Sé que estic pagant. Acabaré pagant dues vegades l'IVA, per exemple. Quan n'acabem la promoció en sabré el cost real, que per això ho faig. Per poder parlar realment amb coneixement de causa. Ja hi he anat a Govern a explicar més d'una vegada que a mi l'acord d'associació no m'arregla res. Si hi ha un referèndum votaré que no el vull. El mateix problema que tinc jo, em consta que la CEA l'ha denunciat, perquè és el mateix. Llavors dius: potser que ens plantegem a Andorra què volem exactament, si volem continuar així o si s'ha de fer una altra cosa. Si el que s'ha de fer és anar a fer les empreses a l'exterior, la gran majoria és el que estan fent.

Jo en el moment que munto l'editorial, el 2007, és quan deixo la docència, decideixo deixar la política i munto l'editorial. L'editorial la munto, jo diria, amb un cop de cap mal donat i amb una ingenuïtat total que sembla el que ha explicat el Marc abans. Penso a obrir una editorial en català, en francès i en espanyol de base i en anglès per treballar per tot Europa. La idea és aquesta.

El primer llibre funciona molt bé. A més em distribueix a baix Arc de Berà. Tinc la sort que, en el moment que peta Arc de Berà, jo trec el segon llibre, aquest ja no me'l va poder distribuir i vaig tenir la sort, contràriament amb el que va passar a Límits, que com que estava a Barcelona, quan va petar tot vaig poder recuperar pràcticament tots els llibres que tenia allà, cosa que molts

editors no van poder fer. Alguns dels quals encara els tinc a baix. Ja no els vaig tornar a pujar, perquè com que ja havien passat els sis mesos, em tocava pagar. Ja no els vaig pujar.

El segon llibre que no era d'un autor andorrà va ser un autèntic desastre. El fiasco més gros. Em sembla que n'he venut deu o dotze. Vint. Després vaig parar, vaig haver de limitar, canviar el tipus de coses a fer, pensant amb el públic que compra, que essencialment és a Andorra, però per mi la idea és poder treballar fora d'Andorra també. Jo crec que s'estan publicant coses a Andorra que són universals. A mi em costa parlar d'un llibre com a objecte únicament, sembla que és una cosa que com a editor ho has de fer, però a vegades t'arriben coses que dius això és una llàstima no poder-ho publicar perquè aquí a Andorra no és un autor d'aquí i mires d'encaminar-ho d'una altra manera.

L'exemple de Límits era una editorial, i encara és una editorial, que van estar uns anys sense produir, però una editorial reconeguda fora d'Andorra per les traduccions, és a dir, la gent ho reclamava, jo crec que es pot fer. El que passa és que també et canses davant de les traves que hi ha. Anava a la proposta que hi ha hagut en l'àmbit de cultura. Pel que fa als editors hem tingut moltes trobades amb el ministeri de Cultura i arriba un moment que et desesperes. Realment es creu que el que fem és vàlid? Jo crec que no. Ara sortirà, al gener en principi, el sistema de les subvencions a l'edició. Et donen 200 euros per treure-se't del davant. És la impressió que tinc. Si mirem el 2018 la majoria de les editorials no ens hi hem ni presentat. Crec que no hi ha hagut ningú que s'hi hagi presentat, perquè són tants els problemes, el paperam que et demanen de justificacions, has de treballar durant dos dies o tres per justificar 200 euros. Doncs seran tres dinars menys a la setmana. Jo vaig decidir de no anar-hi. Jo crec que si des del Govern realment s'hi creu, i el mateix que és vàlid per la gent que escrivim i ara parlo tant com a escriptor que com a editor, si realment el Govern creu que fem alguna cosa demostreu-ho. La veritat és que la impressió que se'n té és que finalment valen més altres coses que no pas això. Voldria fer una remarca. Dades del pressupost 2018. Quan es mira el pressupost 2018, Cultura nou milions a la ratlla de gairebé deu milions d'euros. Em vaig sorprendre perquè no m'ho creia. Però és clar, llavors em trobo que d'aquests ja n'hi ha tres que són infraestructures. Imagino que són les obres del ministeri. Lloguers, si sumem els lloguers i el personal desapareix pràcticament el pressupost.

