



Consum conscient de llibres

NO GIREM FULL

Obrim la tapa. Potser trobarem formació, o entreteniment, o cultivació... Molta varietat, tot i que també moltes repeticions dels temes de moda. Què passaria si copiéssim lliurement el contingut d'aquestes pàgines? Pàgines que, per cert, encara procedeixen majoritàriament d'arbres... Ens importa que puguem trobar llibres que reflecteixin qualsevol ideologia? Si voldrem llegir un llibre només una vegada, ens agrada la idea de comprar-lo i confinar-lo a la nostra prestatgeria per sempre? Moltes consideracions a tenir en compte, com per girar full...

Un de plantes d'interior, un d'arquitectura rural gallega, un sobre l'origen de la vida, una guia per viatjar amb nens, un diccionari de sinònims, un sobre nocces reials, un de càlcul numèric, o d'història comparada de les religions, d'arrondaments urbans i rústics, de ciències ocultes, de lepidòpters a les illes Pitiüses; una antologia d'humor gràfic, un sobre orfebreria, sobre la formació de la personalitat, contes i novel·les de tots els colors, sobre com ser felix en 15 dies, sobre la llum i l'ombra, els millors carnivals, una col·lecció de còmics, la globalització i el planeta, fotografia d'autor, biografies dels nostres mites, un de prestidigitació... Els llibres són instantànies de la creativitat i de la sucosa **diversitat** humana i universal.

A l'Estat espanyol, les **matèries** de les quals més títols s'editen són text escolar, literatura i literatura infantil i juvenil: un 60% entre totes tres. Quant a **llengües**, el 78% dels llibres s'editen en castellà, el 15% en català, el 2% en basc, el 2% en gallec i el 2% en llengües estrangeres.¹ El 27% dels títols que s'editen a Catalunya són escrits en català.²

COM ES FA UN LLIBRE

Un **manuscrit** pot procedir de la traducció o adaptació d'un text ja existent, pot ser un encàrrec fet per la mateixa editorial, o pot ser l'obra original d'un **autor**. Aquest pot acudir a una o a més d'una editorial amb la intermediació d'un **agent literari**, que s'encarregarà de la gestió de tractes i contractes.

L'editorial tria per publicar (fer públics) manuscrits que estiguin en la seva línia temàtica o ideològica i que cregui, a més, que tenen possibilitats de vendre's. Les feines de l'editorial (pot realitzar-les directament o subcontractar-les) són corregir el text perquè sigui literàriament acceptable, dissenyar una coberta, maquetar el llibre, inscriure'l en els registres obligatoris, imprimir-lo, promocionar-lo (presentacions, fires, internet...) i vendre'l (en part directament a consumidors i en part a distribuïdors que el duren als punts de venda). L'editorial paga totes aquestes feines (si l'empresa és petita, de vegades l'autor en paga una part) i determina un preu de venda al públic (PVP) per al llibre. Cada any fa recompte de les vendes i paga a l'autor una quantitat per cada exemplar venut a un consumidor final, en concepte de **drets d'autor** (al voltant del 10% del preu sense IVA). També pot pagar-li a priori una **bestreta** a comp-



te dels drets d'un determinat nombre d'exemplars; si no arriben a vendre's, l'autor en sortirà beneficiat.

Les empreses d'**autoedició** fan l'edició a canvi d'una comissió sobre les vendes.³ També un mateix pot editar-se els llibres des de casa; els fets de manera més artesanal no necessiten ni un ordinador.

QUANT LLEGIM?

Segons les estadístiques del sector editorial, un 43% dels catalans llegeix llibres (no de text) almenys una vegada per setmana i un altre 43% no llegeix mai o gairebé mai; el 14% restant llegeix ocasionalment. Hi ha molta més gent, en canvi, que llegeix diaris (un 70%) i revistes (46%). Els lectors habituals dediquen menys temps a llegir del que els agradaria (menys d'una hora diària els que llegeixen més), diuen que per falta de temps. Un 67% de les famílies llegeix llibres als seus fills menors de 6 anys.⁴

QUANT PUBLIQUEM!

Entra en una llibreria. Et mareges al veure aquesta infinitat de llibres? Torna a la llibreria demà: potser ja tindran algun dels **60 nous títols que es publiquen a l'Estat cada dia**, festius inclosos. T'has tornat a marejar?

No sabem si tenia aquesta mateixa sensació qui va escriure a la Bíblia: *Escriure molts llibres és una feina de mai no acabar [...]. Prou de paraules. Tot està escrit* (Eclesiastès 12:12). O Sèneca (s. I), quan va escriure en una carta: *La multitud de llibres dissipa l'esperit*.

Els llibres són instantànies de la creativitat i de la sucosa diversitat humana i universal

O el Quixot mateix, que en assabentar-se que s'havia escrit El Quixot va exclamar: *N'hi ha que així componen i es treuen llibres de dins com si fossin bunyols*.⁵ El que sí que

¹ Federació de Gremios de Editores de España (FGEE): *Comercio Interior del Libro en España 2005*. FGEE, 2006.

² Precisa Research: *Informe de Comercio Interior en Catalunya 2004*. Gremi d'Editors de Catalunya (GEC) i Associació d'Editors en Llengua Catalana, 2005.

³ Algun exemple: www.edicionpersonal.com, www.lulu.com/es, www.trafford.com.

⁴ Precisa Research: *Hábitos de lectura y compra de libros en Cataluña 2005*. GEC, 2006.

⁵ Gabriel Zaid: *Los demasiados libros*. Anagrama, 1996.

sabem és que els mateixos editors expliquen des de fa almenys un segle que es troben en una escalada imparable de producció de títols. Per què?

Hi influeixen molts factors. D'una banda, d'autors no en falten: som molts els que trobem que tenim **alguna cosa interessant a dir** o a oferir a la societat (o a aquells que tenen una sensibilitat semblant a la nostra). I per la banda dels editors passa el mateix: moltes vegades publiquen un llibre tot i sabent que no hi faran negoci, només perquè els sembla important que el que s'hi explica es trobi a l'abast del públic, per minoritari que sigui. Però en la decisió de publicar o no un llibre hi intervé sovint, també, la necessitat de "provar sort"; ens explicarem.

Resulta que el negoci editorial té un **marge petit**: amb cada venda hi guanyes poc. Per tant, per subsistir necessites que almenys algun dels teus llibres es vengui bé. I resulta que mai saps si un llibre es vendrà bé; la **incertesa** és molt característica del món editorial, sempre s'hi produeixen sorpreses, tant d'èxits com de fracassos imprevistos. Per això moltes vegades l'editor té la temptació de provar sort, com dèiem, amb llibres que potser en un terreny menys incert optaria per no publicar. També hi ajuda el fet que l'edició pròpiament dita és, pel que fa a la tècnica, cada cop més **senzilla i barata**.

