

Civilizația cărții

Unde se mai învață astăzi meseria de editor?

de Oana Doboși

În 1911, scriitorii din jurul revistei NRF, din care făcea parte și Andre Gide, au hotărât ca revista lor să devină editură. Pentru asta, aveau nevoie de un editor care să știe să o gestioneze. Cum trebuia să arate acest editor? Trebuia să fie „*destul de bogat ca să contribuie la capitalul editurii și destul de dezinteresat încât să nu întrevadă decât un profit pe termen lung, destul de priceput ca să conducă o afacere și destul de pasionat de literatură ca să plaseze calitatea înaintea rentabilității, destul de competent ca să se impună și destul de docil ca să execute directivele grupului, adică ale lui Gide.*”¹ Așa începe povestea Editurii Gallimard înființată de Gaston Gallimard. Biografia celebrului editor francez, scrisă de Pierre Assouline își propune să răspundă la întrebarea: „*Cum devenim Gaston Gallimard?*”.

Și chiar așa, unde se mai învață astăzi meseria de editor? În România, majoritatea editorilor sunt absolvenți ai Facultăților de Litere. De câțiva ani, Facultatea de Litere a Universității București organizează un masterat de *Teoria și practica editării*, coordonat de conf. dr. Ioana Pârvulescu, ceea ce arată că, încet, încet, vrem să prindem din urmă sistemele editoriale occidentale.

Personal, am învățat în Franța cum ar trebui să arate o editură și ce este acela un editor. Anul I de masterat l-am făcut în Management Cultural la Ecole Supérieure d’Economie, Art, Communication (EAC), mai apoi, m-am hotărât ca în anul II să mă specializez în domeniul editorial, urmând cursurile masteratului de Politici Editoriale de la Université Paris 13.

Mi-am zis că pe piața de carte românească este încă (mult) loc de mai bine și că, plecând la Paris, pot deprinde tehnici și mecanisme de funcționare, încă rudimentare la noi, dacă măcar existente. Bunăoară, impresia mea a fost și este că editurile românești își respectă prea puțin autorii. Sigur, nu vreau să generalizez – întotdeauna vor exista niște excepții care să întărească regula - dar mentalitatea larg răspândită la noi denotă că editorul îi face un mare serviciu autorului publicându-l. Când ar trebui să fie tocmai invers!

Masteratul de Politici editoriale de la Université Paris 13 este cel mai vechi masterat de acest gen din Franța, iar cursurile pe care le oferă te învață cum funcționează o editură de la A la Z. În plus, află foarte multe despre particularitățile fiecărui sector al pieței de carte. Am urmat astfel cursuri de redactare, corectură, fabricare, DTP, difuzare, distribuție, marketing, copyright, management, gestiune financiară, cesiunea

drepturilor internaționale, coeditare, e-book, piața de carte anglofonă, cursuri de editare a literaturii franceze și a literaturii străine, editare a literaturii pentru copii, editare de manuale școlare, albume de artă, carte ilustrată, carte universitară, carte de buzunar, bandă desenată. Fiind un masterat profesional, jumătate din corpul profesoral e alcătuit din profesori titulari ai Universității, cealaltă jumătate fiind profesioniști ai cărții, persoane care au acumulat o experiență de lucru relevantă în edituri precum Gallimard, Nathan, Bayard, Plon, Presses de la Cité, Flammarion, Hachette, Glenat, PUF, Cambridge University Press etc. În plus de asta, ceea ce am apreciat mai mult la aceste două masterate făcute în Franța a fost accentul major pus pe latura practică. Așa am avut ocazia, în doi ani de zile, să fiu stagiara Editurii Plon-Perrin, Editurii Gallimard și Editurii Seuil, în departamentele de Droits Etrangers, care se ocupă de cesiunea drepturilor internaționale.

Ce am învățat mai exact în aceste trei edituri? Am învățat cum se concepe din timp un plan editorial anual și cum se concepe o politică editorială coerentă. Am învățat cum se prospectează piața străină, am citit studii despre piețele de carte străine, de la China la Brazilia, am început să cunosc editurile străine - ce cataloage și ce politici editoriale au -, am învățat cum se face și cum se negociază o ofertă, cum se face un contract de editare, un contract de cesiune a drepturilor internaționale și ce clauze trebuie să conțină, am pregătit dosarele de candidatură ale editorilor străini în vederea obținerii unor subvenții pentru traducere acordate de Centre National du Livre, am învățat care e treaba unui agent și care e treaba unui scout, am analizat extrasele de vânzări trimise de către editorii străini, am alcătuit dosare de presă, am participat la reuniunile reprezentanților de vânzări, am pregătit participarea editurii la Târgul de carte de la Frankfurt, am realizat fișa cărții destinată librarilor.

Formată după regulile sistemului editorial francez și cunoscând modul lor de organizare, de la edituri până la distribuție, cred că multe aspecte ce țin de piața noastră de carte ar putea fi îmbunătățite.