Josep E. Dallerès i Codina

La impressió i l'edició de llibres, avui

Stephen Fry, escriptor, director i actor britànic, conegut per la seva ironia i fanàtic de la tecnologia digital, va dir: "Els llibres no estan més amenaçats per Kindle que les escales pels ascensors." Darrere d'aquest tret d'humor típicament britànic, del que es tracta, en realitat, és de saber què cal perquè una tecnologia, un model, un sistema (en aquest cas el llibre electrònic *versus* el de paper) en substitueixi un altre. Com, per exemple, i per no moure's del món del llibre, va passar amb la impremta de Gutenberg *versus* els monjos copistes, a partir de mitjan segle xv. Cal saber que, pocs anys més tard, quan aquest nou tipus d'impremta es va anar estenent per tot Europa, s'imprimia més en un dia del que es podia escriure en un any. I que la difusió massiva del llibre imprès contribuï al desenvolupament de les idees i del coneixement i a l'aparició de la contesta religiosa. Més ràpid, doncs, més fàcil i amb capacitat d'arribar a més gent.

Llavors, si les escales i els ascensors compleixen la mateixa funció –permetre moure's, amunt i avall, entre les diferents plantes d'un edifici– per què l'ascensor, més còmode i més ràpid, no ha fet desaparèixer les escales? Sembla que la prestesa i la utilitat del primer hauria hagut de suposar la desaparició de les segones. I, en canvi, no va ser així. Més aviat tot el contrari. Les escales van passar a fer de *garde fou* davant dels ascensors i de les seves possibles avaries. Servint, sempre, com a segona opció –a vegades fins i tot la primera, per aquell que mira de cuidar, una mica, la salut–, molt més segura que l'ascensor, si es té en compte les vel·leitats que aquest últim pot patir. Però les escales han sobreviscut, també –o sobretot–, perquè, a més de conservar la seva funció original i ser una assegurança sempre vàlida de desplaçament vertical, són, freqüentment, més que un simple element constructiu per pujar i baixar pisos. I que el motiu de la seva pervivència rau, sovint, més enllà de la seva funció primera. Com, per citar alguns exemples, les escales del Sacré-Coeur de Montmartre o les de la torre Eiffel, l'escala de doble hèlix del castell de Chambord, l'escalinata de la plaça d'Espanya a Roma, la triple escala de la Biblioteca Laurenciana de Florència o la de la llibreria Lello e Irmao a Oporto.

Certament, les escales poden ser veritables obres d'art, immortals i insubstituïbles, que cap ascensor o un altre giny similar no podrà mai reemplaçar sense deixar-hi una part de la màgia que aquelles primeres sovint tenen.

I amb els llibres passa el mateix. Un llibre també és molt més que només el suport físic d'una obra literària. Un llibre, abans d'explicar-nos una història –com en el cas d'una novel·la, per exemple–, ens parla. Ens parla als sentits. A la vista, al tacte, a l'olfacte, a l'oïda i, gairebé, també, al gust. Com, per exemple, en el cas dels llibres de Límits, els darrers títols de la qual semblen trets d'una bossa de laminadures. Un llibre té una forma, una aparença, una presència –si més no, sovint abillen els prestatges dels mobles de menjadors i altres estances, cosa que amb lectors electrònics no quedaria tan bé, la veritat–, un disseny, un tacte –ja ho hem dit– una olor, també (importantíssima l'olor dels llibres...), una finor, una elegància, un pes, un gramatge i, a l'interior, un tipus de lletra, més clàssica o més avantguardista, volguda per l'editor o, a vegades, pel mateix autor o autora.

Però tampoc no es tracta, ara, de passar-se de voltes, i confondre, totalment, continent i contingut. Perquè, per més elaborades que puguin ser les parts d'un llibre, sense el cos de l'obra, sense el seu contingut escrit, seria com una ostra sense perla (tot i que no sempre el contingut estigui a l'alçada del continent o de les nostres expectatives). Perquè, a la pràctica –i aquest és un terme clau quan es parla de llibre electrònic–, el que conté un llibre de paper o un de digital és el mateix. És text posat en paper o en una pantalla. O sigui que aquest no



Marc Miró i Batet

és el problema. El llibre imprès i el digital poden ser perfectament complementaris i conviure amb harmonia. Com ho fan escales i ascensors. De fet, com va dir l'escriptor hongarès László Krasznahorkai, "el perill més gran per al llibre imprès no és el llibre digital, és la gent que no llegeix".