I finalment hi ha dues característiques que fan del mercat del llibre una singularitat econòmica:

- Per llei, el **preu** de venda al públic dels llibres el **fixa** l'editor (o l'importador), i la llibreria o qualsevol punt de venda al públic només el pot reduir, com a màxim, en un 5%.⁶
- D'aquest preu fix els llibreters se'n queden un 30%, un marge bastant estret (els marges comercials varien molt entre sectors però solen estar per sobre del 50%), de manera que per a ells comprar llibres les vendes dels quals són incertes constitueix un risc important. Perquè aquest risc no sigui inassumible hi ha les **devolucions**: el llibreter sempre pot retornar els llibres a l'editor i se li tornen els diners (normalment es deixen a compte de compres posteriors).

Es tracta d'un cercle viciós, perquè com més llibres hi ha al mercat més difícil és que cada llibre particular tingui una bona sortida; així, les devolucions es multipliquen

i cal cobrir-les amb cada vegada més novetats, en una bogeria creixent. L'any 2005 es van editar a Espanya uns 70.000 títols, un 14% més que el 1999 i deu vegades més que vint anys enrere (tot i que els tiratges tendeixen a reduir-se);⁷ descomptant les reedicions, les publicacions oficials i similars i les versions d'un mateix llibre (diferents llengües o formats), obtenim les 60 novetats diàries.

Dels 321'5 milions d'exemplars que es van imprimir el 2005, se'n van vendre a l'Estat 230'5 milions: un 72%; el 2001 aquest percentatge va ser del 83%. Reben devolucions un 95% de les editorials grans i mitjanes i un 77% de les petites.⁸ El més habitual és que es tornin un 30-35% dels llibres.⁹ Les novetats que arriben a vendre 15.000 exemplars són un centenar cada any: un 0'5% de les que es publiquen; els grans *best sellers* no arriben a la dotzena.

Moltes vegades els editors se senten temptats a provar sort amb llibres que potser en un terreny menys incert optarien per no publicar

Aquesta escalada **no agrada** al sector editorial, que la veu com un mal necessari del qual és difícil escapar. Segons *Delibros*, revista especialitzada en el sector, *aquesta abundant oferta de títols s'allunya sense control de la mateixa capacitat del mercat*:

- El **tràfec** de llibres amunt i avall comporta molta feina: transportar, ficar i treure de les caixes, classificar i posar en prestatgeries, donar d'alta o de baixa a l'ordinador, comptar, etc. Les llibreries petites esmercen un 20% del temps en la gestió de les devolucions i en la catalogació, les grans un 30%.¹⁰ Amb aquest tràfec proliferen els errors i malentesos i hi ha llibres que es fan malbé.
- Les editorials han de gestionar els llibres que els retornen (potser anys després de donar-los per venuts, encara que el més habitual és rebre'ls uns sis mesos després del llançament). Les opcions són exportar-los, incorporar-los al magatzem (fons editorial), vendre'ls com a saldo, donar-los (a sectors o països amb pocs recursos, escoles...) o **destruir-los**. Dur els

llibres a plantes de reciclatge de paper surt més barat que saldar-los o emmagatzemar-los. Hi ha qui aconsella llençar-los sense obrir les caixes per estalviar-se feina; i és que de fet hi ha caixes que tornen intactes de les llibreries. El sector editorial recopila moltes dades estadístiques, però entre aquestes dades no hi ha la del nombre d'exemplars destruïts.

- Les **llibreries** no donen l'abast a escollir entre el gran volum de novetats que surten.
- Les tasques d'edició (traducció, correcció, impressió...) es fan amb presses, fins i tot els autors es veuen pressionats per tenir el text enllestit per la data fixada. Per això surten algunes edicions de poca **qualitat**, cosa que fa perdre credibilitat als llibres en general.
- Podríem pensar que aquesta producció tan abundant aporta diversitat al lector. Però en el món del llibre també regeix la moda, i quan s'entreveu un tema d'èxit tothom es llença a explotar-lo. És a dir, es tracta d'una **diversitat aparent**: moltes novel·les d'intriga amb rerefons esotèric, molts llibres de sudoku...

En el sector es diu que tothom hauria de posar-se d'acord per abaixar el ritme. Algunes grans editorials comencen a fer-ho, però fins ara han estat les que més han augmentat el nombre de títols publicats (un 23% des del 1999, per un 5% de les petites).¹¹ També són les més ben situades per donar visibilitat als seus llibres enmig del maremagnum (accés als mitjans, presència a les llibreries..., vegeu *Els llibres ens criden*, a la p. 10). En general, les editorials petites poden encertar més els llibres que agradaran als seus lectors, ja que editors i lectors "es coneixen" i comparteixen gustos o interessos.

⁶ Actualment hi ha en tràmit d'aprovació per les Corts una nova Llei del Llibre que manté aquesta norma del preu fix.

⁷ Laura Requejo: *Devoluciones: ¿un problema con solución?* Revista *Delibros* núm. 186, abril 2006.

⁸ Federación de Gremios de Editores de España (FGEE): *Comercio Interior del Libro en España 2005*. FGEE, 2006.

⁹ La mitjana de devolucions és del 27%, segons les estadístiques de la Federación de Asociaciones Nacionales de Distribuidores de Ediciones, però està esbiaixada pels casos extrems. Segons diversos distribuïdors consultats, la taxa més freqüent està entre el 30 i el 35%.

¹⁰ Miguel A. Otero: *El mapa de librerías 2004*. Revista *Delibros* núm. 199, juny 2006.

¹¹ Miguel A. Otero: *Una lectura de los datos del sector editorial 2004*. Revista *Delibros* núm. 194, gener 2006.



DAHON



Bicidetes plegables. És tot el que fem

el futur és plegable

c/ Bruc, 63 • 08009 Barcelona
Tel. 93 532 31 43 • Fax 93 532 31 45
e-mail: botiga@espaibici.com
www.espaibici.com



RÀPID & FÀCIL



Els bebès moderns fan servir bolquers moderns

No fan mal al medi ambient ni a la butxaca!

Productes naturals, ecològics i pràctics per a bebès i mames.

