

FORUM

**E**ditat

**BARCELONA**

**III Trobada anual del llibre i l'edició**  
 «L'energia de la innovació»

**CRÒNICA**

Universitat Pompeu Fabra.  
 Barcelona School of Management.  
 4, 5 i 6 de juliol de 2018

[www.editabarcelona.com](http://www.editabarcelona.com)

---

# Dimecres, 4 de juliol de 2018

---

Obertura oficial

## L'ENERGIA DE LA INNOVACIÓ

Patrici Tixis Pedrosa

---

### “El llibre té grans oportunitats en una societat amb més temps per a l’oci”

---

La tercera edició del Forum Edita va ser inaugurada al Saló de Cròniques de l’Ajuntament de Barcelona amb un discurs de Patrici Tixis Pedrosa, president del Gremi d’Editors de Catalunya, entitat organitzadora de la trobada internacional, junt amb la Universitat Pompeu Fabra, i el seu Màster en edició.

Diverses autoritats van donar la benvinguda al fòrum. Joan Subirats, comissionat de Cultura de l’Ajuntament, va destacar la importància que Edita aculli tota la cadena del món del llibre. “Estem en un moment especialment difícil en el món de la cultura, estem davant d’un canvi d’època, no només és una crisi, el que cal és canviar les preguntes”, va dir el polític, citant Jorge Wagensberg, recentment traspasat.

“El Forum Edita és una oportunitat d’or per seguir treballant al costat dels editors”, va insistir Subirats.

Jaume Casals, rector de la Universitat Pompeu Fabra, va dir sentir una gran admiració per la feina de l’editor, que, segons va expressar, fa possible que el coneixement arribi al lector. De fet, Casals acaba de publicar un llibre, *¿Qué sé yo?*, que indaga sobre la figura de Montaigne, i com l’escriptura pot servir-nos per ser, actuar, viatjar o pensar.

El rector de la Universitat Pompeu Fabra sosté que, malgrat el que normalment es creu, “en el món dels llibres el conservadorisme s’ha transformat en progressisme”.

Patrici Tixis, que ha dirigit Edita al costat de Javier Aparicio Maydeu i Sergio Vila-Sanjuán, va recordar que la civilització, tal com l’entendem avui dia, cavalca a llocs de la innovació des que a Mesopotàmia, l’any 3.500 AC, es inventar l’escriptura.

“La innovació no ens espanta”, va recordar el president del Gremi d’Editors de Catalunya.

Tixis creu que la innovació aporta simplificació i estalvi en temps i energia. “La tecnologia i Internet són els nostres grans aliats, però quan veiem que la meitat del trànsit no és atribuïble a persones sinó a màquines, quan veiem que la pirateria segueix sent una xacra difícil d’eradicar en països com el nostre, quan veiem que

---

la ciberseguretat segueix sent un problema greu i que la seguretat jurídica que hem construït per al món analògic no serveix per al món digital, o quan el sistema impositiu actual produeix greuges comparatius amb un model de negoci digital basat en l'encreuament de dades, és quan hem d'abordar quin marc li volem donar a aquest nou món digital", va explicar el president.

"Hem de ser molt conscients que la innovació ha d'estar associada a valors com el respecte a l'ésser humà, a la seva privacitat i a les regles de joc", va defensar Patrici Tixis.

El president del Gremi va definir el treball dels editors com a "constructors de la realitat quotidiana" i, citant a Bertrand De Chartres, va exposar que l'objectiu és "maniobrar com nans cavalcant a espatlles de gegants".

El temps d'oci tendeix a créixer i cada vegada hi ha una oferta més variada per omplir aquest espai, va dir Tixis, tot i que es va lamentar que "la inversió que realitza aquest país en educació és de les més baixes d'Europa". "Els nostres índexs de lectura estan encara molt allunyats del que ens correspondria com a quarta potència econòmica de la Unió Europea", ha afegit.

No obstant això, Patrici Tixis es va mostrar optimista respecte al futur. "La tecnologia ens permet lluitar per ampliar la base de lectors, i el paper segueix sent l'opció preferida majoritàriament". Pel que toca treballar encara més i millor, segons el president del Gremi, és en "convèncer els que encara no llegeixen" perquè, segons defensa, "la lectura és el millor oci que hi ha al mercat: entreté, forma i millora, gairebé sense adonar-te'n, les teves habilitats d'expressió, de comprensió i d'anàlisi crítica". A més, és una activitat "extraordinàriament econòmica enfront d'altres formes d'oci que hi ha al mercat".

El president del Gremi d'Editors de Catalunya va repassar algunes de les qüestions que Edita volia plantejar-se en aquesta edició: com afronten el futur les llibreries, les biblioteques, les grans editorials o les editorials emergents, i, a més d'altres qüestions, l'estat del mercat editorial a Amèrica Llatina, les noves formes de lectura, i de quina manera països com França protegeixen la seva indústria cultural.

Patrici Tixis va acabar citant Pablo Picasso, que deia que els ordinadors són inservibles perquè només són capaços de donar respostes. El repte de la tercera edició del Forum Edita, centrat en la innovació, era llançar, precisament, les preguntes més precises i útils per a un futur que ja és aquí. ●

---

Diàleg

## QUINS SÓN ELS EIXOS DE LA INNOVACIÓ EN EL MÓN DEL LLIBRE?

Markus Dohle conversa amb Sergio Vila-Sanjuán

---

**“El sector viu el millor moment dels últims cinquanta anys”**

---

Què fa un enginyer industrial al capdavant d'una fàbrica de llibres com és el grup Bertelsmann?, li va preguntar Vila-Sanjuán a Markus Dohle, al mateix Saló de Cròniques de l'Ajuntament de Barcelona. L'alemany, que actualment treballa des de Nova York, va explicar que porta 25 anys en el sector, i que, encara que va començar en la distribució, ha passat per totes les cadenes de l'ofici, cosa que l'ha ajudat a tenir una visió de conjunt.

Penguin Random House és un gegant de l'edició. Té 250 segells editorials i publica cada any 15.000 nous títols.

Dohle, que va dir ser un “fan” de Sant Jordi, perquè “és la festa del llibre més meravellosa del planeta”, coneix bé Barcelona. L'enginyer es va mostrar molt optimista, arribant a afirmar que “el sector viu el millor moment dels últims cinquanta anys, potser dels últims cinc-cents”. És exageradament optimista?

