

canvis tipogràfics i de color que trenquen amb la reixeta bàsica del text d'interior.

Ara tothom dona per descomptat que Stilton és una gran troballa. Però la Marta Vilagut (una gran editora de qui he après grans coses de l'ofici, i em sembla que no en sóc l'única) va estar ben bé tres o quatre anys picant pedra per aconseguir que es valorés això que avui és un autèntic fenomen.

Posem-ne un altre exemple. La Marta Vilagut també és la culpable de la reconversió estètica que va tenir la versió en català de Harry Potter, quan ja se n'havien editat les tres primeres parts. L'editorial que en va publicar el primer volum, el de *La pedra filosofal*, el va incloure en la col·lecció de narrativa juvenil que feia anys que cultivava un fons amb novel·les que s'han reeditat moltíssimes vegades. El fet d'incloure aquesta aposta dins de la col·lecció L'Odissea no era menystenir-la sinó al contrari, donar-li l'espai que es mereixia. Harry Potter va esdevenir un fenomen. Quan ja n'havia sortit el segon volum, els lectors que hi estaven enganxats ja feien el compte enrere per tenir-ne a l'abast el tercer. I aquell gran èxit continuava encasellat en una col·lecció més extensa. Una col·lecció de prestigi, de qualitat i amb grans *best-sellers*. Però a ningú, abans del tercer volum, no se li va acudir de treure la saga Harry Potter fora de la

col·lecció perquè els seus llibres tinguessin l'estètica que s'havia fet mundialment famosa.

La diferència, l'originalitat, és el gran repte de l'editor per fer-se veure entre l'allau de llibres que omplen les taules de novetats. Veig l'*Expedient Joshua*, amb la seva funda de plàstic fluorescent, i recordo quan hi vaig ensopegar en una Fira de Bologna de fa un parell o tres d'anys. Aquella era la gran aposta de Scholastic, i saltava a la vista en el seu gran estand del pavelló de les editorials angleses i americanes. D'entrada no calia llegir l'*Expedient Joshua* ni saber-ne l'argument: era clar que aquell era un esquer a importar. I tot, per una «simple» funda de plàstic fluorescent.

Aquestes coses no s'han de perdre de vista quan s'assisteix a alguna fira internacional del llibre. Perquè és molt fàcil deixar-se portar pels gustos personals. Si jo ho fes, sempre apostaria per l'exquisidesa francesa abans de fer-ho pel mal gust americà. I és que, independentment de la qualitat o les filigranes d'enginyeria del paper dels grans grups editorials mundialment reconeguts, cada país té el seu propi gust, la seva estètica. I es pot distingir perfectament una coberta feta a Alemanya d'una altra feta a Itàlia.

Ara bé, com a professionals, sovint hem de deixar de banda l'exquisidesa. «Inculcar el bon gust és arriscar-se a no vendre, perquè el públic

no et segueix», puntualitza el dissenyador que m'acompanya quan expresso els meus pensaments en veu alta. Sí, és evident que això passa. I que no deixa de sorprendre.

Un exemple que il·lustra aquesta contradicció és *El peix irisat*. Tots els meus respectes per la història d'aquest peix que té la peculiaritat de tenir una escata platejada (heus aquí un exemple de cinquena tinta, en aquest cas, típic i tòpic). Tots els meus respectes per un conte (ara ja en són més d'un, perquè aquests èxits s'han d'esprèmer tant com es pugui) que no descobreix res que no hagi estat escrit. Tots els meus respectes per l'editor que va decidir apostar-hi. Jo no m'hi hauria decantat mai. I val a dir que com a mare he claudicat: la meua filla n'és una fervent seguidora i els he comprat tots.

Dissenyador i jo sortim de la llibreria fent-nos la mateixa pregunta amb què hi hem entrat: què fa que una coberta sigui més atractiva que una altra? Fa de mal dir. N'hem intentat donar uns apunts, unes orientacions, però ningú no en té la clau. És un d'aquells grans misteris que, com els *best-sellers* espontanis, continuen meravellant totes aquelles persones que treballem al voltant del llibre. Però segurament si en traiguéssim l'entrellat, la nostra feina no seria tan màgica i, ni molt menys, tan apassionant.

Requadre d'honor

Us convidem a enviar anuncis per paraules al CLIJCAT (clijcat@clijcat.cat)

Els classificats de Faristol

Premi "pedra pedreta" al Grup de Recerca en Literatura Infantil i Juvenil i Educació Literària (GRETEL) per marcar i obrir camí en la lectura i en l'entramat dels llibres per a infants i joves.

Es busquen amics, parents i coneguts per fer de voluntaris i assistir a presentacions, Setmanes del Llibre, congressos... Enviar currículum.

Es necessiten presentacions de llibres on tornin a haver-hi refrigeris, canapès... per tal de millorar l'assistència.

A càrrec del consell de redacció