

UNIVERSITAT DE BARCELONA

Departament de Biblioteconomia i Documentació
Programa de doctorat “Literatura catalana, entre les propostes teòriques i la
pràctica”. (Dep. de Filologia Catalana. Universitat de Barcelona)

Bienni 1996-1998

LES EDICIONS INFANTILS I JUVENILS DE
L’EDITORIAL JOVENTUT (1923-1969)

Tesi doctoral que presenta Mònica Baró Llambias
per optar al títol de doctora en Documentació
per la Universitat de Barcelona

Directors

Dr. ERNEST ABADAL I FALGUERAS

Dr. LLUÍS QUINTANA TRIAS

Barcelona, juny de 2005

CAPÍTOL 5. EL LLIBRE INFANTIL I JUVENIL COM A PRODUCTE

5.1 *ELS RITMES I LES MODALITATS DE LA PRODUCCIÓ*

En el context del món editorial de principis i mitjan del segle XX, el veritable negoci derivava, més que de l'aparició de novetats al mercat, de les reedicions de les obres. Les anomenades "edicions posteriors", que no són tals si no es modifica substancialment alguna part del text o de la imatge que l'acompanya, aprofiten una sèrie d'elements —cost d'elaboració de la maqueta, clixés estereotípics amb la composició, ferros de l'enquadernació, drets d'autor pagats a tant alçat...— que incrementen de manera notable els beneficis obtinguts per l'edició. En el cas del llibre infantil, aquest reaprofitament afecta també els clixés necessaris per a l'estampació de les il·lustracions, siguin aquests els tradicionals fotogravats metàl·lics o els fotolits. És per això que els editors prudents, preferien —i prefereixen encara—, iniciar la producció amb unes tirades molt reduïdes encara que això significués, indefectiblement, o bé una limitació dels seus guanys o bé l'increment del preu de venda del llibre, a l'espera que l'èxit del llibre permetés aquestes segones edicions. Una tirada reduïda presentava avantatges en tots els aspectes: menys immobilitzat de capital invertit en paper, menys despesa d'emmagatzematge i menys risc. Però una tirada elevada incrementava notablement el guany i, com veurem, Joventut es decanta més aviat per aquesta opció. En una època en què el cost del sòl no era excessivament elevat, les editorials que encara podien assumir el cost de disposar de grans magatzems on conservar les tirades que es disposaven en "rama", és a dir, sense enquadrar, i que s'anaven relligant a mesura que es produïen les vendes en ferm dels exemplars.

Aquesta pràctica genera certa confusió a l'hora d'identificar amb exactitud les reedicions d'una obra i distingir-les del que podrien ser meres reimpressions i dificulta l'anàlisi dels ritmes de producció de Joventut. Sovint sovint dues "triples" idèntiques —i, per tant, impreses al mateix temps i amb idèntiques matrius— poden comercialitzar-se sota enquadracions diferents. Aquestes diferències solen manifestar-se clarament a les contracobertes que, com ja hem indicat, s'aprofiten per fer propaganda d'altres obres de l'editorial i que,

lògicament, van canviant amb el temps. És per això, i a risc d'incórrer en certa inexactitud terminològica, que en aquest capítol anomenarem de manera genèrica "reedicions" a totes les que apareixen amb posterioritat a la primera, independentment que es tracti de reimpressions o de noves edicions, i sempre que l'editorial les faci constar en les fitxes de control d'edició i en fixi les dades relatives a l'any i la tirada.

5.1.1 Anàlisi de la producció segons els ritmes de publicació

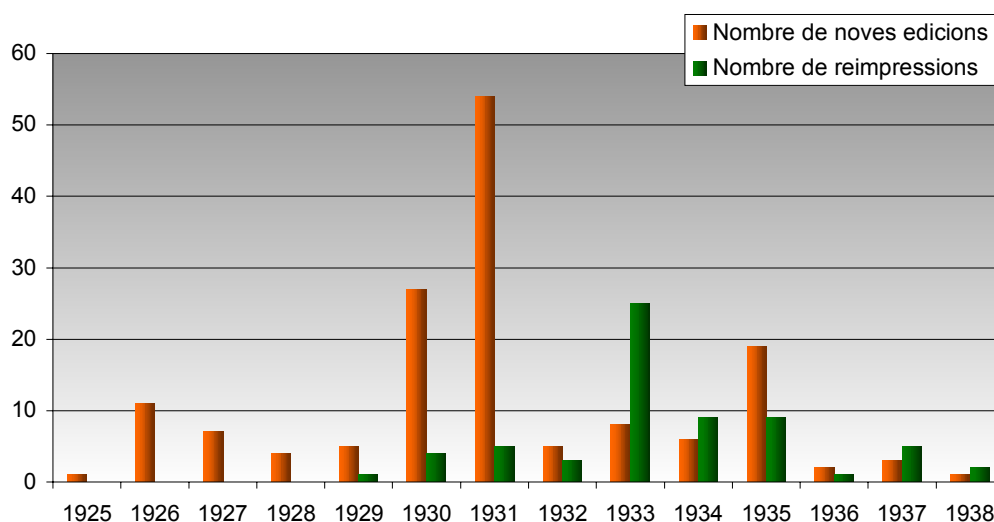
Novetats i reedicions (1923-1939)

A partir de les dades recollides en el fitxer d'edicions es pot establir una cronologia de les edicions i de les successives reedicions que presenta el fons editorial de Joventut. La distribució anual revela uns ritmes d'edició que ens permeten d'establir els períodes de producció.

Taula 1. Novetats i reedicions de títols infantils i juvenils (1923-1939).

Anys	Noves edicions	Reedicions	Total
1925	1	0	1
1926	11	0	11
1927	7	0	7
1928	4	0	4
1929	5	1	6
1930	27	4	31
1931	54	5	59
1932	5	3	8
1933	8	25	33
1934	6	9	15
1935	19	9	28
1936	2	1	3
1937	3	5	8
1938	1	2	3
Total	153	64	217

Com podem observar, la producció de l'Editorial Joventut no manté uns ritmes constants. A un primer moment d'empenta —entre 1926 i 1927 es publiquen divuit títols— segueix un període d'alentiment: només deu títols editats entre 1928 i 1929. La davallada quantitativa, no obstant, no es correspon amb la qualitativa: almenys pel que fa a les edicions castellaneres, aquests dos darrers anys signifiquen la introducció d'algunes obres cabdals de la literatura infantil europea, com veurem més endavant. A partir de 1930, l'edició es recupera notablement, amb una davallada notable al 1932, que es torna a remuntar lentament, fins arribar al 1935. La Guerra Civil, com hem vist, afectarà en gran manera la producció de l'editorial, fins al punt que, l'any 1939, les poques edicions de Joventut no es produiran a Barcelona, sinó en territori ocupat pel bàndol sublevat.



Gràfic 3. Novetats i reedicions de títols infantils i juvenils (1923-1939).

En alguns moments, el nombre relativament baix de noves edicions es compensa amb escreix amb les reedicions, que a partir de 1932 comencen a tenir una presència significativa en les xifres.

Durant aquest primer decenni de vida de l'editorial, es publiquen un total de 153 títols nous, només de literatura infantil i juvenil. Com es dedueix de l'anàlisi de les publicacions anuals, des del moment de la creació de l'editorial fins a l'aparició del primer títol específic de literatura infantil, *Peter Pan y Wendy* al 1925, transcorren dos anys. És un temps imprescindible per a la instal·lació de

l'empresa però també —com ja hem apuntat— per a la traducció i la preparació material de l'obra que inaugurarà el catàleg i de les que seguiran a continuació. A partir d'aquest moment, la producció mostra una forta empenta i registra un nombre important de novetats significatives en els anys 1926 i 1927, amb onze i set títols respectivament. Es tracta d'obres complexes, que requereixen traducció i, sobretot, una presentació acurada amb il·lustració. Aquest moment d'empenta inicial es tanca amb dos anys de davallada quantitativa, 1928-1929, a causa, probablement, de la crisi general que viu el sector i que ja hem comentat. En aquest anys, les novetats es limiten a quatre i cinc títols, respectivament, tot i que, com els que hem esmentat abans són també obres llargues i que a més, requereixen labor de traducció i de creació d'imatges. L'any 1929 sembla ser un any de crisi interna que culminarà amb la separació d'algun dels socis i que donarà una nova orientació al negoci editorial.⁶¹⁸

D'aquesta crisi, l'editorial sembla recuperar-se'n el quadrienni 1930-33, quan publica un total de 27, 54, 5 i 8 títols, respectivament. No obstant, cal analitzar les dades amb deteniment, ja que les xifres emmascaren una producció molt menys ambiciosa que en els anys anteriors. La majoria d'aquestes edicions corresponen a petits volumets de les col·leccions “Cuentos clásicos” i “Contes d'ahir i d'avui”, versions de contes de Grimm, Andersen, Perrault i la Comtessa d'Aulnoy, preferentment.

D'altra banda, però, aquest primer període recull els fruits de la política de publicar títols de qualitat, ja que moltes de les obres primerenques, publicades entre 1926 i 1933 es reimprimeixen una o més vegades. Lògicament, fins a 1930, el pes específic de les reedicions en el total de les edicions és gairebé nul, perquè les tirades inicials —que oscil·len entre els 4.500 i els 10.000 exemplars— són més que suficients per a abastar la demanda. Només detectem una reimpressió, al 1929, de la primera de les obres, *Peter Pan y Wendy*, del qual sembla que ja s'havien exhaurit els més de 10.000 exemplars de la primera edició.⁶¹⁹ A partir de 1930 les reedicions comencen a pesar en el context de la producció. També semblen tenir èxit els petits contes que hem esmentat suara, ja que tant els de les

⁶¹⁸ Vegeu l'apartat corresponent al capítol 3, Evolució històrica de l'Editorial Joventut, a la pàgina 71.

⁶¹⁹ Aquesta dada és encara més sorprenent quan l'any 1926 es fa una nova edició de l'obra, adaptada per M. Luz Morales, destinada a un lector més infantil, de la qual la tirada inicial és de 5.000 exemplars, que s'exhaurí en quatre anys. Aquest ritme de vendes implicaria que l'obra tingué un èxit comercial molt remarcable per l'època.

sèries “Cuentos clásicos”, “ Contes d’ahir i d’avui”, o “El cuento rosa”, pensades com a publicacions de caràcter periòdic, tenen segones edicions abans de 1933.

D’altra banda, l’editorial sol aprofitar aquestes reedicions per reubicar els títols en les col·leccions que poc a poc es van creant. Així, per exemple, els primers títols en català editats per Mentora no s’inserien en col·leccions, però a principi dels anys trenta s’incorporen, majoritàriament, a la col·lecció “Lau” tot modificant si cal el disseny de coberta per tal d’adaptar-lo a les característiques formals que identifiquen la col·lecció.

De tot el període estudiat, el moment que va de 1933 a 1936 és el més interessant tant per la quantitat d’edicions com, sobretot, per la varietat. A les noves edicions que surten al mercat, cal afegir una intensa activitat en el camp de les reedicions que afecten principalment, les obres aparegudes en el període anterior. Tot i que els bons resultats de 1935 feien preveure una excel·lent campanya per a 1936, l’ambient enrarit, primer, i l’esclat de la guerra, més tard, van significar un tall important en la línia de progressió que s’havia iniciat al 1933. Així, els anys de guerra es salden amb un nombre de noves edicions molt baix, de dues, tres i una novetat pels anys 1936, 1937 i 1938, respectivament. Aquesta migradesa no quedà compensada per les reedicions, com en anys anteriors, i el balanç total també resulta igualment pobre, de 3, 8 i 3 edicions, per cadascun dels anys. Curiosament, en una època de restriccions de tot tipus, es tractava d’unes edicions molt complexes que iniciaven les sèries Petersham, amb nombroses il·lustracions a tot color, i la versió catalana de l’adaptació que Antoni Saló feu de l’obra *Peter Pan y Wendy*, en una edició amb desplegable i troquel·lats.

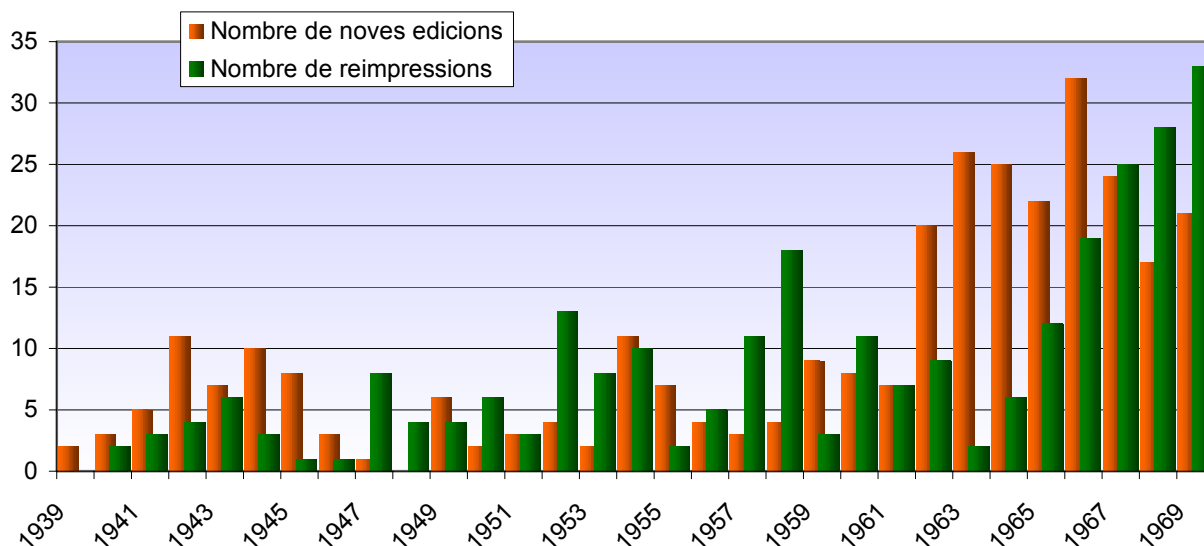
Novetats i reedicions (1939-1969)

L’anàlisi del moviment de llibres infantils durant el segon període estudiat, ens mostra clarament tres moments clarament diferenciats. Un primer moment abastaria la producció d’entre l’any 1939 fins el 1946, que es caracteritza per una sorprenentment alta producció de nous títols, donades les circumstàncies materials i intel·lectuals de l’etapa postbèl·lica. Un segon període marcat per una profunda crisi, s’obriria a partir de l’any 1947 i ve marcat pels altibaixos que coincideixen, cronològicament, amb la preparació i el llançament de la col·lecció “Z” per a adults. A partir de 1959, però, es detecta una certa recuperació de la iniciativa i comença a invertir-se la tendència. En conjunt, durant aquest període, el nombre de reedicions supera amb escreix el de noves edicions. Aquest període

es tanca, de manera contundent, l'any 1962 quan es detecta un salt quantitatiu notable en la producció de novetats, sense afluixar el ritme de les reedicions.

Taula 2. Novetats i reedicions de títols infantils i juvenils (1939-1969).

Anys	Noves edicions	Reedicions	Total
1939	2	0	2
1940	3	2	5
1941	5	3	8
1942	11	4	15
1943	7	6	13
1944	10	3	13
1945	8	1	9
1946	3	1	4
1947	1	8	9
1948	0	4	4
1949	6	4	10
1950	2	6	8
1951	3	3	6
1952	4	13	17
1953	2	8	10
1954	11	10	21
1955	7	2	9
1956	4	5	9
1957	3	11	14
1958	4	18	22
1959	9	3	12
1960	8	11	19
1961	6	7	13
1962	24	9	33
1963	28	2	30
1964	23	6	29
1965	23	12	35
1966	27	19	46
1967	24	25	49
1968	18	28	46
1969	20	33	53
Total	306	267	573



Gràfic 4. Novetats i reedicions de títols infantils i juvenils (1939-1969).

De l'anàlisi d'aquest gràfic, i especialment de la corba que dibuixen les noves edicions, es poden determinar perfectament els quatre períodes abans esmentats que comentem a continuació.

En un context de pràctica paràlisi de la producció editorial en una Espanya devastada per la guerra, i fins a 1946, Joventut publica 49 títols nous, que arriben a duplicar el nombre de reedicions, que es situa en 20. Així doncs, tot i que el ritme d'edició és notòriament més baix que en la dècada anterior en què es van publicar 105 títols nous contra 59 títols reimpressos, es manté la proporció entre novetats i reedicions que, per al període anterior a la guerra es manté en una *ratio* de 2,2 novetats per cada reimpressió i que en aquest període baixa lleugerament, fins a 1,7. Encara que aquest elevat nombre de títols nous pugui sorprendre en el context, en fer l'anàlisi de les obres editades en aquests primers anys de la postguerra, podem detectar un nombre elevat de títols que ja estaven “en cartera” als anys trenta i l'edició dels quals s'havia hagut de suspendre per les circumstàncies adverses de la guerra. Així, en aquests primers anys d'autarquia i de pràctica impossibilitat de negociar drets amb editorials estrangeres Joventut va poder seguir la seva línia editorial. D'altra banda, l'anàlisi del catàleg, ens revela

també que Joventut s'adapta bé a la nova realitat i, així, en aquest primer moment marcat pel control estricte exercit per la censura, l'editorial no té gaires problemes per a publicar obres d'autors propers al règim i d'altres que alguns dels seus socis havien negociat des de l'Espanya feixista.⁶²⁰

La penúria en tots els sentits es deixarà notar de manera més evident a la segona meitat de la dècada, sobretot a partir de l'any 47, quan el bloqueig comercial impedeix d'adquirir els drets per a noves produccions i en un moment en què encara són vigents les restriccions materials.⁶²¹ És en aquest moment de dificultats que Joventut treu el màxim profit d'un catàleg construït a base d'obres clàssiques, que perviuen més enllà de la conjuntura política i cultural. Així, s'inverteix la tendència que fins ara havíem detectat i, per primera vegada, el nombre de reedicions superarà el de nous títols. En general, es tracta d'un període gris, marcat per una política editorial molt conservadora, que es clourà l'any 1953 i que aboca el trist balanç de 20 novetats (que significa una mitjana d'encara no 3 títols nous anuals) i de 36 reedicions (amb un promig de 5,1 títols per any), en una proporció d'1,8 reedicions per cada títol nou, en una inversió dels termes detectats fins al moment..

Aquesta tendència es trenca a partir de 1954, que suposa una certa recuperació de les noves edicions, que se situen en paràmetres anteriors. El període que va entre 1954 i 1951 presenta 52 títols, mentre que les reedicions van rebaixant el seu pes en el total, i es situen en 67 obres. Es recupera també la línia editorial més característica de Joventut, incrementant notablement el nombre d'obres traduïdes, ara amb predomini de les franceses i, també, la publicació del que anomenem àlbums il·lustrats. En aquest sentit, aquesta és l'època de la col·lecció "Campanilla", en castellà de moment, configurada en un primer moment per traduccions del francès, i en format d'àlbum il·lustrat. També en gran format, es publica el que serà per a Joventut un dels seus èxits més fulgurants: les Aventures de Tintín, que també es publicaran, de moment, únicament en castellà. Es tracta doncs d'una època de renovació que coincideix, amb el reforçament del paper de Conxita Zendrera com a responsable de les edicions infantils. D'altra banda, cal

⁶²⁰ Aquest sembla el cas de l'obra *Pulgarín, el último enano del bosque*, que ja havia estat publicada en català per Proa, amb el títol *Les aventures de Polzet* i amb il·lustracions de Valentí Castanys, el 1929. L'any 1939 l'autor n'autoritza una segona edició, que sembla que no es fa fins a 1951, per tant, hem de pensar que se'n va fer una anterior, que no hem localitzat. Cf. nota 246., a la pàgina 80.

⁶²¹ Valeriano Bozal. "La edición en España..." p. 87.

relacionar aquest increment productiu amb un context en què s'atorguen més facilitats per a l'adquisició del paper i en què els avenços tècnics en el món de la impremta, amb la pràctica generalització de l'offset, permeten millorar la impressió de les edicions il·lustrades amb un cost relativament baix.

A partir de 1962, Joventut viu un dels períodes més brillants en relació a la publicació de llibres per a infants. De fet, aquest moment coincideix amb profunds canvis en les estructures organitzatives de l'Estat, que culminen amb una certa obertura que afectaran la producció editorial en general i, molt especialment, la producció de llibres per a nens i, més concretament, en català. A partir dels inicis dels anys seixanta apareixen i es consoliden altres editorials de llibres infantils que, com Joventut, aprofitaran aquesta tímida obertura per posar al mercat una producció renovada, tant des del punt de vista temàtic com formal.

La recuperació de Joventut es concreta en un increment importantíssim de la producció de nous títols anuals que, des de finals de la guerra rarament havien sobrepasat la desena i que ara superen amb escreix la vintena, any rera any. Per la seva banda, les reedicions es mantenen en els mateixos paràmetres i per tant tenen, relativament, un paper menor. Així, entre 1962 i 1969, data en que cloem l'estudi, es produiran 187 títols nous, (amb un promig de 23 títols anuals) mentre que les reedicions es situen en 134 títols (que resulta un promig de 19,1 títols i any). Per tal de fer-nos una idea de la importància d'aquestes xifres, cal dir que en aquests vuit anys, es produeix gairebé tant com el que s'ha produït entre l'any 1923 i l'any 62 (266 títols en quaranta anys). Es tracta d'una producció moderna, que malgrat es mantingui en els paràmetres característics de l'editorial, té poc a veure amb tot el que s'ha fet fins ara i en aquest moment, ja que la renovació de gèneres i l'actualització de les presentacions són molt notables.