El directiu de Penguin Random House va donar diverses raons per al seu entusiasme. En primer lloc, perquè el mercat internacional ha crescut en els últims anys. A més, segons Markus Dohle, hi ha un model “estable” tant per a la distribució com per a la producció. “El 80% dels nostres beneficis prové de llibres de paper. Això ha estabilitzat el sistema”, va explicar. En tercer lloc, assegura que la quantitat de lectors augmenta cada any. “La població creix, i baixa l'analfabetisme”, va afegir. A més, es va mostrar molt satisfet amb les possibilitats que ha obert el comerç electrònic, que permet vendre llibres durant les 24 hores del dia. “Hi ha una futura generació de lectors, també els llibres per a nens i per a joves han crescut molt”, va assenyalar l'alemany. Finalment, i és una cosa que es va sentir durant tot el fòrum, va posar l'accent en els audiollibres, que, tot i que no són encara massa populars a Espanya, ja són un model de negoci consolidat tant als Estats Units com al nord d'Europa, i, segons el CEO, “ens permet reviure l'experiència primitiva d'escoltar històries”.

Precisament sobre aquest equilibri entre paper i digital, que ara respon a un percentatge del vuitanta/vint per cent, li va preguntar el periodista Sergio Vila-Sanjuán. “L'amenaça no és com es consumeixen les històries”, va contestar Dohle, que va insistir en la importància d'augmentar els ingressos adaptant-se als hàbits del consumidor.

Vila-Sanjuán li va preguntar, també, sobre com estimular la lectura entre els nens, quan la competència amb els telèfons mòbils cada vegada és més evident. També aquí Dohle es va mostrar optimista, ja que, segons el directiu, “els nens no llegeixen tant en digital perquè tot el dia tenen pantalles, i per això tornen al paper”. De totes

---

---

maneres, el responsable de Penguin Random House va recalcar que és vital acostar-se a l'educació per crear complicitats entre editors i professors. “Sabem que llegir i entrar en els personatges complexos ens fa més intel·ligents i més empàtics, més humans”, ha afegit.

Com aborda una multinacional les necessitats i els diferents interessos dels diferents països on treballa? “Tant Penguin com Random eren una comunitat de petits editors, i en ajuntar-se ens vàrem transformar en una gran comunitat de petits editors”, va explicar Markus Dohle, que aposta per “participar en el discurs local de cada societat”.

“Donem poder als nostres equips perquè facin els seus catàlegs cada any”, va assegurar Dohle. “Volem donar suport a la cultura local, i això només pot fer-se sent molt descentralitzats”, va afegir, ja que, segons les seves pròpies paraules, “el món de l'edició per naturalesa no és global, està vinculat a la cultura i l'idioma”. Per això prefereix el terme “multilocal” en comptes de “global”.

Sobre el treball d'editor, el responsable de Penguin Random House va dir que no ha canviat tant com podria semblar. “Des de Gutenberg, els editors han donat suport als autors i, al mateix temps, han intentat incrementar el nombre de lectors”. “Cada nova obra és com una *startup*, en què invertim perquè sigui coneguda ara i durant les properes generacions”, va explicar.

Amazon diu veure'l com un desafiament, reconeixent que ha aportat “molta innovació” al mercat. I, preguntat per la situació a Espanya, Markus Dohle es va mostrar convençut que “hi ha espai per créixer en el món editorial”. A més, va concloure, “el castellà és una oportunitat als Estats Units”. ●

---

# Dijous, 5 de juliol de 2018

---

Presentació de les jornades  
**PANORÀMICA MUNDIAL DE L'EDICIÓ**  
Javier Aparicio Maydeu

---

**“La innovació no és una virtut per a un editor,  
és una obligació”**

---

Javier Aparicio Maydeu, creador i director del Màster en Edició de la UPF, i codirector d'Edita, va adoptar una frase de Jorge Herralde (“Editar és ser un Sísif feliç”) per donar la benvinguda institucional al Forum, al costat de Carme Martinell, directora de la Barcelona School of Management.

“El món editorial és una gran família”, va assegurar el catedràtic, que va desgranar el programa de la tercera edició d'Edita com una panoràmica mundial de l'edició. A més va reflexionar sobre la idea de la innovació en el sector, *leitmotiv* de les jornades.

“La innovació no és una virtut per a un editor, és una obligació”, va dir Javier Aparicio Maydeu, que no considera que l'editor sigui conservador per naturalesa, com moltes vegades es diu. “Innovar és arriscat, i els editors sempre ho fan, acceptant la possibilitat de l'error i aprenent d'això”, va afegir l'expert en literatura espanyola.

Referint-se als punts claus del programa, com la prescripció o el viatge del contingut literari cap a nous formats, Aparicio Maydeu va fer broma sobre alguns aspectes que el Forum pretenia abordar. “Parlar de propietat intel·lectual depèn de què sigui considerat intel·lectual i de què sigui considerat propietat”, va assenyalar.

Citant grans editors de tots els temps, com Roberto Calasso, autor de l'assaig *La marca del editor*, el codirector del Forum va recordar que editar requereix donar respostes, fins i tot abans que l'escriptor sàpiga quin llibre ha escrit i si aquest encaixa en un catàleg o representa un fenomen encara per explicar. ●

---

Ponència  
**L'EDICIÓ EN EL MÓN**  
**Rüdiger Wischenbart**

---

**“Les noves tecnologies han convertit la lectura en una activitat social”**

---

Rüdiger Wischenbart, fundador de Content & Consulting, de Viena, va impartir una conferència durant la tercera edició del Forum Edita de Barcelona en què va matisar, amb diverses dades, l'entusiasme mostrat per Markus Dohle a la sessió inaugural.

“El mercat està baixant encara que augmenti la quantitat de nous títols”, va afirmar Wischenbart, que va qualificar la situació del sector editorial com un autèntic “repte”. “Llegeix més gent a França que a tota l'Índia”, va explicar l'expert, que va assenyalar la discrepància entre “una indústria conservadora i el comportament ràpidament canviant dels consumidors arreu del món”.

“No tots els mercats treballen de la mateixa manera. A l'Índia o el Brasil la no-ficció, com els llibres educatius, ocupen més del 50 per cent de la facturació”. Mentrestant, segons les dades portats per Wischenbart, “les novel·les tenen un percentatge molt petit, per sota del 25 per cent”.

“El mercat cau —va apuntar— però la producció de títols creix”.

A més, segons Rüdiger Wischenbart, “les noves tecnologies han convertit la lectura en una activitat social”, ja no es tracta d'una pràctica realitzada en la soledat del lector habitual.