Cotó ecològic i de comerç just per a tota la família.

bebés
ecològics

Juan XXIII, 26
Huércal - Óvera
04600 Almería
Tel: 950 13 57 00
Fax: 950 81 65 13



www.bebesecologicos.com - info@besecologicos.com

a new lifestyle



LÍDERS EN PRODUCTES FRESCOS:
Carns al tall, fruites i verdures, lactis, formatges i derivats, congelats, pans, proteïnes vegetals

MENJAR PREPARAT: Plats precuinats

EL SUPER-BIO: Tot tipus d'aliments envasats · Higiene i cosmètica biològica per a adults i nens · Discos, llibres i papereria · Roba i calçat per a adults i nens · Estris de cuina · Objectes de regal i decoració

COMPLEMENTES DIETÈTICS

BELLESA: Perruqueria, estàtica i massatges

ACTIVITATS: loga, pilates i cursos de cuina



C/ València 186
EIXAMPLE
08011 Barcelona
Tel. 93 453 15 73
Fax 93 451 67 08

info: <http://www.bioespacio.com> · e-mail: info@bioespacio.com

HORARI: de 9h a 21h · Dissabtes de 8h a 15h

La copa de la fertilitat



- ! sense tòxics
- ! saludable i ecològica
- ! llibertat i ecodisseny
- ! copa menstrual reutilitzable

Oferta especial per a lectores/rs d'OPCIONS

mooncup truca'ns: 936 011 636
www.biohabitat.es



ELS PUNTS CALENTS DEL LLIBRE

1 PER QUÈ VULL EL LLIBRE

- Les **motivacions** per llegir són tan diverses com els lectors i els moments (formació, distracció, gaudi, etc.).
- Llegir és una forma de **cultivar-se**, però no l'única.
- A l'Estat espanyol es publiquen **60 novetats diàries**, que lluiten per cridar la nostra atenció. Els **reclams** ens poden distreure del que realment volem llegir.

OPCIONES

- Siguem conscients de **què aportarà** el llibre: si està ben escrit, si és adequat a l'edat del lector, si forma o diverteix tant com esperem...
- Conèixer les **tècniques de màrqueting** amb què se'ns ofereixen els llibres ajuda a no escollir per impuls.
- Consultar diferents fonts de ressenyes, fer-nos en la **nostra pròpia opinió**.

+INFO
Pàg. 10



QUEDA'T AMB AIXÒ:

- Demanem als editors que usin **paper reciclat**.
- Les **biblioteques** i els **intercanvis** entre amics ens poden proveir de gran part de la lectura.
- Perquè cada cap pugui seguir duent el seu barret és important donar suport a **editorials i llibreries independents**.

2 L'OBRA ÉS MEVA, PERÒ TU TE LA POTS COPIAR?

- Tot **autor** d'una obra **té dret** a ser reconegut com a tal i a decidir com la divulgarà.
- La major part de la creació artística i cultural es fa sense comptar amb uns **ingressos per drets d'autor** significatius.
- Les noves tecnologies fan possible un **accés generalitzat** a les obres creatives.

OPCIONS

- Hi ha autors i editors que no es reserven només per a ells el dret a reproduir una obra, sinó que permeten que **circuli més lliurement** entre el públic.

+INFO

Pàg. 11.
Secció *Idees*,
pàg. 24.

3 QUI EDITA ELS LLIBRES

- Cada editorial té un **tarannà** que transmet als llibres que edita.
- Els grups editorials en general persegueixen un **rendiment econòmic** més gran que l'usual en una editorial, per això tendeixen a editar **llibres d'impuls** (manuals, actualitat, xafarderies...).
- Els grans grups solen posseir diversos mitjans de comunicació, que els atorguen molt **poder sobre l'opinió pública**.

OPCIONS

- Donant suport a editorials independents contribuïm a una major **pluralitat** d'idees en circulació.
- A l'Estat gairebé el 75% de les editorials són independents, i publiquen un 43% dels títols. És a dir, encara tenim molta **pluralitat que podem conservar**.

+INFO

Pàg. 14

4 MOLT PAPER, POCS ARBRES

- La **desforestació** ens està privant d'un recurs fonamental. El **40% de la fusta que es tala** per a usos industrials es destina a fer paper.

OPCIONS

- La millor opció és el **paper reciclat**. Actualment n'hi ha de la mateixa qualitat que el verge per a la majoria dels usos.
- En cas d'imprimir sobre **paper verge**, que sigui **FSC** per garantir la màxima cura dels boscos.
- **Demanam** a llibreters i editors llibres en paper reciclat.

+INFO

Pàg. 16

5 ON COMPRAR ELS LLIBRES

- Les **llibrerries** són ateses per llibreters que ens poden assessorar i orientar. A més de vendre llibres fan de dinamitzadors culturals.
- Les **cadenaes de llibrerries** van incrementant els llibres d'impuls i empobrint la diversitat, ja que totes les seves sucursals ofereixen el mateix catàleg.
- Els **hipermercats** venen sobretot llibres d'impuls i de text, i no hi ha llibreter que pugui orientar-nos.
- Comprar a cadenaes i hipers afavoreix la **concentració** editorial i la **pèrdua de pluralitat**.

OPCIONS

- Les **llibrerries independents grans** tenen un bon fons editorial, que inclou els llibres d'editorials petites.
- Les **llibrerries independents petites** duen els llibres a tots els racons del país, i ens poden enviar a buscar qualsevol llibre.

+INFO

Pàg. 18

5 EL VAN LLEGIR, EL LLEGEIXO, EL LLEGIRAN

- Hi ha moltes formes d'accedir a un llibre **sense comprar-lo**.
- **No regalem** llibres a la babalà.
- Com més bé **conservem** els llibres, més persones els podran llegir després de nosaltres. Els llibres **relligats** són més resistents que els encoblats.
- Potser **altres persones voldrien llegir** un llibre que tenim a la nostra prestatgeria i que no tornarem a llegir.

OPCIONS

- Les **biblioteques** ens proporcionen pràcticament qualsevol llibre i ens brinden altres serveis.
- **Passem-nos** llibres entre amics.
- **Protegim-los** perquè no es dobleguin les vores, **no en forcem** l'obertura, no els guardem al **sol** ni amb **humitat**...
- Amb els que no vulguem quedar-nos: **regalar-los**, **donar-los** o **alliberar-los** a través del *bookcrossing*.

+INFO

Pàg. 22

1 PER QUÈ VULL EL LLIBRE



El que ens mou a escriure Què impulsa una persona a escriure i a provar de publicar el que escriu? Les motivacions són molt diverses: diseg artístic, d'insultar, de compartir un coneixement, uns pensaments o una vivència, com a consumació o memòria d'un projecte... *Des que l'ésser humà ha adquirit la capacitat de pensar ha tingut la voluntat de fixar per escrit les seves idees amb els materials i signes més diversos.*¹²

El que ens mou a llegir Històricament, la lectura ha estat una eina per satisfer l'impuls de **creixement personal** a través del coneixement, la inspiració i les reflexions que aporten els llibres. Per a la gent que la viu així, la lectura és una vivència realment apreciada. En paraules de diversos escriptors: *Els bons llibres són sempre*

camp magnètic de l'atracció dels quals no es pot fugir (Italo Calvino), *Llegir és afegir una cambra a la casa de la vida* (Adolfo Bioy Casares), *La lectura és una finestra i també és un mirall* (Antonio Muñoz Molina) o *Llegir és fer fer aeròbic a les neurones* (Josep Pla).¹³

Entre aquestes persones trobem el subconjunt dels "bojos dels llibres", els bibliòfils que de vegades s'acosten al **col·leccionisme** (allò de tenir un llibre "perquè s'ha de tenir").

