

# Diàleg

**AVUI+**  
Des del 1976

CORPORACIÓ CATALANA  
DE COMUNICACIÓ S.L.

ANTONI CAMBREDÓ, president executiu  
JOAN ODINA, conseller delegat  
CARLES FLO, director general  
IVAN GRAU, director financer  
ORIOL GALLISSÀ, director comercial  
JOAN SERRA, director de producció  
LEANDRE BASANTA, cap de distribució  
QUICO DOMINGO, cap de sistemes

LA DIADA DE SANT JORDI I ELS  
LLIBRES EN CATALÀ I CASTELLÀ

Sebastià Alzamora



Escriptor

Comenta l'article a  
[www.avui.cat/28655](http://www.avui.cat/28655)

AL PEU DEL CANÓ

## L'enemic és gran

# No serà pel Zafón

**E**n el bombàstic triomf de Carlos Ruiz Zafón i la seva novel·la a la diada de Sant Jordi de fa quatre dies, alguns indignats compatriotes hi veuen tota mena de negrors que s'estenen ominoses sobre la cosa nacional i cultural del país. Voldríem tranquil·litzar-los i recomanar-los que no pateixin, perquè en aquest assumpte, com en tants d'altres, el motiu de preocupació no ve dels altres —en aquest cas del senyor Zafón—, sinó de nosaltres mateixos. L'èxit d'*El juego del ángel* certament no aporta res de bo a la literatura catalana, però tampoc res de dolent: vull dir que, des del punt de vista purament literari, es tracta d'un *bestseller* més, que ens pot importar tant —o tan poc— com els de Ken Follet, Dan Brown, John Grisham o qui sigui. A la indústria editorial catalana sí que hi aporta alguna cosa, òbviament: una morterada de diners, que sempre vénen bé. I és que *El juego del ángel* ha estat publicat per una editorial catalana, concretament de Barcelona, capital —convé recordar-ho— de l'edició en castellà, cosa que també posa nerviosos alguns patriotes consuetudinaris d'aquí i d'allà, però que ha permès que el sector editorial català gaudeixi d'una solidesa fora de dubte. Enhorabona a Planeta i a l'autor doncs, i per molts d'anys.

**BÉ: LA SORTIDA DE LA NOVEL·LA** del senyor Zafón ha coincidit amb la presentació de l'estudi que cada any donen a conèixer els editors catalans sobre hàbits de lectura i compra de llibres, del qual es desprèn que, a Catalunya, el percentatge de llibres venuts es distribueix, per idiomes, entre un 80% de llibres en castellà i un 20% en català, números rodons. Són xifres que es repeteixen des de fa anys, però que ara molts semblen haver descobert per primera vegada, baixant de la figuera amb gran estrèpit. Una vegada a terra, han sumat aquests percentatges amb el tiratge milionari d'*El juego del ángel* i han arribat a conclusions clarividents, com ara que l'edició en castellà funciona de meravella i l'edició en català va fatal (i aquí sovint apareix l'enfadosa cançó de les subvencions, sense les quals se suposa que la literatura catalana no existiria), o que el mercat editorial castellà amenaça de menjar-se el català.

**ÉS BEN CERT QUE ELS LLIBRES** en castellà ocupen tota mena d'espais en detriment dels llibres en català: tant és així, que els qui aquests dies s'exclamen semblen haver perdut de vista unes quantes coses. Per exemple, que el fenomen Ruiz Zafón només és representatiu de si mateix i no de tot el mercat editorial castellà, que per cert també rep subvencions —com succeeix a tots els països civilitzats, per altra banda—, i en el qual, com a tot arreu també, per cada gran èxit que es produeix s'editen milers de llibres que tenen vendes discretes o directament ruïnoses. Obliden també que la qualitat d'un llibre —la qualitat literària, s'entén— no és mesurable en xifres d'exemplars venuts, igual que una pel·lícula no és ni més ni menys bona perquè la vagin a veure pocs o molts espectadors: fa una mica de cosa dir-ho, però es veu que cal. I encara passen per alt que, òbviament, hi ha una diferència de mesures entre el mercat castellà,



GUILLEM CIFRE

**“Obliden també que la qualitat d'un llibre —la qualitat literària, s'entén— no és mesurable en xifres d'exemplars venuts, igual que una pel·lícula no és ni més ni menys bona perquè la vagin a veure pocs o molts espectadors”**

que és un dels més grans del món, i el català, que no és ni petit ni diminut sinó de dimensions absolutament normals dins Europa.