En la mateixa línia, el consultor assegura que “cada vegada hi ha més gent amb accés a les històries, i són una cohesió social, però això no sempre passa a través dels llibres”. De fet, Wischenbart recorda que “l'ecosistema d'Amazon situa en el mateix espai als llibres i a la resta de productes”.

Per a l'expert, el més important per afrontar aquests canvis en el consum, és construir una indústria més enllà de l'objecte mateix. I posa com a exemple el cas de J.K. Rowling, que va crear la pàgina web de Harry Potter, tot construint així, “com va fer Disney”, tota una indústria de l'entreteniment a partir d'un personatge.

En aquest mateix sentit, va posar com a exemple plataformes com Wattpad, que permet compartir lectures entre una comunitat de milions de persones, els que més poden mostrar el que escriuen, sigui literatura o trucs de bricolatge.

“Els llibres formen part de la producció de continguts multimèdia”, va dir Wischenbart, que va explicar que Netflix i Amazon treballen “amb molta gent buscant històries per als seus productes”.

Preguntat pel públic, Rüdiger Wischenbart assegura que ell no invertiria en llibres, però sí “en històries i en autors”. El consultor no creu que el llibre en paper desapareixerà, el que s'haurà de veure, durant els propers anys, és quin equilibri entre formats perdurarà. ●

---

Ponència  
**UNA VISIÓ DE L'EDICIÓ A EUROPA**  
**Luigi Spagnol**

---

**“Un llibre que no es ven és un llibre  
que es redueix a un assumpte privat”**

---

Luigi Spagnol, vicepresident del Gruppo Editoriale Mauri Spagnol i Duomo Ediciones, va explicar la seva experiència en el sector a través d'una estructura empresarial que, tot i que té un origen familiar, ha aconseguit grans xifres a Itàlia, arribant a publicar al voltant de 1.500 llibres anuals, venent prop d'un milió d'exemplars, i apostant per uns 200 nous autors cada any.

“El nostre model combina llibertat i responsabilitat”, sosté Spagnol, que fomenta una organització empresarial que sigui flexible i conegui tots els problemes i dificultats del grup. “La direcció editorial ha de tenir accés directe a tots els departaments”, ha defensat durant la seva ponència.

“Un llibre que no es ven és un llibre que es redueix a un assumpte privat”, va dir Luigi Spagnol, que recorda que una editorial és una empresa que, a més d'altres qüestions, busca beneficis econòmics. En aquest sentit, va explicar que el grup es finança “únicament” amb els llibres que venen.

Els editors volen vendre llibres, sí, però també els autors. “Mai he conegut un escriptor que no vulgui vendre el seu llibre”, va explicar Spagnol, encara que va reconèixer que “no és l'editorial la que fa els llibres, són els llibres els que fan l'editorial”.

És per això que l'editor considera fonamental estar molt atent al que els lectors reclamen. “Construir la identitat d'una editorial és com navegar a vela, cal saber cap a on anem, però també cal aprendre a seguir el vent”, sosté. “Com més petita és una editorial, més important és tenir una identitat clara”, insisteix Luigi Spagnol.

“Hi ha una manera d'entendre els llibres que és europea, on l'autor és el protagonista”, va explicar l'editor italià. “Creiem més en el treball individual dels escriptors que en la tasca dels equips creatius i a seguir receptes per a l'èxit”. Spagnol afirma que cal deixar-se portar per la curiositat i l'entusiasme, i no tant pels grans plans d'explotació empresarial. “Tota la història editorial s'ha fet amb títols impredecibles”.

En aquest mateix sentit, amb aquesta visió europea, va afirmar que “la innovació en la indústria editorial no la fan els editors, la fan els escriptors”.

No obstant això, Luigi Spagnol va recordar que, encara que ell forma part d'una segona generació dedicada al sector, “no es neix editor, cal aprendre l'ofici”, encara que “ajuda viure tota la vida envoltat de llibres”, ha matisat.

L'audiència li va preguntar per l'èxit que estan tenint els audiollibres en altres països, i si és extrapolable a Itàlia o Espanya. Spagnol es va mostrar favorable a estudiar-ho en profunditat, tot i que no dubta a insistir que “la lectura és una experiència perfecta, a la qual no li falta res”. ●

---



---

Diàleg  
**L'EDICIÓ A AMÈRICA LLATINA**  
Ricardo Cayuela i Guillermo Schavelzon

---

**“Si Barcelona renuncia a la literatura en espanyol  
com una cosa pròpia, cometrà un gran suïcidi cultural”**

---

El periodista Toni Iturbe, encarregat de presentar totes les taules de debat, va donar pas al diàleg entre Ricardo Cayuela, director editorial de Penguin Random House a Mèxic, i l'agent literari Guillermo Schavelzon, que van abordar l'estat de l'edició a l'Amèrica Llatina.

“Tota anàlisi depèn no només de la informació, sinó del punt de vista”, va recordar Guillem Schavelzon, per assenyalar que el 60% dels llibres traduïts del món són d'origen anglosaxó i, des d'aquesta perspectiva, “Espanya no és un país central en el món editorial”.

No obstant això, Schavelzon va dir que, si ens centrem en el mercat espanyol, Espanya es presenta com el gran protagonista del sector editorial. Segons les dades de l'agent, ocupa el 65% del total, seguida per Mèxic (amb un 14%) i Argentina (amb el 11%). Llavors sí, “la presència del llibre espanyol a Amèrica Llatina és enorme” mentre, assegura, “la presència d'editorials llatinoamericanes a Espanya és absolutament marginal”.

L'època d'or de l'edició a l'Argentina o Mèxic, entre 1930 i 1950, “responia a un efecte secundari (la dictadura de Franco), no a una estratègia editorial”, va argumentar Guillermo Schavelzon, que culpa la inestabilitat política de les últimes dècades, “a més de les restriccions a les divises amb què comprar drets d'autor”, de l'actual situació del mercat editorial llatinoamericà.

Per la seva banda, Ricardo Cayuela considera que “els autors d'Amèrica Llatina no accepten la neutralitat d'un altre país llatinoamericà, per això Barcelona pot seguir sent capital del sector en llengua espanyola. El mexicà mai mira cap al sud, i això és la seva pròpia ceguesa”.

Va ser Cayuela qui va treure el tema més polèmic, en preguntar-se si Barcelona vol ser la capital editorial del llibre en espanyol, o prefereix, segons les seves paraules, “convertir-se en un parc temàtic”.

Amb una clara al·lusió al moment polític que es viu a Catalunya, Cayuela, que és descendent de Lluís Companys, va llançar un clar advertiment a l'auditori: “Si Barcelona renuncia a la literatura en espanyol com una cosa pròpia, serà un gran suïcidi cultural”.