Sigur, e destul de greu să faci o comparație între piața de carte franceză, cu o cifră de afaceri de 2,8 miliarde de euro pentru anul 2010/2011 după statisticile SNE (Syndicat National de l’Edition) și piața de carte românească, a cărei cifră de afaceri, după câte am citit eu în presă, se învârtă pe la 60 de milioane de euro. Și iată una din carențele majore în România, pe lângă problemele financiare evidente pentru toată lumea: nu avem statistici! În Franța, acestea sunt realizate anual de către Syndicat National de l’Edition.

¹ Pierre Assouline, Gaston Gallimard, *Un demi-siècle d’édition française*, 3e édition, Paris, Editions Gallimard, 2006

Altă diferență majoră ar fi distribuția: în Franța sunt 25.000 de librării, în România, vreo 250. Trebuie să fim rezonabili când ne lansăm într-o asemenea comparație, dar să remarcăm că în Franța librăriile independente sunt protejate prin Legea Lang (Legea Prețului Unic al Cărții), în vigoare deja de două decenii. În Franța sunt edituri cu tradiție. Unele și-au sărbătorit centenarul, altele au uitat deja de el. În România, din cauza condițiilor istorice, avem doar edituri tinere și foarte tinere. E suficient să urmărim istoria editurii Gallimard, care a marcat, în 2011, 100 de ani de activitate. Transmisă în familie, la a treia generație acum (sigur va urma și o a patra), continuă să crească, având în vedere că, prin cumpărarea Grupului Flammarion, a devenit al treilea grup editorial din Franța din punct de vedere financiar. Ca și capital simbolic însă, nimeni nu îi poate contesta înțâietatea.

In altă ordine de idei, la noi în țară există edituri care nu fac contracte de editare cu autorii, o altă parte din editurile noastre fac contracte în regia autorului. Acest lucru în Franța este foarte prost văzut, iar editurile care publică volume pe banii autorilor nu prea sunt primite în breaslă. O editură care publică în regia autorului nu este o editură, ci este, mai degrabă, o tipografie! În Franța, marea majoritate a autorilor sunt plătiți în două etape: un avans la semnarea contractului, apoi în cota-parte din vânzări. Nu spun că un autor francez reușește să trăiască exclusiv din cărțile publicate, dar ceea ce vreau să subliniez este că munca scriitorului este recunoscută.

Un alt lucru de care mai sunt convinsă este faptul că editurile românești ar putea fi mai creative în domenii precum literatura pentru copii, albumele de artă, cărțile ilustrate de orice fel, cărțile universitare. Unul dintre lucrurile pe care le-am învățat aici e că orice se poate transforma în subiect de carte. Trebuie doar să ai idei, să știi cărui public te adresezi și să cauți autorul/ilustratorul/fotograful potrivit pentru ideea ta. Sigur, asta doar în domeniile amintite mai sus. Altfel, în literatură nu cred că se pot concepe cărți de valoare la comandă.

S-a vorbit în ultimul an despre traduceri ale autorilor români. Înainte de a traduce o carte, editorii

francezi se interesează, desigur, la ce editură din România a apărut aceasta, dacă autorul respectiv a mai fost tradus în alte limbi, de ce ecouri în presa și în critica literară românească se bucură (sau nu) scriitorul respectiv și, nu în ultimul rând, contează și situația vânzării cărții respective în România. Un rol foarte important în introducerea cărților pe o piață externă îl au desigur traducătorii, care le propun titluri editorilor străini. De multe ori, ei joacă rolul agentului literar. Să nu uităm că există și lectorii, care contribuie esențial la triere, cunoscând cel mai bine politica editurii cu care lucrează.

Stiu că sunt scriitori români care se ocupă singuri de promovarea cărților proprii în străinătate: își caută un traducător, își trimit manuscrisele pe la diverse edituri străine. O spun din start: autopromovarea nu este deloc bine văzută de către editorii francezi. Propunerea de publicare ar trebui să vină fie din partea editurii românești, fie din partea traducătorului. Este limpede că fiecare editură românească are dreptul să aleagă ce carte și ce autor dorește să publice, în funcție de politica sa editorială. Însă consider că, odată făcută aceasta alegere, editura trebuie să apere acea carte/acei autor până în pânzele albe și să se ocupe și de promovarea lor, atât în țară, cât și în străinătate.

Prin prisma celor văzute și învățate în Franța, cred de asemenea că editurile românești trebuie să înceapă promovarea și vânzarea autorilor români în exterior fără a se mai baza în principal pe acțiunile ICR-ului. Atâta timp cât o editură deține prin contract drepturile internaționale ale unei cărți, cred că este normal și totodată în interesul ei să se ocupe de partea de prospectare a pieței străine, de cesiune a drepturilor internaționale. În România, nicio editură nu are un departament propriu-zis de Foreign Rights, care să se ocupe de cesiunea drepturilor internaționale ale autorilor români. Cu toate acestea sunt câteva edituri (puține, ce-i drept) care-și promovează unii autori în străinătate, chiar dacă sunt voci ce susțin că este imposibil să vinzi autorii români în străinătate, că un departament de cesiune a drepturilor internaționale nu își are sensul într-o editură din România. Or, eu una mă îndoiesc că în România nu se poate face chiar nimic niciodată!

