Trípodos, número 19, Barcelona, 2006

Influència dels mitjans de comunicació en la difusió i el prestigi de determinats autors

Jaume Vallcorba

Jaume Vallcorba (Tarragona, 1949) és doctor en Filosofia i Lletres per la Universitat de Barcelona, editor de Quaderns Crema i Acantilado, i Acadèmic de la Reial Acadèmia de Doctors. És autor de *Lectura de la Chanson de Roland*; *Noucentisme, mediterraneisme i classicisme. Apunts per a la història d'una estètica*; *J. V. Foix*; *Àlbum Manolo Hugué* (en col·laboració amb Artur Ramon), i del volum Josep Maria Junoy, *Obra poètica*. També ha estat al seu càrrec l'edició de *Lliçó de tedi en el parc*, d'Eugeni d'Ors (1995) i l'edició de l'*Obra poètica* de J. V. Foix en catorze volums.

The article studies the role of visibility in the commercial and intellectual viability of a book or an author and how the mass media can contribute: visibility (though not sufficient in itself), as a necessary condition for survival and influence. All editors are aware of the importance of a review in the literary supplements, and they do what they can to obtain one, but it is extremely difficult to know how much or why this review can have positive effects on visibilty and sales. The cultural sections and supplements have a privileged role, not only strictly in news terms, in the publishing of a new book by lifting it out of the general confusion and uproar.

Es fa pràcticament impossible fer avançar un projecte editorial sense que els llibres del seu catàleg tinguin visibilitat per al lector. Aquesta visibilitat s'obté, en primer lloc, a través d'una distribució adequada, però és molt improbable que cap hipotètic comprador es converteixi en comprador cert si no ha sentit parlar del llibre o de l'autor. És cert que hi ha moments en els quals uns temes adquireixen protagonisme (per la moda o per qualsevol esdeveniment que els doni relleu) i els llibres que s'hi relacionen en surten afavorits fins al punt de poder prescindir de cap mena de publicitat (la visibilitat els ve donada directament pel tema que els ocupa), però aquesta és una circumstància estranya en el conjunt de la vida i les vendes generals d'un catàleg. Podria dir-se que, si es produeix, és com una mena de bitllet de loteria premiat. Però, com sap tothom, la loteria toca poques vegades. I els mecanismes que poden fer que un lector s'apropi a un llibre que li és totalment desconegut tan sols es desencadenen (i mai de manera automàtica) quan el catàleg de l'editorial en el qual s'inclou se li ha fet tan conegut i digne d'aventura que decideix fer-li confiança. No cal dir que aquesta no és tampoc una circumstància gaire habitual. I fins i tot en aquest cas es diria que es fa del tot necessària una presència continuada de novetats del seu catàleg a les llibreries (que és com dir a la imaginació dels lectors). Una editorial sense visibilitat, per bona que sigui, és una editorial morta. No en té prou fent molt bons llibres, sinó que, a més, els ha de fer visibles per poder-los vendre.

En alguns moments he sentit a dir que allò important és, al cap i a la fi, que els llibres bons existeixin, independentment de les vendes, i que per això és desitjable que l'Estat destini uns recursos específics a subvencionar a fons perdut aquelles edicions. Fent-les possibles, l'ingenu creu que ja han complert el seu objectiu cultural, que és que existeixin. De l'existència d'uns llibres determinats, tanmateix, no en deriva tampoc necessàriament cap incidència social. L'única possible influència d'un llibre es produeix quan té lectors, i, per tal que aquests lectors existeixin, cal en primer lloc que sàpiguen que el llibre existeix.

La visibilitat se'ns apareix, en conseqüència, com una condició necessària (encara que no suficient) per a la pervivència i la influència d'un llibre. La publicitat directa pot oferir-la, sens dubte, però sembla difícil imaginar-nos un lector competent que es refiï d'anuncis pagats. Com a molt, aquests anuncis li serviran per saber de l'existència d'un determinat llibre, més enllà del seu mèrit. I és en aquest punt que la col·laboració de la premsa es fa