Ara bé, dit això, com que les possibilitats de la intel·ligència artificial (IA), en tots els camps, semblen il·limitades, la cosa no es queda en la irrupció dels *ebooks* sinó que, començant a aplicar les possibilitats del que es coneix com a *big data*, és a dir l'accés il·limitat a dades massives del comportament de les persones en temps real fa que la persona que llegeix hagi passat de ser un *simple* lector a un potencial consumidor de contingut cultural (i això és vàlid, també, per a qualsevol altra disciplina artística). Dit d'una altra manera, l'índex de vendes ha deixat de ser l'únic indicador del comportament d'un llibre en el mercat. Avui dia, mitjançant les tecnologies de recomanació, ja es poden descobrir les emocions, els sentiments i les sensacions que un llibre genera als seus lectors, en temps real. I analitzar opinions i comentaris en plataformes, blogs o xarxes socials per saber, per exemple, els dies i les hores de més lectura, quins llibres la gent ha llegit fins al final, els paràgrafs més subratllats o com i amb quin tipus de llibre i personatge han interactuat més els lectors.

Això suposa que la IA pot tenir una influència directa en la creació de continguts culturals. És el cas de Netflix, per exemple, la plataforma de continguts audiovisuals, que va determinar l'enfocament i el ritme de la trama de la sèrie *House of Cards* després d'analitzar el comportament i els gustos dels seus subscriptors per tenir-los en compte a l'hora de produir els nous capítols. La productora Marvel en seria un altre exemple.

En el camp literari, com ja s'ha dit, avui dia existeixen buscadors de llibres (*recomanadors*, en llenguatge més actual però que encara no entrat al diccionari) basats en els sentiments i els estats d'ànim dels lectors recollits en *tuits* i ressenyes que aquestes aplicacions analitzen i utilitzen per fer les seves recomanacions. I les editorials, poc a poc, les comencen a fer servir per fer el seguiment dels seus llibres o els de la competència i també per reforçar la venda en línia. Això no vol dir, però, que les llibreries o els crítics literaris hagin de desaparèixer (com ho van fer, per exemple, la quasi totalitat de videoclubs després de l'aparició de les plataformes de distribució de pel·lícules per internet, tot i que no està clar que no puguin tornar algun dia, com ho estant fent els discos de vinil, per exemple), ni que el llibre electrònic acabi substituint totalment al de paper, com ja hem dit abans. Perquè, a diferència d'aquells videoclubs que no van saber aportar cap valor afegit més enllà de l'estricta lloguer de pel·lícules (excepte, potser, el de poder afegir una bossa de patates fregides o altres *snacks* i algun refresc, però que, pel que es veu, no va ser suficient), les llibreries juguen sovint un rol social i cultural fonamental, irremplaçable, en fer difusió permanent de la cultura literària i generar lligam social. Però sí que probablement hauran d'integrar en l'experiència de recerca i de compra d'un llibre de paper el que avui –i sobretot en un futur pròxim– puguin aportar les noves tecnologies.

Els beneficis d'aquests *recomanadors* són clars: poder conèixer millor la interrelació entre llibres i lectors per promoure la publicació de llibres que més els poden interessar i fer propostes que recullin millor el que desitgen llegir. Així, d'una banda, els lectors poden disposar de més llibres que responen al seus gustos de lectura i de l'altra els editors acoten els riscos a l'hora de llençar nous autors i publicar noves obres, ja que, *a priori*, disposen de més informació sobre el que se suposa que demana el mercat.

