

## **SESSIÒ EXPERIÈNCIES DE CROWDFUNDING**

### **I SI A LA LLETERA NO LI CAIGUÉS MAI LA GERRA?**

Aida Iglesias de Prada, Pol·len edicions SCCL

#### **Qui som i què hem fet**

Pol·len edicions som una editorial que existeix des del 2011, i com a cooperativa des del 2014. Vam néixer en una impremta pionera en l'ecoedició, El Tinter, on l'editorial es va crear com un dispositiu per experimentar la manera de produir llibres amb criteris de minimització de l'impacte ambiental. Amb el temps, a més de practicar i investigar sobre l'ecoedició, vam decidir generar contingut crític que acompanyés aquest continent fet des del prisma mediambiental. Durant 6 anys, del 2014 al 2020, vam gestionar, simultàniament amb la tasca editorial, un espai cultural d'editorials independents i de pensament crític, l'Espai Contrabandos, al Pou de la Figuera i posteriorment al Raval de Barcelona.

Ara mateix som 3 sòcies treballadores i una treballadora, i tenim la seu al CRITT (ETSAV-UPC) dins de l'encaix del Pol cooperatiu La politja, a Sant Cugat del Vallès. Un dels nostres somnis, així tipus "conte de la lletera", és que entre alguna de les tantes persones riques que hi ha al món, segurament hi ha alguna apassionada pels llibres i la revolució, i li agradaria ser mecenes del nostre projecte. Encara no l'hem trobat, però si que hem trobat petites mecenes, i moltes, i totes juntes ens han donat un impuls vital, i això ha estat gràcies a l'existència de la plataforma Verkami, o d'altres similars com Goteo o Totsuma. A Pol·len edicions hem fet més de 60 crowdfundings. Inicialment va ser una manera de trobar l'avançament d'un pressupost que necessitàvem per engegar la producció d'un llibre. Després vam descobrir que ens aportava moltes més coses que ara us explicarem.

#### **L'experiència de Pol·len en el crowdfunding editorial**

A priori els llibres es venen a les llibreries. Ens encanten les llibreries físiques com espais on es troba memòria enquadernada, idees, reflexions, espais de debat, de lectura col·lectiva, de sabers. Però com a editorial petita, tenim un problema, les vendes a llibreries no són suficients per poder sobreviure, i això es deu a funcionaments de l'ecosistema del llibre en els que ara no entrarem. Però, què vol dir això? Doncs que hem de pensar com completar les vendes a llibreries per poder continuar aportant a la bibliodiversitat.

De la nostra facturació en vendes de llibres un 33% és en llibreries, un altra 33% en fires i presentacions i un últim 33% a la web i crowdfundings. El nostre ideal, per tant, és fer un o dos crowdfundings al trimestre. Si ho fem, anem bé.

I que ens permet el crowdfunding? L'objectiu principal és cobrir una part del cost de producció del llibre, generalment la impressió. És com un avançament de les vendes, amb les que podrem cobrir part dels costos. Però també vam descobrir que fer un crowdfunding, ens aportava moltes més coses: també és una manera de fer promoció del

llibre abans que estigui a la venda, i això és molt positiu, és una bona pràctica editorial de fet. Generes un material interessant de promoció que necessites crear per omplir la pàgina de la campanya, com ara un vídeo sobre el llibre, que en el nostre cas acostuma a ser unes paraules de l'autora, abundant material gràfic, entrevistes, notes a mitjans... És una manera per tant de donar-li visibilitat al llibre. Però aquesta promoció té un tret diferencial i és que genera comunitat. Una comunitat amb la que estàs en contacte durant la campanya, que et poden fer arribar comentaris i preguntes i a la que pots anar informant sobre activitats que es fan a posteriori al voltant del llibre del qual han estat mecenes, com ara ruta de presentacions.