Schavelzon defensa, al seu torn, que “el conflicte català no pot paraitzar Barcelona com a capital de l'edició en espanyol” perquè, segons l'agent, “el que perdi Barcelona no se l'endurà Madrid, se l'emporten els xinesos”.

---

---

Ricardo Cayuela recorda que va ser Carmen Balcells qui “es va inventar l’ofici d’agent mentre el practicava” i, al costat de l’olfacte de Carlos Barral, va ajudar a descobrir els autors llatinoamericans, també, a l’Amèrica Llatina.

“La innovació no pot arribar sense un gran coneixement de la tradició”, ha conclòs Schavelzon. ●

---

Conversa

## LA MIRADA DE L'AUTORA

Almudena Grandes conversa amb Toni Iturbe

---

### “Un editor és fonamental per a un escriptor perquè la nostra feina és molt solitària”

---

Abans del dinar va arribar el torn d'Almudena Grandes, que va conversar amb Toni Iturbe sobre la seva relació amb els llibres i els editors. Durant l'entrevista, l'autora va recordar la primera lectura que li va crear un gran impacte, una edició per a nens de l'*Odissea* que li va regalar el seu avi per a la seva primera comunió. “Vaig sentir per primera vegada que jo era la protagonista”, va dir l'autora d'*Atlas de geografia humana*.

“Tots ens hem sentit sols, desarmats, i hem volgut tornar a casa com Ulisses. És d'una gran modernitat”, va afegir Almudena Grandes, que considera que d'aquesta lectura li ve l'interès pels herois que dubten i tenen por.

Almudena Grandes, parlant de la seva formació com a lectora, també va defensar els valors ètics de les novel·les d'aventures, des de Robert Louis Stevenson passant per Julio Verne, i com constitueixen una gran eina per als adolescents. “El territori de la literatura és l'emoció”, va insistir l'escriptora.

La relació amb els editors, en el cas de Grandes, és realment inusual. L'autora va guanyar el XI Premi La Sonrisa Vertical amb la seva primera novel·la, *Las edades de Lulú* (1989), que després seria portada al cinema per Bigas Luna. A partir d'aquesta primera publicació mai ha canviat d'editor, i ha publicat tots els seus llibres amb Tusquets, en una relació que ha mantingut durant trenta anys, primer amb Antonio López Lamadrid i, més tard, amb Juan Cerezo.

“Un editor és fonamental per a un escriptor perquè la nostra feina és molt solitària”, va explicar Almudena Grandes, que afirma que l'editor acompanya l'autor en els moments de més incertesa, quan necessites, segons va explicar, tenir algú a l'altra banda del telèfon.

“La lleialtat és una pista de dues direccions, entre escriptor i editor, però també entre editor i escriptor”, va respondre Grandes quan li van preguntar per la seva inusual fidelitat a un mateix segell.

No obstant això, no va dubtar a criticar el que pateixen altres companys, i els escriptors més joves, que massa vegades veuen com els seus drets són vulnerats. “A Espanya encara hi ha molts autors que cobren menys del 10%”, es va lamentar.

També va abordar Almudena Grandes la relació del feminisme i la literatura, avui en el punt de mira d'editorials i periodistes. Tot i que reconeix que és un bon moment en aquest sentit, considera que “hi ha una tendència enorme a rescatar escriptores del

---

---

passat” quan, al mateix temps, en els catàlegs de les editorials més importants no hi ha massa escriptores actuals.

“Els escriptors innovem sense adonar-nos-en”, va contestar Almudena Grandes a una pregunta del públic, i va fer broma amb la possibilitat de portar a la gran pantalla la seva sèrie de novel·les *Episodios de una guerra interminable*. “El capitalisme espanyol no està molt per la labor de fer sèries amb els meus llibres”, va dir. ●

---

Ponència

## DISRUPCIÓ CREATIVA, LLIBRES I BULLIPEDIA

Ferran Adrià

---

### “El *Darth Vader* de la innovació, el costat fosc del qual ningú en vol parlar, és l'eficàcia”

---

El plat fort de la tarda va arribar amb la ponència realitzada pel prestigiós cuiner Ferran Adrià, que va ocupar l'auditori de la Barcelona School of Management per parlar de creativitat, innovació i models de negoci.

El de l'Hospitalet de Llobregat, que va tancar el 2011 el seu restaurant per convertir El Bulli en una fundació, va explicar que al llarg de la seva carrera ha publicat més de 40 títols, i que ell mateix es va formar amb un clàssic dels manuals de cuina, un llibre titulat *El práctico*.

“Adaptar un model de negoci que funciona no és innovar, la innovació ha d'obrir camins” va repetir en diverses ocasions el cuiner, ara també docent a la Universitat de Harvard, que considera que un mateix ha de preguntar-se sobre què és el que està buscant amb el seu treball. “El noranta per cent de negocis són adaptacions, i això és negatiu. Un ha de saber què vol fer”, ha insistit.

Adrià va parlar de les diferències entre crear i innovar. “La majoria de patents no serveixen per a res. Idees en tenim tots. Allò difícil és que algú te les compri. Les receptes màgiques no existeixen”, va afirmar, a més de defensar que “no s'ha de regalar res”. “Aquest és el gran error que va cometre la premsa, i encara està pagant les conseqüències”, va afegir.

“Si algú vol saber què és la innovació ha d'anar al Japó, un món extraterrestre per a nosaltres”, va dir Adrià.

“El *Darth Vader* de la innovació, el costat fosc del que ningú en vol parlar, és l'eficàcia”, ha afirmat Adrià, que sosté que “oferir qualitat i ser eficient és el primer”. Segons el prestigiós cuiner, “no som eficients perquè no estem connectats. L'ego i la vanitat ens ho impedeixen”.

Adrià ha suposat un canvi de paradigma en la cuina catalana, espanyola, europea i mundial. No obstant això, recorda que ser el més innovador té els seus riscos, i cal acceptar-los si es pren aquesta determinació. “L'avantguarda és qui va primer en la guerra i està disposat a que el matí perquè altres tinguin un camí més amable”, va arribar a dir de la seva experiència a El Bulli.

“La primera activitat humana és la cuina, ho diuen tots els antropòlegs”, defensa Ferran Adrià, que va fer un repàs per la seva singular bibliografia, des del seu primer llibre publicat el 1993 (ara de culte, amb un valor a Internet que supera els 1.500 euros), *El Bulli, el sabor del Mediterráneo*, passant per *Los secretos de El Bulli* (1998)

---

---

o els quatre toms que conformen el projecte editorial *elBullibooks* (2002), compost per més de set mil pàgines.