Però els perills també són evidents: acabar creant contingut atenent només les suposades demandes del mercat, prèviament analitzades a partir del seguiment del comportament dels usuaris. I ja sabem que el mercat ni ho regula tot, ni té sempre la raó, ni és sempre raonable. Bon exemple del que precedeix seria, fa uns tres o quatre anys, el que va ser el títol número 1

del rànquing de vendes a Espanya, per Nadal: un llibre firmat –que no forçosament escrit– per la senyora Belén Esteban. Si no està del tot clar, en aquest cas, que es pugui parlar, realment, de *contingut cultural*, sí que, de ben segur, aquesta publicació i aquest nivell d'acceptació responien a una demanda clara del mercat que reflectia els alts nivells d'audiència i de popularitat que aquest personatge genera en els *mass media*. O, també, ara fa uns deu anys, la tria de la cançó espanyola –a càrrec, únicament, dels internautes i de l'audiència del canal 1 de TVE– al concurs d'Eurovisió: l'inefable *Chiki-Chiki*. Fórmula d'elecció que la cadena es guardà molt de repetir, en edicions posteriors, pel que fa, almenys, a deixar solament en mans de l'audiència la plena i exclusiva capacitat de decisió. Per tant, crear contingut cultural sobre l'única base de l'anàlisi del mercat i l'atenció de les seves demandes no sempre és el més recomanable. La massificació no és mai una assegurança de qualitat. Sovint, només és una altra manera d'imposar un patró econòmic que, suposadament, parteix de l'opinió de l'usuari final, però que, en realitat, està emprant eines de manipulació del desig (com la compra compulsiva, per exemple) per crear la suposada demanda i, així, acabar maximitzant un model de negoci. És com si, per exemple, en el món de la restauració, es pretengués que el model *fast food* és el referent indiscutible en la preparació i el servei de menjars i begudes perquè directament respon a la necessitat que té un ampli sector de la població mundial –per gust, per manca de temps o de poder adquisitiu– d'haver d'ingerir al màxim d'aportacions calòriques en el mínim temps i cost possibles.

Un consumidor (i un consumidor de contingut cultural no s'escapa de la definició) és –en el món ideal d'un fabricant de productes– algú a qui se li creen necessitats que, fins llavors, no tenia –o no sabia que tenia– i que, a partir d'aquell moment, se li fan indispensables de satisfer. Exemples n'hi ha hagut en totes les èpoques. Alguns de recents serien el mòbil, internet, l'ordinador personal, la televisió, la ràdio, el cotxe, la bombeta elèctrica, el telèfon, i, anant més enrere i portant, segurament, el raonament fins a un cert límit, la roda, la mateixa escriptura o, fins i tot, el foc.

Potser fóra bo ser una mica més vigilants amb aquesta mena de deriva tecnològica de l'anàlisi dels nostres desitjos, tenint en compte que, perquè les dades del *big data* són quantificables i suposadament objectives, després són tothora presentades com a veritat universal. I que aquells que les controlen sempre expliquen que tot està fet pensant únicament en nosaltres i en el que ens convé. Ja que per això s'han pres la molèstia d'analitzar tot el que s'amaga darrere del que opinem, i, que, en conseqüència, saben millor que nosaltres el que ens va bé i el que ens satisfà.

Què caldria fer: no es tracta, per descomptat, d'aturar l'evolució –de totes maneres imparabile– que avui dia permeten les noves tecnologies i que és ben rebuda pels usuaris/consumidors, sinó de no abusar-ne, de no voler *bigdatificar-ho* tot (almenys pel que fa a la cultura, perquè en altres camps les aplicacions de l'anàlisi massiva de dades poden ser certament molt útils, com per exemple en la lluita contra les estafes cibernetiques). No basar la compra d'un llibre únicament en un acte analitzable i previsible que, al final, mata la màgia del descobriment d'un autor i de la seva obra, en reduir-la, tan sols, a un producte de consum més. Del que es tracta es de trobar el millor encaix, la millor manera de fer conviure aquests dos mons, el físic i el virtual, el llibre de paper, per un costat, i el digital i els *recomanadors*, per un altre.

Pel que fa al cas de Límits, després del que precedeix, no sorprendrà a ningú saber que segueix movent-se exclusivament en la galàxia Gutenberg. Resistint-hi des de sempre i avui encara. I que no té intenció, ara per ara, de canviar d'òrbita ni d'incorporar altres maneres d'editar llibres, ni tampoc en la manera de trobar nous autors o títols. És possible que el futur de les editorials pugui –o hagi de– passar per aquí però, des dels seus inicis, Límits ha publicat, gairebé sempre, pel sol plaer de publicar (intentant, això sí, no deixar-hi tampoc masses plomes). I crec que

aquesta és la seva gran força. Poder triar llibres, títols i autors –procurant sempre editar-los amb la màxima cura en la forma i el disseny– pels lectors que busquen obres de la literatura universal de qualsevol cultura –inclosa avui també la nostra–, considerats d'especial interès per la qualitat literària i la temàtica tractada. No és, doncs, únicament una qüestió d'entreteniment. Sinó, també, de compartir vivències, emocions i sentiments –no prèviament analitzats per cap algoritme ni després objectes de campanyes de màrqueting relacional, emocional, digital o el que sigui– perquè probablement això ens fa sentir més vius i potser, també, més humans.

