

## L'edició en català pot 'morir d'èxit'

**L**enginyosa frase "Morir de éxitó" pronunciada pel president del govern, Felipe González, també pot ser aplicada a l'edició de llibres en català. En els últims dotze anys l'edició en català ha passat de 1.132 títols publicats l'any 1978 a 4.337 el 1989. Quasi s'ha quadruplicat el nombre de títols publicats. D'altra banda és evident que s'ha produït un fort increment de la demanda en el procés de normalització escolar i social durant aquest període. Això podria fer creure que l'edició en català està en una situació eufòrica o com a mínim molt saludable.

Quan ens trobem els editors en català, els comentaris no són d'optimisme. Pensem que, en general, els exemplars venuts de cada títol nou han baixat en els últims tres anys de manera significativa, fins a plantejar en algun gènere la pràctica impossibilitat de la seva edició.

Recentment han tancat Altorra i Laia, i ha suspès pagaments la històrica Mollí. L'últim dia del l'any vaig trobar-me, a casa d'un notari, un col·lega que va dir-me que havia hagut de fer una ampliació de capital per no tancar. L'any passat no es va fer un projecte entre dues editorials de llibres en català, dels diversos que no van sortir perquè una d'elles tenia un forat important en els seus números.

¿Quines són les causes d'aquesta situació? La resposta primera podria ser que s'ha produït un augment de l'ofertament de llibres en català molt superior a l'augment de la demanda.

Personalment crec que és una afirmació simplificadora, que ens amaga una realitat més complicada i potser més greu. Però per fer un diagnòstic hem de disposar de dades estadístiques. Malauradament no més podem fer interpretacions personals, tòpiques o intuïtives, perquè no tenim, o almenys jo no les conec, dades sobre l'edició en català.

L'única publicació estadística, *Panoràmica de la edició espanyola de llibres*, del Ministeri de Cultura, és àmpliament insu-

ficient, fins i tot per al llibre en castellà, i només esmenta el nombre total anual de llibres en català. No diu el nombre de primeres edicions i el de reimpressions, ni de títols per gèneres, per traduccions, per preus, tiratges, editors, etc.

Hi ha una espècie de memòria anual, d'ús no públic, dels llibres que han tingut l'ajuda de la Generalitat de Catalunya, denominada "suport genèric", que no té valor estadístic, ja que només recull els 709 llibres que el 1989 la van rebre. No crec que els editors, si hi tenen dret, no demanin l'ajut, molt important per a tots, ni que hi hagi molts centenars de títols exclosos dels requisits, lògics, fixats per rebre l'esmentat ajut. Podria ser, per tant, que el nombre de títols nous en català el 1989 no fos superior a 1.500 títols, exceptuats els llibres d'ensenyament.

Busquem la via analògica. En total a l'estat espanyol, el 1989, es van publicar 38.715 títols. Si volem conèixer una xifra més real dels llibres nous que arriben al públic per la via dels editors típics hem de restar les reimpressions, 9.930 títols, i 7.210 llibres editats per les institucions públiques (administracions públiques, universitats, instituts i empreses públiques, etc.) i privades (bancs, caixes, fundacions, empreses, etc.). Desconeixem, i per tant no tenim en compte, el nombre de reimpressions institucionals, però pensem que en deuen ser poques. Encara hem de restar 2.322 títols editats pels mateixos autors al càrrec seu. Queden 19.243 títols nous, acceptant el mètode de càlcul fet pels editors tradicionals.

Segur que l'estructura de l'edició en català és diferent a la del conjunt de l'estat espanyol. Però a falta de dades, si suposem que té les mateixes proporcions, resultaria que dels 4.327 títols publicats el 1989 hauríem de restar-ne 1.107 de reimpressions, 806 d'institucionals i 260 d'autor-editor. Quedarien 2.154 títols nous. Si pensem que dels 1.132 títols publicats el 1978 la proporció de reimpressions i de



Andreu Alfaro

publicacions institucionals i de llibres d'ensenyament era menor, el creixement de l'edició real no és tan espectacular com semblava.

Seria bo saber, d'aquest creixement dels últims dotze anys, quina part se'n va al llibre escolar i infantil i juvenil, i quina al públic en general. La sensació que els nous títols publicats per editors típics no ha variat tant la tenim també seguint els anuncis dels llibres sortits en els mitjans de comunicació. Així, em sembla que els editors que publiquem més de 25 novetats a l'any només són 12 i de més de 100 només n'hi ha un. Hi ha uns altres 50 editors, la meitat dels quals no publiquen ni 10 títols nous l'any.

També seria bo analitzar el pes i el paper que té l'edició institucional, sovint feta amb diners públics, amb molt alt cost amb molt poca justificació i menor difusió. La Generalitat de Catalunya, segons la publicació abans esmentada, ha publicat, el 1988, 190 títols i, el 1989, 171. La Generalitat valenciana, 208 i 271 respectivament. La Universitat de Barcelona, 147 i 118 títols respectivament. L'Autònoma de Barcelona, 112 i 235 el 1988 i 1989. I han publicat elles soles 795 títols el 1989, i hi ha molts més editors institucionals. Atès que la majoria d'aquestes publicacions deuen ser en català, el pes d'aquests editors és important si el comparem amb el dels editors privats.

És urgent que l'administració catalana estructurí un sistema d'anàlisi estadística, o el pacti amb el Ministeri de Cultura de Madrid, intel·ligent i no mecànic, que permeti saber on som i establir una política de llibre global.