**UN MERCAT DE DIMENSIONS** absolutament normals que, amb tota normalitat, també produeix els seus èxits, i aquí és on volíem arribar amb tot plegat. Èxits com el que, sense anar més lluny, va obtenir també, el mateix dia de Sant Jordi, l'escriptora Najat El Hachmi amb la seva novel·la *L'últim patriarca* (per cert, també publicada per Planeta): ella va ser la triomfadora del dia entre els escriptors catalans, i també va vendre i signar exemplars a cabassos —dins les proporcions, insistim-hi, del mercat en català—, però no n'he

sentit a parlar ni una desena part que de la novel·la de Ruiz Zafón. No hauria estat lògic que les portades dels diaris catalans de l'endemà les ocupés El Hachmi, o si més no les compartís amb el Zafón? No hauria estat normal obrir les cròniques de ràdio i televisió amb ella, sense per això menystenir les cues de gent que desfilaven per can Zafón, i que vam veure cent mil vegades? No seria d'esperar una mica més d'insistència per part de periodistes, editors, llibreters, escriptors i personal en general a l'hora de celebrar un gran èxit d'una autora catalana? O és que els èxits, en català, no són èxits sinó una altra cosa?

**NO ÉS NI MOLT MENYS LA PRIMERA** vegada que passa això, i ben segur que no serà l'última: per citar un altre cas recent, Albert Sánchez Piñol va haver de vendre més de cent mil exemplars de *La pell freda*, i obtenir traduccions a un fotimer d'idiomes, perquè aquí se li reconegués l'èxit, i amb la boca no gaire gran. I podríem multiplicar els exemples, perquè afortunadament, d'autors en català que compten amb un públic extens n'hi ha uns quants i quantes en ple exercici, però em penso que la idea ja queda clara: si mai no acabem d'aixecar el cap, la culpa no serà del Zafón ni de les vendes milionàries de tal o qual *bestseller*, sinó únicament de la nostra incapacitat a l'hora de mesurar-nos i valorar-nos a nosaltres mateixos. De la nostra falta de fe, tan antiga com lamentable.

David Bueno



Professor i  
investigador  
de genètica  
de la UB

**Una de les maneres més eficients d'estreñer els lligams d'un col·lectiu és contrapasant-lo a un enemic comú.**

Aquest fet activa instints evolutius ancestrals relacionats amb la supervivència del llinatge propi, que els humans traspassem al món cultural. Ho veiem fer als polítics per aconseguir vots, als dirigents d'arreu del món per mantenir units i de pas ben controlats els habitants d'un territori i, en general, a qualsevol líder. El més habitual és cercar un enemic amb el qual hom trobi trets diferencials, malgrat que siguin foteses artificioses. Aquestes darreres setmanes la Generalitat ha emprat aquesta estratègia en el tema de la sequera, amb un anunci en què diu textualment “L'enemic és gran”, en referència implícita a la sequera, però l'expressió és doblement incorrecta. Per començar, *enemic* significa “contrari a algú, que hi té aversió, cerca d'oposar-s'hi o damnejar-lo”, la qual cosa implica consciència, una característica humana que la natura no té. Tanmateix, al nostre clima els períodes de sequera són habituals, i, malgrat que amb el canvi climàtic és de preveure que s'agreugin, formen part del nostre entorn. Mentre considerem la natura, i la sequera com a part d'ella, com el nostre enemic en comptes d'un aliat de qui també hem de ser aliats no serem capaços d'aplicar criteris de sostenibilitat reals i no només paraules retòriques, i no hi haurà res a fer: Ni tan sols aconseguirem cohesionar-nos, submergits en una baralla interna per decidir d'on manllevem l'aigua i quants metres de canonada desmuntem un cop feta la captació. Aquest és l'autèntic enemic.