Entrar en alguna llibreria o biblioteca, pública o privada (com la biblioteca de l'Ateneu de Barcelona o la BnF de París, per exemple), és una experiència sensorial incomparable. Per l'atmosfera. Per la visió. Per l'eflavi tan peculiar que solen desprendre aquests llocs. Perquè un està envoltat d'obres, més clàssiques o més contemporànies, poc conegudes o bé universals, de milers d'autors i de gèneres literaris, d'històries, de contes, de novel·les, de títols i de cobertes que busquen atrapar-li la mirada i que, malgrat pogués ser capaç de llegir sense parar 24 hores al dia, es perdria, inevitablement, el 99,9% de totes elles; que passa davant d'escrits que no sabrà mai fins a quin punt valen la pena ser llegits; que desapropitarà milers d'històries que l'haurien captivat fins a la rel de l'ànima. I que això, tot i poder ser, d'entrada, motiu de recança –per no poder llegir tot el que se li presenta–, és també font de plaer. Perquè la frustració desapareix ràpidament quan un s'endinsa en les primeres pàgines de la seva darrera adquisició literària i aquesta l'enganxa des de bon inici. I perquè sap que existeixen milers d'altres obres que també li produiran aquest mateix efecte. No hi ha plaer més delitós... Reivindico, doncs, alt i fort, l'existència i la permanència de les llibreries, de les biblioteques i del llibre imprès com a font inesgotable de riquesa vital i intel·lectual.

Si fer d'impressor, de llibreter o d'editor, en aquest país i en molts altres, és avui gairebé un acte de fe, llavors podem veure el futur amb optimisme, si així ho creiem. Perquè, com ja és sabut, la fe mou muntanyes. I, en aquest cas, hauríem de procurar començar per les nostres.

Marc Miró i Batet

Referències bibliogràfiques

- En els paràgrafs que tracten de la intel·ligència artificial, *El llibre que ve*, article del CCCBLAB de Javier Celaya del 31/01/17.

Jo formo part de la cadena, l'últim esgraó d'aquesta cadena del procés del llibre. Han parlat la impremta, han parlat els editors i al final de tot estem qui comercialitza, qui fa arribar el producte acabat al públic. D'una banda la biblioteca, les biblioteques en general, i d'una altra banda, les llibreries. Jo reprenc una mica la idea que ha dit el Toni al començament, quan ha començat a parlar que el que és important perquè existeixi un llibre és la informació, el coneixement, el saber. El relat que hi ha en un moment determinat, de voler que la gent el tingui. Amb aquest punt de partida, avui en dia i aquí, llavors lliguem amb tots els problemes que estem veient que surten aquí, en una societat totalment canviant, molt ràpida, on la comunicació i on precisament aquesta rapidesa ens crea uns hàbits de lectura que de vegades van més enllà del concepte del llibre que teníem fa vint-i-cinc anys, com tu parlaves, o trenta anys o cinquanta anys o cent anys, ha anat evolucionant. Ha canviat. Per tant avui en dia jo crec que tenim, d'una banda, un tipus de lector diferent que també està en procés de canviar i després, un procés també de la fabricació del format d'aquest llibre, que pot ser en format paper però també pot ser digital o pot ser àudiollibre, que la tecnologia ens està donant i ens està facilitant.