En funció de la mida de la comunitat podem saber com s'ha rebut el llibre: ha estat el que esperàvem, ha superat les nostres expectatives, no ha generat tant interès com creiem... Així podem repensar la tirada que fem del llibre, la qual cosa és molt important, perquè el crowdfunding, d'aquesta manera, es converteix per nosaltres en una eina per l'ecoedició. Actualment, es parla molt de la sobreproducció, que afecta també al món dels llibres. Si produïm molts més llibres del que es vendran acabaran acumulats en caixes i a la llarga s'hauran de destruir. En canvi, si fem molts menys del que es vendran, optant per fer petites tirades, potser n'assegurem no tenir estoc a magatzem, però engegar màquines moltes vegades també té un cost ambiental (i econòmic) més alt que si fem la tirada justa. Per això les campanyes crowdfunding les afegim com un punt de l'ecoedició, ja que ens permet fer un tanteig de l'interès qui hi ha pel llibre, la qual cosa ens serveix per poder ponderar el tiratge i així aproximar-nos a la tirada més adequada per cada llibre.

### **Algunes coses que hem après fent-ho**

Inicialment, pensàvem moltes recompenses, algunes molt complicades, en les que després se'ns anava el temps i el pressupost. Ara ens concentrem en el llibre com a recompensa principal. Afegim algun detall al voltant del llibre, alguna cosa que pot oferir l'autora, com ara una xerrada, o un lot de llibres de la nostra editorial. Aquesta decisió amb relació a l'oferta de recompenses també té una motivació decreixentista: no volem generar productes perquè sí. El producte que volem fer és el llibre i per això és la recompensa principal.

També vam aprendre a incloure en el preu de la recompensa el cost d'enviament (ara sempre fem l'opció de recollida al local o a la presentació), ja que fer enviaments no suposa només el cost de l'enviament, sinó també el de l'embalatge, les hores que dediques a empaquetar, portar a correus, fer seguiment de l'enviament. Per tant ho has d'incloure en el pressupost i en la teva agenda.

Una vegada has fet tots els enviaments cal fer-ne un seguiment, perquè sempre hi ha alguna persona que no estava a casa, que no va veure el paperet de correus (sempre que és adequat per temps, fem servir correus, ja que valorem que és una opció més sostenible mediambientalment i econòmicament que d'altres). Pot ocórrer també que el qüestionari i els recordatoris arribin al correu brossa, o que la mecenes ha canviat d'email i ha tardat molt a veure que li demanaves una adreça per enviar-ho. Per tant, no pots tancar el correu que has fet servir per la campanya una vegada ho has enviat tot, has d'anar fent seguiment, per cuidar aquesta comunitat, i assegurar-te que a totes les mecenes els hi arriba la seva recompensa.

## Conclusions

El crowdfunding, per tant, és una pre-venda de llibre, ja que la gent s'ho compra abans que estigui fet. Però és molt millor que una pre-venda que podries fer a la teva web, perquè les plataformes, Verkami per exemple, que és la que més fem servir nosaltres, cada vegada és millor, i té moltes funcionalitats que no tenim al nostre web com ara els llistats de mecenes, els qüestionaris o el canal de preguntes i dubtes.

A més a més amplia la comunitat, ja que el butlletí de la mateixa plataforma arriba a persones que estan fora dels nostres cercles. Una comunitat que, quan adquireix el llibre, no està fent només una compra, estan fent possible que aquest llibre surti a la llum, i aporten amb el plaer de donar suport a un projecte que els agrada, al qual volen contribuir perquè existeixi. Al mateix ens ajuden a fer una valoració de com es rebrà el llibre una vegada estigui a la venda, de tal manera que podem valorar el nombre d'exemplars que imprimirem i d'aquesta manera afegir un punt més als nostres criteris d'ecoedició. I així, aquestes comunitats de petites mecenes, van fent realitat el nostre somni, i la llet de la gerra no ens cau, i ens ajuden a transferir coneixements des de les autores a les lectores, on germina fent possible la producció de llavors, i aquestes multipliquen el coneixement, és a dir, pol·linitzant amb pensament crític.