El seu últim projecte és el film *El Bulli, historia de un sueño*, un documental realitzat a partir de centenars d'hores de gravació, i en el qual es narra com el rentaplats d'un restaurant desconegut va esdevenir el cuiner més influent del món.

Adrià considera que plataformes com el Google Arts & Culture són un bon reflex del que es pot fer amb les noves tecnologies. Des de la fundació que lidera, estan intentant respondre a la pregunta sobre com s'ordena el coneixement. D'aquí neixen projectes com *Sapiens*, una web que barreja la teoria del pensament sistèmic, el mètode Montessori, la teoria del Bloom, o la intel·ligència artificial.

“Per tornar a crear volia comprendre, i això es fa connectant coneixement, replantejant l'*statu quo* i les pròpies creences”, afirma Adrià. I torna al tema de l'eficàcia. “Cal vendre contingut. Per trobar la forma de monetització cal sortir del sistema”, insisteix.

El públic, a través de correu electrònic, li preguntava a Ferran Adrià com fer sostenible un model de negoci basat en la innovació. El cuiner més famós del món, irònicament, va respondre que “el problema no són les preguntes, són les respostes”. ●

---

Taula rodona

## EDITORIALS EMERGENTS

Eugènia Broggi, Montse Ingla i Diego Moreno

---

### “Hem transformat el màrqueting en complicitat”

---

La següent taula rodona del Forum Edita va convocar les catalanes Eugènia Broggi, propietària de L'Altra Editorial, Montse Ingla, directora d'Arcàdia, i el madrileny Diego Moreno, responsable de Nørdica Libros.

Va obrir el debat Eugènia Broggi, que, acudint a una de les seves primeres experiències laborals, va explicar que ser lectora editorial d'Anagrama li va servir “per distingir entre el gust i el criteri”.

Broggi, que després va treballar per a grans segells en català, va ser contundent amb la forma en què algunes editorials intenten vendre els seus llibres. “El concepte de pla màrqueting és, en realitat, una fal·làcia”, ha sostingut. “La passió és important per als editors petits. El veritable màrqueting és la convicció”, defensa la responsable de L'Altra Editorial.

“No es pot treballar amb apriorismes amb segons quins llibres”, diu Eugènia Broggi. Una cosa semblant pensa Montse Ingla, que va començar el seu camí independent, després de molts anys treballant per a grans grups, publicant a Arcàdia *La idea d'Europa*, el llibre de George Steiner, una conferència de menys de 50 pàgines que va ser tot un èxit editorial.

“Hem transformat el màrqueting en complicitat”, diu Ingla, que sosté que la seva tasca s'assembla molt a l'artesania, “perquè toquem amb les mans tot el procés”.

“L'artesania és el més innovador que tenim”, insistirà la directora d'Arcàdia.

Per la seva banda, Diego Moreno ha explicat que Nørdica ja té 12 anys de vida i que acumulen 300 títols. “A més de passió es necessita coneixement, i la formació ha de ser teòrica i també pràctica”, argumenta el jove editor.

“Una editorial és una empresa, i cal no oblidar-ho”, reconeix Moreno. “Tenia clar que la promoció havia de ser directa, i vaig recórrer les principals llibreries del país”, explica el responsable de Nørdica, que es mostra optimista respecte a un sector que considera de gran qualitat. “A pocs llocs es tracta tan bé l'objecte, el llibre, com a Espanya”, ha sentenciat. ●

---

Diàleg

## EL FUTUR DE LES BIBLIOTEQUES

Lluís Agustí, Ramon Bosch i Carme Fenoll

---

### “Les biblioteques han d'estimular la creativitat i facilitar el treball en equip”

---

La vida del llibre està formada per molts agents. El següent debat es va centrar en el paper de les biblioteques. Ramon Bosch, gerent de Biblioteques de Barcelona, va explicar que a la capital catalana s'estan construint, ara mateix, tres nous centres, i que hi ha un pla d'innovació tecnològica per modernitzar tots els espais.

“Els models de biblioteques es fan per agregació, no hem deixat de fer el que fèiem, però hem afegit projectes”, va explicar Bosch, que reconeix que les noves tecnologies ja formen part de les biblioteques i, per això, “hem de pensar com sumar-les a la nostra oferta”.

Aquesta transició que la revolució digital ha imposat a les biblioteques, segons Bosch, obliga els responsables a “garantir la formació dels bibliotecaris i facilitar les eines necessàries perquè els usuaris accedeixin al coneixement”.

Ramon Bosch va aprofitar l'ocasió per explicar el projecte de BiblioLab, una mena de laboratori que cada biblioteca de Barcelona posarà en marxa segons la seva especialitat. “Hem d'estimular la creativitat i facilitar el treball en equip”, va insistir el gerent, tot i que reconeix que s'equivocarien si entressin en una competència amb els centres cívics.

Carme Fenoll, exdirectora del Servei de Biblioteques de la Generalitat de Catalunya, considera que “les biblioteques escolars haurien d'estar més ben dotades perquè són el primer contacte amb els llibres”.

L'ús de les biblioteques, indiscutiblement, s'ha transformat molt en els últims anys. “Fa 20 anys el silenci era la norma, avui hem superat moltes prohibicions”, va explicar Fenoll, que va arribar a dir que, per arribar a nous públics, “potser hauríem d'haver construït més biblioteques prop de zones comercials, i amb bars a dins”.

“Fins que els joves no siguin els protagonistes de les seves biblioteques, alguna cosa estarà fallant”, ha insistit Fenoll.

El professor i director de l'Escola de Llibreria de la Universitat de Barcelona, Lluís Agustí, considera que “tenim massa por quan parlem del futur de les biblioteques”. “El futur el tenim darrere, i només des del passat podem fer una certa projecció”, considera.

Agustí va explicar que a Texas ja hi ha dues biblioteques sense llibres. Per això, com Bosch, creu que cal que ens preguntem sobre la funció actual de cada entitat, i

---



---

els avantatges i perills del pas de l'ús cultural a l'ús social. “La biblioteca és un lloc d'acollida. Però no es pot confondre amb un centre cívic”, va afegir.