Jo penso que, no sé si el senyor aquest que diu que el llibre no desapareixerà com no desapareixen les escales si hi ha ascensors, no sé..., és una metàfora que és molt maca però una miqueta rara perquè el llibre..., segurament no desapareixerà la necessitat que tenim de comunicar, de transmetre el coneixement, però en aquests moments ens estem adonant que l'edició en format paper aquí a Andorra, jo crec que a més a més som una espècie diferent, no tenim la mateixa tendència dels estats veïns, perquè aquí s'edita moltíssim en paper i la tendència està variant als països veïns. Hi ha aquesta necessitat d'editar i de comunicar, amb el canvi de mentalitat i amb el canvi de model ens porta al fet que, de vegades l'autoedició, l'autor que crea una obra, que la fa, que pensa que la fa, perquè la vol comunicar, en aquests moments l'autoedició ens està portant a un fenomen molt curiós, que és que no passa pel sedàs de l'editor, un personatge importantíssim, una institució importantíssima que fa que el llibre sigui aquest producte acabat que ens arriba a les mans, que és rodó, que està ben escrit, que està ben interlineat, que les pàgines coincideixen, que és fàcil de llegir. Llavors aquest sedàs no es passa.

L'autor publica anant directament a la impremta i amb una mica de sort, si la impremta té una mica de *savoir faire*, hi ha un corrector que ajuda que, com a mínim, no hi hagi gaires faltes d'ortografia entremig. Llavors aquest fenomen de l'autoedició, jo penso que és un fenomen molt, molt important. Per tant, una llibreria, què fa una llibreria en aquest context tan canviant? Per una banda l'objecte del llibre ara s'ha convertit en un objecte de consum que és a qualsevol lloc, que pots anar a comprar un pot de llet i a la vegada agafar l'últim premi Planeta, o sigui el consideres objecte de consum igual que l'altre, què fa una llibreria en tot aquest context?, perquè a més a més amb l'autoedició, que aquests llibres arriben a la llibreria de vegades costa molt, perquè, què passa? Passa que es distribueixen en els cercles d'amics i a través de les xarxes que es comunica.

Doncs en aquests moments nosaltres creiem que s'està donant un fenomen, i això heu d'estar



Anna Riberaygua i Montagut

optimistes les impremtes i també els editors; el fenomen que s'està editant potser molt millor i que s'està creant una qualitat d'edició –no parlo només a d'Andorra, parlo a escala general–, s'està primant les petites editorials a fer productes molt ben fets, molt ben editats, amb molt de paper i en poquets tiratges. Retornem una mica al principi, quan Gutenberg es va inventar la impremta, quan el llibre era al principi un objecte només per a selectes, només per gent selecta. Estem una mica en aquesta tendència. Per tant, de llibre en paper n'hi haurà..., per una banda de cara al futur les llibreries aquí tenim poca opció, ho fem, les llibreries petites ho fem, però és més complicat... Per una banda hi ha l'autoedició, que això fa força mal, però n'hi haurà, les llibreries tindran aquesta, tota aquesta quantitat de material que generen les editorials petites noves, que tenen cura del producte ben acabat, més que primar la quantitat. Llavors les llibreries continuarem fent d'això, de transmissors d'alguna manera d'aquest producte i per una altra banda continuarem fent la nostra feina, que és assessorar. Per una altra banda també cal pensar que jo crec que som una espècie a extingir. Així com penso que les impremtes no, perquè sempre anireu imprimint i els editors tampoc, les llibreries, com a llibreries petites i com a comerç que es dedica només exclusivament a la venda de llibres, és complicat, és molt complex, perquè avui en dia la massificació..., tu compres llibres per internet com qualsevol altre producte. Llavors aquí ja no cal el consell, tu vas directament al que t'han dit les xarxes.

Jo volia dir d'Andorra també un comentari que em sembla molt important. Tu parlaves de la quantitat de llibres que s'editen a l'any i la quantitat d'editorials potencials que hi ha en aquest país, llavors tenim aquí, en aquest país, un fenomen molt curiós, que nosaltres des de la llibreria fa molt temps que denunciem, que són els mecenes ocults de la publicació. Són bancs bàsicament o entitats que publiquen llibres, paguen als autors perquè facin la feina, els publiquen ben editats i se'ls queden ells. Per tant el llibre deixa d'estar en el circuit habitual.