Tot i això, **no només els llibres ens cultiven**. Ni més ni menys que Sòcrates alertava Fedre sobre el fetitxisme del llibre: *L'escriptura és un simulacre de la parla que sembla molt útil per a la memòria, el saber, la imaginació, però que resulta contraproduent. La gent es confia i no desenvolupa la seva pròpia capacitat. Encara pitjor: arriba a creure que sap coses perquè té llibres.*¹⁴ Hi ha gent analfabeta i "oficialment inculta" que té una saviesa tan vasta i profunda com ho pot ser la d'un erudit, només que en altres àmbits. I hi ha també les civilitzacions de tradició oral (justament es diu que quan mor un ancià a l'Àfrica és com si es cremés una biblioteca).

De fet, segons les estadístiques, actualment hi ha molt poca gent que llegeixi per cultivar-se (tot i que avui llegeix molta més gent que abans); la motivació que guanya de carrer (un 90% de 12.000 persones enquestades a tot l'Estat) és l'entreteniment,¹⁵ encara que el terme "entreteniment" comprèn molts matisos: gaudir de l'art, despertar unes emocions determinades, recrear una afició, posar-se al dia de les xafarderies socials, riure, passar l'estona...

I tenim també els usos **pràctics** del llibre (llibres de consulta, guies, diccionaris, receptaris...), i fins i tot els **estètics** (hi ha qui compra llibres per decorar la casa).

L'exercici de la lectura Sigui quina sigui la motivació que ens mou a llegir, la lectura gairebé sempre ens enriquirà amb un millor **coneixement de la llengua** i ens ajudarà a **estructurar millor la ment** o les idees. Però compte, també ens pot espatllar **la vista!** És important llegir amb bona llum i evitar la lletra massa petita.

ELS LLIBRES ENS CRIDEN

Busques un llibre? Els editors intenten que els llibres et busquin a tu. Per a ells és fonamental donar **visibilitat** a cada llibre, ja que com hem vist estan tots submergits en un oceà de novetats que no deixa de créixer.

- És primordial que el **disseny de la coberta** sigui cridaner.
- **Presència** en els punts de venda. A les taules de novetats no hi caben totes les que surten, així que hi ha cops de colze per fer-s'hi un lloc. Un editor pot fer un descompte especial a una llibreria perquè posi els seus llibres ben a la vista, i es diu que n'hi ha que paguen perquè la llibreria els mantingui entre els recomanats.¹⁶ Com sol passar, en aquesta guerra estan més ben situats els grans: les editorials que més poden permetre's fer descomptes i els punts de venda amb més afluència de públic (amb unes taules de novetats, doncs, per les quals val la pena barallar-se). El fet que avui predominin els llibres de **mida gran** respon en bona part a aquesta lluita per la visibilitat.
- **Listes dels més venuts**. Sol haver-n'hi a les llibreries (almenys les grans). Les que publiquen els diaris s'elaboren a partir de les d'uns quants punts de venda. La seva raó de ser és que lectors i editors tinguin una idea del que més agrada, però molta gent del sector afirma que les llibreries les manipulen per interessos comercials que els lectors no podrem dilucidar.
- **Premis literaris**. S'institueixen per estimular tant l'escriptura com la lectura. De nou, l'entrellat que envolta els premis més famosos (que si estava donat d'en-

¹² Fernando Báez: *Historia universal de la destrucción de libros*. Destino, 2004.

¹³ Víctor Moreno: *Metáforas de la lectura*. Lengua de Trapo, 2005.

¹⁴ Citat a Gabriel Zaid: *Los demasiados libros*. Anagrama, 1996.

¹⁵ Precisa Research: *Hábitos de lectura y compra de libros 2005*. FGEE, 2006.

¹⁶ Carles Geli: *El nou cercle (dantesco) del llibre*. Revista electrònica *Barcelona metròpolis mediterrània* núm. 60, hivern 2003. Disponible a www.bcn.es/publicacions/b_mm/bmm60/bmm60_qc30.htm.

trada, que si la novel·la premiada es va escriure per encàrrec...) s'amaga al públic. A Espanya se n'atorguen uns 3.000 cada any.

Molt sovint la quantitat que es rep com a premi és una bestreta a compte dels drets d'autor; se suposa que les vendes s'incrementaran justament gràcies al premi (és el cas, per exemple, del més ben dotat, el Planeta, amb 601.100 euros; cal vendre'n 250.000 exemplars perquè surtin els comptes). En altres tipus de certàmens, el premi correspon al cost de l'edició, que el convocant del premi paga a l'editora.

- **Reedicions.** Una faixa que digui *22a edició* ens transmet la idea que es tracta d'un llibre que ha tingut molt èxit. Però també hi pot haver truc: se'n pot fer un tiratge més curt que les vendes previstes perquè aviat calgui fer-ne una segona edició.¹⁷
- **Temàtica.** Ens movem per **modos** i el llibre no és una excepció (autoajuda, catedrals i cavallers, cuina...). I ens agrada l'**actualitat** (les reflexions del nou president, un dia en la vida del futbolista que va marcar el gol de la victòria...).
- **Promoció en els mitjans.** No és fàcil cridar l'atenció dels periodistes entre el maremagnum de presentacions diàries. Però cal tenir en compte que molts mitjans d'abast estatal i les principals editorials pertanyen a uns mateixos conglomerats empresarials, i això influeix en el que es publica. Per exemple, l'*Avui* (propietat parcial del Grup Planeta) infor-

mava sobre el premi Planeta d'aquest any a la portada amb una foto del guanyador. En canvi, *El País* (propietat del Grup Prisa) no hi feia cap referència a la portada, i la crònica sobre l'acte de lliurament no sortia fins a la tercera pàgina de la secció Cultura. També pot passar que el que sembla una notícia sobre un llibre sigui, de fet, un anunci pagat per l'editorial.

Aparèixer en els mitjans ajudarà molt que el llibreter posi el llibre a la taula de novetats i que el lector el fullegi, però tampoc garanteix res. Alguns fracassos estrepitosos han estat precedits de costoses campanyes de llançament.¹⁸ I de vegades un llibre es ven bé però no cobreix el que s'ha invertit en la promoció.

El que més compta: el boca-orella

Els reclams que hem vist influeixen en les compres impulsives de llibres, però no tant quan el que es busca amb la lectura és una vivència satisfactòria. En la tria d'un llibre, les ressenyes que hem llegit a la premsa tenen un pes important en un 20% de les compres, mentre que el que fullegem a la llibreria n'influeix un 34% i les recomanacions d'algú el 60%.¹⁵ Tenir una afinitat amb els lectors, com passa en les editorials petites, és una certa garantia que, un cop llegit un llibre, els vindrà de gust recomanar-lo.