“La biblioteca sobreviurà només si té un sentit i, per trobar-lo, cal encomanar el virus de la lectura”, segons Lluís Agustí, que reconeix que cada usuari té una necessitat diferent, i el repte és adequar-se a totes les demandes. ●

---

Taula rodona

## NOVES LLIBRERIES

Eva Cosculluela, Montse Serrano i Jesús Trueba

---

### “El plaer del lector ha de començar quan entra a la llibreria”

---

“La personalitat d'un llibreter es demostra en la selecció de novetats”, això és el que pensa Eva Cosculluela, responsable de la llibreria Los Portadores de Sueños, de Saragossa, que al costat de Montse Serrano, de +Bernat (Barcelona) i Jesús Trueba, de La Buena Vida (Madrid), van conversar sobre els reptes de competir amb les grans cadenes.

Los Portadores de Sueños, que va obrir al públic fa 13 anys, té un fons de 15.000 títols i ofereix una àmplia programació cultural, entre exposicions i presentacions de llibres. “El plaer del lector ha de començar quan entra a la llibreria, un lloc en el qual passin coses”, explica Cosculluela.

“Els editors independents fan bé de no deixar la promoció dels seus llibres a mans de ningú, és un bon consell per a algú que comença”, va afegir la llibretera, preguntada pel públic.

Per la seva banda, Montse Serrano va explicar la seva experiència al capdavant de la llibreria +Bernat des que el 1978 es va fer càrrec d'aquest establiment de barri just quan estava acabant els seus estudis de periodisme.

“El llibre es ven un a un, i el client es fa un a un”, assegura Serrano, que, des de la intuïció, el primer que va fer en quedar-se la llibreria va ser posar dues cadires perquè els clients se sentissin a gust consultant les novetats. Aquest ambient de tertúlia, que neix en aquest moment, és el que ha marcat un local que s'ha convertit en emblemàtic.

També va voler destacar la importància d'atendre amb un somriure. “Anem a comprar a les contentes”, explica que deien alguns clients.

En plena crisi econòmica, el 2009, decideix ampliar el negoci amb un local veí, que era el d'un sex shop que havia tancat. “És la primera vegada en la història que un negoci del llibre desplaça un negoci del sexe”. Incorpora, també, una cafeteria. L'ampliació de socis (entren 55 petits inversors) dona un tomb a la llibreria, sobretot quan una de les sòcies, la periodista Mercedes Milá, comença a promocionar la llibreria a la televisió. Avui, aquelles dues cadires s'han convertit en 80 seients en els quals prendre un te mentre fulleges les novetats editorials.

Poc després de la reobertura, l'escriptor Enrique Vila-Matas es trasllada al barri (+Bernat està situada prop de la plaça Francesc Macià, al carrer Buenos Aires) i converteix Montse Serrano, literalment, en un personatge de ficció en la seva novel·la

---

---

*Aire de Dylan.* “+Bernat, des de llavors, també és un lloc de peregrinació de lectors vila-matians”, explica la llibretera.

Jesús Trueba, que té la seva llibreria al centre de Madrid, afirma que “cada llibreter independent és un boig, i això cal posar-ho en valor”, encara que reconeix que “el sector tendeix a unificar, i és difícil mantenir-se com una cosa diferent”.

“Quan les petites llibreries només ens centrem en el valor quantitatiu, com si fóssim grans cadenes, estarem començant a acceptar la derrota”, argumenta el responsable de la llibreria La Buena Vida. ●

---

Sopar  
**UNA EXPERIÈNCIA DIFERENT**  
Alfons Cornella

---

**“El gran repte és decidir com eduquem per a diferenciar-nos de les màquines”**

---

La segona jornada del Forum Edita va acabar amb un sopar molt especial. El mestre de cerimònies va ser Alfons Cornella, fundador i president d'Infonomia, especialitzat en la gestió intel·ligent de la informació.

El sopar, servit pels joves restauradors de Privat Events, va ser elaborat al voltant de quatre paraules que, segons Cornella, estan canviant ja el món.

El primer concepte escollit per Alfons Cornella va ser el de *complexitat*. “No és el mateix ser complex de ser complicat. Significa no ser predictable. I avui tot està relacionat amb tot, però poques coses són predictibles”, argumentava l'expert en innovació, que ha escrit més de 20 llibres sobre ciència i tecnologia.

Què és ser humà?, es pregunta el consultor. “El gran repte és decidir com eduquem per diferenciar-nos de les màquines”, insistirà durant el sopar Cornella, que assegura que està desapareixent la relació de causa i efecte.

“El preu de la certesa es basa en la cessió de llibertat”, segons el creador d'Infonomia.

La segona paraula escollida per Cornella va ser *generacions*. El consultor aposta per una necessària hibridació entre persones de diferents edats per aprofitar millor el coneixement, i va posar en valor la idea de mentor, ja que “les noves generacions necessiten algú amb experiència”.

Aquestes noves generacions, des dels millennial als zeta, es diferencien per la seva llibertat de moviments, ja que molts d'ells no estan lligats a hipoteques, i perquè consideren els seus amics com la seva família.

Cornella va proposar Àsia com la tercera paraula de la nit, ja que serà el continent capaç de “crear una nova forma de democràcia” en un futur no molt llunyà, segons el consultor. Mentre Occident no ha mantingut una relació de confiança amb els seus òrgans de poder, des del govern als mitjans de comunicació, Orient pot reinventar un altre tipus de relacions amb les seves autoritats.

Alfons Cornella va tancar la vetllada amb el terme *experiment*, paraula clau per entendre l'actualitat. “El que defineix la ciència és l'experiment”, va insistir, en un món que ens convida, segons el consultor, a “pensar amb les mans”. ●

---

## Divendres, 6 de juliol de 2018

---

Ponència  
**L'EXCEPCIÓ FRANCESA**  
Vincent Monadé

---

### “Amazon és un destructor de valors”

---

Una de les ponències més esperades del Forum Edita va ser la de Vincent Monadé, president del Centre National du Livre, una mena de Ministeri del Llibre a França. El gestor cultural francès, autor de *Cómo hacer leer a los hombres de tu vida*, va explicar com durant la Resistència ja es van començar a crear les xarxes de suport a la cultura que avui dia marquen una agenda política proteccionista que és l'enveja del sector a Espanya.

Va ser el 1981, però, quan la legislació canviaria les regles de joc de veritat. Amb la Llei Lang s'estableix el preu únic del llibre, idea copiada després en molts altres països, i que ha impedit la destrucció de les llibreries.

“Amazon és un destructor de valors”, ha assenyalat Monadé, que sosté que l'Estat està obligat a protegir tots els protagonistes de la cadena del llibre perquè el sector mantingui una bona salut. Fins i tot quan el govern ha d'enfrontar-se als seus socis europeus. “El nostre suport al llibre digital, que té un IVA del 5%, suposa un conflicte obert entre França i la Unió Europea”, va explicar.