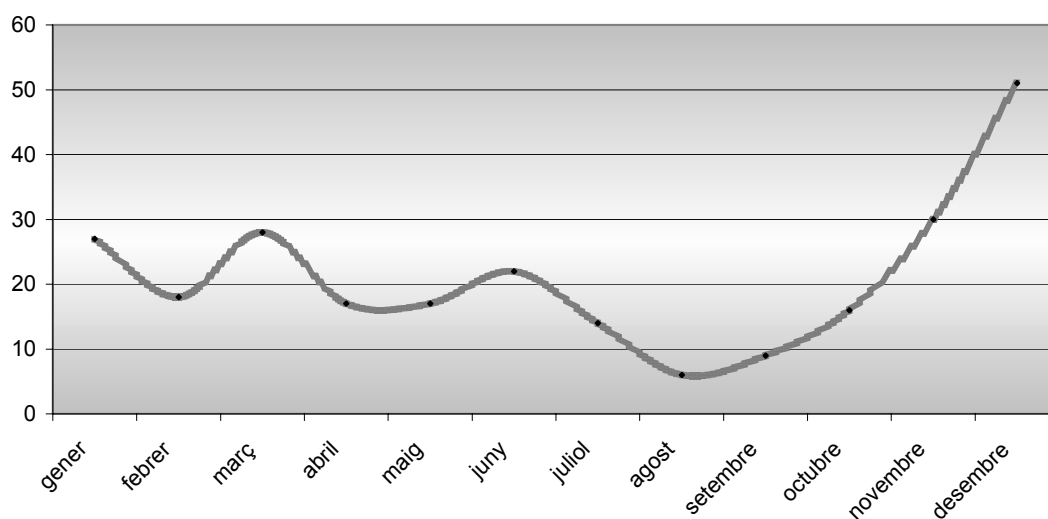
Distribució mensual de les novetats i reedicions

Al fitxer de control d'edicions, es conserva informació relativa a 255 edicions o reedicions amb indicació del mes d'edició. A partir d'aquestes dades, es poden establir els ritmes mensuals de publicació. Bàsicament, les produccions es concentren als mesos de novembre i desembre, en el que podem intuir que és la preparació de la campanya de les festes de Nadal, que s'allarga fins a primers de gener, un més que encara presenta un nombre levat de publicacions. Això es degut a què, en molts casos, les obres sortien de les imprentes els primers dies de

l'any, tot just abans de la diada de Reis, que era de molt, el moment de més venda de l'any. Les altres puntes de publicació es concentren al març, possiblement per la preparació de les edicions que han de sortir pel Dia del Llibre, i també al juny, que coincideix amb final de curs, època en què molts nens i nenes reben regals, entre els quals, llibres. Per contra, els mesos de menor activitat són els d'agost i setembre, degut a les vacances laborals.

Taula 3. Distribució mensual de publicació de novetats i reedicions.

Mes	Nombre d'edicions i/o reedicions
gener	27
febrer	18
març	28
abril	17
maig	17
juny	22
juliol	14
agost	6
setembre	9
octubre	16
novembre	30
desembre	51



5.1.2 Anàlisi de la producció segons les llengües de publicació

L'anàlisi de la producció, des del punt de vista de les llengües de publicació, requereix una clara distinció entre els dos períodes en què la Guerra Civil divideix la trajectòria de l'Editorial Joventut. Lògicament, en el segon període, la llengua en què es publiquen les obres no obeeirà a una decisió pròpia sinó que serà el resultat de les imposicions del nou Règim. Per a la nostra anàlisi, com hem fet fins ara, considerarem el conjunt de les publicacions de Joventut, juntament amb les de Mentora i Edita.

Presència de les edicions en català i castellà (1923-1939)

Com es pot veure en el gràfic adjunt, en un primer moment —entre 1925 i 1928— els ritmes d'edició en les dues llengües difereixen notablement, encara que les mitjanes de novetats són bastant similars: per als anys esmentats, es publica una mitjana de 3,5 títols anuals en castellà i de 3 en català. Cal recordar, no obstant, que Mentora, que publica gairebé exclusivament en català, no inicia la seva producció fins al 1926 i que manté un bon ritme fins el 1928. En aquest any, seguint la tònica que marca l'edició catalana del moment,⁶²² redueix dràsticament les publicacions fins al punt que, l'any 1929, no apareix cap títol en català.

Durant els primers anys de la República, entre 1930 i 1933, l'edició en castellà es dispara de manera notable en relació a l'edició en català, però cal especificar que, majoritàriament, es tracta de publicacions de poca entitat, d'aparició periòdica, que no es varen traduir al català.⁶²³ No obstant, es comptabilitzen aquí els vint-i-quatre títols de la col·lecció “Cuentos clásicos” que varen aparèixer durant l'any 1930 en castellà i que, el 1931, varen publicar-se en català, a la col·lecció “Contes d'ahir i d'avui”.

En canvi, en el període 1933-1936 —i després d'un any en què no aparegué cap títol en català— l'edició catalana s'incrementa, en detriment de la publicació en castellà, tot iniciant una tendència a l'equiparació entre les dues llengües. Així,

⁶²² Durant l'any 1928 es va desfermar l'anomenada “batalla del llibre”, generada per Bertran i Pijoan a *La paraula cristiana*, entorn la crisi del llibre en català que en aquest any havia vist baixar notablement el nombre d'edicions en relació a 1927. Cf. Lluís Bertran i Pijoan, “Els llibres de l'any 1928: a guisa de balanç”, p. 511— 513.

⁶²³ Ens referim, essencialment a la col·lecció “El cuento rosa” i “Narraciones rosa para la juventud”.

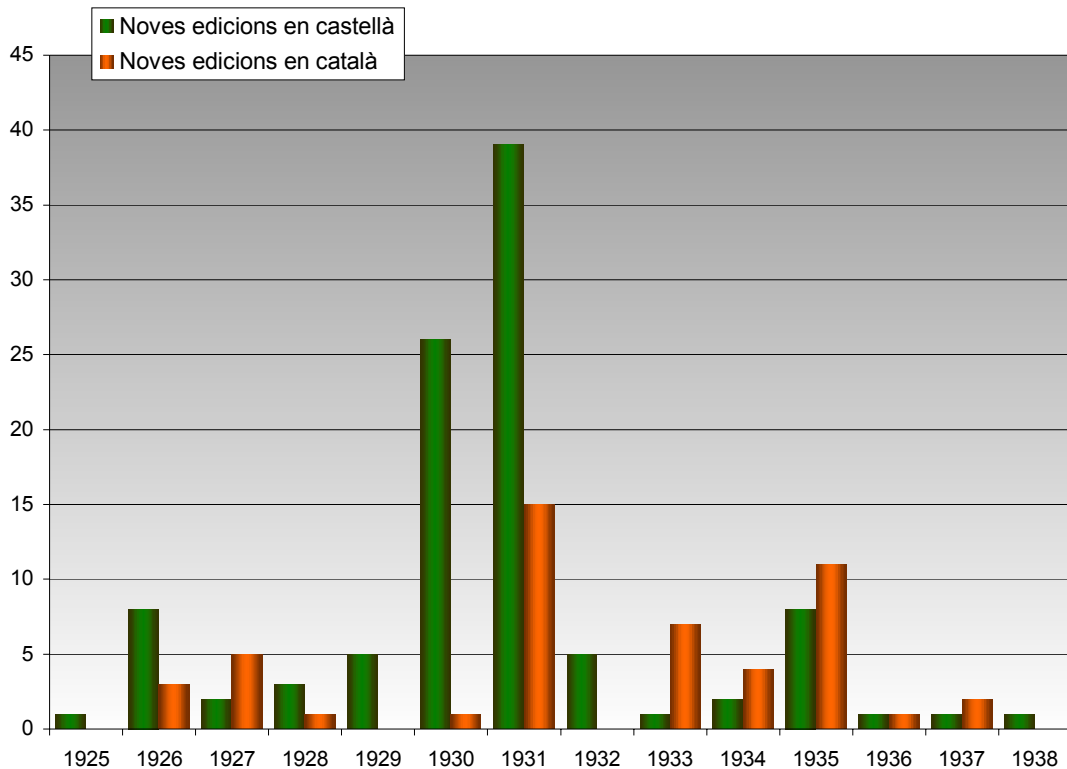
entre 1933 i 1936, la mitjana de títols anuals en castellà baixa fins als 3 mentre que la de llibres editats en català s'enfila fins als 5,75 títols anuals.

Aquesta política d'equiparació entre llengües s'alentirà amb l'esclat de la Guerra Civil, un fet que incidirà notablement en la dinàmica de publicacions de l'editorial. Davant la incertesa, només es publiquen els textos que ja estan preparats i, si es pot disposar de paper, es tendeix a reimprimir les obres que funcionen econòmicament, sense tenir en compte la llengua en què estan escrites.

Taula 4. Novetats anuals segons llengua de publicació (1923-1939).⁶²⁴

Anys	Edicions en castellà	Edicions en català	Total de noves edicions
1925	1	0	1
1926	8	3	11
1927	2	5	7
1928	3	1	4
1929	5	0	5
1930	26	1	27
1931	39	15	54
1932	5	0	5
1933	1	7	8
1934	2	4	6
1935	8	11	19
1936	1	1	2
1937	1	2	3
1938	1	0	1
Total	103	50	153

⁶²⁴ Tot i que no es té constància de cap edició infantil o juvenil anterior a 1925, hem preferit de mantenir 1923 com a data d'inici del període per coherència amb els talls cronològics que hem establert a tot el treball. Per idèntica raó, hem tancat el període el 1939. Les dues edicions que es van dur a terme en aquest any s'editaren fora de Barcelona, una a Sant Sebastià i una altra a Madrid i eren ja obres de la nova etapa, per la qual cosa les hem incorporat al període posterior.



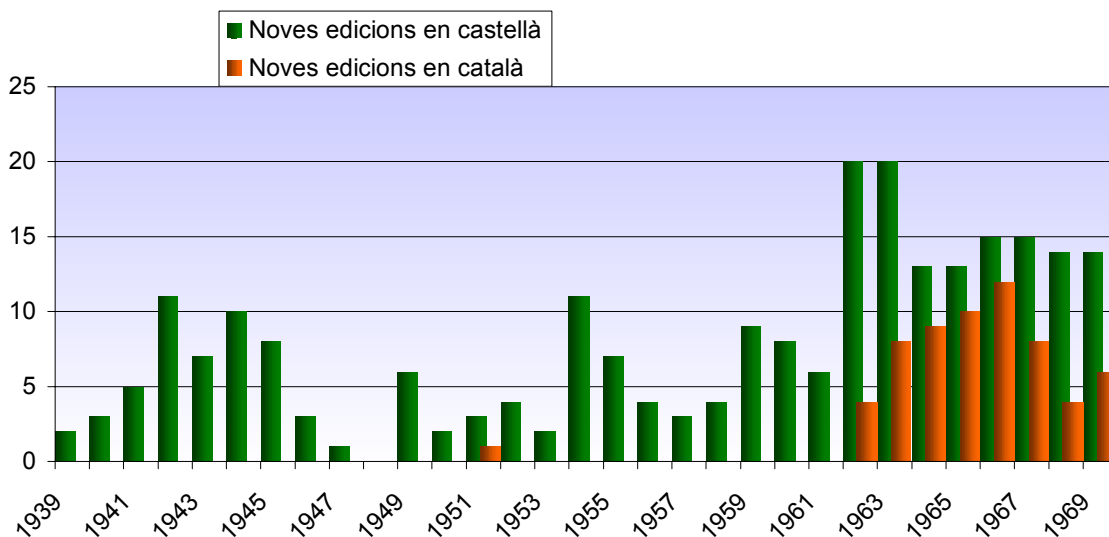
Gràfic 6. Novetats anuals segons llengua de publicació (1923-1939).

Presència de les edicions en català i castellà (1939-1969)

Lògicament, el període que s'enceta tot just acabada la guerra presenta un predomini absolut d'obres publicades en castellà sobre les catalanes. Amb una edició esporàdica l'any 1951, el català no recupera la seva presència als catàlegs de l'editorial fins al 1962, i, encara així, amb una timidesa remarcable. A partir d'aquesta data, el nombre d'edicions en català s'incrementa any rere any, fins arribar als anys 1965 i 1966 quan gairebé s'assoleix la paritat entre ambdues llengües. No obstant això, si analitzem la producció d'aquests primers anys de represa, entre 1962 i 1966, la mitjana anual de llibres en castellà se situa en 14,8, xifra que supera àmpliament la mitjana de títols en català, que tot just arriba al 8,1 anual.

Taula 5. Novetats anuals segons llengua de publicació (1939-1969).

Anys	Edicions en castellà	Edicions en català	Total de noves edicions
1939	2	0	2
1940	3	0	3
1941	5	0	5
1942	11	0	11
1943	7	0	7
1944	10	0	10
1945	8	0	8
1946	3	0	3
1947	1	0	1
1948	0	0	0
1949	6	0	6
1950	2	0	2
1951	3	1	3
1952	4	0	4
1953	2	0	2
1954	11	0	11
1955	7	0	7
1956	4	0	4
1957	3	0	3
1958	4	0	4
1959	9	0	9
1960	8	0	8
1961	6	0	6
1962	20	4	24
1963	20	8	28
1964	13	9	23
1965	13	10	23
1966	15	12	27
1967	15	8	24
1968	14	4	18
1969	14	6	20
Total	243	62	306

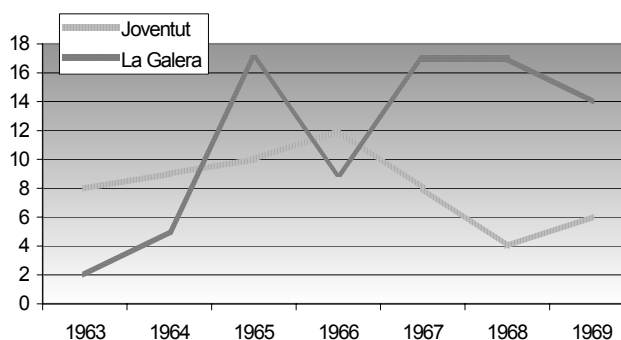


Gràfic 7. Novetats anuals segons llengua de publicació (1939-1969).

Tot i la intenció de Joventut, el fet és que el mercat del llibre infantil en català és encara molt reduït i, com ja hem comentat, estretament relacionat amb els moviments de renovació eclesiàstics i pedagògics. Uns i altres, tindran les seves editorials de referència, entre les que destaquen Estela i Nova Terra, en el primer supòsit, i La Galera en el segon. Joventut que, com hem vist, es manté al marge d'aquestes iniciatives, té certes dificultats en fer-se un lloc en aquest nou mercat pel que comencen a competir diverses editorials.⁶²⁵ Com es pot veure en el quadre adjunt, tot i que en un primer moment és Joventut que parteix amb tirades més altes, aviat La Galera es consolida com a editorial de referència de les edicions infantils en català i supera l'aposta inicial de Joventut.⁶²⁶

Taula 6. Comparativa de novetats anuals en català de l'Editorial Joventut i editorial La Galera (1963-1969).

	Joventut	La Galera
1963	8	2
1964	9	5
1965	10	17
1966	12	9
1967	8	17
1968	4	17
1969	6	14



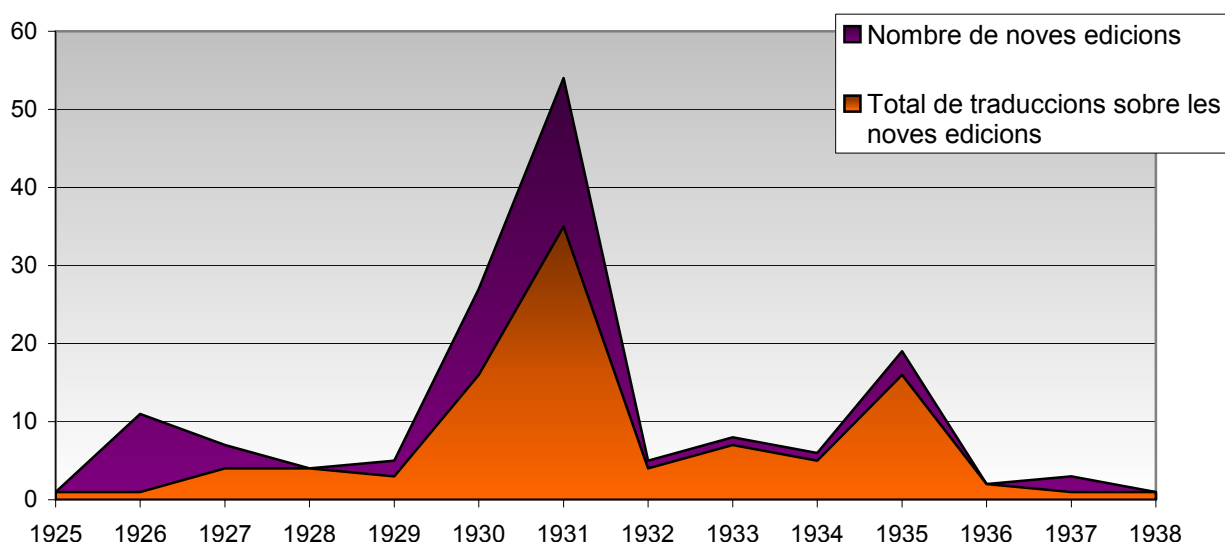
⁶²⁵ Una relació detallada d'editorials i col·leccions en els primers anys de la dècada dels seixanta es troba a I. Mañà, *La literatura infantil catalana de los 60*, p. 7-14.

⁶²⁶ *La Galera. 25è aniversari...*, s.p.

5.1.3 Anàlisi de la producció segons la presència de traduccions

Presència de traduccions en la producció (1923-1939)

Com ja s'ha esmentat, la presència de traduccions al catàleg de Joventut és un dels trets més característics de la seva línia editorial. Ja des del moment inicial de la producció, i com es pot observar al gràfic adjunt, el percentatge de traduccions sobre el total d'edicions és molt elevat i arriba fins al 63 % en el seu conjunt. Encara que les xifres són indicatives d'unes determinades dinàmiques, cal tenir en compte que, entre aquestes edicions, s'hi comptabilitzen tant el que podríem considerar les obres de continuïtat —sobretot, versions de contes meravellosos de Grimm, Andersen, Perrault i altres— com aquelles que, en ser novetat al mercat, constitueixen una aposta més arriscada i més indicativa de la línia editorial. Això explicaria, per exemple, els elevats percentatges que presenten els anys 1930 i 1931 i, sobretot, la desigual distribució entre les traduccions al català i al castellà. Molt més important, qualitativament, és el volum de traduccions que es comptabilitza l'any 1935, més variat quant a les obres, i amb un clar predomini de les traduccions al català, que tendeixen a equilibrar la balança, fins aquell moment negativa.

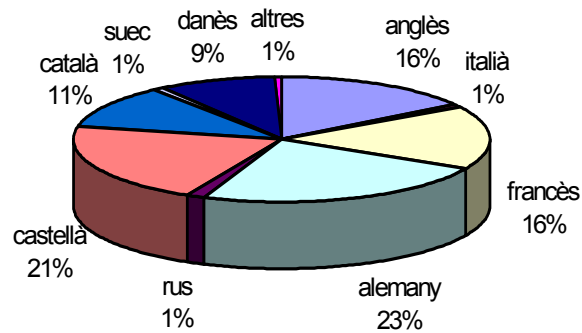


Gràfic 8. Traduccions sobre el total de novetats anuals (1923-1939)

Taula 7. Traduccions sobre el total de novetats anuals per llengua de publicació (1923-1939)

Anys	Noves edicions	Traduccions	Traduccions al castellà	Traduccions al català
1925	1	1	1	0
1926	11	1	1	0
1927	7	4	0	4
1928	4	4	3	1
1929	5	3	3	0
1930	27	16	16	0
1931	54	35	21	14
1932	5	4	4	0
1933	8	7	0	7
1934	6	5	2	3
1935	19	16	6	10
1936	2	2	1	1
1937	3	1	1	0
1938	1	1	1	0
Total	153	100	60	40

En l'anàlisi de les traduccions, però, és especialment rellevant la procedència dels originals que, com queda manifest en el gràfic adjunt, és d'allò més variada. Com es pot observar, la llengua predominant és l'alemany, encara que en aquest cas hem de tenir compte l'elevada presència d'obres de Grimm en aquest còmput. El mateix val per a la presència del danès, que es deu principalment a les obres d'Andersen, sobretot a les que apareixen a les col·leccions "Cuentos clásicos" i "Contes d'ahir i d'avui".



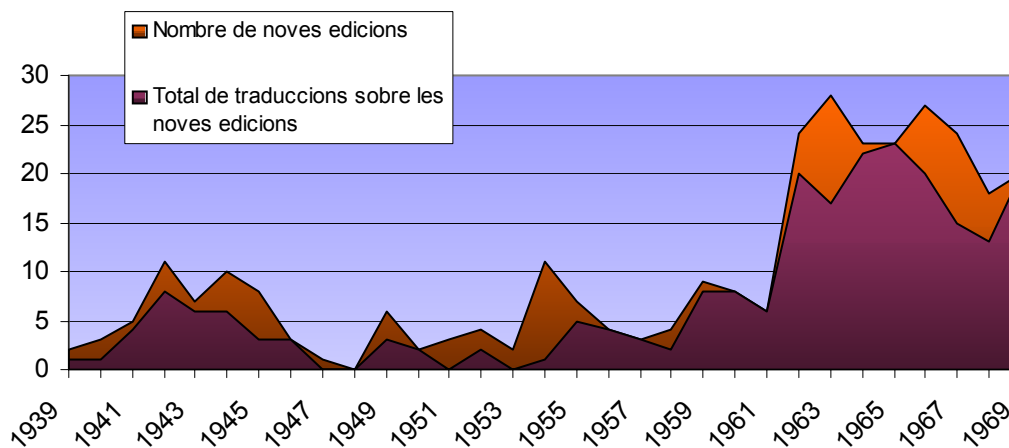
Gràfic 9. Distribució del nombre de novetats segons la llengua de l'obra original (1923-1939)

Presència de traduccions en la producció (1939-1969)

En el període que comença acabada la Guerra Civil, la dinàmica de prioritzar les traduccions sobre la publicació d'obres autòctones es veurà notablement afectada per les disposicions específiques de caràcter restrictiu emeses pel nou govern, que tindran efectes en la producció per a infants i joves de tota aquesta època, però que, donada la seva línia editorial, es deixaran sentir molt especialment en la producció de Joventut.