COM ORIENTAR-NOS

- Abans d'entrar en una llibreria i exposar-nos a tots aquests reclams, **parar-**

nos a pensar: *De debò vull comprar un llibre?, quan el llegiré?, quants llibres tinc que encara no he llegit? I després: Què m'agradaria llegir?*

- **No deixar-nos impressionar** dòcilment pels reclams que hem vist: tinguem en compte que poden respondre només a tècniques de màrqueting.
- Llegir a la contracoberta i/o a les solapes el que **se'ns explica** sobre el llibre i l'autor, tenint present que és l'editor (o sigui, el venedor) qui ens ho explica.
- Buscar l'**assessorament del llibreter**.
- Parlar de llibres amb gent de **gustos o interessos semblants** als nostres.
- **Consultar ressenyes** a la premsa i a internet,¹⁹ i no perdre de vista els lligams empresarials que hi pugui haver entre els diaris i revistes i les diferents editorials (vegeu *Qui edita els llibres*, a la p. 14).

Com sempre, no es tracta que ningú ens digui què comprar, sinó d'anar formant el nostre propi criteri amb el temps, les temptatives, les converses...

¹⁷ A més, moltes vegades el que es qualifica de reedició (que ha de contenir alguna correcció o afegitó respecte a l'edició anterior) és en realitat una **reimpresió** (un nou tiratge idèntic a l'anterior).

¹⁸ Eva Orúe: *¿Cómo se "caza" al lector?* Revista *Delibros* núm. 197, abril 2006.

¹⁹ Per exemple, www.literaturas.com, latormentaenunvaso.blogspot.com, www.ccyberdark.net (fantàstica i de ciència-ficció), www.nodo50.org/mlrs (poesia crítica)...

2 L'OBRA ÉS MEVA, PERÒ TU TE LA POTS COPIAR?

L'origen de la protecció dels llibres com a propietat intel·lectual es troba en l'aparició de la impremta a mitjan segle XV, però es va desenvolupar de manera molt tímida fins a finals del XVIII. Des de llavors s'ha convingut que l'autor té sobre la seva obra, en exclusiva, uns **drets morals** (a ser-ne reconegut com l'autor i a decidir si es divulgarà o modificarà i com) i **patri-moniais** (a explotar-ne econòmicament la còpia, la divulgació, la comunicació pública —per exemple una representació teatral— i la transformació —per exemple una

traducció). La Llei de Propietat Intel·lectual recull aquests drets, i el **copyright** és el contracte mitjançant el qual un autor detalla com vol exercir-los (per exemple, amb quines condicions permetria fer una adaptació cinematogràfica de la seva obra).

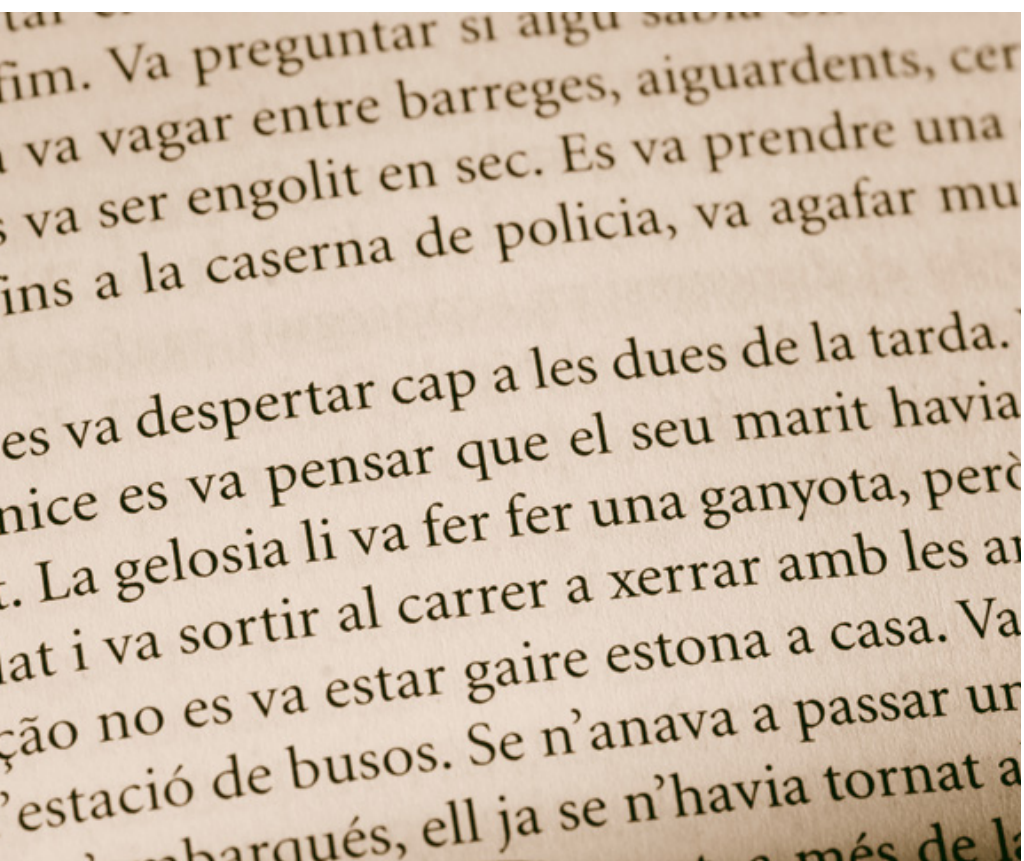
EL COPYRIGHT EN ELS LLIBRES

L'editorial d'un llibre paga a l'autor, en concepte de **drets d'autor**, un percentatge del que ingressa amb cada venda del llibre.

El copyright de la majoria de les obres estableix que **tots els drets** —a copiar,

modificar, digitalitzar o transmetre l'obra de la manera que sigui— es **reserven** al titular del copyright, i qualsevol altra persona ha de demanar-li permís per fer qualsevol d'aquestes accions. La llei estableix alguna excepció com a **drets del públic**: es permet la còpia de l'obra per a ús privat i sense lucre, i se'n permeten determinats usos relacionats amb l'educació, la investigació o el préstec bibliotecari.

El **canvi tecnològic** dels darrers anys (l'accés generalitzat a internet i a equips per copiar i crear, la digitalització de tota



mena d'obres...) ha provocat un **canvi de context**. Si abans el copyright protegia principalment un editor i/o autor enfront d'un altre editor que volgués copiar i comercialitzar l'obra sense pagar-ne drets d'autor, ara vol protegir autors o titulars dels drets enfront del públic "pirata". Actualment hi ha un viu debat, sobretot en el món de la música i el cinema, entre els partidaris de seguir reservant els drets de còpia a l'autor o editor i els partidaris de cedir-los obertament al públic; debat en el qual es barregen forts interessos econòmics amb valors ètics.