És curiós que ens ve molt sovint gent que ens demana un llibre, no sé què... "Andorra al mercat comú",... no, no, escolti això ha d'anar a un banc a demanar-ho; a un banc? Un llibre no ha d'estar a la llibreria? Aquests falsos mecenes que publiquen ajuden a la publicació, jo crec que s'hauria de fer una reflexió molt seriosa, perquè el que fan és tancar els circuits del coneixement i que també els autors quedin tancats i restringits a la seva àrea de poder, que és el banc o qui paga l'edició del llibre. Crec que aquesta reflexió s'hauria de fer en el futur molt seriosament, sobretot per part dels autors, que com a mínim aquestes entitats que financen llibres i la seva publicació, una part es posi en circuits normals i habituals, perquè així ens arriba a tothom perquè realment és important.

Després, una altra cosa, jo no sé si a Andorra la literatura andorrana o l'edició de llibres a Andorra ha de pretendre ser universal. No ho sé. Jo també poso aquí aquesta pregunta. Universal en el sentit si ha d'existir la literatura andorrana per ser exportable a tot arreu? No ho sé. Com a punt de partida, és bo això? És un objectiu? Jo penso que la literatura andorrana ha de tenir prou qualitat, i si la té, s'han de buscar els canals de distribució perquè arribi a tot arreu. Ja arribarà. El que s'ha de buscar són els canals de distribució reals, perquè la indústria aquesta, aquest llibre, aquest producte acabat, arribi on ha d'arribar. Arribi a França, a Catalunya, a l'estat espanyol o a la Xina i això és el que falla.

En referència a Casal i Vall. Jo voldria dir que l'editorial Casal i Vall va ser importantíssima com una gran central d'edició aquí a Andorra, sobretot per l'autarquia a l'estat espanyol, que no tenia

la tecnologia que li permetia tenir una bona instal·lació per poder editar llibres. L'editorial Casal i Vall està molt lligada a l'abadia de Montserrat. Els frares de Montserrat són els que, d'alguna manera, van impulsar els germans Casal perquè tiressin endavant aquest projecte. Es va arribar a editar una gran quantitat de llibres aquí que passaven a fora. S'exportaven fora d'Andorra com a pasta de paper pels acords amb la duana –Andorra és complexa com a país–. També vull dir una cosa: l'editorial, o sigui l'abadia de Montserrat, lligada a Casal i Vall va començar a editar i no ha parat d'editar ininterrompudament el 1468. Ara que parlem de Gutenberg que fa tants anys, l'Abadia de Montserrat el 1468 i no ha deixat mai d'editar i encara edita en l'actualitat. Un record també per a l'Editorial Andorra, de la mateixa època que l'editorial Casal i Vall més o menys, on aquí l'Editorial Andorra va ser capaç d'imprimir quantitat de llibres que, per culpa de la censura en aquest cas de l'estat espanyol, no es podien editar a baix i es feien aquí a Andorra. Hem de pensar que els primers llibres de Vázquez Montalban, el primer llibre de *Los gozos y las sombras*, tota aquesta gent, es van fer aquí a Andorra. Les primeres edicions, gairebé tota la col·lecció d'Alfaguara, els primers títols es van imprimir aquí a Andorra. Es van fer aquí a Andorra per l'Editorial Andorra i gent com Vázquez Montalban, els primers llibres, els van imprimir aquí, amb pseudònim perquè pogués passar la censura.

Paper de ceba, paper de Bíblia. La tecnologia per poder imprimir això, vosaltres ho sabeu encara millor, és impressionant. Nosaltres aquí tenim llibres de l'editorial Casal i Vall encara que estan impresos en aquest paper. Tu obres el llibre i és un paper de Bíblia fi i no es transparenta. Tècnicament són fabulosos. Com ho feien?

Penseu això. Andorra és peculiar. En aquell temps no es podia treure els llibres. Què es van inventar? Com que podien, els veguers donaven llicència per passar productes de la terra. Doncs es van inventar, el Casal i Vall i també s'ho va inventar el Rebés de l'Editorial Andorra, es van inventar que passaven pasta de paper. És com l'Armada Invencible, allò que van pelar totes les *Hurdes*. Si arriba a ser veritat, ens quedem sense arbres a Andorra. Però passava com que no sortia ni un sol llibre d'Andorra. Mai a la vida, mai. Tot era *pasta de paper*.