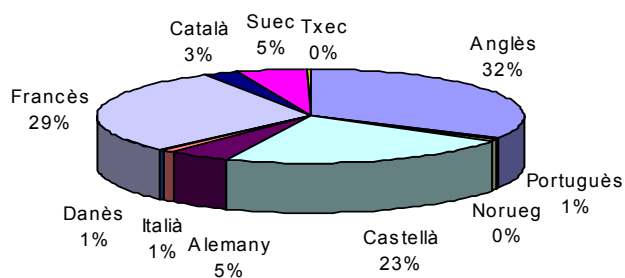
Taula 8. Traduccions sobre el total de novetats anuals per llengua de publicació (1939-1969).

Anys	Noves edicions	Total de títols traduïts	Traduccions al castellà	Traduccions al català
1939	2	1	1	0
1940	3	1	1	0
1941	5	4	4	0
1942	11	8	8	0
1943	7	6	6	0
1944	10	6	6	0
1945	8	3	3	0
1946	3	3	3	0
1947	1	0	0	0
1948	0	0	0	0
1949	6	3	3	0
1950	2	2	2	0
1951	3	0	0	0
1952	4	2	2	0
1953	2	0	0	0
1954	11	1	1	0
1955	7	5	5	0
1956	4	4	4	0
1957	3	3	3	0
1958	4	2	2	0
1959	9	8	8	0
1960	8	8	8	0
1961	6	6	6	0
1962	24	20	16	4
1963	28	17	13	4
1964	23	22	13	9
1965	23	23	13	10
1966	27	20	12	8
1967	24	15	10	5
1968	18	13	9	4
1969	20	20	14	6
Total	306	226	175	50



Gràfic 10. Traduccions sobre el total de novetats anuals per llengua de publicació (1939-1969).

Sens dubte, aquestes escasses traduccions que Joventut publicava eren, pels lectors, una de les poques ocasions de llegir obres que s'allunyaven dels models proposats als nens i joves —noies casadores, nois modèlics— en una literatura tant influïda ideològicament pel nou règim. En aquest sentit, i en tractar aquesta època, cal tenir en compte les enormes dificultats per a obtenir drets de traducció i publicació d'obres estrangeres, en primer lloc pel desenvolupament de la guerra europea, en la qual es trobaven involucrats els països que fornien d'originals aquesta producció i, un cop acabada la guerra, per l'aïllament internacional del règim, la qual cosa impedia exportar divises amb normalitat i establir relacions comercials amb molts països.



Gràfic 11. Distribució del nombre de novetats segons la llengua de l'obra original (1939-1969).

5.2 ELS ASPECTES TÈCNICS DE L'EDICIÓ: TIRADES, COSTOS I PREUS

5.2.1 Les tirades

Per a establir la política de tirades de Joventut treballarem a partir de les dades que l'arxiu de l'editorial ha preservat —especialment, les anotades en les fitxes de control d'edició— i que ens permetran establir el nombre d'exemplars impresos de moltes de les obres estudiades, tant pel que fa a la tirada inicial com per a cadascuna de les seves reedicions.⁶²⁷ En alguns casos, les dades s'han complementat amb les que consten al fitxer de control de vendes i estocs.

Com veurem a continuació, la política de tirades ha estat molt canviant al llarg de la història i molt determinada per la llengua d'edició. Així, les edicions en llengua castellana han generat tirades molt més elevades que les impressions catalanes degut, lògicament, a la implantació de l'editorial en el mercat sud-americà. D'altra banda, les dades revelen que ni les condicions econòmiques de l'editorial, ni les dificultats materials per a la producció, afecten la política en aquest sentit i les tirades mitjanes es mantenen estables. En aquests casos, la política de l'editorial s'orienta cap a la reducció de novetats, sense disminuir el nombre d'exemplars que s'imprimeixen de cada títol i, així, es dona la paradoxa que, en plena Guerra Civil, es tiren fins a 9.000 exemplars d'un sol títol. En general, la tirada inicial sol ser més elevada que la de les reedicions o reimpressions, exceptuant-ne algunes sèries molt concretes en què les tirades s'incrementen progressivament, ja que l'aparició dels títols successius incrementa l'èxit de venda dels anteriors.

Taula 9. Nombre d'exemplars de les diferents tirades, per períodes.¹

	< 1000 ex.	1000—2500 ex.	2500-5000 ex.	5000—7500 ex.	>7500 ex.	Total d'emissions	Total d'exemplars	Mitjana
1926-1939	3	46	213	42	44	348	1.506.807	4.329
1939-1969	1	29	182	69	101	382	2.305.736	6.035
Total	4	75	395	111	145	730	3.812.543	5.222

¹Es comptabilitzen el total d'exemplars impresos fins al 1987

⁶²⁷ En aquest apartat, com s'ha fet en altres, utilitzarem com a sinònims els termes reedició i reimpressió, ja que les dades consignades a les fitxes no permeten fer-ne la distinció oportuna i no s'han pogut localitzar exemplars de cadascuna de les noves tirades.

A partir d'aquestes dades, hem establert diversos quadres en què es pot constatar l'evolució en les xifres de les tirades mitjanes per cada any, tot distingint les tirades de les primeres edicions de les de les reedicions o reimpressions successives.⁶²⁸ Aquestes dades també les analitzarem separatament en els dos períodes de l'editorial, ja que les dinàmiques d'edició canvien profundament en una i altra època. A continuació, establirem les diferències en el nombre d'exemplars de novetats i reedicions, en funció de la llengua.⁶²⁹

Tirades de les novetats i de les reedicions (1923-1939)

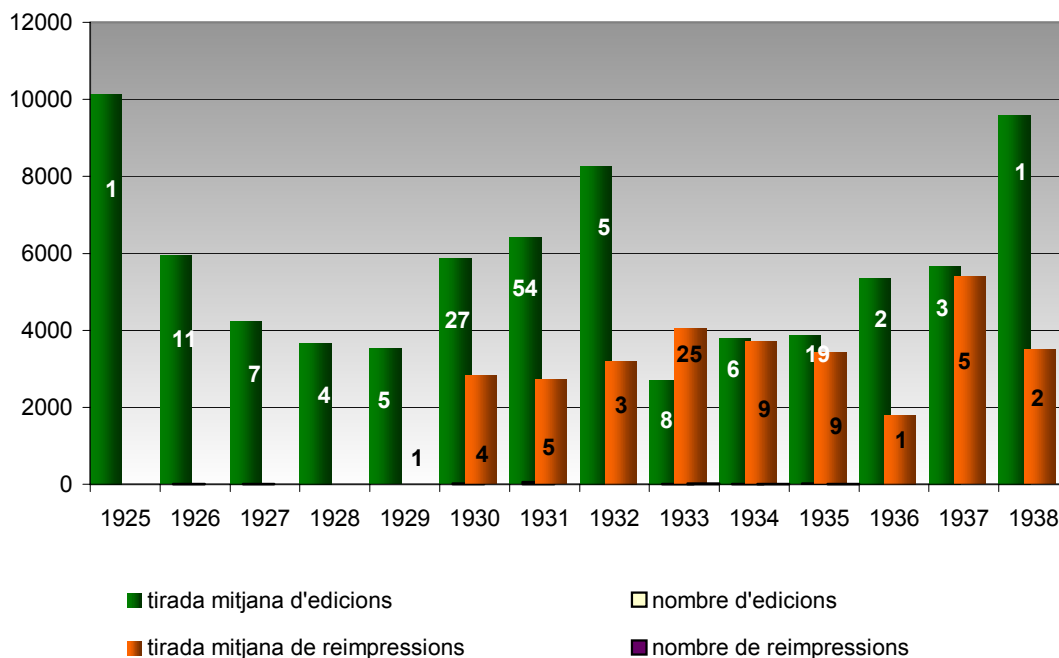
En general, es detecta una clara diferència entre el nombre mitjà d'exemplars que s'imprimeixen en funció de si es tracta d'una primera edició o bé d'una reedició. Aquesta diferència, com veurem, és més significativa en el primer període en què s'estableix que les inicials solen tenir aproximadament el doble d'exemplars que les successives.

Taula 10. Tirades mitjanes anuals per primeres edicions i reedicions (1923-1939)

Anys	Tirada mitjana primeres edicions	Nombre de primeres edicions	Tirada mitjana de reedicions	Nombre de reedicions
1925	10.147	1	0	0
1926	5.948	11	0	0
1927	4.240	7	0	0
1928	3.679	4	0	0
1929	3.520	5	0	1
1930	5.869	27	2.831	4
1931	6.413	54	2.721	5
1932	8.266	5	3.201	3
1933	2.704	8	4.039	25
1934	3.806	6	3.707	9
1935	3.868	19	3.430	9
1936	5.354	2	1.795	1
1937	5.681	3	5.399	5
1938	9.600	1	3.504	2
Total	5.650		3.403	

⁶²⁸ Per a establir aquests càlculs, només hem considerat aquelles "emissions" de què teníem dades contrastables, la qual cosa es reflecteix en els quadres corresponents.

⁶²⁹ Les variacions en les tirades en funció de la llengua s'anitzen a la pàgina 259 i ss.



Gràfic 12. Tirades mitjanes anuals per primeres edicions i reedicions (1923-1939)

Per al primer període, que s'estén entre 1926 i 1939, podem establir que el nombre d'exemplars publicats per a les primeres edicions se situa de mitjana en 5.650, mentre que per a les edicions successives baixa fins a situar-se en 3.403 exemplars de mitjana. En aquest punt, seria bo de poder contrastar aquestes dades amb les d'altres editorials de l'entorn de Joventut i establir així una comparació fiable. A manca d'aquestes xifres, disposem d'estimacions més o menys aproximades, almenys pel que fa a aquest primer període estudiat, que situen la tirada mitjana d'una obra en castellà entorn els 3.000 exemplars,⁶³⁰ mentre que les

⁶³⁰ Jesús A. Martínez Martín aproxima tirades d'entre 3.000 i 4.000 exemplars per a diverses edicions d'autors com Rafael Alberti o els germans Álvarez Quintero, a principi dels anys trenta. Cf. Jesús A. Martínez Martín, "La edición moderna", p. 197-198. També aventura aquestes xifres Manuel Aguilar en les seves memòries, quan diu que amb els dits d'una mà encara en sobriren si comptem per milers les tirades que es fan en castellà. Cf. Manuel Aguilar, *Una experiencia editorial*, p. 182.

tirades de llibres en català s'aproximen a 2.000.⁶³¹ Com veiem, doncs, Joventut supera àmpliament aquestes xifres i està en disposició d'obtenir un marge de benefici superior a la resta de les competidores que, com s'ha constatat, es reflecteix en els balanços anuals que es presenten al Consell d'administració.

Com hem apuntat, les tirades inicials dels llibres infantils de Joventut són realment elevades per l'època, i semblen especialment optimistes les del primer any de funcionament de l'editorial, encara que es moderen en els anys següents. Aquest optimisme inicial podria deure's a certa continuïtat de les pràctiques a què estaven acostumats els gestors de la nova editorial i que potser aplicaren, mimèticament, a les edicions per a infants. No oblidem que a partir de 1923 Joventut publica "La novela rosa", una col·lecció de gran èxit que té tirades inicials al voltant dels 10.000 exemplars i successives reedicions amb el mateix nombre de còpies.⁶³² Sembla, doncs, que l'Editorial Joventut aposta, des del principi, per fer-se un lloc en el mercat a partir d'una política de preus continguts, la qual cosa l'obliga a jugar fort i a fer, d'algunes obres, altíssimes tirades. Un cop aconseguit aquest espai comercial, les va rebaixant poc a poc.

També són molt altes les tirades que trobem en període comprès entre 1930 i 1932, encara que, en aquest cas, les xifres es veuen poc o molt distorsionades per les tirades de les col·leccions "Cuentos clásicos" i "Contes d'ahir i d'avui" —que tant en castellà com en català assoleixen tirades elevades, de 9.000 i 4.000 exemplars, respectivament— i també de la col·lecció "Narraciones rosa para la juventud", que tirava una mitjana de 10.000 exemplars de cadascun del seu títol. En tots dos casos, es tracta d'edicions en rústica, de poques pàgines i de poc preu. Si descomptem aquestes tirades, excepcionals, la tendència és clarament a la baixa des de les primeres edicions, no s'entreveu un repunt fins l'any 1935 que, probablement, marcava l'inici d'un canvi de tendència que, per raons òbvies, no es va poder materialitzar l'any 1936.⁶³³ L'altra dada que pot sorprendre del quadre són les elevades tirades en temps de guerra, amb dificultats per a obtenir matèria primera i energia, però que cal justificar pel baix nombre de noves edicions, la qual cosa permet concentrar tota la despesa en uns pocs títols.

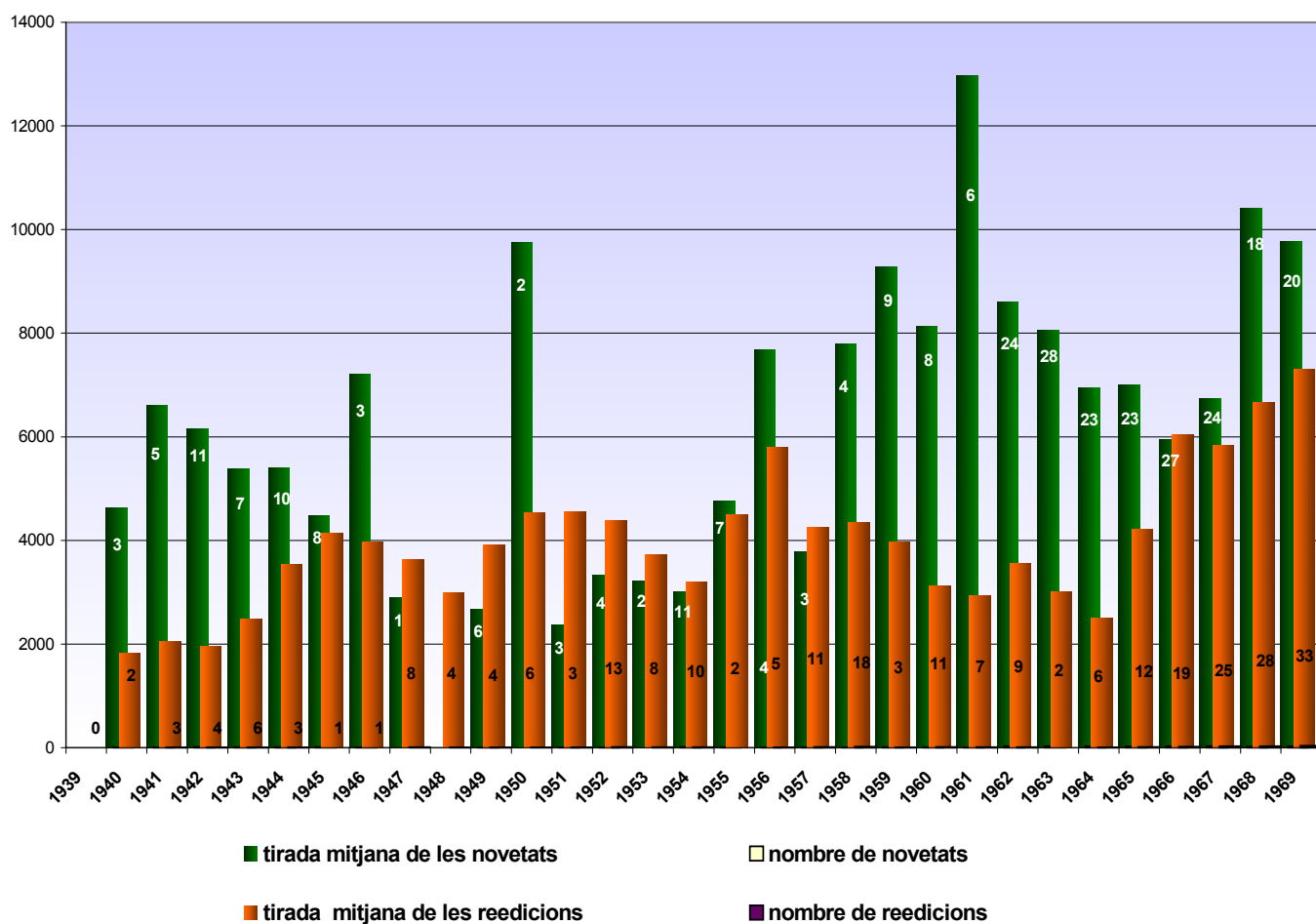
⁶³¹ Ferran Soldevila ens aproxima la xifra de 2.000 exemplars per tirada en llengua catalana a l'article "Lectures i lectors" aparegut a *La publicitat* (9 de març de 1927).

⁶³² AEJ. Fitxer de control d'edicions.

⁶³³ S'ha de considerar que les edicions es preparaven als mesos d'estiu per posar-les al mercat pels volts de Nadal. L'esclat de la guerra hauria trencat aquesta dinàmica.

Taula 11. Tirades mitjanes anuals per primeres edicions i reedicions (1939-1969)

Anys	Tirada mitjana primeres edicions	Nombre de primeres edicions	Tirada mitjana de reedicions	Nombre de reedicions
1939	s.d.	2	0	0
1940	4.629	3	1.824	2
1941	6.601	5	2.037	3
1942	6.142	11	1.941	4
1943	5.383	7	2.471	6
1944	5.408	10	3.538	3
1945	4.470	8	4.138	1
1946	7.213	3	3.973	1
1947	2.891	1	3.620	8
1948	0	0	2.994	4
1949	2.668	6	3.913	4
1950	9.750	2	4.532	6
1951	2.360	3	4.557	3
1952	3.326	4	4.385	13
1953	3.222	2	3.716	8
1954	3.000	11	3.198	10
1955	4.760	7	4.500	2
1956	7.675	4	5.794	5
1957	3.787	3	4.246	11
1958	7.797	4	4.338	18
1959	9.280	9	3.958	3
1960	8.135	8	3.127	11
1961	12.978	6	2.934	7
1962	8.607	24	3.546	9
1963	8.061	28	3.000	2
1964	6.942	23	2.490	6
1965	7.005	23	4.220	12
1966	5.948	27	6.032	19
1967	6.740	24	5.836	25
1968	10.400	18	6.662	28
1969	9.765	20	7.298	33
Total	6.410		3.832	



Gràfic 13. Tirades mitjanes anuals de primeres edicions i reedicions (1939-1969)

Els primers anys de la postguerra no impliquen canvis notables en la política de tirades de l'editorial. A primer cop d'ull, sembla que les restriccions de paper no afecten les tirades de les primeres edicions, que mantenen mitjanes molt elevades, almenys fins a l'any 1947. En canvi, als primers anys, les tirades de les reedicions són notablement més baixes que en el període precedent, encara que amb els temps, tendiran a equilibrar-se amb les tirades de les novetats. En tot cas, les puntes que es detecten s'han de relativitzar en funció del nombre d'edicions que, si són molt baixes, poden distorsionar les dades finals. Sense tenir en compte, doncs, aquestes pujades puntuals, es pot establir que, a partir de 1957, es detecta una tendència d'increment constant de les tirades, que arribarà a extrems molt

notables a l'inici dels anys seixanta. Idèntica dinàmica s'observa pel que fa a les reedicions, que també s'incrementen continuadament a la dècada dels seixanta.

Tirades en funció de la llengua (1923-1969)

Al llarg de la seva història, Joventut i les editorials “germanes” han establert diferències en el nombre d'exemplars que es publicaven en funció de la llengua de les obres, tant pel que fa al nombre d'exemplars com al nombre d'edicions i la varietat de modalitats de presentació de cada títol. Pel que fa al nombre d'exemplars per tirada, les diferències entre les edicions en castellà i en català — quan és possible editar en aquesta llengua— són una constant. Fins i tot, es podria determinar que, en general, es tira en castellà el doble del que es tira en català. Les dades globals ens situen en uns 6.300 exemplars de mitjana per a les edicions i reedicions en castellà i en uns 3.100 per a les que són en català —per al període d'abans de la guerra— que baixa a uns 5.000 en castellà durant la primera postguerra i que es recupera fins als 9.000 a partir de l'obertura dels anys seixanta, quan en català se'n tira una mitjana de 4.700.

Períodes	Tirades mitjanes en castellà	Tirades mitjanes en català
1923-1939	6.319	3.145
1939-1961	5.880	
1962-1969	9.679	4.774

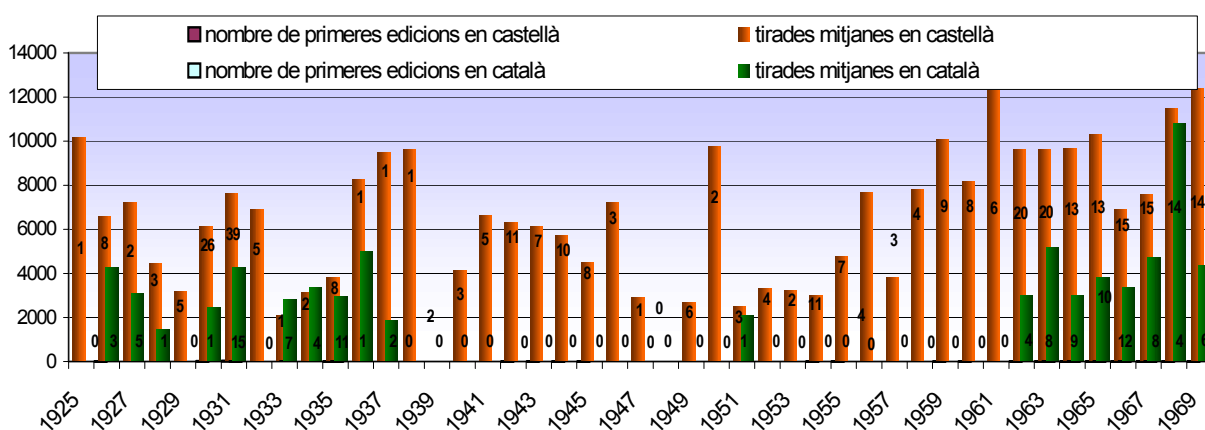
Taula 12. Mitjana d'exemplars per tirada en funció de la llengua d'edició, per períodes (1923-1969).