França ha arribat a aprovar una Llei Anti-Amazon per regular la gratuïtat de les despeses d'enviament de la companyia nord-americana i garantir, així, que no està fent una competència deslleial a les llibreries petites i mitjanes del país.

Per combatre aquest desafiament, més de 300 llibreries de París han llançat una aplicació mòbil amb la que, amb un simple clic, pots consultar l'estoc de cada establiment i reservar el llibre a la llibreria.

En tot cas, Monadé sosté que “el repte dels llibreters no és ser la competència d'Amazon, sinó guanyar terreny al voltant dels seus lectors”.

Monadé es defensa d'aquells que acusen França de ser dirigista en les seves polítiques culturals. “El mercat funciona, la nostra intervenció com a molt és keynesiana, i serveix únicament per donar suport a les parts més vulnerables de la cadena”, va afegir.

De fet, diu Vincent Monadé que la intervenció en el mercat “es basa en implementar les bones pràctiques”. A més, la gran xarxa de festivals al llarg del país, que en un

---

90% són finançats pels municipis, ajuda a que els autors puguin viure del seu ofici, escriure. “Els autors han de cobrar per la seva participació en els debats, no són actes de promoció”, va assegurar, explicant que hi ha una tarifa regulada per a això.

El polític va explicar que s'està estudiant la manera de què l'autor cobri, també, per les vendes dels llibres de segona mà, potser a partir d'un impost especial.

Tot i la lloada política cultural francesa, el president del Centre National du Livre va dir que el futur del llibre a França també està en perill. En primer lloc, per la presència desafiant d'Amazon, però també perquè s'estan perdent els grans lectors (“els que llegeixen més de 20 llibres a l'any”). Però, sobretot, el risc està en la innegable transformació en les formes d'oci (“amb Internet, les sèries i els videojocs, cada vegada hi ha més competència”) i en què “la facultat de concentració ha baixat”.

“Internet és una revolució copernicana, i el llibre està en perill”, assegura. El futur del llibre és ombrívol per a Monadé però, al seu torn, les diferents parts de la cadena es retroalimenten, conscients de la importància que cap es quedí enrere. “Els grans grups editorials estan donant suport econòmicament a les llibreries”, diu el polític francès, en un país en què ja hi ha més de 2.500 establiments dedicats a la venda directa de llibres.

“Tenir llibres a França és senyal d'èxit social”, diu Monadé, que considera que, en aquesta línia, “la llibreria necessita convertir-se en una zona d'experiència”. “Si penseu que la cultura és cara, proveu la ignorància”, va concloure el president del Centre National du Livre. ●

---

Taula rodona

## MERCAT ÚNIC DIGITAL I PROTECCIÓ DE LA PROPIETAT INTEL·LECTUAL

Daniel Fernández, Luis Elías i Enrico Turrin

---

### “El món de la cultura té com a base el dret d'autor”

---

Luis Elías, secretari general del Grup Planeta, i Enrico Turrin, subdirector i economista de la Federació d'Editors Europeus, van protagonitzar una taula rodona, moderada per Daniel Fernández, president de la Federació de Gremis d'Editors d'Espanya, que va tractar la necessitat de protegir el dret de la propietat intel·lectual.

El debat va estar marcat per la negativa dels europarlamentaris a la proposta de reforma de la directiva europea sobre drets d'autor. La proposta de reforma rebutjada havia generat una gran polèmica a partir de dos articles concrets, l'11 i el 13, els quals abordaven qüestions com el dret dels editors de mitjans de ser pagats quan es fan servir fragments de les seves publicacions i la creació d'un filtre enfront de l'agregació de continguts que violin els drets d'autor.

Daniel Fernández es va mostrar contundent després de conèixer la decisió dels parlamentaris de no reformar la legislació vigent: “A Europa hem estat massacrats per la demagògia”, i ha insistit que cal parlar “de robatori, no de pirateria”.

“L'esquerra europea està defensant el monopoli americà”, ha sostingut Fernández, que va recordar que el Conveni de Berna, que va ser adoptat el 1886, ja protegia les obres i els drets dels autors. Un acord que per a l'editor, ara, s'està trencant.

Molt d'acord amb Fernández està Luis Elías, que afirma que “Google és un paràsit que s'aprofita de l'esforç aliè”. “El que demanem és just, hem perdut una batalla, no la guerra”, va dir el secretari general de Planeta, a més de lamentar que les legislacions se centren més en les excepcions que en els drets a defensar.

“Estats Units ha imposat una manera de consumir cultura que es basa en el monopoli”, va insistir l'editor. “Els europeus no estem defensant la nostra manera de ser i de viure”, va arribar a afirmar.

Enrico Turrin va ser qui va dir que “el món de la cultura té com a base el dret d'autor” i també es va queixar que “la cultura ha perdut el suport de l'esquerra”.

“Són els editors els que estan defensant la llibertat, no les grans empreses tecnològiques”, va assenyalar l'economista, que sosté que els grans guerrillers de la llibertat a Internet fan “la feina bruta als monopolis tecnològics”.

Referint-se a la reforma que Europa ha rebutjat, assegura que els articles polèmics, l'11 i el 13, el que buscaven era posar un cert control al poder que té Google News i Youtube, projectes que, en realitat, beuen de continguts finançats per editors i productors musicals. ●

---

---

Taula rodona

## DE LA NOVEL·LA A LA SÈRIE

Pilar Blasco, Aitor Gabilondo i Ana Liarás

---

### “Mai hi ha hagut tanta avidesa pel contingut com ara”

---

Pilar Blasco, CEO d'Endemol Shine Iberia, ha explicat al Forum Edita que tots els autors pateixen amb les adaptacions, “perquè el procés és molt diferent al del llibre, hi ha moltes versions i tothom hi participa”.

No obstant això, la productora aposta per treballar, si és possible, amb l'autor, ja que “ningú millor que ell per saber com poden créixer els personatges”. Blasco, que ha produït la sèrie anime *Virtual Hero*, d'El Rubius, un *gamer* amb 30 milions de seguidors a les xarxes, considera que “estan canviant més els models de negoci que les sèries”.

Pilar Blasco sosté que “no hi ha hagut tanta avidesa pel contingut com ara”, i el desafiament és saber com vendre aquest contingut a un públic audiovisual.

Per la seva banda, Aitor Gabilondo, que amb Alea Media ha produït la versió audiovisual de *Patria*, la novel·la de Fernando Aramburu, creu que “la sèrie ha de funcionar per si mateixa, no només per als lectors del llibre”.