VISIÓ CONVENCIONAL

Segons la visió convencional, qui copia un llibre o qualsevol obra artística deixa de comprar-lo, per la qual cosa l'autor no rebrà remuneració pel seu treball (via drets d'autor). Si es generalitza aquest fenomen de la còpia, la producció cultural i artística minvarà. Aquesta argumentació du a la defensa del tradicional **tots els drets reservats**.

En aquesta línia i davant el canvi de context que comentàvem, la interpreta-

ció i aplicació de la llei ha anat evolucionant en el sentit de restringir els drets del públic. Per exemple, les còpies realitzades en una fotocopiadora d'ús públic (biblioteca, empresa...) o en una **copisteria** es consideren còpies no privades o amb ànim de lucre; per tant, aquests establiments han de pagar cada any una llicència per poder fer fotocòpies (que d'altra banda mai poden superar el 10% d'un llibre),²⁰ i també el **cànon de compensació**, que es paga en comprar aparells com ara una fotocopiadora.

Actualment es discuteix sobre l'aplicació d'un **cànon per préstec a les biblioteques** en concepte de drets d'autor, cànon obligat per una directiva europea i que seria pagat pels usuaris o per les mateixes biblioteques.²¹

Aquesta interpretació restrictiva dels drets del públic és l'adoptada per gran part de la indústria cultural, les societats de gestió de drets d'autor (CEDRO, SGAE...),²² alguns gremis d'autors (Asociación Colegial de Escritores de España), etc. Per això posen obstacles tecnològics a les còpies (sistemes anticòpia en

els DVDs, localitzadors de còpies a internet...), financen campanyes de conscienciació i pressionen a favor d'una legislació més restrictiva.

VISIÓ COPYLEFT

En la visió **copyleft**²³ l'autor continua cobrant un percentatge sobre les vendes i continua exercint el seu dret moral de decidir com es difondrà l'obra. La diferència és que no es reserva sistemàticament els drets de còpia, sinó que en pot cedir algun (o tots) al públic: **alguns drets reservats**. Concretament, sempre permet que tothom pugui copiar, distribuir, llegir, visionar, escoltar, etc., la seva obra, tant privadament com públicament, sense haver de demanar permís si ho fa sense ànim de lucre. D'altra banda, pot tenir l'exclusivitat sobre l'ús comercial de l'obra, o permetre també que d'altres se'n serveixin amb ànim de lucre.

La intenció d'aquesta forma de gestionar els drets de l'autor és la d'"alliberar" la cultura, facilitar-li l'accés. Busca, en definitiva, un equilibri entre els drets de l'autor i els del públic, de manera que l'un i l'altre en surtin beneficiats.

ESTÀ LA CULTURA EN PERILL AMB LA VISIÓ COPYLEFT?

La visió copyleft sosté, en contraposició a la visió convencional, que és la restricció dels drets el que perjudica la majoria d'autors, com també perjudica el públic i la divulgació cultural en general:

- En realitat, **molt pocs autors poden viure dels drets d'autor** (més el que reben dels canons que recapta i reparteix CEDRO); en general, només els més famosos. A Espanya es publiquen

²⁰ Si la fotocopiadora és teva, pots fer de manera totalment legal la còpia íntegra d'un llibre prestat per regalar-la a un amic.

²¹ www.noalprestamodepago.org.

²² Són entitats privades sense ànim de lucre que gestionen els drets d'autor dels autors que s'hi associen (en principi de manera voluntària). CEDRO recull els diners dels canons compensatoris per còpia i els reparteix entre els autors; també en destina a formació, promoció i altres serveis a autors i editors i a manteniment de la pròpia entitat. www.cedro.org, www.sgae.es.

²³ Joc de paraules en anglès que reivindica la "còpia permesa". A la secció *Idees* (p. 24) n'expliquem l'origen i algunes implementacions actuals.

cada any unes 22.000 novetats, de les quals només un centenar (el 0,5%) arriba als 15.000 exemplars venuts,²⁴ i els grans *best sellers* no arriben a la dotzena. De la gran majoria de títols se'n venen uns pocs centenars d'exemplars. Per a la major part d'autors, les principals fonts d'ingressos provenen de les activitats que genera el prestigi de ser autor d'una obra (conferències, articles a la premsa...) i del mecenatge públic o privat (encàrrecs, beques...). Segons aquesta visió, doncs, no és cert que els ingressos per la venda de còpies siguin indispensables per a la creació cultural.

- **La difusió lliure d'una obra no ha pas de repercutir en un descens en les vendes**, i pot passar el contrari. Un patró de comportament pot ser: *Em vaig baixar tal llibre d'internet. Si no l'hagués trobat així, segurament mai no hauria sabut que existia o no l'hauria llegit. Em va agradar tant que me'l vaig comprar per acabar-lo de llegir més de gust i el vaig passar a dos amics; un d'ells se l'ha comprat.* El fet que es pugui veure l'obra sencera obre moltes possibilitats de difusió (enllaços en webs, profusió de ressenyes, activació del boca-orella, utilització pública de l'obra, citació de fragments en altres publicacions...). Així, la circulació lliure d'una obra pot acabar generant no menys, sinó més vendes. De moment i segons les dades de CEDRO, la facturació per vendes de llibres ha crescut un 17% en els últims cinc anys i la recaptació de CEDRO s'ha triplicat.

La difusió lliure de les obres i la possibilitat generalitzada d'accedir-hi generen una proliferació d'estímul intel·lectuals i culturals que deriva en **més producció, de més qualitat, i en més gent interessada en la producció cultural**. Les webs on es poden penjar fotos, música, vídeos, etc., estan farcides de creacions.

UNA OPORTUNITAT HISTÒRICA?

Des de la **perspectiva convencional** també es valoren les possibilitats del nou context, però es veu perillar, com hem dit, la creació cultural. Se sosté també que entre els defensors de no reservar els drets de còpia a l'autor hi ha la poderosa indústria tecnològica i d'internet, interessada econòmicament en l'expansió de la cultura de la còpia, i que es fa certa demagò-

LA BENVOLENT NATURA

Si la natura ha creat alguna cosa menys susceptible que les altres de ser objecte de propietat exclusiva, aquesta és l'acció del poder del pensament que anomenem idea. [...] Aquell que rep una idea meua, rep instrucció sense que minvi la meua, de la mateixa manera que qui s'aprofita de la meua espelma encesa rep la meua llum sense que jo en rebí menys. El fet que les idees es puguin difondre lliurement dels uns als altres per tot el globus [...] sembla concebut de manera peculiar i benvolent per la natura.