Taula 13. Mitjana anual d'exemplars per tirada en funció de la llengua d'edició (1923-1969).

Anys	Primeres edicions en castellà		Primeres edicions en català	
	Nombre	Mitjana de tirades	Nombre	Mitjana de tirades
1925	1	10.147	0	
1926	8	6.582	3	4.256
1927	2	7.185	5	3.062
1928	3	4.424	1	1.445
1929	5	3.176	0	0
1930	26	6.131	1	2.451
1931	39	7.597	15	4.246
1932	5	6.888	0	
1933	1	2.098	7	2.791
1934	2	3.111	4	3.375
1935	8	3.780	11	2.961
1936	1	8.250	1	5.000
1937	1	9.500	2	1.861
1938	1	9.600	0	0
1939	2	s.d	0	0
1940	3	4.110	0	0
1941	5	6.601	0	0
1942	11	6.316	0	0
1943	7	6.097	0	0
1944	10	5.698	0	0
1945	8	4.470	0	0
1946	3	7.213	0	0
1947	1	2.891	0	0
1948	0	0	0	0
1949	6	2.668	0	0
1950	2	9.750	0	0
1951	3	2.490	1	2.100
1952	4	3.326	0	0
1953	2	3.222	0	0
1954	11	3.000	0	0
1955	7	4.760	0	0
1956	4	7.675	0	0
1957	3	3.787	0	0
1958	4	7.797	0	0
1959	9	10.064	0	0

1960	8	8.135	0	0
1961	6	12.978	0	0
1962	20	9.597	4	3.000
1963	20	9.585	8	5.173
1964	13	9.672	9	3.003
1965	13	10.270	10	3.827
1966	15	6.870	12	3.343
1967	15	7.547	8	4.700
1968	14	11.484	4	10.799
1969	14	12.403	6	4.349
Mitjanes totals		6.750		3.775

Per a una lectura correcta de les xifres contingudes a la taula, cal tenir en compte que no disposem de les tirades de totes les edicions que es varen fer, ja que en alguna fitxa de control d'edició s'omet aquesta dada i alguns títols no disposen de fitxa. En aquests casos, hem establert les mitjanes segons els nombre d'edicions de les quals disposem de dades contrastades. També cal indicar que algunes dades apareixen distorsionades pel fet que en un any concret apareguin molts títols d'una col·lecció amb tirada molt elevada.



Gràfic 14. Tirades mitjanes anuals per llengües (1923-1969).

Una anàlisi de les dades ens permet observar que, en la primera època, tant l'edició en català com en castellà mostren comportaments similars: forta empena els dos primers anys i un descens acusat, que arribarà al mínim al 1928, per recuperar-se lentament a partir d'aquesta data, amb un nou descens brusc entorn el 1933, que es recuperarà de nou fins a l'esclat de la guerra. En català, però, la normalització de la llengua que es detecta a partir de 1931, sembla que influeix considerablement en les tirades, que s'estabilitzen, aleshores, al volt dels 3.000 exemplars.

El període de la postguerra significa un descens notable de les tirades i del nombre d'edicions —ara només en castellà-, que no es recuperarà fins l'any 1957, quan es superen les mitjanes d'exemplars per tirada d'abans de la guerra. Pel que fa a les edicions en català, que es recuperen a partir de 1962, les mitjanes es mantenen en els mateixos nivells que presentaven abans de la guerra, també amb algunes puntes. Segons Andreu Dòria, fundador l'Editorial La Galera, a principis els anys seixanta es deia que el públic lector en català era molt minoritari i, pel que fa als nens i als joves, gairebé inexistent, després de molts anys sense escola catalana. En aquell moment semblava que l'edició en català no podria superar el miler d'exemplars.⁶³⁴

No obstant, les xifres que ens ofereixen alguns editors que treballen a Barcelona per la mateixa època contradiuen aquesta afirmació. Així, Edicions 62, que treballa essencialment per a un públic adult, inicia les seves activitats amb tirades que volten els 4.000 exemplars, encara que, certament, anaren disminuint fins als aproximadament 1.800 exemplars de 1969.⁶³⁵ Més dades pot aportar la comparació amb les xifres d'edició d'una editorial com La Galera que, com Joventut, també edita en català i castellà i, a més, per a nens. Per al seu primer any de funcionament, el 1963, La Galera indica que les tirades en català eren de 3.000 exemplars i de 10.000 en castellà, però l'any posterior rebaixa notablement les expectatives, a 2.000 exemplars en català i 3.000 en castellà. Finalment, a partir de 1965 i fins a 1969, sembla estabilitzar-se en uns 2.500 exemplars en català i entre 3.500 i 4.000, en castellà.⁶³⁶ Com veiem, els càlculs inicials havien

⁶³⁴ *La Galera. 25è aniversari...*, s.p.

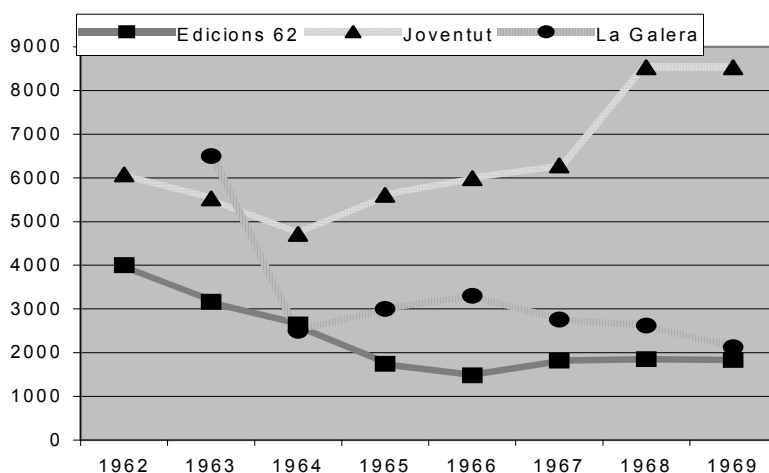
⁶³⁵ *Edicions 62. Mil llibres en català. 1962-1972*, p. LII-LXXI.

⁶³⁶ *La Galera. 25è aniversari...*, s.p.

estat excessivament optimistes per a unes editorials que tot just començaven i que no tenien al seu favor el reconeixement d'una generació de lectors, cosa que sí passava a Joventut. Aquest fet va fer possible que, entre 1963 i 1969, l'Editorial Joventut treballés amb tirades molt superiors, que se situaven en una mitjana de 5.028 exemplars en català, i de 9.690 exemplars per al castellà, mentre que, com hem vist, per als mateixos anys, a La Galera les tirades eren, pràcticament, la meitat.

Taula 14. Tirades mitjanes anuals en català d'Edicions 62, Joventut i La Galera (1962-1969).

Anys	Edicions 62	Joventut	La Galera
1962	4.000	6.076	
1963	3.165	5.531	6.500
1964	2.645	4.716	2.500
1965	1.744	5.612	3.000
1966	1.481	5.990	3.304
1967	1.817	6.288	2.761
1968	1.850	8.531	2.620
1969	1.831	8.531	2.125



Gràfic 15. Tirades mitjanes anuals en català d'Edicions 62, Joventut i La Galera entre 1962 i 1969.

Dades obtingudes de: Edicions 62. Mil llibres en català. 1962-1972, La Galera. 25è aniversari, i Arxiu de l'Editorial Joventut.

5.2.2 Costos de producció i escandalls

Per les seves característiques, la producció de llibres adreçats als infants presenta la màxima complexitat. Una bona edició per a infants requereix, entre altres, l'adequació del cos tipogràfic al lector de referència, la confecció de clixés per a la il·lustració, una composició complexa que ha de generar una pàgina clara i llegible, la tria d'un paper resistent però flexible i, finalment, una enquadernació sòlida i atractiva. Tot, no obstant, seguint criteris de rendibilitat que evitin de fer del llibre infantil un producte excessivament car i, per tant, poc vendible. Normalment, les editorials solen calcular els costos de producció a partir de les col·leccions, els volums de les quals solen ser bastant homogenis quant al format, nombre de pàgines, qualitat del paper, nombre de colors d'impressió de les il·lustracions, etc, amb la qual cosa els càlculs es fan sobre un volum tipus i, posteriorment, si cal, s'ajusten a les particularitats de cada títol i als canvis de preu de les matèries primeres i els processos tècnics. En el cas de Joventut, però, la manca d'uniformitat en el format dels llibres que integren les col·leccions implica, sovint, càlculs de costos específics per a cada títol. I encara, per a cadascuna de les modalitats de comercialització previstes.

Per als títols més antics, les dades sobre els costos de producció que hem obtingut provenen de projectes, normalment fulls manuscrits, que es trobaven dins les caixes d'edició. Sovint, es tracta de simples esborranys i, per tant, no podem assegurar que els costos finals fossin els que indiquem. Per a les edicions posteriors a 1939, les dades provenen també de les fitxes d'escandalls que hem localitzat en un fitxer específic.

El cost de *La Ventafocs* de Folch i Torres, apareguda el 1926 i del qual se'n van tirar, finalment, 4.709 exemplars, estava calculat a partir de 7.020 volums. Imprimir el text i la il·lustració —es tracta d'una obra impresa a dos colors, blau i negre, i que conté nombrosos gravats— es calculava sobre unes 3.784 ptes. (0,53 ptes. per volum). L'enquadernació es calculava sobre la base de 3.834 volums a 20 cèntims per volum, la resta dels exemplars quedava en rama i s'anava enquadernant en funció de les vendes per tal d'evitar immobilitzar el capital. El llibre es vengué al llibreter a 2,10 ptes., amb un descompte del 30 % sobre el preu de venda al públic, que fou de 3 ptes. Malauradament, l'escandall no inclou el pagament dels autors intel·lectuals de l'obra, però a partir de les dades obtingudes del fitxer de contractes es pot calcular, aproximadament, el cost dels drets de

Folch i Torres i Junceda. En aquest cas concret, hem trobat el rebut d'adquisició dels drets de publicació de l'obra que Edicions Mentora satisfeu a Editorial Catalana. Pel que fa a les il·lustracions, el juliol de 1926 Mentora paga 800 pessetes a Junceda per les de *La Ventafocs* i *El Príncep Blanc*.⁶³⁷ El mateix mes, Folch i Torres signa un rebut de 1.000 pessetes pel permís de publicació d'ambdues obres. No sabem fins a quin punt podem repercutir aquest pagament a mitges, entre les dues edicions, però en aquest cas, el cost de la il·lustració fora de 400 ptes. i el del text de 500.⁶³⁸ El càlcul del cost del paper, que tampoc està inclòs en l'escandall, es fa força més difícil ja que el cost varia en funció del preu al mercat i per la qualitat i el gramatge, la qual cosa fa que no es puguin aplicar percentatges d'altres pressupostos.⁶³⁹ La manca de dades, doncs, ens impedeix d'establir quin era el marge de benefici previst per a aquesta obra.

D'uns anys més tard, disposem encara d'un altre escandall del qual obtenir dades. Es tracta d'un pressupost de l'edició dels volums de la col·lecció "Libros animados", il·lustrats en tricromia amb tres escenes mòbils en 12 pàgines. Aquest pressupost, signat el 19 d'octubre de l'any 1935 és, però, un pressupost poc generalitzable ja que, pel seu disseny, aquests llibres requerien uns materials i unes manipulacions molt específiques. El cost total del producte es calcula en 1,52 pessetes, sobre una base de 5.000 exemplars tirats.⁶⁴⁰ A aquestes hem de sumar-hi el 15 % que l'editorial acostumava a destinar a despeses de promoció i un 15 % per a les despeses generals i arribem a les 2 pessetes. Caldrà preveure també el cost repercutit dels drets d'autor (50 cèntims si els comptem al 10 %, aproximadament, ja que no tenim constància que Saló signés un contracte a tant alçat). El seu preu de venda era de 5 ptes. tal com consta en el fitxer d'edició i en

⁶³⁷ Tot i que el rebut indica el títol en català, sembla que Joventut en va publicar només la versió castellana, en què apareixen els esmentats dibuixos de Junceda.

⁶³⁸ Aquest devia ser el preu més o menys estàndar, tal com comenta Joan Oliver indicava que a principi dels anys trenta, un original es pagava a cinc-cents pessetes, mentre que les traduccions es pagaven a 300. Cf. Albert Manent, "Antecedents i història d'una aventura cultural". En: *50 anys. 1928-1978. Edicions Proa*, p. [15]

⁶³⁹ En l'edició de l'obra *Blancanieves y los siete enanitos* adaptada i il·lustrada per Mercè Llimona, que aparegué l'any 1941, amb un format similar i un nombre similar de pàgines, el paper representa una mica menys del 10 % del cost total de producció. Cal pensar que aquest percentatge disminueix en el cas d'edicions més reduïdes, ja que s'incrementen altres despeses fixes, com la composició i la confecció de clixés. D'altra banda, aquesta xifra no difereix massa del 7,5 % que indica Stanley Unwin (*La verdad del negocio...*), com a exemple per a una tirada molt menor.

⁶⁴⁰ En realitat, se'n van tirar 6.900 exemplars de la versió castellana al 1936 i només 1.861 de la catalana l'any següent.

els diversos catàlegs de l'època.⁶⁴¹ Si a les 5 ptes. descomptem el percentatge del llibreter (que hem vist establert en un 30 %, és a dir 1,5 pessetes) el guany per a l'editor s'estableix entorn 1 pesseta, és a dir, significa el 20 % del preu final.

Com ja hem apuntat, d'algunes obres infantils publicades després de la guerra, disposem de les fitxes d'escandall, que ens aporten més dades i més sistematitzades sobre l'estimació dels costos i dels beneficis. En aquest cas, utilitzem com a exemple l'obra de Florència d'Arquer [pseud. de Mercè Gibert] titulada *Princesa del Bóforo*, publicada el 1958. d'una obra de petit format, amb 110 pàgines amb il·lustracions a gravat en negre. En la fitxa, es pot observar la pràctica d'adquisició de drets al comptat per a un nombre determinat d'exemplars, en aquest cas, per 3.000 exemplars, i la distribució de costos. En aquest cas, el factor multiplicador se situa entorn el 3,6. Noti's l'elevat cost de l'enquadernació, que puja 4,75 ptes. per a cada exemplar, al qual s'ha de sumar el cost de del paper de la sobrecoberta, la impressió de la sobrecoberta i el cost de la tela.

COSTE CONTABLE		Fecha
		ABRIL 1958
de la edición de		3.038 ejemplares del libro
ARQUER: PRINCESA DEL BÓFORO		
de		1 volumen de 3 1/2 pliegos de 32 pág. Páginas 112
Total aproximado de letras millares.		
TANTO ACABADO 1ª edición de	PESETAS	
DERECHOS AUTOR 3.000. E.F.	2000	-
TRADUCTOR, revisiones	326	-
HONORARIOS DIBUJANTE	1175	-
FOTOGRAFIAS		
GRABADOS	3545	-
PAPEL TEXTO (21'55)	10756	-
PAPEL S/CUB. (10'45)	754	-
PAPEL GUARDAS (12'66)	557	-
IMPRESA: texto ATENAS	4774	-
IMPRESA: láminas		
IMPRESA S/CUBIERTAS PONSÁ	1368	-
ENCUADERNACION SEBRAT, 4'75	14430	-
PUBLICIDAD	500	-
TELA:	1970	-
P.V. 50-	TOTAL	42.155
Precio coste	por ejemplar	13'87
» sin autor, » »		
» » rama s. a. » »		

Il·lustració 52. Fitxa d'escandall de 1958 on es pot observar la distribució dels costos i el guany previst per l'editor.

⁶⁴¹ En el catàleg de maig de 1937, el preu s'ha reduït a 2, 50 ptes. almenys per l'edició castellana, però més aviat sembla que es tracta d'un error donat que la resta d'edicions ha vist incrementar el preu de manera notable.

En aquest punt, seria oportú d'establir comparances amb la distribució de costos i beneficis que altres cases editorials preveien. Afortunadament, comptem amb les dades que aporta Ana Martínez Rus, que en fa una aproximació per als anys trenta, en el supòsit d'una tirada de dos a tres mil exemplars, amb preu de públic de cinc pessetes.⁶⁴² En aquest cas, el cost de confecció per exemplar es fixa en una pesseta, els drets d'autor s'estableixen entre el 10 i el 20 % del preu venda a públic de cada exemplar venut i els descomptes a majoristes i llibreters suposaven del 50 % al 25 %. A partir d'aquestes dades i les obtingudes de diversos pressupostos i escandalls,⁶⁴³ es pot aproximar la distribució següent:

	Confecció	Drets	Descomptes a majoristes i llibreters	Preu final	Benefici
Altres editorials	1	0,75	2	5	1,25
Joventut	2	0,50	1,50	5	1

Com es pot observar, a idèntic preu final, Joventut destina un percentatge notablement superior a la confecció material del llibre, en què inclouríem el paper, la impressió del text, preparació i impressió dels elements decoratius (interiors i exteriors) i l'enquadernació. Això feia els llibres de Joventut molt atractius, no només per la seva presentació sinó, també, per la qualitat de la seva confecció. A més, en gestionar des de la pròpia editorial els processos de la distribució, es podia reduir notablement la despesa per aquest concepte, que compensava, en part, el cost de la confecció. Finalment l'elevat nombre de vendes, sobretot de les col·leccions més populars, permetia compensar el menor benefici que, comparativament, Joventut podia tenir.

⁶⁴² Ana Martínez Rus, *La política del libro durante la Segunda República: socialización de la lectura.*, p. 203.

⁶⁴³ AEJ. Fitxer de control d'edicions. Escandalls.

5.2.3 Els preus dels llibres de Joventut

Certament, tot i les dificultats que això implica, una anàlisi comparativa dels preus de les obres que apareixen als catàlegs de diferents editorials, indica que els llibres editats per Joventut són bastant competitius en el mercat.⁶⁴⁴ A més, la tendència a publicar les obres en diverses presentacions, permet una política de preus ajustada a les diferents disponibilitats econòmiques del públic. Al primer període estudiat, entre 1926 i 1939, els preus es presenten homogenis per al conjunt dels títols que configuren les col·leccions, quan aquestes són molt consolidades, però no així per a la resta de sèries, que sovint no presenten cap uniformitat ni de format ni de nombre de pàgines. En aquests casos, els preus inicials s'adeqüen a les característiques de cada volum, i tenen en compte la modalitat de presentació, el nombre de pàgines i el nombre d'il·lustracions, i que aquestes siguin en color o només en negre. Així, les edicions corrents tenen un preu que oscil·len entre una i cinc pessetes, però la majoria, de cartoné, en costen tres o tres amb cinquanta, que no són cars si considerem que es tracta de llibres il·lustrats i de gran format.

L'editorial, d'altra banda, procura sempre de facilitar sistemes que permetin el pagament i que, a la vegada, creen fidelitats entre els lectors. Així, moltes de les obres menors com els volumets de les col·leccions "Cuentos clásicos" o "El cuento rosa", poden adquirir-se per subscripció o, a l'altre extrem, obres molt cares com les que componen la col·lecció "Cuentos de arte infantiles", els preus de les quals oscil·la entre les 12 i les 15 ptes., poden adquirir-se a terminis.⁶⁴⁵ Aquestes pràctiques, molt habituals al primer període, desapareixen en el segon, a partir de 1940.

En general, durant el període estudiat, els preus de les obres ja impreses es modifiquen en funció dels encariments de la vida a mesura que es van

⁶⁴⁴ Encara que els catàlegs indiquen aspectes determinants, com el nombre de pàgines, el tipus d'enquadernació o si els llibres contenen il·lustracions, ha calgut analitzar moltes edicions de les empreses de la competència per tal d'obtenir dades sobre aquesta qüestió. Les dades sobre preus, les hem obtingut dels repertoris ja esmentats a l'apartat 1.1.4 Repertoris bibliogràfics.

⁶⁴⁵ En relació a l'anomenada "batalla del llibre" detallada per Bertran i Pijoan a *La Paraula cristiana* (1928), Jordi Amer escriu un article titulat "La propaganda del llibre" aparegut a *La publicitat* (12 de març de 1928) en què considera que un dels factors de la crisi del llibre català és el preu massa elevat i indica que els llibres de 3 o 4 pessetes, tan corrents, eren massa cars per als obrers.

enquadrant les existències en rama. Aquest efecte és més notable a partir de 1937, quan inicia una sèrie d'encariments successius. Al juliol de 1937 ja hi va haver una primera puja del preu dels llibres que en el cas dels llibres infantils només afecta les edicions de luxe enquadrades en la col·lecció “Cuentos de Arte”, que augmentaren en un 20 % el seu preu. A principi de 1938 s'observa un nou increment generalitzat de preus —que pot arribar fins al 50 % en els llibres de luxe— i que afecta tant la producció infantil com la d'adults.⁶⁴⁶

Immediatament després de la guerra no es detecta cap increment de preus, que sí pugen de manera notable a partir de 1941. Des d'aquest moment i fins a finals de la dècada dels seixanta els increments de preus són constants i molt notables i no s'apliquen sistemàticament a tots els títols del catàleg, sinó que es donen selectivament, de manera que no afecten per igual ni tant sols tots els títols d'una col·lecció. En un primer moment, es tracta d'actualitzar els preus que regien en el període republicà i, així, els llibres de luxe els dupliquen o fins i tot els tripliquen entre 1936 i 1941, en les edicions que ja estan impreses.⁶⁴⁷ A partir de 1945 els preus s'incrementen de nou notablement, però ara només en les noves edicions i en les reedicions, que en molts casos dupliquen el seu reu en relació al 1941, mentre que els llibres en estoc mantenen el preu de sortida. Els exemplars en cartoné passen de 6 a 12 ptes. i els novament reeditats en presentació de luxe passen de 18 a 40 ptes.⁶⁴⁸ De 1947 a 1952 les noves edicions doblen el seu preu de nou. Així, les edicions de luxe de nova tirada fixen el preu al voltant de les 100 ptes. —les disponibles es mantenen en les 40 ptes. de la dècada anterior—, mentre que les de cartoné oscil·len entre 25 i 25 ptes. A partir dels seixanta s'estableix certa tendència a unificar els preus dels llibres en funció de les col·leccions, independentment del nombre de pàgines o el nombre d'il·lustracions. Només en queden exempts aquells títols que no es reediten però que es poden trobar encara al catàleg, i que mantenen el preu inalterat.

⁶⁴⁶ Aquest increment el tenim documentat, només, per a les obres en català, encara que cal suposar que afectà tots els títols per igual. Per exemple, *El cavaller de la creu*, per exemple, que en el moment de la seva publicació al 1926 valia 3,5 pessetes manté el seu preu fins al 1936 i s'incrementa de manera notable, fins a 4, 5, l'any 1938. En aquest mateix any, *El llibre de fades* que en edició de luxe costava 15 pessetes l'any 1934, passa a valer-ne 21,5.

⁶⁴⁷ Així passa, per exemple, en el cas de *El libro de hadas*, que passa de 15 a 35 ptes., *Alicia en el país de las maravillas*, que passa de 4 a 10 ptes., mentre que la versió de luxe passa de 7 a 20 ptes., *La rosa y el anillo*, de 3 a 6 ptes.

⁶⁴⁸ És el cas de *Lau*, i el *Libro de Fábulas* que de 6 passen a 12 ptes. i les versions de luxe de *Peter Pan y Wendy* i de *Cuentos de Grimm*, que de 18 passen a 40 ptes. *La rosa y el anillo*, que ja havia doblat el seu preu entre 1936 i 1941 ara el dobla de nou, arribant a 12 ptes.

A la dècada dels seixanta, les comparacions les hem establert a partir de primeres edicions d'obres de publicació contemporània, en el benentès que les successives reedicions de les obres del fons de Joventut, podien oferir preus més competitius que les primeres edicions i desvirtuar les dades.

En primer lloc, podem comparar les edicions al mercat de novel·letes presentades en enquadernació cartoné il·lustrada a color, amb il·lustracions interiors de plomes a una sola tinta. En aquest segment, els títols de la col·lecció “Els grumets” de La galera, de 150 pàgines aproximadament, es venen a 100 ptes. En castellà, les comparacions es poden establir amb els títols de la col·lecció “Mundo mágico” que publicava Editorial Noguer als anys seixanta que, amb unes 190 pàgines, valien 90 pessetes, mentre que els títols d'Enid Blyton editats per Molino, amb 170 pàgines, aproximadament, en costaven 45. En comparació, els preus de Joventut semblen molt més ajustats ja que els títols de la col·lecció “Els set secrets”, en català, que tenen entre 120 i 160 pàgines, i amb similar presentació gràfica, costen 40 ptes. i els títols de la col·lecció “Juventud”, en castellà, en costen 60. Podem observar, doncs, com en aquest segment de llibre en català, Joventut es mostra clarament competitiva i, més especialment, en el sector del llibre en català.

Pel que fa als àlbums il·lustrats, presentats en enquadernació cartoné i il·lustrats a tot color, els còmics de la col·lecció “Anxaneta”, protagonitzats per Jan i Trencapins, amb 46 pàgines, es venien a 60 ptes., els de la mateixa col·lecció, protagonitzats per Espiru i Fantàstic, de 49 pàgines, costaven 85 ptes. mentre que els àlbums de Tintín, de 62 pàgines en costaven 100. En aquest cas, s'observa que el preu s'incrementa en funció del nombre de pàgines, i que el preu de Joventut està al mateix nivell que els de la resta de competidors.

Finalment, en el segment de llibres il·lustrats per als petits lectors, de format quadrat d'uns vint centímetres, enquadernats en rústica i il·lustrats a tot color, Joventut ofereix uns preus realment molt ajustats. Així, els títols de la col·lecció “Desplegavela”, amb set làmines desplegable, es venien a 37 ptes. mentre que els de la col·lecció “Jardí d'infància” amb 16 pàgines, en costaven 18. En aquest cas, és possible que, en el cas dels llibres de La Galera, la manipulació que implicava un format complex n'incrementés el cost, però els llibres de Joventut oferien, a meitat de preu, el doble de pàgines.

5.3 ELS MECANISMES DE DISTRIBUCIÓ I DE VENDA

5.3.1 L'organització del sistema comercial

Al moment de la fundació de Joventut, el negoci editorial solia comprendre totes les fases de la producció i comercialització del producte llibre. Les empreses solien disposar dels magatzems on es col·locaven els llibres impresos, bé en rama, bé enquadernats. En el cas de Joventut, a partir de 1930, es disposa d'un magatzem al soterrani de l'edifici principal tot just construït, al carrer de Provença 101, i també d'un espai suplementari als baixos de l'edifici del carrer Borrell, 243-249. D'aquests magatzems en surten els llibres ja enquadernats o bé en rama, per enviar-los als enquadernadors.

Paral·lelament, des dels serveis de l'editorial es feia la promoció i la publicitat de les obres que es distribuïen a partir del servei de novetats, quan el llibre sortia al mercat, o a demanda de les llibreries que en reposaven els exemplars, directament dels magatzems. L'editorial informava regularment els llibreters de les novetats a partir d'un fullet titulat "Mensaje de Editorial Juventud" i, a més, posava a disposició del llibreter tot el seu material de propaganda: fullets de novetats, catàlegs generals i parcials, catàlegs infantils, i prospectes de presentació de les obres o col·leccions noves, a més de les revistes ja esmentades, *Mis Lecturas* i *Escaparate*. Aquests mecanismes es varen completar amb la incorporació dels comercials que tenien la funció de promocionar les obres.

En el temps en què Joventut inicia les seves activitats, era molt freqüent que les editorials fessin la venda directa al llibreter, sense la mediació de cap distribució, incrementava notablement el benefici editorial ja que, del preu de venda del llibre, només es restava el descompte que es feia al llibreter i que solia voltar el 30 %, amb la possibilitat de millors condicions per a aquells llibreters que feien comandes elevades.⁶⁴⁹ Aquestes condicions podien ser millorades encara en

⁶⁴⁹ A l'arxiu de l'editorial s'han pogut consultar impresos de promoció de novetats adreçats als llibreters, datats en diferents anys del període estudiat, en què es manté el percentatge del 30 %, amb promocions especials pels volts de les festes de Nadal.

ocasió de promocions excepcionals, com ara per les festes de Nadal i Reis, quan el descompte sobre el preu de venda que pot arribar al 40 % i fins i tot al 50 %.⁶⁵⁰

D'altra banda, i almenys fins als anys cinquanta, Joventut venia directament a particulars, a preu de venda públic més les despeses del transport, tal com ho feien la majoria d'editorials de l'època.⁶⁵¹ En aquesta activitat, els editors feien d'alguna manera la competència al sector llibreter i aquest tema polèmic és tractat en les múltiples reunions conjuntes entre ambdós sectors del món del llibre.⁶⁵² Als volts dels anys trenta, la majoria dels editors satisfien alhora la contribució de llibreters, amb la qual cosa, tenien el dret de la venda a la menuda. En aquest sentit, Zendera opinava que la venda directa facilitava que els lectors reacis a entrar en una llibreria entressin en contacte amb els llibres.⁶⁵³ Cal considerar, a més, que el sector de la distribució i la venda de llibres a Espanya era molt precari, que només hi havia llibreries que mereixessin aquest nom a les grans capitals i que el món rural estava del tot desatès. Això explicaria, probablement, l'èxit d'iniciatives com la ja esmentada de la venda ambulant amb un camió-llibreria, l'any 1935 i, també, que la venda directa tingués fos una via interessant per als editors per a la comercialització de les seves obres. Tot i que la distribució pròpia i la venda directa generaven despeses derivades de la pròpia gestió i dels processos d'embalatge i de correus, els guanys eren importants.⁶⁵⁴

A banda de la seva seu a Barcelona i dels magatzems que ja hem esmentat, al 1926 Joventut va obrir una delegació a Madrid, que compartia local amb la Sociedad General de Publicaciones⁶⁵⁵ i que, a partir dels anys quaranta, va

⁶⁵⁰ Aquest descompte excepcional es promou arran de la Diada del Llibre de 1930, en un fullet on, aprofitant la permissivitat del moment, es fa una crida a la catalanitat de la diada: "Ara més que mai!... la diada del llibre deu ésser a Catalunya la Diada del llibre català premiant així la tasca, cultural i patriòtica, dels llibrers de la nostra terra" i, a continuació, s'exposa que Edicions Mentora està disposada a "celebrar enguany la patriòtica data, remarcant-la amb un sacrifici de part nostra, que sigui al mateix temps premi als esforços dels llibreters catalans".

⁶⁵¹ Stanley Unwin, *La verdad sobre el negocio editorial*, p.129 i Manuel Aguilar Muñoz, *Una experiencia editorial*, p. 225.

⁶⁵² Sobre aquesta qüestió, vegeu Jesús A. Martínez Martín (dir), Ana Martínez Rus, Raquel Sánchez García, *Los patronos del libro: las asociaciones corporativas de editores y librerías, 1900-1936*, p. 146.

⁶⁵³ Jesús A. Martínez Martín (dir), Ana Martínez Rus, Raquel Sánchez García, *Los patronos del libro : las asociaciones corporativas de editores y librerías, 1900-1936*, p.149.

⁶⁵⁴ Un altre editor que va treballar a la mateixa època Manuel Aguilar Muñoz tracta aquests i altres aspectes de la venda a les seves memòries, *Una experiencia editorial*.

⁶⁵⁵ Sobre les sucursals que Joventut instituí a Madrid, vegeu nota 248, a la pàgina 81.

independitzar-se.⁶⁵⁶ Des d'allí, s'assortia millor el mercat del centre i oest peninsular i, a més, permetia a l'editorial estar a la vora dels nuclis de decisió.

5.3.2 Les vendes de Joventut

Els aspectes que més sobten en analitzar els documents que ressenyen les vendes de l'Editorial Joventut són, d'una banda, la llarga vida de les obres publicades i, de l'altra, l'extrema regularitat de les vendes dels títols de més llarga vida. Aquesta característica fan de Joventut una editorial que viu del catàleg, que compta amb uns ingressos regulars que es combinen amb les puntes de venda però que permeten sostenir un ritme d'inversions a llarg termini. Aquesta característica es dona de manera idèntica en els dos períodes de l'editorial i, com es pot observar a la taula adjunta, alguns dels llibres catalans publicats per Joventut presenten una venda constant fins i tot en època de prohibicions.

Taula 15. Persistència de vendes del fons català i castellà editat abans de la guerra.

	La rosa i l'anell	Alicia en terra de meravelles	Emili i els detectius	Pinotxo	La volta al món en vuitanta dies	La illa del tresor	Rondalles de Grimm	Rondalles d'Andersen	El llibre de fades	Sancho Panxa governador
1a ed.	1927	1927	1935	1934	1927	1928	1935	1933	1934	1926
Tirada	3.265	3.298	2.594	5.355	1.783	1.445	1.732	1.542	1.764	7.000
2a. ed.	1976				1934	1935			1956	1965
Tirada	2.485				3.091	2.944			3.850	6.000
3a. ed.										1973
Tirada										3.874
1926										200
1927										1.268
1928										424
1929										1.533
1930										176
1931	2.066	1.442			1.497	1.261				136
1932	325	306			411	294				150
1933	228	229			310	127		647		83
1934	348	444		672	560	681		474	404	160

⁶⁵⁶ De fet, la publicació de les obres aparegudes a la col·lecció "La novela rosa" d'aquesta segona època posterior a 1940 indiquen Madrid al peu d'impremta. Sobre les raons estratègiques d'aquest canvi vegeu la nota 248, a la pàgina 81.

Les edicions infantils i juvenils de l'Editorial Joventut. 1923-1969.

1935	61	29		-16	77	-20	339	32	16	341
1936	232	380	953	461	444	393	153	146	160	72
1937	6	174	124	-129	226	201	3	4	226	93
1938	-2	0	483	104	0	0	91	exhaur	16	1.312
1939	1	0	-5	-4	299	1	-6		1	0
Total	3.265	3.004	1.555	1.088	3.824	2.938	580	1.303	823	5.948
1940-46		146	109	-628	229	250	281		180	420
1941		0	0	0	0	0	0		0	279
1942		0	0	0	0	0	0		0	280
43-58		0	0	0	0	0	0		0	38
1947		2	16	24	12	1	0		0	0
1948		133	193	256	281	281	73		0	0
1949		0	0	0	0	0	0		0	0
1950		87	59	28	71	90	48		0	0
1951		37	120	59	166	149	1		0	0
1952		2	49	32	64	57	0		8	0
1953			53	56	90	78	86		93	23
1954			57	33	67	72	61		24	0
1955			35	23	53	22	20		65	0
1956			125	57	161	122	12		63	0
1957			60	56	86	78	93		78	0
1958			101	35	84	41	61		48	0
1959			49	80	41	113	73		62	0
1960			8	94	0	74	64		43	0
1961				64	1	74	58		45	0
1962				98		151	42		1	0
1963				73		25	3			0
1964				133		172	2			0
1965				66		58	318			
1966				35		4	150			
1967				80		15	142			
1968				48						
1969				67						
Totals	3.265	3.411	2.589	1.957	5.230	4.865	2.168	1.303	1.533	6.988

Tot i que les dades de què disposem no ens permeten afirmar-ho amb total rotunditat, sembla que les edicions en català presenten una venda molt més lenta que les edicions castelleses. Aquest fet és del tot lògic, tenint en compte que el públic potencial és molt més limitat, però sobta especialment en aquells títols que, al moment de la seva aparició, varen ser molt valorats per la crítica i que, no obstant, es venen poc i mai no passen de la primera edició. Per entendre aquest fet cal tenir en compte que l'esclat de la guerra afectà indiscutiblement aquelles edicions més retardades, com les aparegudes l'any 1935 (*Bibi*, *Peter Pan* i *Wendy*), però no justifica la poca acceptació que tenen obres com *L'edat d'or* apareguda el 1931 i, per tant, amb més temps per a una venda sostinguda.

En els ritmes de vendes de les obres de Joventut s'hi detecten efectes que provenen de causes diverses, algunes intrínseques i d'altres extrínseques a l'edició pròpiament dita. Un exemple de les primeres, el tindriem en el que podríem anomenar efecte aparició, motivat per les campanyes publicitàries que solen acompanyar la posada a la venda de les obres publicades de nou, i que fa que en el primer any de vida del títol, aquest registri vendes bastant superiors a les d'anys posteriors. Normalment, les vendes d'aquest any dupliquen o tripliquen les vendes però hi ha alguns casos, com *Mary Poppins*, en què les vendes del primer any signifiquen fins a set vegades les del segon any.

No obstant, hi ha alguns títols que amb posterioritat a la seva aparició es veuen afectats diversos esdeveniments aliens a la promoció de l'editorial que, de retruc, en fan millorar les vendes. En aquest sentit, tenen gran influència els premis que les obres reben, com ho demostra la comercialització d'*Un castillo en el Camino* de M. Marcela Sánchez Coquillat, publicat al 1962, amb una discreta venda inicial de 333 exemplars. Quan, el 1963, li fou atorgat el Premio Nacional de Literatura, les vendes van incrementar-se fins als 6.297 exemplars l'any 1965. El mateix cas es dona amb algunes obres de Carmen Kurtz, de la sèrie protagonitzada per Óscar, que es publicaven a Joventut des de 1962. En aquesta ocasió, el premi que rep *Óscar espía atómico* —que va ser guardonat amb la medalla de la CCEI (Comisión Católica Española de la infancia) de 1964 al millor llibre infantil— comportà que el Ministerio de Educación adquirís —a preu reduït— part de les edicions d'aquest títol ⁶⁵⁷ i també d'*Óscar espeólogo*,

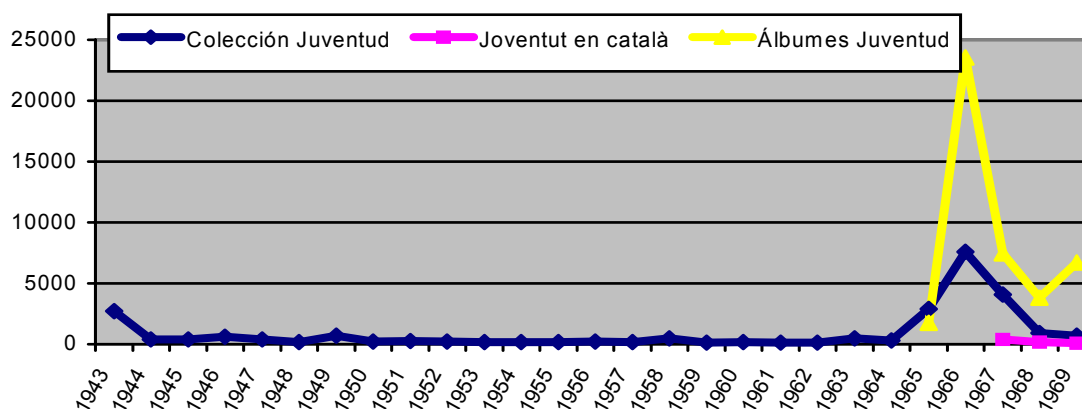
⁶⁵⁷ De la segona edició de 1965, 3.500 exemplars dels 5.000 que es varen tirar, anaren al Ministerio de Educación Nacional al preu de 40 ptes., mentre que el preu de venda al públic era de 70 ptes.

que ja s'havia publicat anteriorment i que ara es reeditarà. Aquest efecte es mantindrà en els tres anys següents, amb incidència retrospectiva a títols ja publicats de la mateixa autora.

Influència del cinema i la televisió en les vendes

Des que es va popularitzar a la segona dècada del segle XX, el cinema ha estat un dels més eficaços sistemes propagandístics del món editorial. En aquest sentit, Joventut veurà al llarg de la seva història com alguns dels seus títols més emblemàtics són duts a les pantalles, en més d'una ocasió. En aquest cas, com ja hem vist, Joventut sol negociar amb les empreses cinematogràfiques i, més tard, televisives, la possibilitat d'incorporar fotogrames de les pel·lícules com a il·lustració de les edicions que fa en ocasió de l'estrena cinematogràfica.⁶⁵⁸ Una mostra d'aquest efecte el tenim en l'increment notabilíssim del ritme de vendes de *Mary Poppins* a partir de l'any 1964, quan s'estrena la versió cinematogràfica de Walt Disney. En aquest cas, Joventut aprofita que en té els drets per publicar una edició especial, en format àlbum amb les imatges del film, obra que presenta una venda extraordinària durant els dos anys immediatament posteriors a l'estrena del film (31.000 exemplars), venda que es manté per damunt dels 1.000 exemplars anuals fins l'any 1976. Però a la vegada, aquesta pel·lícula dispara les vendes de l'edició que Joventut ja tenia al mercat, amb dues edicions que, des de 1943, havien obtingut uns discrets resultats amb unes vendes mitjanes anuals de 418 exemplars, i que entre 1965 i 1969 tindrà quatre reedicions, amb vendes anuals de 3.245 exemplars. No obstant, com pot veure's en el quadre adjunt, la influència del cinema en les vendes tot i ser important, és molt puntual i no sobrepassa els dos o tres anys. Així, tot aprofitant l'empenta que l'estrena televisiva havia donat a les vendes en castellà, al 1967 Joventut treu una edició catalana de l'obra. Però aquesta ja no es beneficia de l'impuls i, tret del primer any, que ven 415 exemplars, no sobrepassa una mitjana de vendes de 100 exemplars anuals fins a exhaurir la tirada de 2.900 exemplars l'any 1990.

⁶⁵⁸ Alguns exemples d'aquesta pràctica es donen en les obres més famoses del catàleg de Joventut, entre les quals, *Emili i els detectius*, *Heidi* i *Mary Poppins*. Cf. 6.2.4 La il·lustració en el llibre.



Gràfic 16. Incidència del cinema i la televisió en l'edició. Nombre de vendes anuals de l'obra *Mary Poppins*, en les seves diverses presentacions.

Un altre cas paradigmàtic —encara que, parcialment, es situï fora de l'àmbit cronològic del nostre estudi— és el de l'obra d'Astrid Lindgren *Pippa Mediaslargas* Que, editada per primer cop al 1962, presenta unes mitjanes de 600 exemplars anuals venuts fins l'any 1974, quan l'estrena de la sèrie de televisió homònima incrementa les vendes que arriben als 3.159 exemplars l'any 1974 i als 19.425 l'any 1975. En aquesta ocasió, però, l'efecte crida de la televisió es mostra encara menys perdurable en el temps que el del cinema ja que les vendes tornen a caure als índexs anteriors a partir de 1976. El mateix efecte es detecta en les parts successives de l'obra, com ara *Pippa se embarca* i *Pippa en los mares del sur* que, amb unes mitjanes similars en anys anteriors, superen els 15.000 exemplars venuts l'any 1975.⁶⁵⁹

⁶⁵⁹ Sobre aquesta cas en particular, vegeu Teresa Mañà, "Una cincuentona llamada Pippi", p. 16.

5.4 LA VITALITAT DEL FONTS INFANTIL I JUVENIL

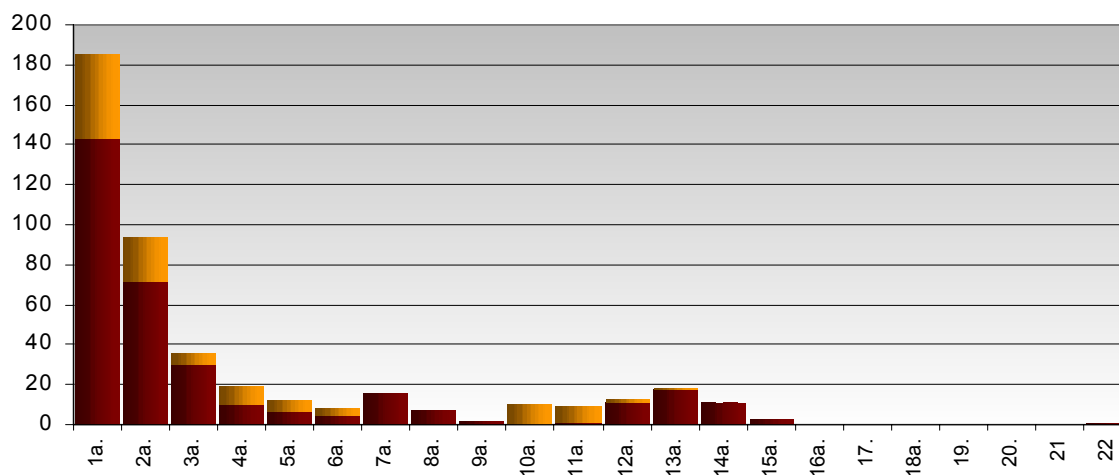
5.4.1 L'exploració intensiva del catàleg

Una de les característiques més destacades de la pràctica editorial de Joventut és l'extraordinària vitalitat del seu fons, que és posat en circulació una i altra vegada. De les 444 obres de que disposem de dades al fitxer de control d'edicions entre els anys 1923-1969, més de la meitat (259) han estat reimpresses, almenys, una vegada i aproximadament un terç (155) han arribat a la tercera impressió. Com pot observar-se a la taula adjunta i, pel que fa a la vitalitat del fons, una vegada més el comportament és desigual per a les obres en català i en castellà, essent aquestes darreres les que tenen un nombre més elevat de reedicions.

Taula 16. Nombre de reedicions dels títols en català i castellà.

Nombre d'edicions	Reedicions en castellà	Reedicions en català	Totals
1a	143	42	185
2a	72	22	94
3a	30	6	36
4a	10	9	19
5a	6	6	12
6a	5	3	8
7a	16	0	16
8a	7	0	7
9a	2	0	2
10a	0	10	10
11a	1	8	9
12a	11	2	13
13a	17	1	18
14a	11	0	11
15a	3	0	3
16a	0	0	0
17a	0	0	0
18a	0	0	0
19a	0	0	0
20a	0	0	0
21a	0	0	0
22a	1	0	1
Totals	335	109	444

¹Es comptabilitzen el nombre total d'edicions i reedicions fins al 1987



Gràfic 17. Nombre de títols que han arribat a determinat nombre d'edició, per llengües (1923-1969).

Del conjunt del catàleg de Joventut, els títols que més reedicions han tingut són els que podríem imaginar: obres que ja en el seu moment eren clàssics, com els *Cuentos de Andersen* que, fins al 1987, comptabilitzaven 12 reedicions i els *Cuentos de Hadas de Rackham*, amb 5 reedicions, les mateixes que les versions catalana i castellana de *l'Illa del Tresor* de R.L. Stevenson.⁶⁶⁰ També apareixen com a “long-sellers” obres més modernes que, amb els anys, han esdevingut clàssics, com *Peter Pan y Wendy* —que només en les seves versions castellanes ha tingut més de vint edicions i reedicions— o com *Maya, la abeja*, també amb 12 reedicions. Els rècords absoluts estan en mans de l'autora suïssa Johanna Spyri, amb 22 edicions de *Heidi* i 14 d'*Otra vez Heidi* (comptabilitzant fins al 1975). A la segona època, els títols més reeditats corresponen a sèries de protagonistes fixos: són les obres d'Hergé i Enid Blyton que, com ja hem vist, comptabilitzen un elevadíssim nombre de reedicions per a cada títol. Pel que fa al català, si exceptuem Hergé —alguns títols del qual sobrepassen les deu

⁶⁶⁰ En el fitxer d'edició es comptabilitzen totes les edicions que s'han fet d'una obra, amb independència de les diferents versions o formats que aquesta hagi tingut. Així, de les 22 edicions de *Peter Pan y Wendy*, algunes varen aparèixer en col·leccions no destinades als infants, altres eren simples quaderns de pintura, una altra era una versió que aparegué en la col·lecció “Contes Animats”. El mateix passa en la primera edició castellana de *La isla del Tesoro* de R.L. Stevenson que va aparèixer a la “Colección aventuras”.

edicions— i Blyton —que arriben fins a les sis edicions—, són poquíssimes les obres que sobrepassen la segona edició. En aquest sentit, cal destacar les cinc edicions de *Lau* i de *La illa del tresor [sic]*, que demostrin la pervivència d'aquests clàssics en un catàleg per a nois i noies.

Taula 17. Nombre d'edicions assolides per les obres d'Enid Blyton i d'Hergé : nombre de títols per llengües.

Nombre d'edicions	Obres de Blyton		Obres d'Hergé	
	Castellà	Català	Castellà	Català
1a	-	1	-	-
2a	-	9	-	-
3a	-	1	-	-
4a	-	6	-	-
5a	-	4	-	-
6a	-	3	-	-
7a	11	-	-	-
8a	6	-	-	-
9a	-	-	-	-
10a	-	-	-	11
11a	-	-	-	8
12a	4	-	5	1
13a	9	-	7	1
14a	2	-	8	-
15a	2	-	1	-

Com veiem, els 57 dels 58 títols editats en castellà i català de la sèrie tenen, almenys, una reimpressió. A partir d'aquí, cauen la majoria de títols en català que, com a molt, arriben en algun cas a les sis edicions. El cas del castellà ben diferent: tots els títols passen de les sis edicions.

Taula 18. Tirades, vendes i nombre d'edicions dels títols d'Enid Blyton i d'Hergé, per llengües.

	Obres d'Enid Blyton		Obres d'Hergé	
	Castellà	Català	Castellà	Català
<i>Títols editats</i>	34	24	21	21
Nombre total d'exemplars	7.231.605	345.924	5.432.420	1.326.800
Promig de vendes per títol	212.694	14.413	258.686	63.180
Tirades mitjanes	20.780	4.118	15.698	5.007
Nombre total d'edicions	348	84	378	223
Promig d'edicions per títol	10.2	3.5	13	10.6

Fins a 1987, es comptabilitzaren en total 432 edicions, amb un promig de 17.540 exemplars per edició, i un nombre total de 7.577.530 (que suposa més d'1,3 milions d'exemplars per títol de mitjana). Per mostrar fins a quin punt el mercat en català presenta un comportament molt diferent al mercat castellà, fins i tot quan els mecanismes externs que poden ajudar a vendre un llibre actuen indistintament sobre els compradors de totes dues llengües, analitzarem les dades en funció de la llengua d'edició.

5.4.2 La pervivència dels títols al catàleg

El catàleg infantil i juvenil de l'Editorial Joventut es caracteritza, com hem vist, per una intensa explotació dels títols que els componen. Això implica, naturalment, que les vendes es mantenen sostingudament –encara que es detectin ritmes realment molt baixos- i que, per tant, no es planteja la necessitat d'eliminar-los del catàleg. Així, les novetats anuals s'incorporen a un fons molt consolidat que, com a molt, veu renovada la seva aparença formal. Aquesta longevitat dels títols en el catàleg, es pot atribuir a la consideració de clàssics de molts dels seus títols. En el quadre següent, es pot observar que aquesta pervivència es manté més enllà del tall que significa l'esclat de la Guerra Civil i els canvis sociopolítics que va generar.

Taula 19. Vida de les obres al catàleg. Nombre de reedicions, tirades i exemplars (1926-1987)

Reedicions d'obres publicades d'abans de la guerra				Reedicions d'obres publicades després de la guerra				Totals
Anys	Nombre de reedicions	Mitjana de tirada	Exemplars	Any	Nombre de reedicions	Tirada mitjana	Exemplars	
1926	—	—	—					—
1927	—	—	—					—
1928	—	—	—					—
1929	—	—	—					—
1930	2	2.831	5.661					5.661
1931	5	2.774	13.871					13.871
1932	3	3.201	9.604					9.604
1933	25	4.038	100.966					100.966
1934	10	3.718	37.184					37.184
1935	13	2.880	37.447					37.447
1936	1	1.795	1.795					1.795
1937	5	5.398	26.993					26.993
1938	2	2.336	7.008					7.008
1939	—	—	—					—
1940	1	1.148	1.148	1.940	1	2.500	2.500	3.648
1941	3	2.037	6.111	1.941	—	—	—	6.111
1942	4	1.941	5.823	1.942	—	—	—	5.823
1943	5	2.242	11.214	1.943	1	2.700	2.700	13.914
1944	3	3.538	10.615	1.944	—	—	—	10.615
1945	1	4.138	4.138	1.945	—	—	—	4.138
1946	1	3.973	3.973	1.946	—	—	—	3.973
1947	6	4.550	22.751	1.947	2	2.690	5.380	28.131
1948	3	3.983	11.951	1.948	1	2.004	2.004	13.955
1949	2	3.830	7.661	1.949	2	3.996	7.992	15.653
1950	1	4.936	4.936	1.950	5	4.128	20.640	25.576
1951	2	4.557	9.114	1.951	1	—	—	9.114
1952	6	4.572	22.860	1.952	7	4.197	29.379	52.239
1953	8	3.716	29.729	1.953	—	—	—	29.729
1954	8	3.565	28.526	1.954	2	2.831	5.662	34.188
1955	1	4.000	4.000	1.955	1	5.000	5.000	9.000

1956	3	3.261	9.784	1.956	2	8.326	16.652	26.436
1957	5	3.538	17.691	1.957	6	4.953	29.718	47.409
1958	5	4.367	17.470	1.958	13	4.308	56.004	73.474
1959	1	3.403	3.403	1.959	2	4.513	9.026	12.429
1960	7	3.393	23.751	1.960	4	2.861	11.444	35.195
1961	6	3.851	23.111	1.961	1	2.016	2.016	25.127
1962	3	4.011	12.033	1.962	6	3.080	18.480	30.513
1963	—	—	—	1.963	2	6.000	12.000	12.000
1964	—	—	—	1.964	6	4.979	29.874	29.874
1965	3	3.853	11.561	1.965	9	4.587	41.283	52.844
1966	4	3.514	14.056	1.966	13	4.637	60.281	74.337
1967	3	2.610	7.831	1.967	11	4.848	53.328	61.159
1968	3	2.875	8.625	1.968	7	5.596	39.172	47.797
1969	2	3.052	6.104	1.969	11	4.433	48.763	54.867
1970	1	5.234	5.234	1.970	—	—	—	5.234
1971	6	3.300	19.805	1.971	2	3.106	6.212	26.017
1972	1	2.965	2.965	1.972	4	4.231	16.924	19.889
1973	1	3.874	3.874	1.973	11	2.952	32.472	36.346
1974	1	3.100	3.100	1.974	11	4.153	45.683	48.783
1975	4	3.969	15.876	1.975	22	5.167	113.674	129.550
1976	2	4.211	8.422	1.976	3	3.469	10.407	18.829
1977	1	2.987	2.987	1.977	2	4.892	9.784	12.771
1978	4	3.659	14.638	1.978	2	4.973	9.946	24.584
1979	—	—	—	1.979	4	7.500	30.000	30.000
1980	—	—	—	1.980	6	7.933	47.598	47.598
1981	2	3.637	7.274	1.981	5	3.861	19.305	26.579
1982	3	3.964	11.894	1.982	14	4.113	57.582	69.476
1983	1	5.140	5.140	1.983	2	4.000	8.000	13.140
1984	1	2.946	2.946	1.984	8	3.737	29.896	32.842
1985	6	3.655	21.930	1.985	6	4.653	27.918	49.848
1986	—	—	—	1.986	6	4.014	24.084	24.084
1987	2	2.970	5.940	1.987	8	3.775	30.200	36.140

Per tal de concretar aquesta presència al catàleg per part de molts dels títols que configuren el fons infantil i juvenil de l'Editorial Joventut, s'han analitzat les dades que es conserven als fitxers de control d'edició i de control de vendes i estocs, i que ens permeten d'establir el nombre d'anys de pervivència dels títols i

el nombre d'exemplars venuts de cada títol. Per tal d'avaluar millor aquesta presència, i tenint en compte les circumstàncies especials que varen concórrer en la comercialització dels títols en català durant molts anys, hem establert dues taules diferenciades per llengües.

Cal destacar que, tant en castellà com en català, molts dels títols mantenen la presència més enllà dels trenta anys, i amb unes vendes que, de mitjana, superen els 300 exemplars anuals en castellà i els 150 en català. Tot i les dificultats durant els anys en què fins i tot regia la prohibició explícita de comercialitzar aquest tipus de llibres, la venda de llibres en català va ser constant, per bé que molt mínima.⁶⁶¹

Taula 20. Pervivència al catàleg de diversos títols en castellà (dades fins a 1969 obtingudes del fitxer de control d'edicions).

Títol	Total exemplars venuts	Anys de venda	Mitjana d'exemplars any
<i>Sancho Panza gobernador</i>	15.279	43	355
<i>Alicia en el país de las maravillas</i>	16.843	40	421
<i>Cuentos clásicos mitjana per títol</i>	16.508	39	423
<i>El libro de hadas</i>	7.231	35	206
<i>Pastores de Belén</i>	4.889	29	168
<i>Una muñeca, dos niños, tres cigüeñas</i>	3.907	28	139
<i>Juguetes</i>	3.274	28	116
<i>Mary Poppins</i>	25.074	23	1.090
<i>El Quijote para niños</i>	10.645	23	462
<i>Titín peluchín</i>	2.075	22	94
<i>Primita Lidia</i>	5.070	21	241
<i>La Cenicienta</i>	4.286	20	214
<i>Casa de muñecas</i>	4.423	19	232
<i>Las peripecias de Anina</i>	5.044	17	296
<i>Tres ositos</i>	2.379	16	148
<i>El abeto, la palmera y el olivo</i>	2.325	16	145
<i>El tulipan rosa</i>	2.300	16	143
<i>El zapatero y los duendes</i>	2.265	16	141

⁶⁶¹ El detall d'aquestes vendes sostingudes es pot consultar a l'apartat 5.3.2 Les vendes de Joventut a la pàgina 273.

<i>Oro soñado</i>	2.027	15	135
<i>Alicia en el país de las maravillas</i>	3.310	11	300
<i>Otra vez Heidi</i>	2.846	10	284
<i>Un castillo en el camino</i>	18.192	8	2.274
<i>Óscar espia atómico</i>	12.986	8	1.623
<i>Óscar cosmonauta</i>	9.357	8	1.169
<i>Pippa mediaslargas</i>	2.925	8	365
<i>Un más allá sin fronteras</i>	3.320	7	474
<i>Pippa se embarca</i>	3.320	7	474
<i>La gota de agua</i>	2.759	7	394
<i>Abecedario</i>	2.457	7	351
<i>Epaminondas</i>	2.224	7	317
<i>Chacalito listo</i>	1.953	7	279
<i>Mary Poppins (1955)</i>	42.204	5	8.440
<i>Remitente Nicolas Stuck</i>	5.711	5	1.142
<i>Tistú el de los pulgares verdes</i>	2.994	4	748
<i>Doce cuentos de los hermanos grimm</i>	2.846	4	711
<i>Anna Elisabeth</i>	3.129	3	1.043
<i>Kristy</i>	2.927	3	975
<i>Vacaciones en Saltkrakan</i>	1.913	3	637
<i>Cuentos de las buenas noches</i>	1.376	3	458
<i>Mary Poppins (català)</i>	691	3	230
<i>El gato Mikesch</i>	559	2	279

Taula 21 Pervivència al catàleg de diversos títols en català publicats abans de 1939 (dades fins a 1988 obtingudes del fitxer de control de vendes i estocs).

Títol	Total exemplars venuts	Anys de venda	Mitjana d'exemplars any	
<i>Alicia en terra de meravelles</i>	11.373	62	183	cartoné i
<i>La rosa i l'anell</i>	4.995	61	81	
<i>La volta al món en vuitanta dies</i>	11.909	61	195	
<i>La illa del tresor [sic]</i>	11.309	60	188	
<i>Rondalles d'Andersen</i>	8.321	55	151	
<i>Pinotxo</i>	8.248	54	152	cartoné i
<i>Emili i els detectius</i>	10.723	53	202	
<i>Rondalles de Grimm</i>	10.257	53	193	luxe i corrent
<i>El llibre de fades</i>	1.433	28	51	fins a 1962

5.5 LA DIFUSIÓ I LA PUBLICITAT DE LA PRODUCCIÓ INFANTIL I JUVENIL

En les qüestions relatives a la difusió i la publicitat de la seva producció editorial, és on Zandrera es manifesta més com un editor modern. Bon coneixedor de les tècniques de venda i molt al dia dels sistemes de difusió que s'utilitzen en altres països, les iniciatives que ell emprèn són, en molts casos, absolutament innovadores.⁶⁶² D'acord amb el que propugna Stanley Unwin, Zandrera es mostra sempre partidari de plantejar els aspectes publicitaris a dos nivells: el primer hauria de ser de sensibilització —especialment necessària en un país que llegeix poc— i hauria de contemplar campanyes genèriques per a la promoció del llibre comptant amb la col·laboració de tots els estaments relacionats amb la seva producció i difusió: editors, llibreters i organismes oficials. L'altre nivell correspondria a la iniciativa de cada editor, amb la promoció pels canals convenients, de la seva pròpia producció.

Les campanyes publicitàries de Joventut, pel que fa als llibres infantils i juvenils, reposen en la consideració del llibre com a regal —"Nada es tan difícil como hacer un regalo con acierto. Excepto si se regala un libro"⁶⁶³, un regal útil i de profit, que pot utilitzar-se en diverses edats i que no queda arraconat com les joguines. L'edició de luxe de moltes de les seves obres contribueix, sens dubte, al fet que el llibre s'identifiqui millor amb la seva destinació d'objecte de regal. Amb abundants arguments, Zandrera exposa la seva teoria en la presentació d'un catàleg infantil de 1930:

A medida que la cultura avanza, los libros van ocupando más amplio lugar entre los 'objetos' para regalos y a fe que nada como un libro debe agradecer tanto el obsequiado, pues que significa hacer un tácito elogio de su nivel intelectual.

Pero si todas las ocasiones son buenas para regalar un libro, ninguna tan apropiada para la Navidad, cuando es preciso hablar al espíritu tanto por lo menos como los turroneos y demás golosinas hablan a la materia.⁶⁶⁴

⁶⁶² Un exemple d'aquesta modernitat en la concepció del negoci editorial la tenim en una intervenció radiofònica que Zandrera va fer, l'any 1946, amb motiu de la Fira del Llibre de Barcelona. En la seva dissertació va tractar dels "clubs de llibres", i va demostrar conèixer perfectament el seu funcionament i les seves diverses modalitats. El text d'aquesta intervenció fou editat pel mateix Zandrera en un plec promocional i, en la part posterior, va inserir-hi un anunci de l'obra d'Stanley Unwin, *La verdad sobre el negocio editorial*.

⁶⁶³ Editorial Joventud. [Fullet] *Nuevo mensaje de otoño*, 1935.

⁶⁶⁴ Editorial Joventud. [Catàleg] *Buenos libros para niños*, 1930-31.

I efectivament, la majoria de campanyes publicitàries especials coincideixen amb aquestes dates, encara que també se'n faran pels volts del dia de llibre, en les èpoques que aquesta diada ha tingut més ressò.

Com en tants altres aspectes de la gestió editorial, la política publicitària de Zendrera coincideix molt estretament amb el que Stanley Unwin proposa en el seu manual. Així, l'editorial segueix al peu de la lletra les indicacions relatives a la redacció dels paràgrafs descriptius o "blurbs" que s'insereixen en el catàleg, en les sobrecobertes i en les gasetilles pregades. Segueix també els mètodes aconsellats per Unwin quan organitza la tramesa d'exemplars per a la crítica i la recollida, per mitjà d'empreses especialitzades, dels retalls de premsa on es ressenyen o comenten les publicacions de l'editorial.

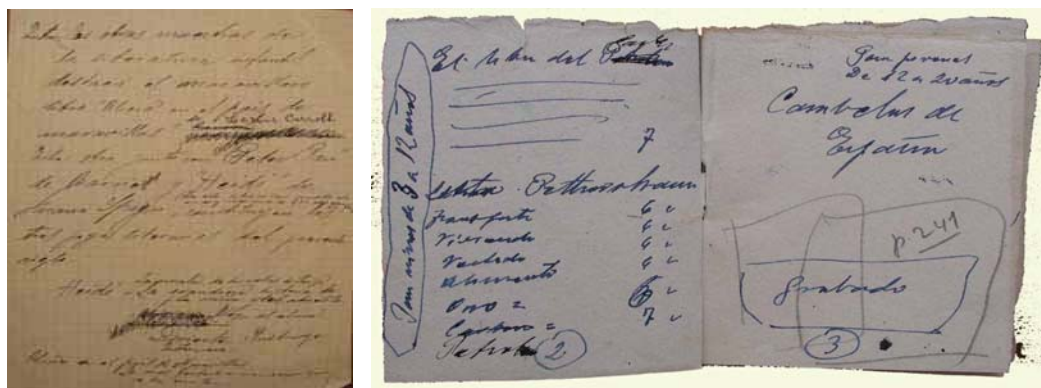
Probablement, comparteix l'opinió d'Unwin en relació als anuncis a la premsa, que només considera rendibles quan es tracta d'aconseguir la fidelitat del lector, i això, en el món editorial només es dona en una col·lecció o també a partir d'una sèrie d'obres d'un mateix autor, sempre que vagi dirigida a un públic concret.⁶⁶⁵ Això explicaria que no haguem localitzat anuncis de Joventut en la premsa periòdica general⁶⁶⁶ i sí, en canvi, en algunes publicacions destinades a un públic molt específic, com *El hogar y la moda* i el suplement infantil *Ki-ki-ri-ki* que l'acompanyava, adreçades al mateix públic que els llibres de l'editorial.

No s'ha pogut determinar l'autoria dels textos publicitaris o de les ressenyes que es publiquen als catàlegs. Sembla que al principi els redactava el mateix Zendrera però que, més endavant, va tenir col·laboradors, especialment per a la redacció de la publicitat en català, encara que ell supervisa sempre els textos finals, que sovint corregeix de pròpia ma. En qualsevol cas, la figura de l'editor és present en l'acció propagandística de l'editorial i sovint, més enllà de l'estil retòric o, fins i tot, demagògic que adopten alguns textos, s'hi entreveuen posicionaments ideològics molt concrets. Així, la biografia de l'autor s'aprofita per a incloure-hi comentaris particulars bastant curiosos, que deixen entreveure alguns aspectes de la ideologia de Zendrera.

⁶⁶⁵ També és d'aquesta opinió l'editor valencià afincat a Madrid, Manuel Aguilar, que també tenia Stanley Unwin com a model, fins al punt que en va arribar a publicar la seva biografia. Cf. Manuel Aguilar Muñoz, *Una experiència editorial.*, p. 227.

⁶⁶⁶ Només s'ha localitzat anuncis a la premsa general en els primers anys de l'activitat editorial de Zendrera. Es refereixen a l'aparició, al 1926, de la col·lecció "El cuento rosa" a *El noticiero* (31-5-1926) i a *La vanguardia* (30-5-26).

Valeri Carrick, il·lustre pintor rus, coneció los esplendores de la corte del último Zar de Rusia (...) Los bolcheviques han tenido que hacer también justicia, aunque gratuita, al genio de Carrick, y han reproducido todas sus obras, sobre todo sus deliciosos cuentos infantiles ilustrados, que se hallan profusamente distribuidos entre los niños rusos que, aunque bolcheviques, no dejan de ser niños y gustan de deleitarse con las fantásticas aventuras creadas por el lápiz mágico de Carrick.⁶⁶⁷



Il·lustració 53 Full manuscrit de Josep Zendera amb un esborrany de text propandàstic per a les obres *Heidi*, *Alicia en el país de las maravillas* i *Peter Pan*. obra. A la dreta, esbós per a un catàleg dels anys quaranta.

5.5.1 Les publicacions publicitàries

Per tal d'informar de les seves edicions i novetats, l'Editorial Joventut utilitza els més variats canals propandàstics, entre els quals destaquen les publicacions: catàlegs i fullets, fulls volants i, fins i tot, una revista monogràfica, que serviran d'aparador a les edicions.

D'altra banda, amb la intenció de fer més fàcil la relació entre el llibreter i el lector, Joventut publicarà nombrosos catàlegs parcials i prospectes especials, en col·laboració amb els llibreters, per ser tramesos als clients interessats. Però el

⁶⁶⁷ *Grandes novedades en libros para la niñez y la juventud para 1931. Editorial Joventut.*

vehicle principal de difusió de les publicacions és constituït, a Joventut com a qualsevol altra editorial, pels catàlegs editorials i les llistes de novetats.⁶⁶⁸

Els catàlegs editorials i les llistes de novetats i fons.

L'Editorial Joventut utilitza dos tipus d'imprès per a donar a conèixer les novetats i els estocs del fons. D'una banda, destinades als professionals llibreters, tenim les llistes de llibres, ordenades per col·leccions, per títols i, en algun cas, per preus. Normalment, es tracta d'unes eines simples i funcionals, amb índexs que permeten la ràpida localització de les obres i amb una presentació acurada, però exemptes d'ornamentació supèrflua.⁶⁶⁹



Il·lustració 54. Full publicitari *Buenos libros para la niñez y la juventud*. 1931.

D'altra banda, també es distribueixen publicacions més acurades, amb una presentació atractiva que —sobretot en el cas de la publicitat d'obres infantils— incorporen nombroses il·lustracions. Es tracta de catàlegs que van destinats a qui, en última instància, consumeix els llibres —els infants— però també, i molt especialment, van adreçats a qui adquireix aquests llibre i així sovintegen els títols o lemes que incideixen en la bondat de la lectura i dels llibres, i les presentacions tracten, invariablement, el mateix tema.

En molts catàlegs es posa clarament de manifest que els pares són els destinataris finals. En la presentació dels llibres, quan s'insisteix en la bellesa de les imatges i la solidesa de l'enquadernació dels *Cuentos de Andersen* s'usen missatges ben clars:

Goce usted de la íntima satisfacción que le producirá el leer estos clásicos cuentos y el admirar las bellísimas ilustraciones de este magnífico libro y haga que sus hijos participen también de la misma alegría (...). Cada lámina en color y cada dibujo en negro es una verdadera obra maestra (...). Cada volumen 19, 5x25, 5 cm,

⁶⁶⁸ D'aquestes publicacions Joventut en fa tirades elevadíssimes. Com a exemple, esmentem que l'any 1933, del catàleg d'obres infantils en català de l'any, se'n tiraren 15.000 exemplars, del catàleg d'obres en català per al Dia del Llibre de 1935 se n'editaren 22.000 exemplars, del catàleg general de 1936, se'n feren 11.000 còpies i 14.000 exemplars del catàleg de novetats que aparegué pels volts de Sant Jordi al mateix any. AEJ. Relació proveïdors. Atenas A.G.

⁶⁶⁹ El catàleg *Lista de títulos*, de desembre de 1935, presenta una coberta il·lustrada per Obiols.

288 pàgines, sòlidament encuadernado en tela inglesa, inscripciones troqueladas, sobrecubierta elegante y policroma, guardado en un estuche protector.⁶⁷⁰

En altres casos, la publicitat s'adreça directament al noi com quan, en finalitzar la reproducció d'una pàgina de *La nit de Sant Joan*, s'increpa el jove lector:

...i ara, noi, compra't el llibre i segueix llegint aquestes delicioses aventures de LA NIT DE SANT JOAN.⁶⁷¹

El mateix sistema l'utilitza en la propaganda de *L'illa misteriosa* de J. Verne, quan pregunta als possibles interlocutors infantils:

Trobeu, potser, que Juli Verne és molt fantasiós? dient només que les seves més grans fantasies, anys després d'haver estat publicades, han esdevingut realitats, queda, no sols rebutjada aquesta objecció, sinó transformada en el més gran i just elogi del gran novel·lista conegut arreu del món, i tan conegut com estimat.⁶⁷²

En altres ocasions s'opta per crear expectatives en el lector infantil, això sí, sense deixar d'indicar allò que sens dubte interessarà els seus pares: l'autoritat de la traducció.

Heus ací un llibre que està donant la volta al món, traduït a tots els idiomes, pel seu interès i la seva bellesa. La Rosa i l'anell és una narració benhumorada i encisadora que els nens llegiran amb gran interès. Ha estat traduït pel poeta Josep Carner i és un llibre molt diferent dels que haureu llegit fins ara.⁶⁷³

⁶⁷⁰ Editorial Joventut. [Catàleg] *Libros para niños*, 1933. D'aquest mateix títol se'n fa propaganda a l'*Escaparate* de desembre del 1934 i s'assegura que, durant l'any 33 se'n van vendre 5.000 exemplars. Si les xifres del fitxer d'edició són certes, difícilment podia arribar-se a aquest volum de vendes amb una tirada que amb prou feines superava els 2.000 exemplars.

⁶⁷¹ Editorial Joventut. [Catàleg] *Llibres, llibres, llibres! Doneu llibres als infants!* (Mentora: s.a. 1931?).

⁶⁷² Editorial Joventut. [Catàleg] *Llibres, llibres, llibres! Doneu llibres als infants!* (Mentora: s.a. 1931?).

⁶⁷³ Editorial Joventut. [Catàleg] *Bons llibres per als infants i la juvenesa*, (s.a. 1933?).



Il·lustració 55. Diversos catàlegs en català de llibres infantils i juvenils dels anys trenta.

Com hem vist, l'estil adoptat per les presentacions dels llibres en els catàlegs acostuma a ser col·loquial. Però no sempre. Molt lírica, per exemple, és la presentació d'*Alicia en terra de meravelles*, tant, que fa pensar en la pròpia mà del traductor com a redactor del text publicitari:

El vertader llibre de les meravelles que més ha captivat l'atenció de nois i noies i que s'ha endut l'admiració del món sencer. Llibre de suggerències felicíssimes, llibre d'il·lusió i de dolça poesia en una traducció de l'eminent poeta Josep Carner". I encara: "Aquesta Alicia parla en el català de Josep Carner i va vestida i mudada amb les il·lustracions de Lola Anglada. No es pot queixar.⁶⁷⁴

Els títols dels primers catàlegs específics per a nens són absolutament descriptius: "*Novedades en libros y cuadernos para la niñez y la Joventut*" (1926-1927) o *Lista de Libros* (1928), però més endavant, els títols adquireixen un estil marcadament publicitari: "*Buenos libros para niños*" (1930-31), "*Año nuevo, libros nuevos*" (1933).⁶⁷⁵ Més directes, encara, són alguns lemes dels catàlegs de les edicions catalanes: "*Llibres, llibres, llibres, doneu llibres als infants*" (s.a. 1931?). A més d'anar introduïts per títols o crides més o menys suggeridors, els catàlegs de l'Editorial Joventut acostumen a incorporar presentacions, adreçades clarament als pares, que glossen la beneficiosa influència de la lectura en els infants. L'estil i el plantejament dels textos varien en funció del moment i del destinatari. En alguns casos, com el següent, aquestes presentacions utilitzen un llenguatge directe i arguments irrefutables:

¿Qué se diría de una madre que privara de la vista a sus hijos saltándoles los ojos?
No se diría nada porque ni aun como supuesto puede tomarse la pregunta en

⁶⁷⁴ Editorial Joventut. [Catàleg] *Llibres per a infants*. (s.a. 1935?).

⁶⁷⁵ Curiosament, aquest lema es repeteix en el catàleg de 1942.

consideración, por demasiado absurda. No puede haber madre, por desnaturalizada que fuera, capaz de cometer acto tan desalmado. Sin embargo, hay algunas madres que privan de la lectura a sus hijos o, por lo menos, la dificultan y obstaculizan, presentándose como una forma de perder el tiempo en la que no deben incurrir... “¡Si quieren ser hombres o mujeres de provecho!...” Atroz delito el que cometen tales madres. La lectura es la vista del alma y prohibir a un niño que lea, es “saltarle los ojos del espíritu” hacerle víctima de una ceguera más dolorosa que la material. Con el alma sin vista, nadie puede alcanzar otra vida más feliz ni más digna que la de las especies inferiores; el hombre que tiene el espíritu ciego, pierde su asiento en el trono reservado al “Rey de la Creación”. Hay que dejar que los niños lean; cuanto más lo hagan, su preparación para la vida será más eficaz. Pero, así como para proteger su “vista material”, no permitiréis a vuestros hijos que miren fijamente a una luz demasiado intensa, para la protección de sus ojos espirituales precisa que tengan a su alcance ‘únicamente buenas lecturas’. Todos los libros que se anuncian en este Catálogo, son buena lectura para niños.⁶⁷⁶

Més contingut és el to de les presentacions als catàlegs de les publicacions catalanes, per bé que també incideixen en la importància de la tria:

Llibres, llibres, llibres! Doneu llibres als infants!

Doneu-los joguines també, però aconsoleu-vos de veure com, passat un temps, les joguines quedaran inútils i hauran deixat en ells un record insignificant, perquè els millors jocs són els que no necessiten aparells. Però amb els llibres no passa això, perquè, sovint, un llibre deixa una empremta tan profunda que gira el camí de tota una vida.

Doneu, doncs, llibres als infants, però escolliu-los bé perquè un mal llibre pot resultar un mal verí per un esperit en formació. I com que el llibre, per raó de la seva presentació, entra també pels ulls, i pel seu contingut juga el paper d'un bon o d'un mal mestre, cal posar un interès i una atenció màximes en escollir-lo.⁶⁷⁷

O aquella altra presentació, de to més patriòtic, signada per Josep Carner:

Augmentem els nostres tresors imaginatius, car el gradual reviscolament de la imaginació catalana és el primer fonament per fer pròspers i invencibles les empreses de l'art i la política, de la cultura i el diner. La imaginació és un imperatiu de conquesta. Que n'aprenquin sos camins els nostres infants; i tinguem per ben segur que no hi ha literatura més estimulante que una rondalla o una epepeia.⁶⁷⁸

Els catàlegs de les publicacions infantils acostumen a presentar les obres en tres nivells diferents. El primer nivell consisteix en la cita sumària de les obres ja publicades, sota un títol de col·lecció o un lema més o menys definitori que, en

⁶⁷⁶ Editorial Joventut. *Catálogo C. 1930/31. Buenos libros para niños.*

⁶⁷⁷ Edicions Mentora. [Catàleg] *Llibres, llibres, llibres! Doneu llibres als infants!* (s.a. 1931?).

⁶⁷⁸ Editorial Joventut. *Catàleg dels llibres per a infants en català.* (s.a. 1935?).

alguns casos, acabarà esdevenint en catàlegs posteriors un títol de col·lecció.⁶⁷⁹ El segon nivell inclou, sota la citació completa, una breu descripció de l'obra tant física com de contingut. El tercer nivell és pròpiament una ressenya que inclou, també, una descripció física. En tots els casos s'inclou el preu o els preus, en funció de les modalitats de presentació —luxe, tela, cartoné i rústica— en què es publiquen.



Il·lustració 56. Portada del catàleg de 1935 de l'Editorial Joventut. Il·lustrat per Josep Obiols.

Com correspon a la seva funció publicitària de la qualitat de les edicions, la presentació dels catàlegs acostuma a ser acurada, especialment en aquells que s'adrecen al públic general. Aquesta cura en la presentació dels catàlegs és compartida amb les marques Mentora i Edita que també en publiquen algun. Els catàlegs de Joventut són del tot diferents als de les altres editorials del moment: aquests es presenten enquadernats en cartoné, impresos amb tipografia Bodoni o Didot, s'assemblen més a un llibre del segle XIX que del XX. Els de Joventut, en canvi, són atractius i transmeten la imatge d'una empresa activa, que es renova; enquadernats en rústica, sovint incorporen portades il·lustrades amb imatges creades expressament per a aquesta funció i també hi trobem il·lustracions interiors —especialment siluetes.⁶⁸⁰ El més habitual és, no obstant, que els catàlegs s'il·lustrin amb imatges extretes dels llibres: de vegades es dibuixa o s'imprimeix un fotograt d'un llibre que reproduïx la coberta de l'obra que es cataloga; d'altres reproduïxen escenes interiors. La pròpia portada del catàleg sovint és il·lustrada; Longòria, Obiols, Bocquet o Sánchez Tena són els il·lustradors més actius, encara que no sempre són expressos: en algun cas, s'aprofiten dibuixos rebutjats per a les cobertes d'algun llibre.⁶⁸¹

⁶⁷⁹ Un exemple el podem trobar en la col·lecció “Las obras maestras de la literatura infantil” (1930-31) que s'inicia com una agrupació de títols sota l'epígraf “Los grandes clásicos de la literatura infantil” en el catàleg de l'any 1927-1928.

⁶⁸⁰ Ja s'ha esmentat la col·laboració especialment rellevant de Josep Obiols, que il·lustra la portada del catàleg català de 1935 i la *Lista de Títulos*, 1935. Josep Longòria il·lustra la portada del catàleg *Bons llibres per als infants i la juvenesa*. Joventut, (s.a. 1933?). Als fullets propagandístics de 1928 i 1931 hi trobem unes siluetes de persones llegint signades Vidal.

⁶⁸¹ Fins a tal punt eren publicacions ben presentades que n'apareixen ressenyes a la premsa periòdica. Del catàleg en català per a 1935, se'n destaca, per exemple, que la portada és il·lustrada per Josep Obiols “La portada a colors i la distribució interior del text i de dibuixos, són admirables” Cf. “Miscel·lània”, *La Humanitat*, 1 de gener de 1936.



Il·lustració 57. Impresos publicitaris per diferents obres dels anys quaranta.

Aquesta acurada presentació que, com hem vist, identifica els catàlegs de l'Editorial Joventut durant el primer període entre 1923 i 1939, decaurà de

manera considerable tot just acabada la guerra. Lògicament, les restriccions materials que ja s'ha exposat afecten també els aparets propagandístics i així, durant els primers anys de postguerra, no es publiquen catàlegs pròpiament dits, sinó simples llistes de novetats o butlletins de comanda que en fan la funció. Només



Il·lustració 58. Full publicitari on es presenta l'edició de *Mary Poppins*.

espòradicament, aquestes llistes incorporen algunes petites il·lustracions, sempre en blanc i negre.

No obstant, com per compensar aquesta manca de recursos, a partir de l'any 1942 s'editen alguns fulls volants anunciant les novetats, on s'especifiquen i es detallen les característiques de cada publicació i que s'il·lustren amb imatges extretes dels llibres, aquestes a color. Sovint, aquests petits anuncis incorporen al verso les novetats de l'any.⁶⁸²

⁶⁸² En tenim mostra, per exemple dels publicats en ocasió del Dia del Llibre de 1942, que anuncien l'aparició de l'obra *Juguetes*, de C. Torre-Enciso i J. Soler Serrano i també de dos nous títols de la sèrie Petersham, *El libro del petróleo* i *El libro de los alimentos*. En un format més gran, tenim també la propaganda del llibre *El circo*, que s'aprofita per publicitar algunes de les novetats de l'any.

Els catàlegs, pròpiament dits, reapareixen de manera regular a partir de mitjan la dècada dels quaranta, tant els de tipus general com els específics de la producció infantil, tot i que aquests ho fan molt esporàdicament i que no retrobaran la periodicitat fins a la dècada dels seixanta. Els pocs catàlegs infantils que es publiquen són ara molt reduïts i, sota el títol genèric de *Libros selectos para niños*, solen presentar una informació breu sobre el contingut de les novetats, molt lluny encara dels textos propagandístics que solien aparèixer als catàlegs en el període precedent. No serà fins el Nadal de 1949 que es reprèn la tradició — momentàniament— dels catàlegs amplis, ricament il·lustrats i encapçalats per un text de salutació. En aquest cas, com en d'altres que ja s'ha comentat, l'editor aprofita l'ocasió per a reprendre els antics consells sobre l'eficàcia del llibre i la necessitat que aquest estigui ben seleccionat:

...Un buen libro cumple una misión educativa: despierta la imaginación, afina la sensibilidad y amplía los conocimientos. Un libro malo, en cambio, deforma el espíritu. Hemos procurado que a la alta calidad literaria de nuestras ediciones correspondiese una pulcra presentación, pues también en este aspecto los libros tienen una función de ejemplaridad y contribuyen a la educación del gusto. Preclaros artistas españoles y extranjeros han ilustrado las obras que figuran el presente catálogo, que ofrecemos a los padres, a los maestros y a los millares de amigos de Peter Pan, Wendy, Bibi y Mary Poppins...⁶⁸³



Il·lustració 59. Full de propaganda de la col·lecció “Gente grande para gente pequeña”. A la part inferior es destaquen un seguit de novel·les il·lustrades per a noies de 12 a 16 anys.

En aquest moment, a principi dels anys cinquanta, encara no estan prou reconstruïdes les col·leccions i en la majoria dels catàlegs els títols per a infants es ressenyen sota títols genèrics coma ara “libros para la juventud e infantiles”.

⁶⁸³ Editorial Juventud. [Catàleg] *Libros selectos para niños y jóvenes*. 1949-1950. Amb algunes modificacions, aquesta entrada es repeteix en el catàleg de novetats de 1956, obrint la secció infantil.

Una altra opció consisteix a agrupar-los més o menys en funció del tema o el gènere i així, al catàleg de 1953 trobem l'apartat de llibres de tema religiós, l'apartat on es ressenyen les faules i els poemes i el corresponent a les obres teatrals. També podem trobar classificats els llibres en funció dels destinataris — normalment, per sexe i edat— com ara “novelas ilustradas para muchachas de 12 a 16 años” o bé, filant encara més prim, “novelas ilustradas de autores modernos para chicos y chicas de 12 a 16 años”. Les col·leccions reapareixen a mitjan de 1955, i se n'estableixen de noves i així, en els catàlegs, retrobem les descripcions formals dels llibres que constitueixen les noves col·leccions a més de breus ressenyes del seus contingut.

La tradició dels catàlegs infantils, il·lustrats i amb textos específics, es reprèn a la dècada dels seixanta. Ara apareixen els catàlegs a tot color, que presenten novetats i que reproduïxen les imatges dels nous títols. En aquesta etapa, els catàlegs tenen un marcat to descriptiu, amb indicacions sobre les característiques de les diverses col·leccions, des de l'edat de destinació a la descripció de les seves característiques formals. En alguns casos, fins i tot, s'atén a un possible ús pedagògic dels llibres, com quan



Il·lustració 60. Full publicitari de l'any 1942, on es posen de relleu les il·lustracions dels llibres.

s'indica, per exemple que la col·lecto “Jardín de infancia” presenta uns llibres adequats “para ser leídos o narrados al niño por la mamá o la maestra y para primeras lecturas. Interesan a partir de los 4 años hasta los 12. De utilidad para la escuela como libro de lectura”.⁶⁸⁴ Es perden, però, les presentacions i les incitacions a la lectura, tant característiques de les etapes anteriors. No obstant, en alguns casos es va una mica més enllà i en alguns catàlegs s'incorpora, fins i tot, una guia per a ajudar a formar una biblioteca als petits lectors.⁶⁸⁵ Es tracta d'unes indicacions essencials que van des de com han de ser les prestatgeries, a aspectes més tècnics, com ara una classificació sumària per matèries, o la possibilitat de registrar i catalogar les obres. També s'explica com gestionar el préstec entre els

⁶⁸⁴ Editorial Juventud. *Catálogo juvenil infantil*. 1969.

⁶⁸⁵ Amb tota probabilitat, l'autora d'aquesta guia sumària sobre organització bibliotecària fou Aurora Díaz Plaja, professional que col·laborava habitualment amb l'editorial en la seva faceta de traductora i adaptadora. Així, el 6 de juliol de 1963 signa un rebut pel lliurament del text *Organízate tu biblioteca*, per la qual contribució cobra 1.000 ptes. AEJ. Caixa Contractes. Aurora Díaz Plaja.

amics i al final, es descriu què és un ex-libris i es donen indicacions per tal de fer-ne un.⁶⁸⁶

Il·lustració 61. Cobertes i interior d'alguns catàlegs infantils i juvenils dels anys seixanta. Les cobertes reproduïen cobertes d'alguns dels títols i comencen a il·lustrar-se a tot color. En els interiors es procura una informació clara, tot utilitzant la il·lustració com a contrapunt. Al de 1964 s'hi incorpora un apartat titulat “Aprende a formar tu biblioteca” (a la dreta).



Les publicacions periòdiques publicitàries

Com moltes altres editorials, Joventut publica algunes de les anomenades “house organs” o publicacions periòdiques de caràcter publicitari, amb l'objectiu d'establir un contacte permanent amb el lector, al que informa de manera periòdica de les novetats.⁶⁸⁷ Els títols publicats per Zendera abans de la guerra són les revistes *Escaparate* i *Mis Lecturas*,⁶⁸⁸ en castellà, i la revista *Llegiu-me*,⁶⁸⁹ en català. En tot cas es tracta de publicacions que reproduïen fragments d'obres

⁶⁸⁶ Editorial Joventud. *Catálogo juvenil-infantil*. 1964.

⁶⁸⁷ Aquests és un dels pocs casos en què Zendera difereix de les recomanacions d'Stanley Unwin, que considera que sovint, l'elevat cost d'aquestes publicacions —tant de preparació com d'impressió— no compensen l'efecte que puguin tenir sobre les vendes.

⁶⁸⁸ D'aquesta publicació en tenim documentades tirades de 35.000 exemplars, en un rebut d'impressió de 16 de juny de 1934. AEJ. Relació proveïdors. Atenas A.G.

⁶⁸⁹ Sobre l'estructura i els continguts d'aquesta revista vegeu Xus Ugarte Ballester, “Esbós de les traduccions d'editorial Mentora i *Llegiu-me*: la literatura de consum”, p. 41-49.

editades per Joventut, sempre acompanyats d'il·lustracions. Després del període bèl·lic Joventut no insisteix en aquesta practica, amb excepció de la delegació de l'Argentina on, als anys quaranta, es publica la revista *Nueva Juventud Argentina*.

La revista *Escaparate* apareix a partir de l'abril de 1934 i va deixar de publicar-se, segons sembla, l'any 36. Les seves pàgines, efectivament, servien d'aparador a les publicacions de l'editorial i s'hi ressenyaven les novetats, es comentaven les col·leccions i es reproduïen fotografies dels aparadors que les llibreries de Madrid i de Barcelona havien confegit amb els llibres de l'editorial. Segons el propi editor, se'n feien tirades molt elevades, que arribaven als 400.000 exemplars.⁶⁹⁰ L'any 1934 aparegué una separata titulada *Bibi*, com a suplement, destinada al públic infantil i on es presenta la publicació de la traducció castellana de *Bibi* on es publiciten les obres de l'editorial. En aquest suplement també s'hi fa publicitat del "Gran concurso de pinturas", convocat per l'any 1935.



Il·lustració 62. Imatge de *Almanaque infantil para la Juventud*, 1936.

Al mateix any 1936 apareixerà una publicació pensada com a anual, titulada *Almanaque infantil Juventud 1936*. Com resava el seu subtítol, contenia aventures, historietes, contes, enginyeria, aviació, passatemps i "curiosos concursos con premios", i de fet, es tractava d'un volum en rústica de 64 pàgines, confegit a base de fragments de textos extrets de les obres publicades per Joventut. A la presentació, s'indica que l'almanac no vol imposar cap lectura sinó que en presenta un tast de moltes i variades per tal que el lector vegi quin títol pot interessar-li més. Els textos s'acompanyen de les il·lustracions corresponents i d'inserts publicitaris que

donen a conèixer l'obra de la qual provenen, així com de propaganda de novetats i, al final de tot, d'un llistat de les col·leccions de Joventut. La intenció, sembla, era de publicar de manera regular —anualment, diu la presentació— però probablement degut a l'esclat de la guerra civil la iniciativa no va anar més enllà del primer any.⁶⁹¹

⁶⁹⁰ Així es fa saber als llibreters en el *Mensaje de Editorial Joventud* de Nadal de 1935, en exposar la labor publicitària que ha fet l'editorial per la campanya de Nadal. És possible que aquesta xifra representi el total d'exemplars tirats fins al moment, ja que el 31 de maig de 1936, per exemple, se n'editaren 25.000 exemplars. AEJ. Relació proveïdors. Atenas A.G.

⁶⁹¹ D'aquesta revista se n'editaren 19.500 exemplars. AEJ. Relació proveïdors. Atenas A.G. 31 de desembre de 1935.

Fulletts publicitaris



Il·lustració 63. Diversos models de fullets publicitaris dels anys trenta.

La propaganda adreçada als adults es vehicula a través d'aquests petits impresos que presenten obres concretes o que promocionen col·leccions. Evidentment, en aquests fullets s'insisteix en la idea que el llibre és sempre un bon regal per als nens i més, quan s'acosten les festes de Nadal. En aquestes dates, és encertat regalar un llibre ja que "¡Un libro, un libro y un libro!, siempre el mejor regalo, la cuelga más grata y el aginaldo preferido".⁶⁹² En aquesta ocasió, es tracta de donar a conèixer l'edició dels *Cuentos de Andersen* i convèncer la possible clienta que regalar un llibre és una nota de bon gust i distinció:

⁶⁹² Editorial Juventut. [Fullet propagandístic] *Navidad-Reyes* (1935?).

El aguinaldo, con motivo de la Natividad de Nuestro Señor, los juguetes, que esperan de los Reyes Magos, ofrecen oportunidad más que indicada para que usted, Señora, colme de dicha a sus adorados pequeñuelos regalándoles la edición más bella de los más bellos cuentos... un regalo chic, de depurado gusto en cualquiera época y para cualquier persona refinada.⁶⁹³

Però tampoc els nens s'escapen de la publicitat⁶⁹⁴ i, en aquests casos, les presentacions dels fullets adopten un to pretesament apropiat al destinatari:

¡Qué preciosos son los cuentos de la abuelita! ¿De dónde sacará tantos y tan distintos? Verdaderamente es delicioso poderse dormir al arrullo de tan encantadoras narraciones. ¡Dichosos los niños que tienen una abuelita que les cuente cuentos! Pero los que no la tienen pueden ya ser tan felices como aquellos. Para ellos se ha hecho EL CUENTO ROSA...

Tots aquest impresos adreçats al públic en general incorporen, ja des de 1927, butlletins de comanda on s'indica que el pagament es pot fer per gir postal o per mitjà de segells de correu. Butlletins semblants però per a la subscripció es troben als fulls publicitaris de les col·leccions d'aparició periòdica o per facilitar

l'adquisició a termini de les obres que tenen preus elevats.⁶⁹⁵

Aquesta pràctica es modifica en el segon període de la història de l'editorial, que d'altra banda, assaja nous mètodes de publicitat puntual. Ara, la propaganda puntual s'articula més aviat a l'entorn de col·leccions clarament definides,



bé a partir d'un personatge central —com en el cas de Les aventures de Tintin— bé a partir d'un gènere, una edat de destinació concreta i, sobretot, una aparença uniforme —cas, per exemple, de la col·lecció “Campanilla”—.

⁶⁹³ Editorial Juventud. [Fullet propagandístic] *Navidad-Reyes* (1935?).

⁶⁹⁴ Un altre sistema de propaganda, menor, però que dona una idea clara del valor que per a Zendera tenia la publicitat plantejada directament al consumidor final, va consistir a crear una mena de carpeta per al paper assecat que, en una banda portava impresos entreteniments infantils i que, a la part del darrera, contenia publicitat de *El muchacho moderno*.

⁶⁹⁵ Aquest tipus de publicitat combinada amb la butlleta de comanda no devia ser freqüent en aquella època ja que, a l'arxiu de premsa, s'ha localitzat una sèrie de retalls de revistes nord-americanes en què s'han assenyalat els butlletins de comanda i que s'han copiat exactament en esbossos adaptats a l'Editorial Joventut.

Altres modalitats s'assagen, per exemple, al 1965 quan Joventut publica unes nadales conjuntament amb diverses empreses, com el *Diario de Barcelona* i diverses llibreries. Aquesta nadala, a part de donar a conèixer les novetats de



Il·lustració 65. Diversos fullets publicitaris on apareixen les novetats de Joventut en ocasió de les festes nadalenques. En algun cas, se n'imprimien d'específics per a determinades llibreries: en aquest cas, Platón, Selecta i Povenza.

Joventut, incorpora un breu article titulat “Los niños quieren libros que los diviertan”, on es ressenya la celebració del congrés de l’IBBY (International Board Book for Young People) a Madrid i arrel del què s’havia discutit en aquest congrés, es constata com la literatura infantil ha canviat d’orientació i que ara “se tiene en cuenta la psicología y el gusta del niño y se le ofrecen libros de temas agradables, divertidos y apropiados a su edad”. D’altra banda, i en relació amb el foment de la lectura, Joventut es mostra molt optimista en considerar que “también se ha dado un paso esencial

gigantesco para favorecer la afición a la lectura: el libro puramente recreativo ha entrado en la escuela; hay bibliotecas de libros de diversión en cada clase, y así la lectura llega a convertirse en un placer, en vez de ser un árido trabajo, como ocurría cuando los libros de lectura eran sólo didácticos”.⁶⁹⁶

El llibre com a suport publicitari

L’altre gran vehicle per a la difusió del producte editorial és, tal com ho expressa el propi Stanley Unwin, el llibre mateix:

Cada uno de los libros de la casa ha de servir, hasta donde sea posible, para anunciar a los demás. En este sentido, no sólo se utilizan las sobrecubiertas sino hasta cualquier página sobrante al final del volumen. Los anuncios en las últimas páginas tienen especial valor puesto que el lector los ve en el momento en que acaba de leer la obra y cuando más dispuesto está a hacer una nueva compra.⁶⁹⁷

Efectivament, els llibres de Joventut, ja des del principi, incorporen publicitat d’altres títols en qualsevol espai que quedi en blanc. És innegable que els antics

⁶⁹⁶ Editorial Joventud. [Nadala], 1965.

⁶⁹⁷ Stanley Unwin, *La verdad sobre el negocio..* p. 272.

llibres amb belles enquadernacions ornamentades amb daurats no servien a aquesta funció propagandística i d'aquí la incorporació massiva de les sobrecobertes, que permeten la publicitat d'altres obres de la casa. En les sobrecobertes s'hi ressenyen les novetats, sota crides atractives, o els altres volums de la mateixa col·lecció. Fins i tot, les sobrecobertes serveixen per anunciar els “volúmenes en preparación” que mai arribaran a realitzar-se,⁶⁹⁸ o l'anunci d'un concurs-enquesta promogut per la revista *Llegiu-me*.⁶⁹⁹ Com indica Unwin, l'altre sistema de publicitat consisteix a imprimir els plec blanc del llibre. En aquest cas, els textos solen ser més explicatius que enunciatius i incorporen resums del contingut dels llibres o breus comentaris sobre la biografia d'autors i il·lustradors. A partir dels anys cinquanta i seixanta, la publicitat en les contracobertes es limita a citar les obres que formen part de la mateixa col·lecció, sense més.



Il·lustració 66. Evolució de la publicitat en les contracobertes, d'una informació general a les cobertes dels anys vint i trenta (a l'esquerra) a una informació cada vegada més restringida a la col·lecció en què s'inscriu l'obra, a les cobertes dels anys cinquanta i seixanta, a la dreta.

5.5.2 Altres canals de difusió: premsa, cinema i ràdio

A més de publicar nombrosos impresos propagandístics, l'Editorial Joventut recorre a altres canals per a la difusió de la seva activitat i, especialment, de les novetats que edita. Així, de gairebé tots els llibres s'han trobat les corresponents

⁶⁹⁸ Un exemple el tenim en l'anunci de nous volums de la col·lecció “Historias gráficas y anecdóticas”, que apareixen a la contracoberta de la *Historia gráfica y anecdótica de la navegación marítima*, de 1926.

⁶⁹⁹ Aquesta revista, que Zendera edità a imitació de la castellana *Lecturas*, tenia també caràcter literari, i s'hi publicaven lliuraments de novel·les d'autors catalans i també traduïdes. En ocasions, hi trobem propaganda de noves publicacions de l'editorial o d'altres iniciatives com, per exemple, les bases d'aquest concurs. L'anunci del concurs, s'inscriu a la contracoberta del primer quadern de *La illa misteriosa*, de Verne, publicat el 1926.

“gasetilles pregades”, breus ressenyes dels llibres que s’enviaven als diaris, juntament amb un exemplar de mostra, per tal de facilitar la seva inserció bé en l’apartat de novetats editorials, bé directament en la secció de crítica de llibres. Normalment, la inserció d’aquests elements es feia coincidir amb dates assenyalades, com el Dia del llibre, o més freqüentment, la diada de reis. També s’ha pogut establir que, en ocasions, l’editorial recorria als anuncis cinematogràfics estàtics per donar publicitat alguna de les seves novetats⁷⁰⁰ i que utilitzà la ràdio com a canal de difusió de la propaganda, almenys a partir dels anys quaranta però molt probablement ja ho feia abans, encara que no en tenim constància documental.⁷⁰¹

Degut al fet que el mercat de Joventut era, preferentment, l’estat espanyol l’editorial procura fer-se present a tot el territori a través de la premsa escrita i, així, per facilitar la tasca dels crítics, Joventut sol remetre exemplars als diversos mitjans i també gasetilles pregades i insercions publicitàries a la majoria de diaris de província. Un exemple d’aquesta extensa difusió la tenim en el moment de l’aparició de *Bibi*, en l’edició castellana, amb una ressenya titulada *La nueva literatura infantil* signada per Angel Dotor i que es publica a *El Faro de Vigo* (26 de desembre de 1934), a *La Zarpa* d’Orense (16 de desembre de 1934), a *El Defensor* de Granada (16 de desembre de 1934) al *Norte de Castilla* de Valladolid (28 de desembre de 1934) i a *La provincia* de Huelva (21 de desembre de 1934); però també a *Vida marroquí* (31 de gener de 1935). Altres gasetilles es publiquen a *El dia gráfico* de Barcelona (23 de desembre de 1934) però atesos els interessos a l’Argentina també apareix una ressenya a *Tribuna Libre* de Buenos Aires, (6 de juny de 1935) en la secció “Los libros de Hoy”, signada J.J. Torres (potser Joaquim Torres, representant de Joventut a l’Argentina).⁷⁰² En la versió catalana de *Bibi*, les ressenyes apareixen a *La publicitat* (5 de gener de 1935), *El mati* (4 de gener de 1935), signada Magí Valls, o a *La Humanitat* (16 de febrer de 1935), signada LL.C.

⁷⁰⁰ Així s’ha pogut establir per a *El muchacho moderno* del qual es conserva el clixé de vidre d’un anunci publicitari en que es reproduïa la coberta del llibre acompanyada del lema “Enseña. Estimula. Recrea” i s’advertia de la seva aparició pel Nadal de 1935.

⁷⁰¹ A l’arxiu d’edicions es conserven els extractes de les emissions radiades, amb el resum del contingut — normalment l’explicació d’un conte editat per Joventut o la crítica d’alguns títols— i la data i hora de l’emissió. No se n’ha trobat cap en les caixes de les edicions més antigues però cal considerar que, sovint, aquestes estan incompletes.

⁷⁰² En un altre diari de la mateixa ciutat *La Razón* hi apareix una ressenya anònima de *Los niños Gritli*, (19-8-31)

Després de la guerra, els mitjans són més reduïts i, a Barcelona es treballa amb *La Vanguardia*, *La Solidaridad Nacional*, *El Noticiero*, *La Prensa*, *El Diario de Barcelona*, *El Correo catalán* i *La Hoja del Lunes*, on Dionisio Ridruejo ressenya llibres entre el 1943 i el 1945. També es remetent exemplars i gasetilles a la revista *Destino*. A províncies, als anys quaranta, consta que s'envien exemplars a *El Correo Gallego*, *La Unidad* de San Sebastián, *El Heraldo de Aragón*, *La Región* d'Orense, *Levante* de València, *La Gaceta del Norte*, *La Verdad* de Múrcia, *Tajo*, *ABC* i *Sur* de Màlaga.⁷⁰³

El control dels exemplars tramesos i de les informacions aparegudes als diaris es duia rigorosament des de l'editorial, per tal d'avaluar l'eficàcia del sistema. No obstant, ja hem vist que Zendera, com Unwin, no era partidari de costoses campanyes de premsa i així, aquestes es limitaven a la inserció de gasetilles pregades i en ben poques ocasions es feien campanyes publicitàries especials. Bàsicament, s'han identificat anuncis publicitaris a publicacions afins, com ara *El hogar y la moda* i també a la revista *Ki-ki-ri-ki*. Aquests anuncis formaven part dels convenis entre les editorials "associades" ja que, com recordarem, aquestes dues revistes eren editades per la Sociedad General de Publicaciones. No obstant, la mateixa pràctica es detecta en algunes publicacions periòdiques de Madrid, com ara *ABC*, que inseria publicitat de Joventut a canvi d'obtenir el permís per a reproduir al seu setmanari *El gato negro*, algunes de les novel·les de l'editorial.

Campanyes publicitàries especials

A banda els sistemes publicitaris ja citats, Joventut engegava puntualment campanyes publicitàries amb l'objectiu de reforçar la seva presència en el mercat i, evidentment, d'incrementar les vendes. Com veurem, es tracta de campanyes molt directes basades en concursos que, normalment requereixen la prèvia adquisició d'un producte de la casa per participar-hi.

Durant l'any 1935, l'Editorial Joventut, en col·laboració amb la revista infantil *Pocholo* va promoure una sèrie de concursos de dibuix d'àmbit estatal. Com indiquen les bases del concurs, es tractava d'acolorir algun dels quaderns de pintura que publicava l'editorial. Els que enviaven tots els quaderns pintats (20 en

⁷⁰³ Així consta en els corresponents fulls de control que es localitzen a les caixes d'edició de les obres de l'època.

total), rebien com a “Premio a la laboriosidad y constancia” un exemplar del llibre *Historia gráfica y anecdótica de la navegación marítima*.⁷⁰⁴ Aquesta campanya es va difondre al desembre de 1934 entre els docents, amb la sol·licitud que el professor s’encarregués d’adquirir en lot els quaderns de pintures i els remetés a l’editorial, un cop complimentats, tots junts. El veredict del jurat havia d’aparèixer a la revista *Bibi*, que contenia publicitat del fons editorial i que havia d’arribar al domicili de tots els participants. Del mateix gènere, però adreçat als adults, és el concurs organitzat conjuntament amb la revista *Llegiu-me*, promoguda pel mateix Zendrera, que plantejava preguntes sobre lectures.

També els llibreters podien participar en aquestes campanyes especials per mitjà dels concursos d’aparadors. Aquesta idea, que Zendrera ja havia proposat a la Cambra del llibre per tal de celebrar el Dia del llibre, l’editorial l’aplica unilateralment amb l’organització d’un concurs d’aparadors realitzats a base de publicacions de la casa, entre els llibreters de Barcelona i Madrid. Aquest concurs es dugué a terme, almenys, des de 1934 i les fotografies dels aparadors guanyadors apareixien reproduïdes a la revista *Escaparate*.⁷⁰⁵

Donant continuïtat a aquesta idea, al novembre de 1943, l’editorial convoca el “Primer Concurso de Escaparates de libros infantiles” que tingué lloc durant les festes de Nadal i Reis. En el fullet publicitari que recull les imatges del concurs, es parla del “interés de los libreros españoles por los modernos procedimientos de la técnica publicitaria”. Al concurs hi van participar quaranta-set llibreries de tot Espanya, distribuïdes de la manera següent: vint-i tres a Barcelona, vuit a Madrid, dues a Granada, i una a Albacete, Badajoz, Córdoba, Elda, Granollers, Jaca, Orotava, Palma de Mallorca, Pamplona, Santa Cruz de Tenerife, Santander y Tànger. El guanyador del concurs, amb 1500 ptes. de premi, va ser la llibreria

⁷⁰⁴ S’havia publicat l’any 1926, amb una tirada de 10.000 exemplars i les primeres vendes ja devien indicar l’excés de la tirada ja que, del segon volum de la col·lecció, només se’n tiren 7.000 exemplars. No obstant, com veiem, a l’any 1935 encara n’hi devia haver un bon romanent.

⁷⁰⁵ Després de la guerra, a partir de 1942, Joventut reprendrà aquest concurs anual.

editorial Argos, que va organitzar un aparador amb la producció de l'Editorial Joventut exposada acompanyada de ninots al·lusius (Pinotxo, un conillet...) presidida pel lema "Haga felices a sus niños con nuestros libros".⁷⁰⁶

⁷⁰⁶Fullet propagandístic *Primer concurso de escaparates de libros infantiles*, organizado por Editorial Joventud. Barcelona, 1944. [8] p. il.