valuosíssima. En l'absència, a les nostres latituds, del *feuilleton* periodístic centroeuropeu, en especial germànic, ens cal comptar amb els suplements específics (generalment de periodicitat setmanal), per una banda, i en les pàgines de cultura diàries o els articles d'opinió, per l'altra. Seria sensacional poder comptar amb el *feuilleton*, un espai regular en el qual es publiquessin articles de reflexió estètica o literària, poemes, crítiques estrictes de llibres, entrevistes, notícies, fragments de llibres en preparació i breus notícies relacionades amb la música, la literatura, el pensament o l'art. Però aquests *feuilletons*, una mena de suplement periodístic que sempre m'he imaginat, amb justícia o sense, en íntima relació espiritual amb la vida als cafès, tendeixen a fer-se prims i cada vegada de lletra més gran i amb imatges a color (que vol dir amb molt menys text) fins i tot als països que els van veure néixer. Servirien per oferir avançaments de textos en preparació, com a plataforma de debat i diàleg i d'informació general més enllà de les servituds del moment. Avui dia, un espai d'aquesta mena tan sols sembla pensable en les nostres latituds en una revista o en els *blogs*. Ens caldrà pensar doncs en els suplements de llibres per a les ressenyes. Sens dubte, aquestes ressenyes tenen efectes de molt diversa consideració i, en qualsevol cas, molt difícilment avaluables. Tot editor sap quina importància dóna a la publicació d'una ressenya en els suplements literaris, i tot editor fa tot el que pot per obtenir-la, però gairebé tothom amb una mica d'experiència coincidirà amb mi que es fa dificilíssim saber quan ni per quins motius aquesta ressenya pot tenir efectes positius sobre la visibilitat i la venda. En la meva experiència, un llibre relativament modest en els seus resultats inicials com el *Castellio contra Calvino* (*Conciencia contra violencia*) de Stefan Zweig va augmentar molt significativament les vendes després d'una crítica molt favorable firmada per una persona seriosa dedicada a la filosofia, però això no ha de fer creure que tota ressenya favorable escrita per la mateixa persona en el mateix suplement sobre qualsevol altre llibre meritori hagi d'obtenir els mateixos resultats. Perquè, també en la meva experiència, un altre text entusiasta a propòsit d'un llibre alemany del barroc escrita per un dels crítics més influents i reputats del mateix suplement, i a qui se li reconeixen precisament els efectes positius (jo mateix n'he estat testimoni en molt diverses ocasions), no va semblar que generés cap mena de resposta. Més d'una vegada he sentit dir a editors experimentats que l'aparició d'una ressenya en un suplement és tan important per a la visibilitat de la qual parlem, que s'estimaven més que hi hagués la crítica, encara que fos dolen-

ta, al silenci. El silenci, sens dubte, no ajuda gens al llibre del cas, però em sembla que tothom coincidirà amb mi si afirmo que una crítica dolenta pot fer molt mal. ¿Què pot fer més mal? No sabria respondre-ho. La veritat és que no sé què hauria pogut passar si, en lloc d'haver rebut una crítica duríssima, un llibre (qualsevol llibre: no en tinc ara cap de precís al cap) hagués quedat en el silenci dels llims. Si l'autor és conegut, el silenci no li pot fer mal; si és del tot nou, m'imagino que el fa caure en el demèrit i no cal dir que jutjo, en aquest cas, una crítica negativa amb menys comprensió. De tota manera, dubto que sigui possible treballar amb paràmetres avaluadors sobre els quals moure's amb certesa per poder-ne veure les conseqüències, més enllà dels més obvis i elementals del medi en el qual es publica, la mida de la ressenya, el lloc que ocupa a la pàgina del suplement, aquesta mateixa pàgina (parell o senar), la hipotètica il·lustració o fotografia i el nom del crític.