Thomas Jefferson, autor de la declaració d'independència dels Estats Units i tercer president del país.

gia en la defensa de l'accés lliure a la cultura ja que els més desfavorits no tenen connexió a internet ni tecnologia digital. I es creu que, davant la disminució de la despesa pública en cultura, afeblir els ingressos tradicionals per drets d'autor pot deixar-la a les mans del mecenatge de la publicitat com a única possible sortida; s'imaginem autors de qualitat recurrent a empreses perquè financin l'edició de la seva última novel·la a canvi d'un anunci a la portada.

Per a la **visió copyleft**, restringir innecessàriament l'accés a les obres és desapropiar una oportunitat històrica en la qual una barreja benvolent entre la naturalesa de les idees (vegeu el requadre *La benvolent natura*) i la tecnologia digital obre un nou finestrall de possibilitats. El comerç de béns intel·lectuals té un gran pes en moltes economies;²⁵ si pogués funcionar sense el sistema tradicional de propietat i el que això comporta (impossibilitat d'accés per a alguns i acumulació de poder), s'obriria un nou context no fàcilment previsible però amb possibilitats de transformació innegables. El món copyleft sosté que, en realitat, l'objectiu de la visió convencional no és defensar la creació cultural, que no està en perill, sinó defensar un model de negoci —el de bona part de la indústria cultural— basat en les grans estrelles, en la publicitat en grans mitjans, etc., que és l'única cosa amenaçada per aquest nou context. I creu que el context tecnològic sumat a la còpia i a la distribució lliures generaran més creació, més diversa i independent, perquè l'existència de molts canals d'accés a la cultura fa que aquests siguin més difícils de monopolitzar.

El debat està servit. Creiem que el consum conscient pot trobar interessant el

ventall de possibilitats que obre la visió copyleft, per això hi volem experimentar amb *Opcions* mateixa (vegeu l'editorial a la p. 2).

²⁴ Això significa que, de mitjana, només un de cada 200 autors arriba a ingressar anualment uns 14.000 euros (uns 2'3 milions de pessetes) en concepte de drets d'autor.

²⁵ Les indústries del programari, l'entreteniment (cinema, música, videojocs...) i la biotecnologia (farmacèutica i genètica) són els tres sectors amb més pes en les exportacions dels Estats Units.

EDITORIALS QUE PUBLIQUEN LLIBRES AMB COPYLEFT

Acuarela, Atrapasueños, Ediciones Bajo Cero, El Viejo Topo, Icaria editorial, Traficantes de Sueños, Virus editorial. N'hi ha moltes altres que ho poden fer a petició de l'autor (ho han fet, per exemple, Random House Mondadori i algunes editorials universitàries).

MÉS INFORMACIÓ

Sobre drets d'autor: www.esdelibro.es, www.cedro.org.

Sobre copyleft: biblioweb.cc, compar.tiresbueno.net.

Blogs: www.filmica.com/davidbravo, www.escolar.net, www.derecho-internet.org.

Llibres:

Diversos autors: *Copy-left. Manual de uso*. Traficantes de Sueños, 2006. Disponible a www.manualcopyleft.net. David Bravo: *Copia este libro*. Dmem, 2005. Disponible a copiaestelibro.bandanacha.st.

3 QUI EDITA ELS LLIBRES

L'any 2005 hi havia a Espanya 724 empreses editorials agremiades i 548 entitats més que van registrar l'edició d'algun llibre (autors que s'editen a si mateixos, editores molt petites o ocasionals, doctoreds que inscriuen la seva tesi...). Les independents i les que formen part d'un grup presenten característiques diferents quant al tipus de treball que fan.

EDITORIALS INDEPENDENTS: TANTS CAPS TANTS BARRETS

Ecologisme polític, espiritualitat en el nou mil·lenni, història bèl·lica, poesia crítica... De tot hi ha a la vinya del Senyor, i així ho reflecteixen les més de 500 editorials independents que hi ha a Espanya. Molts dels temes que toquen atreuen un conjunt petit de gent, o bé publiquen literatura de qualitat però de poca difusió, per exemple l'obra d'autors novells. Això explica que gairebé totes siguin petites o mitjanes.

Les editorials independents solen estar dirigides pel que en podríem dir l'**editor clàssic**: algú que té la vocació de difondre uns temes, unes ideologies o un cert tipus de literatura en tant que obra d'art. Els lectors d'aquestes editorials

comparteixen l'interès i troben en els seus llibres una eina de creixement intel·lectual o de recreació artística.

Aquestes creacions **plurals i vocacionals** aporten riquesa a una societat, són la seva **consciència intel·lectual** i un testimoniatge de la seva llibertat. Per això una de les primeres coses que es fa quan s'oprimeix un país és cremar-ne els llibres (el seu patrimoni d'idees) o empresonar-ne els autors. L'any 2003, a l'Iraq, es va produir el primer memoricidi del s. XXI: la destrucció de biblioteques a càrrec de multituds de saquejadors animats per propaganda que estimulava l'odi als símbols del règim de Saddam Hussein.²⁶

Les de gran públic Hi ha unes poques editorials independents amb una difusió àmplia. Publiquen majoritàriament literatura i assaig, i la seva selecció de títols té molt prestigi. És el cas, per exemple, d'Anagrama, Acantilado, Tusquets o Salamandra (aquesta darrera destaca per les poques novetats que treu anualment).

Les minoritàries Com hem vist són la gran majoria de les independents. Una

mostra de petita editorial que es dirigeix a un públic minoritari podria ser **Bibliópolis**, editorial especialitzada en literatura fantàstica que va sorgir després d'any d'editar llibres de manera amateur. Incideix en narrativa en llengües europees, marginades en el gènere enfront del món anglòfon, i aposta per antologies de relats, i fins i tot d'assajos, poc corrents en el sector per la seva baixa rendibilitat econòmica.

De temàtiques socials Editorials amb vocació transformadora els títols de les

Quan s'oprimeix un país se'n cremen els llibres, se n'empresonen els autors...

quals es troben entre el material manejat per *Opcions*: Bakeaz, Editorial Popular, Icaria editorial, Los Libros de la Catarata, Traficantes de Sueños, Txalaparta, Virus.