Podria ser que el coneixement de la realitat de l'edició en català demostrés que:

- L'edició en català ha de seguir sent marginal i voluntarista, amb molt poques excepcions.
- Que l'edició en català és una edició de peatge i/o subvencionada.
- Que l'edició en català està estancada. (Les xifres oficials són: el 1987, 4.145 títols, el 1988, 4.230, i el 1989, 4.327).
- Que els editors en català depenen dels llibres que recomanen les escoles i els instituts.

En un pròxim comentari completarem aquestes afirmacions i el pes que en l'actual situació tenen el canvi dels gustos del públic, el paper de les llibreries i els quioscos i, fins i tot, encara que sembli contradictori, la mateixa normalització.

Romà Cuyàs

Conseller delegat d'Edicions 62

## Contra el París-Dakar

**C**omencem a ser moltes persones les que a Catalunya desconnectem el receptor de televisió sempre que apareixen les imatges del pretès "ral·li" París-Dakar. I ho fem pacíficament i silenciosa. I ho escampem entre els cercles de familiars i amics/amigues, al lloc on treballem i als llocs on ens divertim. A tot arreu. Perquè estem farts de veure com les institucions del nostre país l'afavoreixen i la majoria de mitjans de comunicació es fan ressò d'aquest trist espectacle.

Ara que ja s'ha posat en evidència que l'anomenat "occident desenvolupat" basa al seu pretès "desenvolupament" en l'espoli de la natura i en la destrucció de les cultures, ens avergonyeix viure en un país on encara es dona importància a la París-Dakar.

Si fa anys la "civilització" europea va iniciar la conquesta d'Àfrica (i d'altres continents) amb la creu i l'espasa, destruint cultures centrals i bastint falsos països amb el nom de "colònies". Si més tard els bens comuns d'aquestes cultures foren saquejats per a crear el benestar de la "civilització" saquejadora, que continua avui amb l'aquiescència de les castes occidentalitzades que governen els ficticis estats-nació sorgits de la descolonització; si avui és encara possible la pretensió de *desenvolupar* països a imatge i semblança dels països industrialistes. Si tot això ha estat i és possible és a causa de la pervivència de sistemes de domini sobre els sistemes naturals i sobre les societats que es basen en criteris diferents als "científic-tecnològics", sistemes de domini que s'han anat interioritzant a les ments de les persones i a les estructures socials com si fossin els únics sobre els quals es pot bastir una societat.

I és en aquest marc on cal situar la París-Dakar, que no és altra cosa que una immensa caravana publicitària molt eficaç, segons les mateixes marques que li donen suport. S'estima que hi ha més de 1.300 marques comercials que entren la cursa com a mitjà publicitari. Els patrocinadors tenen molt clar que es tracta de rendibilitzar al màxim la seva imatge de marca. Hi ho aconsegueixen amb la mateixa complicitat dels mitjans de comunicació: les marques comercials apareixen descaradament al bell mig de les cròniques informatives de la premsa i els reportatges audio-visuals que emet la televisió, es converteixen en reclams publicitaris continus. Així es veu, a casa nostra, la imatge de la *superioritat* de la *civilització* industrialista (basada en el domini sobre la natura i sobre les cultures). Només cal fer

un recompte de les marques comercials que patrocinen la París-Dakar i que, alhora, s'enriqueixen enverinant els sistemes naturals.

Però, la gent que hi participa, ¿per què ho fa? ¿Què és, doncs, el que mou a aquesta gent a participar en curses com aquesta? Alguns investigadors ja han apuntat que la París-Dakar és un dels exemples més evidents dels desequilibris de la societat actual i de la inadaptació a la ment humana de les eines generades per la tecnologia industrialista.

Yves Bernabeu, autor d'*El Procés a la París-Dakar* ens mostra l'analogia que pot haver-hi entre dues eines de la tecnologia actual, la TV i el cotxe: la TV i el cotxe comparteixen un gran nombre de punts en comú. "L'usuari pateix la mateixa solitud en front dels dos artefactes. Tancat dins del cotxe o embadalit per la imatge artificial, experimenta un aïllament físic ben real. Davant la imatge i l'habitable mòbil, es tracta de la separació del conjunt de la realitat. La persona es troba en un estat físic similar. Morfològicament hi ha poques diferències entre la posició del conductor i del telespectador. Un accelerador per a l'acció, un polsador per a la visió, la pantalla és comuna tant a la TV com al cotxe. La velocitat de desplaçament és prou gran perquè el conductor experimenti la impressió d'una realitat que s'abalança sobre ell. Es pot dir que s'assisteix en cotxe a una projecció del món sobre si mateix. O bé, a la TV, és la imatge que desfila amb la tendència als contrastos i acceleracions, fetes al ritme de música de pubs o *clips*, procurant al telespectador una forma de... transport. O bé, en cotxe, és el desplaçament que crea una desfilara analògica d'imatges, encara que el conductor estigui immòbil. Fixant-se en la pantalla i en el parabrisa, el telespectador i l'automobilista són víctimes de la mateixa al·lucinació.

La realitat exterior existeix, encara que els documents visuals no ens la mostrin, encara que els participants reconeixin no veure-la. La realitat són els més de 500 milions d'habitants de les milenàries cultures africanes, la creixent desertització d'amples zones de continent africà, la fam i la desnutrició (140 milions depenen per a la seva supervivència de les importacions de gra forà, ja que la producció ha davallat de 180 kg/persona, l'any 1967, a 120 l'any 1986), els problemes que plantegen les polítiques de "desenvolupament"...

Josep Puig i Boix