

# AVUI

DIJOUS 6 DE JULIOL DEL 2000

## ◆ ÚLTIMA ◆

A

LA

CONTRA

Peter Mayer EDITOR  
DE THE OVERLOOK  
PRESS

Peter Mayer és un home corpulent, un nord-americà que exhibeix el paquet de tabac sense tenir gaire en compte la persecució que ja fa temps han decretat contra els fumadors al seu país. A Barcelona, on la setmana passada va cloure el curs de postgrau sobre edició de l'Institut d'Educació Contínua de la Pompeu Fabra, es deu trobar relaxat. Mayer va ser director executiu del grup Penguin. Ha editat el famós 'Joan Salvador Gavina', i també Stephen King. Després de més de vint anys ho va deixar córrer. Va tornar a l'editorial del pare, The Overlook Press, per fer i desfer al seu aire. Edita anualment 45 novetats i 35 reedicions, des de curts tiratges de poesia fins a llibres d'arts marcial de difusió molt àmplia.

**Q.A.** *¿L'editor artesanal és una espècie en perill d'extinció?*

**P.M.** En el passat, l'editor independent era gairebé un amateur.

Avui, però, no és segur que siguin independents i petits.

**Q.A.** Però estan condemnats?

**P.M.** No, al contrari, es potencien. I guanyen

terreny perquè ja no són tan petits. Tres o quatre editors han canviat els paràmetres del que és un petit o un gran editor.

**Q.A.** La intervenció dels agents, els seus interessos, ¿no fan que l'editor petit quedi fora de joc dels grans títols?

**P.M.** Potser, però sovint els agents tenen carteres d'autors que no només són els grans, els dels *best sellers* que es disputen les grans empreses. Els autors que no venen gaire també necessiten petits editors.

**Q.A.** N'hi ha?

**P.M.** El problema és que molts dels petits editors volen esdevenir editors de grans grups.

**Q.A.** Però no és el seu cas?

**P.M.** No.

**Q.A.** Per què?

**P.M.** Per una raó molt senzilla. En el meu cas, vull editar llibres fins a la mort. Però si treballes per una gran empresa, un dia poden dir-te: "Moltes gràcies pels seus serveis, però ja no el necessitem". Per tant, la millor manera de garantir-me la feina és treballar per a mi mateix.

**Q.A.** Cap altra raó?

**P.M.** M'he passat la vida fent informes [de lectura] per a altra gent, i ara, a una certa edat, em va semblar molt més elegant deixar de fer-ho.

Ho faig per a mi. El moment és esplèndid. En el passat oferia llibres de qualitat per a l'editorial, però també havien de ser també comercials.

**Q.A.** De quines xifres parla?

**P.M.** A cap editor nord-americà d'un gran grup l'interessa un llibre que no hagi de vendre entre 5.000 i 10.000

exemplars, com a mínim, una xifra ben interessant per a un editor petit.

**Q.A.** El seu èxit més gran?

**P.M.** Es refereix a fer diners?

**Q.A.** Per exemple.

**P.M.** Stephen King.

**Q.A.** Li agrada, a vostè?

**P.M.** Quan treballes per a altre és imperdonable no pensar a fer diners.

Però en el cas de Stephen King, un autor molt comercial, també té bons llibres de terror, de qualitat.

**Q.A.** Altres dels seus autors?

**P.M.** John Updike i Saul Bellow, però són autors que han guanyat diners de mica en mica. També és el cas de Roal Dahl, que ha fet camí a poc a poc i ha aconseguit ser un èxit de vendes. Però una gran companyia necessita, almenys, un *best seller* a l'any.

**Q.A.** El seu col·lega André Schiffrin...

**P.M.** Col·lega i amic!

**Q.A.** André Schiffrin em va dir que els 'best sellers' no són negoci pels grans avançaments que s'han de pagar. ¿Hi està d'acord?

**P.M.** No.

**Q.A.** Per què ho diu?

**P.M.** Si un gran grup no fa diners, o no en fa molts, és un problema de gestió.

**Q.A.** ¿Editaria un llibre convençut de la seva qualitat però del qual cregués que només vendria cent exemplars?

**P.M.** Aquest es un negoci molt subjectiu. El que pot ser qualitat per mi pot no ser-ho per vostè.

**Q.A.** Un criteri de qualitat?

**P.M.** Hi ha una dita americana que diu que si camina com un gos, si ho sembla, si ensuma com un gos, probablement ho és. Però només saps com es un llibre quan l'has

llegit. Jo puc dir d'un llibre que és una tonteria i vostè no, i podem estar d'acord, fins i tot tenir raó. En aquest negoci l'experiència pot ajudar-te. I si coneixes el mercat pots conèixer el llibre que hi encaixarà, i la data en què es millor publicar-lo. L'experiència t'ajuda, sobretot per saber quin llibre de no-ficció pot ser vàlid, i t'ajuda a encarregar-lo. Però les vendes...

**Q.A.** Algun gran error?

**P.M.** N'he comès de petits, com tothom.

**Q.A.** ¿Alguna vegada ha dit no i el llibre, després, publicat per un altre, s'ha venut molt bé?

**P.M.** El cas d'Umberto Eco i El nom de la rosa. L'editor del llibre el volia publicar, però jo no n'estava convençut. L'hi vaig dir i va fer una

oferta molt baixa. Si ell estava convençut que el llibre s'ho valia hauria d'haver-la incrementat, però no ho va fer. Ara, l'error va ser meu perquè jo era el seu cap.

**Q.A.** ¿El llibre electrònic acabarà amb el de paper?

**P.M.** El millor és el blanc sobre negre i la textura del paper. Potser d'aquí a 50 anys ens haurem acostumat a llegir en pantalla. Serà negatiu per als impressors, no per als editors.

**Q.A.** Un benefici per a l'ecologia.

**P.M.** Si, també. El llibre electrònic ens pot fer més cívics. Però sempre caldrà l'editor, per al llibre electrònic, per a Internet. El que ha de fer l'editor és aprofitar les oportunitats en un sector la naturalesa del qual està canviant.