Hi torno: és difícil saber-ho, o, si més no, a mi se'm fa difícil, i no solament per tal com les pàgines dels suplements especialitzats són freqüentades per lectors que ja són compradors de llibres, els quals finalment hi busquen informació complementària. Al límit (i no és tanmateix poca cosa), la ressenya més humil serveix per donar notícia de l'aparició d'un determinat llibre. Importantíssim, per tant, ser-hi, però probablement no amb les mateixes conseqüències que pot tenir aparèixer en qualsevol altra secció del diari, freqüentada tant pels lectors habituals com per aquells que no ho són. La secció de Cultura és la primera que ve al cap de tothom, però no se'n pot deixar de banda qualsevol altra (des la d'Esports fins a la d'Economia, qui sap si encara no més eficaces), i em sembla que el millor de tots els casos possibles són els articles d'opinió, firmats per noms de prestigi reconegut que finalment recomanen un determinat llibre als seus lectors seguint una altra determinada argumentació. Perquè, en el fons, probablement res no és més eficaç a l'hora de comprar qualsevol cosa com una recomanació feta per algú de confiança. (El gran paper dels llibrers en aquest punt es fonamental; d'aquí la importància que de sempre he donat a l'existència de llibreries amb llibrer vocacional. D'ells depèn en gran mesura l'èxit o el fracàs de les propostes arriscades, segons les recomanacions específiques o l'espai que els dediquin a les llibreries, que és una manera d'objectivar la seva recomanació.)

La premsa (en termes específics de projecció, i com tothom li reconeix) té en aquest punt un paper privilegiat, en la publicitació que pot fer, ni que sigui en termes de notícia estricta, d'una

novetat editorial. La subratlla, per començar, en la confusió i la cridòria general. Si es tracta d'un llibre d'un autor conegut, té sens dubte importància, encara que potser en aquest cas el seu paper pugui semblar menys decisiu, per tal com es tracta d'algú que ja és a l'imaginari del seu públic. Però, com dic, mai no subratllaré prou la importància, ni que sigui, de la notícia estricta: en cap cas no serà negligible, més encara en un moment en el qual l'enorme allau de novetats converteix en pràcticament invisible gairebé qualsevol proposta nova (confosa en l'al·luvió que arrossega el corrent). Però el seu paper és fonamental quan el llibre presentat és una novetat radical d'un autor nou o més o menys desconegut. Una notícia de descobriment, diríem. Com en el cas anterior, naturalment, també hi juga un paper importantíssim el dia de la setmana en el qual es publica l'article, si va il·lustrat o no, si va a pàgina dreta o esquerra, l'extensió que se li dedica, si obre o no secció, etcètera. I el to. Però em sembla estar en condicions d'afirmar que, habitualment, una notícia en una pàgina regular del diari acaba tenint una visibilitat (i per tant un efecte i unes conseqüències) de més gran transcendència que la mateixa notícia en una pàgina de suplement. Sembla natural: les pàgines dels diaris són per regla general més llegides que les dels suplements, que sovint acaben a les papereres que hi ha al costat dels quioscs. Quantes vegades no hi trobem els suplements de llibres al costat dels fulls de publicitat encartats en els diaris! De fet, això es fa perfectament verificable en les pàgines electròniques dels diaris amb comptador de visites. El nombre de visitants dels suplements de llibres, per nom i influència que aquests suplements tinguin, és immensament més petit que el de les pàgines regulars del diari.

No crec que bona part de les propostes editorials innovadores dels últims anys hagués estat possible, entre altres components, sense l'ajut que la premsa els (ens) ha proporcionat. Si repasso els retalls que tinc des de la fundació de Quaderns Crema (i, no cal dir, des de l'aparició d'Acantilado, molt més recent) m'adono de com el seu ajut ha estat substantiu per donar-ne a conèixer (i, per tant, a assentar) el programa editorial. Els primers *best-sellers* del catàleg ho van ser en bona mesura gràcies a articles entusiastes publicats a la premsa. En alguns casos, amb llibres tan específics i difícils com el que Salvador Oliva va escriure sobre mètrica. Recordo amb especial estima la pàgina sencera, entre les gravades en relleu de l'antiga *La Vanguardia*, que Francesc Parcerisas va dedicar a la història dels amors desgraciats de Tristany de Leonís i la reina Isolda, un llibre que, si bé a mi m'agradava especialment, no em semblava que

hagués de tenir gaire impacte. Però l'article de Parcerisas va fer que moltes persones que molt probablement no s'hi haurien acostat mai (entre les quals compto la meva carnissera d'aquells anys) ho fessin i no es queixessin gens ni dels temps medievals en què la història es desenvolupava ni del català que hi gastava el traductor de luxe, el poeta Carles Riba. Si aquest llibre és avui un dels imprescindibles del catàleg, estic gairebé cert que això va ser degut a l'espai que la premsa li va dedicar en el seu moment. No puc més que estar-ne agraït.