(Resposta a la pregunta d'una persona del públic sobre la distribució)

Nosaltres, com a empresa, com a llibreria, fa molt temps que venem per internet. Com Amazon. És públic, pots encomanar els llibres. El problema no és que no es puguin enviar. El problema són les traves burocràtiques d'haver de passar una frontera. No hi ha res que sigui normal. Això passa amb qualsevol producte que surt per la frontera d'Andorra.

És un problema de duana. El problema és més senzill que això. És un problema de duana. Hi ha un acord. Hi ha la Unió Europea i Andorra. Andorra no és a la Unió Europea. Hi ha un acord en què qualsevol producte que surti del territori andorrà ha d'entrar a la Unió Europea. Si tu envies un paquet per correu –abans no passava res però ara, la norma és més estricta–, on és la duana? A Madrid! Si no has fet la declaració de duana quan vas a correus, t'envien el paquet a Madrid. Perquè la duana és a Madrid. I de Madrid avisen el senyor de qui tenen l'adreça i li diuen, “senyor, té un paquet d'Andorra, vostè ha de pagar tant d'IVA”.

Però això és perquè hi ha una duana. No és perquè sigui una cosa rara, sinó perquè Andorra no forma part de la Unió Europea. Nosaltres estem en una plataforma de venda virtual alemanya. Hi hem estat tota la vida. Fa sis mesos ens van dir que se'ns havia acabat, que no ens volien per

qüestions administratives. Jo et poso el meu cas, però és general això, general de la distribució i de qualsevol producte. Qüestions administratives són que Andorra no forma part dels països que poden treballar amb total llibertat. Si volem treballar, hem de passar per la norma, que és passar duanes de sortida d'Andorra, entrada a la Unió Europea i al revés. No és cap misteri, és així.

Les impremtes paguen diners per entrar el paper, és clar.

Aquest és potser un problema de conjuntura política i de l'Estat. En l'àmbit de la literatura, els editors, els escriptors, els editors que feu de filtre i oferiu a tota la gent el producte que després nosaltres venem a les llibreries, si no hi hagués aquestes traves, si Andorra no fos una illa com ho és ara, vosaltres, com veieu la salut del llibre? La creació literària té futur? És exportable la literatura d'Andorra? El coneixement que s'imprimeix a Andorra pot ser universal? Independentment de les fronteres, perquè això algun dia s'acabarà

Jo penso que en el futur ens haurem d'adaptar, perquè se'ns presenta un futur on les innovacions tecnològiques, les que tu deies, són molt importants. Per exemple, en aquests moments tu pots imprimir-te per demanda un llibre. El llibre "Frontera endins" del Dallerès. Ja no faran un tiratge de mil o de cent, o de dos-cents, no. Ara d'aquí molt poc temps l'edició serà sobre demanda. Per tant tecnològicament, l'edició del futur vindrà condicionada per uns avenços tecnològics importants. Per una altra banda, jo penso que sí que hi guanyarem amb el llibre objecte. El llibre maco. El llibre ben fet. El llibre ben editat. I això serà una altra branca que en aquests moments potser havia perdut una mica de pistonada, però que ara ja es comença a veure despuntar. Per exemple, cada cop més hi ha una diferència clara entre llibres que estan editats massivament o per molta gent i tota una sèrie d'editorials que cuiden el producte amb un bon paper –una mica com feia Casal i Vall que dèiem abans–, amb un bon paper, amb una bona edició, amb uns tiratges més curts, on el llibre per ell mateix és un llibre objecte. El llibre maco, que t'agrada llegir-lo. Sigui una novel·la o poesia. Aquí el llibre tècnic ja és diferent, jo penso que en aquest aspecte amb el llibre tècnic, amb la tecnologia, tenim perduda aquesta batalla, penso que potser és normal per estalviar-nos paper. En canvi potenciar aquell llibre objecte, maco, ben editat, amb bon paper, amb cura i tot això, jo crec que aquí sí que tenim un gran futur amb el llibre en paper. Però la tecnologia serà la que ens marcarà, jo crec, en el futur. I que a més a més passarem aquestes traves que estem passant ara de les fronteres, i ser d'un país de fronteres això, a la llarga, s'arribarà a arreglar. No sé si ho veurem. El llibre maco. Es potenciarà el suport en paper maco.

Anna Riberaigua i Montagut