El cas de *Patria*, reconeix, és paradigmàtic, ja que normalment busquen arguments amb molts personatges i conflictes, i el text d'Aramburu els ofereix, tot i que també es posen en valor idees i trames.

Gabilondo va començar a adaptar la novel·la abans de la publicació i, per tant, abans de convertir-se en un gran èxit editorial. “Vaig començar adaptant un llibre, i he acabat per començar un fenomen”.

Ana Liarás, editora de *La catedral del mar* a Penguin Random House, la primera novel·la de l'advocat i escriptor espanyol Ildefonso Falcones, va explicar que el llibre ha venut ja més de sis milions d'exemplars.

“L'autor va rebre diverses propostes d'adaptacions. Però va tenir paciència i va saber esperar la millor oportunitat”, va dir Liarás. A més, ha assegurat que “Ildefonso Falcones ha entès bé que el guió és un altre llenguatge, amb uns altres temps”.

Els tres participants en el debat han recordat a Edita que les xifren parlen per si soles. Mentre els espanyols dediquem de mitjana 20 minuts a llegir al dia, estem unes tres hores davant de la televisió.

Ana Liarás creu que tot suma. “Si l'adaptació és bona, et remet al llibre, i augmenta la curiositat per la història”, ha conclòs. ●

---



---

Taula rodona

## NOVES MANERES DE LLEGIR

Javier Celaya, Arantza Larrauri i Àngel María Herrera

---

### “La pirateria se soluciona amb models de negoci, no només amb lleis”

---

L'última taula rodona d'Edita ha estat dedicada als nous formats de l'edició. Joaquim Álvarez de Toledo, director general d'editorials especialitzades i innovació del Grup Planeta, que feia de coordinador de la conversa, sosté que “en el sector hi ha molta gana d'innovació”.

“Els que experimenten amb altres formats porten anys ajudant-nos als editors a estudiar nous mercats”, ha recordat Álvarez de Toledo. Javier Celaya és una bona mostra d'això, ja que després de molts anys assessorant el sector, ara és el director general d'Storytel a Espanya i Amèrica Llatina, una de les plataformes més potents d'audiollibres.

Tot i que reconeix que no és un producte nou, Celaya es mostra convençut que “l'audiollibre serà el format que més creixerà en la pròxima dècada”. En aquest sentit, afirma que “la pirateria es soluciona amb models de negoci, no només amb lleis”.

“Som el Netflix dels audiollibres”, ha dit Celaya, que ha demanat al sector no cometre els mateixos errors que es van cometre, al seu entendre, amb el llibre electrònic. “Podem crear noves plataformes de mercat, i escoltar audiollibres és llegir d'una altra manera”, va afirmar a l'auditori de la Barcelona School of Management. “No substitueix res, complementa”, va afegir.

Arantza Larrauri, directora general de Libranda, ha explicat que la seva empresa va néixer el 2010 com a distribuïdora de llibres digitals, però que s'ha anat adaptant a les necessitats del mercat.

“Tenim l'oportunitat de compartir una mateixa idea en diversos formats”, defensa Larrauri, que considera que tots els editors hauran de posar especial atenció als continguts per al mòbil, potenciant els transmèdia.

“Tothom vol compartir a les xarxes socials, és molt important per al nou lector poder socialitzar”, sosté. En aquesta línia va presentar *Vivlium*, una plataforma que “uneix els que volen ensenyar amb els que volen aprendre”.

Àngel María Herrera, soci fundador de Leemur!, una plataforma que fomenta les *xat stories*, creu que “l'important és generar comunitat al voltant de l'autor”, sigui a partir de l'univers del llibre o publicant preqüeles o material addicional de la novel·la.

“Cada vegada veurem més històries que estan a mig camí entre una novel·la i un videojoc”, sosté Herrera, que, seguint el lema de la tercera edició del Forum Edita, va tancar la taula dient que l'energia de la innovació de vegades consisteix en una cosa tan complicada com “fer el mateix just a l'inrevés”. ●

---

---

Cloenda  
**BALANÇ DE LES JORNADES**  
**Sergio Vila-Sanjuán**

---

**“A Barcelona s’han discutit les qüestions  
més punteres del sector”**

---

El Forum Edita ha finalitzat la seva tercera edició amb un gran èxit de participació, superant els 2.000 assistents, i albergant 28 ponents nacionals i internacionals.

La cloenda d’Edita l’han realitzat Sergio Vila-Sanjuán, codirector del Fòrum —al costat de Patrici Tixis i Javier Aparicio—, i Daniel Fernández, president de la Federació de Gremis d’Editors d’Espanya.

Vila-Sanjuán ha assenyalat que aquesta edició d’Edita ha suposat la consolidació de la trobada, que pretén “aportar coneixement sobre els últims reptes i tendències del món del llibre”. Abans de repassar les frases més interessants que s’han sentit durant tres dies, ha anunciat que el pròxim any se celebrarà la quarta edició durant els mateixos dies de juliol, i ha posat l’accent, també, en la bona acollida per part dels estudiants, que “representen el futur del sector”.

“A Barcelona s’han discutit les qüestions més punteres de l’edició actual”, ha dit el periodista i escriptor.

Daniel Fernández, president de la Federación de Gremios de Editores de España, ha tancat el fòrum dient que els polítics espanyols haurien d’haver escoltat la intervenció de Vicent Monadé. “Em produeix enveja saber que a França, cada any, s’inverteixen 250 milions d’euros en el món del llibre”, ha afirmat; i tot fent broma, a continuació: “Recomanaria als nostres polítics que passegin amb un llibre sota el braç de forma habitual. Això ajudaria a recordar la importància de la lectura... i almenys així, com a mínim, si no poden llegir-lo, potser se’ls enganxa alguna cosa...”.

Fernández ha recordat que la lectura és un dels fenòmens més enigmàtics i fascinants en els quals es pot submergir l’èsser humà, i que la capacitat d’imaginar històries ens fa més lliures en un món en què sembla que tot ve donat.

El president de la Federación de Gremios de Editores de España considera que, enmig de la revolució del sector en què estem immersos, “la veu interior que sempre vam tenir els lectors ara s’ha convertit en una cosa diferent”. No obstant, ha conclòs recordant que “les paraules són el material de què estan fets els somnis”. ●

---

Organitzen:



**Máster en Edición de la  
Universitat Pompeu Fabra**

Amb el suport de:



Amb la col·laboració de:



Amb la participació de:

