

Bestsellers și blockbusters.
**Practici și strategii competitive în industria de carte din
România**

Mihaela CERNĂUȚI-GORODEȚCHI

După decembrie 1989, scăpați dintr-o dată de constrângeri și interdicții, eliberați de un *post* impus peste voința lor, românii s-au deschis, nediscriminatoriu, aproape bulimic, spre mai toate adierile (sau, de-a dreptul, curente) culturale *noi* (pentru ei) sosite din mai toate zările – mai ales din cea apuseană. Apetitul lor enorm pentru informația până atunci sever controlată, manipulată și restricționată (pe filieră politică, dar și prin mijloace/constrângeri de natură economică) s-a însoțit curând (semn de perspicace adaptabilitate!) cu interesul (evident sau voalat) pentru identificarea și experimentarea diverselor moduri legale prin care puteau să o rupă (eficient) cu uniformitatea prescrisă de regimul totalitar, prin care puteau (în sfârșit!) să iasă din rând și să acceadă la *faimă și bogăție* – țeluri vizate firesc, dezinvolt, fără false pudori, de cetățenii de rând trăitori în „putredul capitalism”. Cum în acest context brusc și considerabil lărgit, dincolo de valoarea sa interioară „absolută”, spirituală, „abstractă” cartea și-a revelat și potențialul de produs susceptibil de a genera profit (substanțial), oportunitatea a fost repede sesizată și intens exploataată: într-un timp extrem de scurt, piața românească de carte literalmente a explodat. Peisajul „de după” a fost marcat de transformări considerabile și ireversibile; chiar dacă au urmat numeroase mișcări șovăielnice, fluctuații spectaculoase și schimbări derutante de direcție, chiar dacă tatonările și experimentele desfășurate (cu succes sau fără) au părut (cum au și fost!) mai degrabă stângace, haotice, nesistematice, n-a mai fost cale de întoarcere¹. Panoramarea (fie și *à vol d’oiseau*) a activităților (și a politicilor – măcar implicite) desfășurate de editurile românești (multe și foarte diverse, din varii puncte de vedere) în aceste aproape două decenii de libertate (libertate primejduită însă de ignoranță trufașă, de lipsa de măsură și de program) evidențiază o serie de „tipare comportamentale” demne de analiză și evaluare (fără patimă sau prejudecăți), precum și modele (mai mult decât onorabile) de reușită.

În cele ce urmează, vom trece sumar în revistă câteva „rețete de succes” (mai mult sau mai puțin originale), câteva modalități prin care unii factori implicați în producția de carte din România tentează producerea de *blockbusters*, de *best(-)sellers* explozive în sfera literaturii de ficțiune. După cum se poate lesne observa (observația fiind, nu de puține ori, însoțită de o reacție de năduf!), în mai toată lumea

¹ Aceasta deși, paradoxal, unele atitudini și deprinderi „de odinioară”, trădând o mentalitate provincială, lipsă de profesionalism și de corectitudine, au rămas în uz *la vedere*, fosile cu totul netulburate de schimbarea de paradigmă, funcționând aberant, dar „la turajie maximă” – și, culmea, neratând să înregistreze profit!

terminologia *elocventă* a succesului este importată (întocmai ori cu minime adaptări) din limba engleză (cu precădere, din engleza americană). *Best(-)seller* este un produs care se vinde foarte bine, care este, așadar, în... *topul* vânzărilor. Prin uz excesiv însă, „blazonul” pare să se fi corodat/erodat, coborând spre zona mediocrității; pare să-și fi pierdut forța de *impact* – împrejurare în care se recurge, cum era de așteptat, la alte „etichete”, mai „proaspete”, mai „percutante”. Acestea comunică ideea de reușită bruscă, de succes de proporții deloc sau nu în întregime anticipate – deși, practic, reușita produsului respectiv este rezultatul normal al unui proces de promovare organizată și profesionistă (uneori chiar agresivă), care tocmai eficiența (maximă) o vizează. Într-o societate (globală) extrem de competitivă, în care afirmarea este îngreunată, relativizată, fragilizată și efemerizată de concurența numeroasă (neîncurcându-se în scrupule ori menajamente), paradigma succesului este (probabil justificat) dominată de invocarea inconștientă² a violenței. *Hit*-ul este o „lovitură” de zile mari pe piața produselor și evenimentelor muzicale sau cinematografice (în general, din industria *entertainment*-ului) – iar *megahitul* este un megasucces, o „lovitură” de-a dreptul năucitoare, care-i lasă perplecși (vorba vine!) pe toți, public și producători deopotrivă. Tot dintr-un domeniu apt să atragă irezistibil masele, să le polarizeze, să le manipuleze și să le magnetizeze... finanțele – cinematografia – provine și spectaculosul termen *blockbuster*³, „un succes *dinamită*”. Folosit inițial pentru a desemna metaforic un film generator (împreună cu toată „linia” de produse derivate) de uriașe profituri financiare, termenul a fost însușit apoi și de industria de carte (cu atât mai mult cu cât unele *film/media franchises* precum *Star Track* ori *Star Wars* implică în susținerea *mărcii* și editarea de cărți – în cazul în care nu sunt chiar *generate* de cărți, v. *The Lord of the Rings*,

² Ori, poate, subliminală – dacă ne decidem să nu acordăm mediilor, cu prea mare ușurință, prezumția de nevinovăție.

³ *Blockbuster* (engl.) – substantiv compus (*noun*; [American] usage: *often attributive*); aparține unor registre stilistice neprotocolare (“informal/colloquial/slang”); datează (cu aproximație) din anii 1940-1945 (cf. *Random House Unabridged Dictionary*, Random House, 2006), când au fost fabricate și lansate bombele atomice asupra orașelor Hiroshima și Nagasaki; are două sensuri (al doilea provenit, pe cale metaforică, din primul):

1) „bombă de mari dimensiuni, cu un ridicat potențial distructiv” – “a very heavy and effective aerial bomb” (*The Cassell Paperback Dictionary*, New Edition, Cassell, 1998); “a large, aerial bomb that can demolish a large area” (*Webster’s New World Roget’s A-Z Thesaurus*, Wiley Publishing, 1999); “an aerial bomb containing high explosives and weighing from four to eight tons, used as a large-scale demolition bomb” (*Random House Unabridged Dictionary*, Random House, 2006); “a large bomb used to demolish extensive areas (as a city block)” (*Dictionary.com. WordNet® 3.0*, Princeton University, <http://dictionary.reference.com/browse/blockbuster> – date accesate pe 11 septembrie 2008);

2) „produs cultural/artistic de mare succes (comercial, mai ales) [un (*mega*)hit], (foarte) costisitor și beneficiind, în general, o amplă și intensă campanie de promovare” – “a particularly effective or successful thing or person; a very successful and profitable film or book” (*The Cassell Paperback Dictionary*, New Edition, Cassell, 1998); “a particularly powerful, forceful, or effective person or thing; specif., an expensive or pretentious film, novel, etc. intended to have wide popular appeal” (*Webster’s New World Roget’s A-Z Thesaurus*, Wiley Publishing, 1999); “a film, novel, etc. that has been or is expected to be highly successful” (*Collins Essential English Dictionary*, 2nd edition, Harper-Collins Publishers, 2006), “something, such as a film or book, that sustains widespread popularity and achieves enormous sales” (*The American Heritage Dictionary of the English Language*, Fourth Edition, Houghton Mifflin Company, 2000, updated in 2007); “a motion picture, novel, etc., esp. one lavishly produced, that has or is expected to have wide popular appeal or financial success” (*Random House Unabridged Dictionary*, Random House, 2006).

Harry Potter).

În funcție, fără îndoială, și de caracteristicile publicului larg local (orizontul general de așteptare, cultura mediatică, puterea de cumpărare, gradul de sofisticare tehnologică), producția românească de carte nu mizează semnificativ pe „găselnițe” revoluționare, *hi-tech*, cum sunt cărțile electronice/*e-books*⁴ (tentativele existente sunt timide, sporadice). De asemenea, încă nu au apărut aici inițiative de gen *print on demand* aidoma celor lansate recent de rețele internaționale de distribuție precum Amazon și Barnes & Noble, companii precum Ingram Industries ori edituri precum Simon & Schuster, deși avem încredințarea că editurile românești puternice, având o politică și o filosofie de funcționare profesioniste și coerente și dispunând de o logistică adecvată, ar putea obține profituri substanțiale pe acest palier (indiferent de tipul de literatură – ficțională sau non-ficțională – tipărită astfel la comandă).

Industria românească de carte *ilustrează* însă, în anumite privințe (importante, chiar esențiale) și prin intermediul câtorva reprezentanți de marcă (în speță, edituri – mai ales cu capital privat), intenția și decizia de sincronizare cu direcțiile și tendințele din spațiile cultural-geografice unde acest *business* nu este cu nimic mai prejos, în nicio privință, decât alte afaceri care aduc profituri uriașe și chiar construiesc imperii financiare. Cu precădere în ultimii zece ani, tipărirea, editarea, distribuirea și desfacerea/vânzarea cărților în România s-au profesionalizat (sigur, nu în masă, dar în proporții merituoase), consecințele acestei *updatări* necesare fiind binemeritata prosperitate a factorilor implicați cu responsabilitate în proces și cuvenita limpezire, cernerea valorilor autentice: întreprinzătorii imprudenți, diletanți, ne-/dezorganizați, lipsiți de onestitate au dat faliment între timp, n-au rezistat competiției care a impus standarde tot mai înalte. Dar la fel de adevărat este și faptul că, în ultimă instanță, asigurarea performanței a fost decisiv condiționată de infuzia masivă de capital – o hotărâre și un risc pe care, după toate aparențele, nu și le-au asumat la noi decât persoane și companii particulare. Conform legii aspre a concurenței, resursele limitate/insuficiente au eliminat, din păcate, din cursă și întreprinzători demni de respect.

Cele câteva edituri majore din România s-au impus grație coordonării atente a sectoarelor/etapelor producției de carte, acestea, la rândul lor, fiind proiectate riguros, susținute prin investiții inteligente (în autori autohtoni cu – potențială – priză la public, în *copyright*-uri valoroase, în personal calificat și dedicat, în

⁴ Pe lângă 1) *avantaje* considerabile:

a) volum mare de informație stocat într-un spațiu redus; b) costuri mici de copiere și stocare; c) ajustabilitatea mărimii fonturilor și a celorlalte informații grafice; d) posibilitatea căutării automate în text a unor cuvinte sau sintagme; e) comoditate și eficiență sporite în distribuție și desfacere,

cărțile electronice prezintă și 2) *dezavantaje* ori *riscuri*, deloc neglijabile:

a) necesită un dispozitiv de citire relativ costisitor, un *e-book reader* (Amazon Kindle și Sony PRS-500 Reader sunt cele mai de succes produse de acest tip), a cărui funcționare presupune asumarea nu numai a costurilor energiei electrice consumate, ci și a riscurilor implicate de acest mod de alimentare; b) pot fi „corupte”/alterate sau pot deveni imposibil de accesat din cauza disfuncționalităților sau defectării *reader*-ului; c) ca și alte informații stocate electronic, sunt/se pot dovedi incompatibile cu alte sisteme sau versiuni de programe; d) o carte electronică virusată le poate infecta și pe celelalte stocate pe *e-reader*; e) distribuirea lor nu poate fi controlată eficient și pot cădea oricând pradă acțiunilor de *hacking*.

tehnologie performantă, în materiale de calitate superioară) și realizate metodic, consecvent, fără compromisuri. Se poate observa că, în comparație cu ultimul deceniu al secolului trecut, astăzi au scăzut drastic imprudențele, gafele și infrațiunile comise (nonșalant, aproape cu superbie) de editori care „slobozesc” tiraje-fluviu de texte traduse prost în limba română (și, pe deasupra, într-o *română* proastă!), de texte ciuntite, de texte reeditate fără menționarea numelui traducătorilor (din nepăsare și/sau pentru a evita plățirea drepturilor de autor către aceștia), de texte neglijent tehnoredactate, abundând în erori și tipărite în condiții grafice (sub)mediocre (uneori de-a dreptul mizere). Planurile editoriale de succes sunt concepute de (echipe de) persoane cultivate și informate, cu intuiție/fler și, deopotrivă, cu aplomb, așadar bizuindu-se pe o înaintare fermă, sigură, organizată, dar și dispuse să experimenteze, să încerce și implementarea unor proiecte originale (poate că și riscate) – cum este, de pildă, pariul (câștigat cu brio) al Editurii Polirom constând în promovarea unei întregi serii de tineri scriitori români.

Cum toate editurile de prim plan din România publică masiv literatură de ficțiune urmărind concomitent, la vedere sau în mod subiacent, două „fire” – literatura universală și literatura română –, credem că este interesant să urmărim puțin modul în care sunt gândite cele două „sectoare”, pentru că astfel putem decela caracterele esențiale ale raportului cu străinătatea *din perspectiva noastră*⁵. Așadar, de multe ori (și poate că dintr-o inerție de gândire), în cadrul politicilor editoriale din spațiul cultural-geografic românesc literatura scrisă de autohtoni este considerată/reprezintă un domeniu sau o colecție/un set de colecții *aparte*, acesta fiind și criteriul de diferențiere (primul sau singurul) în raport cu restul literaturii de ficțiune publicate de o editură sau alta, literatură reunită sub „umbrela” atotcuprinzătoare a denumirii *literatură universală*. Literatura română și cea universală sunt astfel păstrate *separat(e)*, deși poate că ar cam fi timpul să ne scuturăm de anumite inhibiții, temeri, rigidități. E drept, există chiar și o editură, care, pe linia unei tradiții ilustre (începute în 1919), se ocupă *în exclusivitate* de sectorul literar autohton – *Cartea românească* (București)⁶ „are două direcții principale de dezvoltare: publicarea scriitorilor români consacrați și promovarea tinerilor autori [tot români]”⁷ și întreține colecțiile (stabilite însă mai degrabă... generic) *Antologii*, *Poezie*, *Proză*, *Teatru*, cărora le adaugă serii de autor (deocamdată, *Radu Aldulescu* și *Florina Ilis*). Editura-„protector”, Polirom (Iași)⁸, a inițiat în paralel, întru recunoașterea valorilor românești, alte serii de autor (*Norman Manea*, *Ioan Petru Culianu*, *N. Steinhardt*, *Octavian Paler*), o serie de *Opere* (care a

⁵ Perspectiva corespondentă/*pendant* o putem desluși, cât de cât, fie indirect, luând cunoștință (de-acasă) de judecățile de valoare exprimate peste hotare, destul de rar, de către *alții*, la adresa produselor culturale *made in Romania*, fie mai mult sau mai puțin direct, prin felul în care sunt percepute propunerile românești de la târgurile internaționale de carte ori lecturile publice performate în străinătate de scriitorii români incluși în programe de genul *Les Belles Roumaines*, asemenea întâlniri generând oferte de traducere și publicare din partea unor edituri de prestigiu „de acolo”.

⁶ Din 2005, editura „beneficiază de sprijinul logistic, managerial și financiar al Editurii Polirom” – v. <http://www.cartearomaneasca.ro/despre-noi/>, sursă accesată pe 23 septembrie 2008.

⁷ V. <http://www.cartearomaneasca.ro/despre-noi/istoric/>, sursă accesată pe 23 septembrie 2008.

⁸ Editură înființată în 1995, cu capital privat; deține *site* (<http://www.polirom.ro/>), librărie *online*, scheme de *discount*, bibliotecă *online* (<http://www.polirom.ro/biblioteca-online/>), câteva publicații proprii și o amplă rețea de distribuție (cu acoperire națională).

debutat cu *Gabriela Adameșteanu*) și colecțiile *Fiction canon*, *Fiction Ltd.*, *Ego. Proză*, *Antologii [poetice]*, *Biblioteca de duminică*.

„Deviind” oarecum de la cvasi-cutuma „segregării patriotice”, Editura Humanitas (București)⁹, deși cultivă serii de autor români (*Cioran*, *Ionesco / teatru*, *Blaga*, *Eliade / proza* – toate cu drepturi exclusive de publicare; *Ana Blandiana*, *Mircea Horia Simionescu*), precum și colecții rezervate autorilor români contemporani (*Proza*, *Proza debut*), consideră, după toate aparențele – și pe bună dreptate –, că nu are de ce să excludă scriitorii români din domeniile și colecțiile care încearcă „să cartografieze” vasta întindere a literaturii universale. În *Cartea de pe noptieră*, alături de Charles Dickens, Herman Melville, G.K. Chesterton, Evgheni Zamiatin, Michel Tournier, Yasushi Inoue, Yasunari Kawabata, Romain Gary, Adolfo Bioy Casares, Carlos Fuentes, Vladimir Nabokov, apar și Mateiu Caragiale, Miron Radu Paraschivescu, Șerban Foarță, Mircea Cărtărescu¹⁰. La fel, Editura Curtea Veche (București)¹¹ privilegiază literatura română contemporană prin intermediul colecțiilor *Romanele de Curtea Veche*, *Povestași români* și *Poezii*, dar în interiorul „genului” *Cărți pentru copii* Călin Mihăilescu și Waldi Hörer stau alături de Caroline Repchuk, iar poeziei intelectual-șăgalnice aflate sub genericul *LUDEX* i se subsumează, deopotrivă, Joachim Ringelnatz, Șerban Foarță și Radu I. Petrescu.

Cât privește literatura universală, se poate observa cu ochiul liber că editurile din România o consideră cea mai mănoasă investiție. În virtutea unui anume snobism (se pare, imposibil sau greu de depășit) al românilor, o carte scrisă de un străin are mai multe șanse să fie cercetată de prospectivii cititori indigeni decât una al cărei autor este de clară obârșie românească. Amintim aici, drept pildă (în parte) înveselitoare, o reacție mehenghe împotriva acestei prejudecăți, o „răzbunare” dulce-amăruie „administrată” cu delicioasă regretatul Emil Iordache (intelectual fin, traducător de înaltă clasă și universitar nonconformist) care, în vremea în care România descoperea, uimită, „literatura roz”, a semnat câteva volume de ficțiune, scrise în zeflema și pline de toate poncifele genului, cu numele... Sandra Brown („maestra” cărților sentimental-erotice destinate femeilor); cărțile respective s-au vândut relativ la fel de bine ca și cele „originale” (deși, instinctiv, unele *cunoscătoare* par să fi mirosit cumva păcăleala, dar, în lipsă de dovezi ori măcar de impresii ceva mai bine definite, au renunțat să mai cerceteze „cazul”).¹² De altfel, în genurile ficționale standardizate, rețeta nu este prea greu de aplicat – desigur, cu două minime condiții: 1) buna cunoaștere a „țiparului”; 2) flerul, iscusința (la

⁹ Editură înființată în 1990; privatizată în 1991; din 2003, grupul Humanitas; deține o rețea proprie de distribuție a cărții, condusă din 1992 de societatea Librăriile Humanitas (în 2004, 16 la număr în toată țara) – v. <http://www.humanitas.ro/editura/repere.php>, sursă accesată pe 23 septembrie 2008.

¹⁰ Dar colecția *Raful întâi* – devenită apoi *Raful Denisei* – a fost proiectată ca teritoriu (exclusiv) al literaturii străine, iar *Roman istoric*, *Thriller and Mystery*, *Cocktail* par și ele opace (încă) la „infiltrarea” românilor.

¹¹ Editură particulară înființată în 1998. Deține site (<http://www.curteaveche.ro/>), librărie online, scheme de *discount*, și s-a dezvoltat spectaculos în ultimii ani.

¹² Este tentant să ne închipuim cum ar fi adoptat Emil Iordache maniera (să-i spunem) Dan Brown – sau, după modelul mărcilor piratate în diversele ramuri tehnologice, Dean sau Don Brown, pentru a nu intra în cine știe ce procese cu „ilustrul” meșter în intrigi croșetate (mai mult sau mai puțin abil) din deșuri colectate de la periferia științelor oculte.

rigoare, harul improvizator) ale autorului care-și propune să scrie respectând rigorile genului. Dacă se mai adaugă, în cazurile fericite, și (cât de) puțin talent, o brumă de cultură (ori măcar știința consultării și valorificării inteligente a surselor de informație), o anume dezinvoltură, priceperea de a articula o narațiune coerentă și atent programată/dozată, succesul este fulminant – v. două exemple din spațiul italian: „fenomenele” *Geronimo Stilton* (peste 30 de volume avându-l ca „autor” – și, firește, erou recurent – pe un șoricel bonom, isteț, stilat și foarte aventuros) și *Fetița celei de-a șasea luni* (tetralogie semnată de Moony Witcher – pseudonimul literar al Robertei Rizzo).

Este însă adevărat că rețeta funcționează *dacă* ea este *recunoscută* de publicul-țintă. În cazul în care cititorii nu sunt familiarizați cu un model de ficțiune, cu formula unui *gen*, și nici nu au habar de resorturile care condiționează funcționarea „mașinăriei”, se poate întâmpla ceea ce s-a petrecut (din păcate) cu *Enciclopedia zmeilor* de Mircea Cărtărescu și ilustrată de Tudor Banuș: ingenioasa și plina de vervă „jucărea” i-a cam lăsat perplecși pe români, care n-au prea știut „la ce e bună” – fiindcă, pe piața românească de carte (cel puțin, la vremea respectivă – 2002), nu circulau prea multe produse înrudite și publicul din România nu avea cum să aibă o perspectivă asupra acestui tip de lume-ficțională-cu-morgă-închিপuită-dar-în-joacă. Debordând de spirit, de fantezie și foarte frumoasă la înfățișare (tipărită în condiții grafice de excepție, luxuriante), cartea a cam zăcut pe rafturile librăriilor, în vreme ce s-au vândut abitur până și mini-romane sentimentale, zaharisite, scrise de starul pop Madonna. Ulterior, Editura (Humanitas) a încercat să atenueze semieșecul scoțând o ediție format mic, fără planșe, a cărții (și fanii lui Cărtărescu se pare că au contribuit la micșorarea pagubelor), dar, ca și legendara pasăre Dodo, *Enciclopedia zmeilor* pare să se fi apărut într-un loc nepotrivit într-un moment nepotrivit.

În ultimii ani, observăm că editurile din România au mare grijă să aducă în țară cât mai multe nume și formule narrative noi. Traducătorii (din limbile de largă circulație internațională – dar, din fericire, și din alte limbi) sunt mai mult decât ocupați, iar librăriile sunt arhipline – năpădite de cărți și asaltate de cumpărători, ceea ce ar fi cu totul îmbucurător *dacă* înnoirea ar fi dusă până la capăt: spațiul să fie mult mai amplu și corespunzător amenajat, adică și cu facilități de citire-pe-loc, volumele să fie inteligent și atractiv expuse, personalul din librării să fie cultivat, amabil – dar discret, nu agresiv, nu obositor – și să știe „tot ce mișcă” pe piața de carte din țară și din străinătate, eventual să se specializeze pe domenii. Probabil că trebuie să mai avem răbdare – să sperăm că lucrurile se vor schimba în bine, cu atât mai mult cu cât „semnele progresului” sunt vizibile în cazul librăriilor din rețelele puternice de distribuție.

Revenind la modul/modurile în care se publică literatură universală în România, se evidențiază în politica editurilor câteva linii de forță dirijând organizarea (cu profit!) a acestui teritoriu și vast, și eterogen. Editurile sunt extrem de interesate *să vândă*, dar să și impresioneze prin standarde cât mai înalte – altfel spus, depun eforturi să câștige un public mai numeros și mai sofisticat (chiar dacă nu neapărat și *realmente* cultivat). În consecință, se publică (nediscriminat) multă literatură de ficțiune așa-numită „de consum”, genurile cele mai populare fiind romanul (pseudo-)istoric, romanul detectivist, romanul de spionaj și *thriller*-ul, romanele esoterice, despre conspirații universale sau cu intrigă întunecat politică, literatura pentru femeile moderne (*chicklit*) și (adesea impropriu astfel numită)

„literatura pentru copii”. Toate editurile au asemenea colecții (concepute și numite într-un fel sau altul). Unele plusează, susținând și serii de autori celebri în domeniile respective. Pe lângă scriitori „specializați” pe genuri, sunt (intens) promovați scriitori de diferite staturi (ca să spunem așa), dar care (din motive diverse) sunt de mare audiență, fiind integrați (pe drept sau pe nedrept), în egală măsură, nu numai în literatura, ci și în cultura (zisă) populară: J.R.R. Tolkien (RAO), ca și Paulo Coelho (Humanitas) sau Joanne K. Rowling (Egmont), Georges Simenon (Polirom).

În general însă, editurile își arată clasa cultivând, mai întâi de toate, scriitori de prim rang. Humanitas își poate permite să publice „paraliteratură” pe bandă rulantă și să se afișeze cu Paulo Coelho (cu drepturi exclusive de publicare în românește), întrucât desfășoară și seriile de autor *Milan Kundera*, *Mario Vargas Llosa*, *Nina Berberova*, *Marguerite Yourcenar*, precum și câteva colecții, mai mult decât respectabile, de ficțiune străină (pe care le-am mai menționat). Polirom își asumă, cu același aplomb, o amplă *Biblioteca Polirom*, cu patru subdiviziuni (*Clasici universali*, *Clasicii modernității*, *Proza XX*, *Proza XXI*), serii de autor *Ernest Hemingway*, *Jorge Luis Borges*, *Saul Bellow*, *John Fowles*, *Danilo Kiš*, *Salman Rushdie*, *Doris Lessing*, *Vladimir Nabokov*, *David Lodge*, *Haruki Murakami*, *Amélie Nothomb*, *Nina Berberova*, dar și colecția *Chic ori „literatură polițistă”*¹³. Nemira (București)¹⁴ publică literatură SF (*Nautilus SF*) și *fantasy* (cu serii de autor precum Orson Scott Card și Ursula L. LeGuin), literatură de suspans, seria *Manga Otaku* și literatură „pentru femei” (*Nemira Damen Tango*), dar și colecții ambițioase precum *Nemira Clasic* și *Babel* (cu autori de la Gustav Meyrink, Jan Potocki, Henri Michaux, Louis-Ferdinand Céline, la John Barth, Juan Carlos Onetti, Julian Barnes, Kahlil Gibran, Michel Houellebecq, Milorad Pavič). Curtea Veche (una dintre revelațiile cele mai plăcute ale ultimilor ani) publică și „literatură de consum”, dar și seria *Byblos* (literatură universală contemporană de înaltă valoare, din afara aglomeratelor spații tradițional considerate „centrale” – și creatoare de *trend*): literatură rusă (Iuri Mambleev, Tatiana Tolstaia, Vladimir Sorokin, Andrei Kurkov), literatură central-europeană (Péter Esterházy, Sándor Márai, Hanna Krall), literatură ibero-americană (Augusto Roa Bastos, Mario Vargas Llosa, Carlos Fuentes, Alejo Carpentier, Tomás Eloy Martínez, Roberto Bolaño, Luis Fernando Verissimo); în plus, Curtea Veche deține exclusivitatea pentru publicarea în România a cărților lui Orhan Pamuk.

Tot pe un „ambitus” lărgit mizează și RAO International Publishing Company¹⁵, o editură care, anunțându-și (uneori destul de confuz și/sau inconsecvent) domeniile și colecțiile, nu uită niciun gen „cu cârlig” (*Beletristică*,

¹³ În acest domeniu, Polirom ar putea continua să prospere publicând, pe lângă Sam Bourne, Michael Crichton, Giulio Leoni, Jeffery Deaver, și clasici ai genului, precum Emile Gaboriau, Maurice Leblanc, Gaston Leroux, Arthur Conan Doyle, Agatha Christie, Dorothy Sayers, G.K. Chesterton, P.D. James, Raymond Chandler, Dashiell Hammett, San-Antonio. Singurul nume autohton care ar putea să-i fiină companie lui Simenon, Rodica Ojog-Brașoveanu, este apropiat, după toate aparențele, de Editura Nemira – unde, de altfel, în colecția *Suspans*, au apărut deja câteva titluri de Dorothy L. Sayers și Ed McBain

¹⁴ Editură particulară înființată în 1991. Deține librărie virtuală (www.nemira.ro), rețea de distribuție în întreaga țară, *newsletter* bisăptămănal, *blog*.

¹⁵ Editură înființată în 1993; deține *site* (<http://www.rao.ro/>), librărie *online*, programe de *discount*, forum.

Clasici contemporani, Ficțiune, Diverse, Dramă [?!], *Ficțiune istorică, Ficțiune religioasă* [?!], *Horror, Literatură fantasy, Literatură pentru copii și tineret, Mistere/Enigme* [?!], *Spionaj, Thriller, Science Fiction*), dar arată, în același timp, o mare disponibilitate de a cultiva și elitismul. Seria *Opere XX*, care cuprinde „autori de referință ai secolului XX în traduceri inedite sau reeditări revizuite și necenzurate”¹⁶, și seriile de autor *Biblioteca Herman Hesse, Biblioteca Gabriel Garcia Márquez, Biblioteca John Steinbeck, Biblioteca Sartre, Biblioteca John Steinbeck* sunt impunătoare pentru că servesc niște „vedete”, dar „colecția” *Biblioteca RAO* pare destul de dezlănătă și eteroclită¹⁷. În această (așa-zisă) colecție (de ficțiune!) apar de-a valma serii care ar funcționa mai bine separat:

a) repere clasice din literatura universală (proză, teatru), purtând girul unor autori precum: Diderot, Dickens, Franz Kafka, Lev Tolstoi, Thomas Mann, Ilf și Petrov, André Gide, William Faulkner, Albert Camus, Sartre, Witold Gombrowicz – alături de care este „distribuit” și Dinu Săraru, cu *Trilogia țărănească: Niște țărani (I), Crimă pentru pământ (II), Iarba vântului (III)*;

b) eseuri, memorii, reflecții consemnate de Marcel Proust, papa Ioan Paul al II-lea; corespondența lui Kafka;

c) cărți „pentru copii” – unele clasice/clasicizate, semnate de maeștri recunoscuți ai literaturii (nu numai *fantasy* și nu numai pentru copii) precum J.M. Barrie, Pamela Travers, Astrid Lindgren, J.R.R. Tolkien, C.S. Lewis, E.B. White, Roald Dahl, altele contemporane, confecționate după toate „regulile” literaturii de succes, de Moony Witcher, Kaye Umansky, Beatrice Masini, R.L. Stine, Eoin Colfer, Cornelia Funke, Christopher Paolini;

d) romane de senzație contemporane – romane detectiviste/polițiste, romane de aventuri ori *thriller*-uri politice¹⁸, scrise de prozatori de mare (și, adesea, „ieftină”) popularitate (Colin Forbes, John Grisham, Frederick Forsyth; Michael Baigent, Dan Brown, Dean Koontz), unii amatori (David Gibbins, de profesie arheolog; Richard A. Clarke, funcționar guvernamental american, expert în terorism; sociologul fost șef al SRI Virgil Măgureanu);

e) literatură inspirată (pe principiul numit *tie-in publishing*¹⁹) de seriale TV și filme care au făcut furori (*blockbusters*) – *Dosarele X* și *Millenium*²⁰.

¹⁶ V. <http://www.rao.ro/colectie.asp?id=12>, sursă accesată pe 25 septembrie 2008.

¹⁷ O anume lipsă de rigoare este evidentă chiar în program: „În această colecție apar titluri semnificative din literatura universală, autori clasici și contemporani, reprezentativi pentru biblioteca dumneavoastră, dar și cărți de succes, adevărate capodopere ale literaturii de acțiune, spionaj sau mister.” – v. <http://www.rao.ro/colectie.asp?id=1>, sursă accesată pe 25 septembrie 2008.

¹⁸ Aceste ficțiuni rocambolești „revelază”, care mai de care, „adevăruri șocante” – de pildă, despre legăturile existente, chipurile, între „Vatican, CIA, KGB, Mafia, francmasonerie, Opus Dei și Cavalerii Templieri” ori despre „cruciada modernă misterioasă [în care] au fost implicați Churchill, de Gaulle, E[uropean] E[conomic] C[ommunity], Solidaritatea și industria britanică” – v. prezentarea cărții *Moștenirea mesianică*, <http://www.rao.ro/editie.asp?id=1380>.

¹⁹ Scoaterea pe piață (simultan sau în imediată succesiune) a unor produse articulate în medii diferite (carte, revistă, film, jocuri video, benzi desenate, jucării, CD, DVD) care se subsumează aceleiași mărci/povești/serii de personaje ficționale (cum este, de pildă, franciza *Star Wars*).

²⁰ „Romanele prezentate în aceste colecții au fost concepute pe baza seriilor TV *Dosarele X* și *Millenium*, create de Chris Carter. Ele oferă cititorului șansa de a participa la tulburătoarele experiențe, aflate la granița dintre intuiție și revelație, prin care trec vestitele personaje Fox Mulder,

Trăgând (provizoriu) linie după prezentarea (sumară) a acestor mini-studii de caz, am putea să formulăm câteva concluzii (parțiale, deloc definitive):

1) industria cărții a luat un mare avânt în România și este acum în plin triumf, grație aplicării/adaptării unor strategii funcționale (și productive) în toată lumea: fără doar și poate, marii „jucători” pe această piață vizează realizarea (pe bandă rulantă) a unor *bestsellers* monstruoase – *blockbusters*²¹, așadar, a unor produse care să aducă încasări cât mai mari (care să pulbere toate recordurile);

2) în politica editurilor românești de renume, urmărirea principiului comercial *nu* implică renunțarea la standardele de calitate: fie că seriile „populare” sunt însoțite de altele „elitiste” (care primesc o „fațadă” comercială – câte o copertă (ultra)spectaculoasă, menită să momească cumpărătorul sceptic), fie că în aceeași serie sunt promovați autori din eșaloane diferite (cu scopul de „a-l păcăli” – spre binele lui – pe cititorul de rând: dispus să citească *doar* literatură fără pretenții, acesta poate fi „indus în eroare” de prezentarea uniform de strălucitoare, la fel de atractivă, și poate ajunge să citească – și să-i placă – și literatură pe care altfel ar refuza-o aprioric); dar strategia implică și riscuri: se întâmplă ca, în unele cazuri, coperta („învelișul”) și cartea (conținutul) să se afle într-o relație de flagrantă nepotrivire, nu numai stilistică – și aceasta pentru că specialiștii în *design* (și în IT – adică în „științe tari”) care proiectează coperta se raportează, de cele mai multe ori, (măcar ușor) disprețuitor la „umaniști” (care, în marea lor majoritate, „nu știu să vândă”, nu par să fie capabili să dobândească priceperea necesară pentru a-și pune în valoare, într-o formă *materială*, cultura și competențele intelectual-artistice); când coperta este *riscată*, cititorul competent/cultivat poate fi impresionat negativ de „vulgaritatea” „cuveturii” (dar, dacă-și dorește foarte mult cartea, tot o va cumpăra – chiar dacă va lua apoi în calcul variante de descotorosire de copertă!), iar cel „naiv” să fie deziluzionat de „miez” (dar „revelația” să fie tardivă, achiziția fiind deja făcută; dar și pentru el există speranțe de „reparație” – poate da cartea mai departe, o poate vinde la anticariat sau o poate etala în biblioteca personală întru impresionarea musafirilor!);

3) se publică la noi (adesea în premieră – ori pentru prima dată într-o versiune completă și/sau corespunzătoare calitativ) autori și cărți mari din literatura universală²², însă, cum se pune problema transunerii textelor în limba română, constatăm că, din nefericire, puțini traducători mai sunt astăzi profesioniști onești, responsabili și cu experiență (ori care să fie dispuși să evolueze, să se perfecționeze. *să învețe* din experiență); foarte multe traduceri sunt pline de inexactități, iar goana după „producția la normă” îi determină pe unii editori să aleagă drumurile cele mai scurte ori cele mai comode: se fac puține traduceri după un original redactat într-o limbă mai rar cunoscută la noi, preferându-se traducerea după intermediar

Dana Scully și Frank Black” – v. <http://www.rao.ro/colectie.asp?id=4>, sursă accesată pe 25 septembrie 2008.

²¹ Caz cumva pilduitor, cărțile lui Orhan Pamuk au devenit succese *explozive* în România mai ales după ce el a primit prestigiosul premiu care poartă numele inventatorului *dinamite!*

²² *Inclusiv* română!

englezesc/franțuzesc/german²³;

4) genurile de mare popularitate sunt atent avute în vedere de cele mai multe edituri românești, însă cei care iau decizii în acest sens de puține ori au suficiente cunoștințe despre ele; cu rare excepții, editorii sunt destul de reticenți în a colabora cu specialiștii în literatură care activează în universități ori în instituții de cercetare a literaturii ori în biblioteci publice (rezervă pe care o arată, inexplicabil, și față de posibilitatea ca *acești* specialiști să fie angajați pentru traduceri, și nu amatori cărora le lipsește, în primul rând, simțul limbii *române*); poate că o mai aproape supraveghere/îndrumare/consiliere a editorilor în acest sens nu numai că nu ar afecta vânzările (cum altfel decât copioase!), ci ar contribui la *eficientizarea* (termen drag finanțistilor!) acestei activități;

5) se acordă o tot mai mare (deși încă nu suficientă) atenție distribuției și desfacerii cărților, nu numai producerii acestora; posibilitățile de cumpărare *online* sunt binevenite din mai multe motive și politica oferirii de reduceri pentru acest tip de achiziționare aduce avantaje și cumpărătorilor (stimulați astfel să investească în cărțile *nou-nouțe* pe care și le doresc), și editurilor (cărora le crește considerabil cifra de vânzări); poate că editorii mai reflectează să aplice asemenea scheme de reducere („3 pentru 2” sau „1+½” sau *discount*-uri în procente variabile) și în librării (nu numai când tirajele sunt „învechite” ori pe cale de epuizare);

6) cea mai mare problemă care se pune în România pentru amatorii de literatură este faptul că doar puține edituri au o rețea națională (ori măcar regională) de distribuție, iar un „inventar” general al aparițiilor editoriale din România nu există; se publică numeroase cărți (de autori români și străini) care nu ajung să circule, un blocaj frustrant pentru cei din sfera *emițătorului*, dar și pentru cei care le descoperă foarte târziu și doar din întâmplare (adesea, le descoperă numai „nominal”, nemaleușind să le găsească și să le citească); poate că se găsește o formulă ca toate cărțile care se publică să fie înregistrate (cu o descriere/prezentare completă) într-o bază de date accesibilă oricui.

Bestsellers and Blockbusters: Competitive Practices and Strategies in the Romanian Book Industry

This paper approaches an activity field that has undergone numerous spectacular changes in Romania during the last two decades or so. Publishers have (some of them successfully) tried to implement here practices and strategies that usually bring large profits on the international book market. Looking for bestsellers – even for literary *blockbusters* – has become a permanent preoccupation for the principal “players” in the Romanian book industry and in order to achieve this goal they do not hesitate to use various sales hooks within the frame of a very complex and very carefully organized production-distribution-merchandising process. At the same time, their strong commercial drive obviously does not exclude (on the contrary, it seems!) a keen interest in high quality standards – which, in the end, turns out to be fortunate for producers *and* consumers alike.

Iași, România

²³ Cu atât mai laudabil este, în acest context, un efort exemplar precum cel al Luminiței Munteanu, traducătoarea excepțională a lui Orhan Pamuk în limba română.