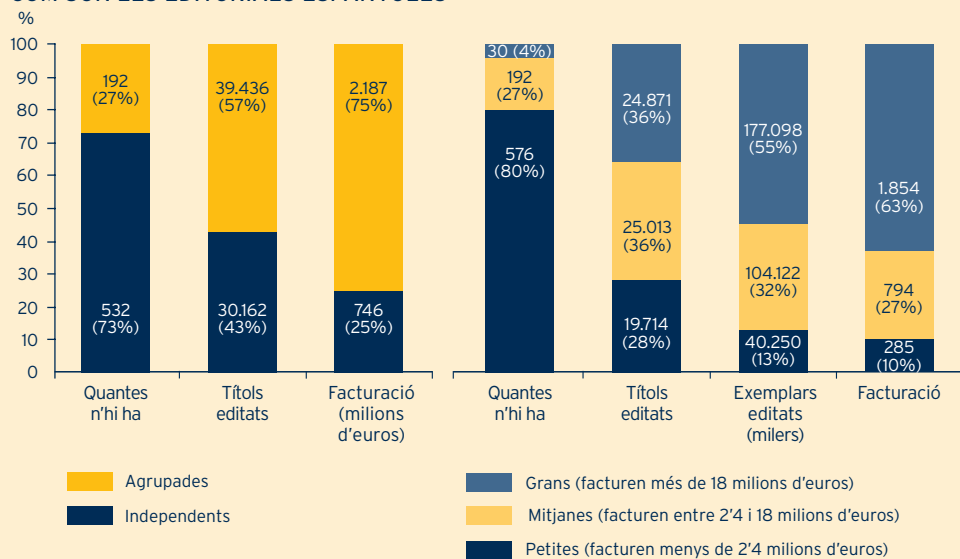
En català Editorials independents que publiquen majoritàriament en català: Angle, Ara Llibres, Bromera, Cossetània, El Gall Editor, La Campana, Publicacions de l'Abadia de Montserrat, Quaderns Crema...²⁷

GRANS GRUPS EDITORIALS: CAP AL PENSAMENT ÚNIC

Com es pot veure a la gràfica, les editorials grans són només un 4% del total però editen més de la meitat dels llibres que trobem en els punts de venda. A més, la gran majoria (28 de les 30) estan integrades en algun conglomerat empresarial, igual que el 51% de les editorials mitjanes, el 18% de les petites i moltes de les grans distribuïdores.

De la concentració empresarial, tan pròpia del nostre temps, el món editorial no se n'escapa. Va començar als anys 80 als Estats Units i després es va estendre a altres països europeus. En general, aquests conglomerats (com tots) tenen com un

COM SÓN LES EDITORIALS ESPANYOLES



Font: Elaboració pròpia a partir de Federación de Gremios de Editores de España: Comercio Interior del Libro en España 2005.

²⁶ Fernando Báez: *Historia universal de la destrucción de libros*. Destino, 2004.

²⁷ Més informació a www.editorsencatala.org.

dels principals objectius oferir uns bons **rendiments econòmics** als accionistes o inversors, cosa que, com hem vist, és poc usual en una empresa editorial clàssica. Així, apareix una nova visió del llibre com un producte de consum més; la motivació de l'editor és, en aquest cas, vendre per fer rendible un negoci d'entreteniment. El públic comprador haurà de ser més ampli que el de les editorials clàssiques, i per això es concep un llibre més comercial o **d'impuls**: temes populars (xafarderies socials, receptes, guies, aficions...), dissenys cridaners, molta imatge, llibre de temporada (bolets a la tardor, guia de platges a l'estiu...), preu reduït...

És típic que els grups editorials comprin editorials amb prestigi o amb un públic consolidat en temàtiques molt diverses. Al cap de pocs anys se'n substitueix l'editor clàssic per directors amb formació comercial, de manera que la decisió sobre si publicar o no un llibre estarà molt condicionada per les vendes que se n'esperin. Això no priva que aquests grups mantinguin també línies editorials clàssiques, i de fet són els que publiquen molts dels autors literaris de més renom (els llibres dels quals sí que són rendibles).

De vegades s'abandonen fins i tot les temàtiques originals de les editorials comprades per adaptar-les a la ideologia del grup comprador, i és que un altre dels grans objectius d'aquests grups és tenir una **influència important sobre l'opinió pública**; per això compten entre les seves filials amb molts mitjans de comunicació de masses, formadors d'opinió. Així, passem de la coexistència de sensibilitats variades a l'hegemonia d'unes poques maneres de veure les coses. Avui, el 80% dels llibres que s'editen als Estats Units surt de cinc grans conglomerats (Bertelsmann, Holtzbrinck, Longman, News Corporation i Viacom).²⁸

Curiosament, l'edició de llibres segueix sent de rendibilitat dubtosa per a aquests grans grups, els beneficis dels quals provenen sobretot dels seus altres múltiples tentacles. Solen pagar bestretes astronòmiques a autors o personatges de moda que els puguin proporcionar grans *best sellers* i llancen els seus llibres amb costoses campanyes mediàtiques de promoció. Les apostes fallides deriven en més pressió per encertar el superèxit anhelat, més estalvis en personal, etc.

PER QUÈ TÈMER ELS IMPERIS

André Schiffrin és un veterà editor clàssic que ha viscut de prop el procés de concentració editorial als Estats Units. En els seus llibres *L'edició sense editors* i *El control de la paraula* explica les conseqüències de les concentracions editorials i mediàtiques per a tota la societat.

Per exemple, el cas de News Corporation, el president del qual és José M. Aznar. És un dels conglomerats mediàtics més grans del món, controlat per Rupert Murdoch (entre altres, 20th Century Fox, Fox TV, *The Times*, *The Sun*, HarperCollins i un munt de diaris i ràdios locals). El que diuen els seus diaris (al Regne Unit són el 35% dels que es venen) ha estat fonamental per al suport popular a molts governs, des de Margaret Thatcher fins a Tony Blair passant per Jimmy Carter. A canvi, aquests governants han exclòs News Corporation de les lleis antimonopoli, l'han autoritzat a muntar companyies aèries o li han facilitat el control de mitjans en altres països. O el cas d'Hachette, el primer grup editorial francès (factura el doble que el seu competidor immediat) que forma part d'un conglomerat que pertany majoritàriament a Jean Luc Lagardère i inclou fabricants de cotxes, d'aeronaus, d'armes i d'avions militars. Juntament amb el grup Dassault (avions civils i militars, cotxes elèctrics...) controlen el 70% de la premsa francesa (*Le Figaro*, *L'Express*, *Paris Match*, *Elle*, *Marie-Claire*...); dos grups que depenen en gran mesura dels contractes amb l'Estat. Jesús de Polanco, magnat del Grupo Prisa (vegeu la taula de la p. següent), ha comprat el 40% del fins ara independent *Le Monde*.

Schiffrin també explica que *els mitjans no van dir res sobre [la guerra de l'Iraq], però si haguessin estat capaços de fer-ho, no hi hauria hagut mai una guerra.*

Després que l'imperi Bertelsmann comprés Random House, el *The New York Times* afirmava en un article de la redacció: *Les editorials han estat comprades una rere l'altra i absorbides dintre de grans multinacionals amb previsiones de rendibilitat establertes per l'absurda lògica de Wall Street. Tot i això, de forma repetida els resultats no han estat tan brillants com s'esperava. Fins i tot a Bertelsmann, un imperi en mans de capital privat, claven una mirada gairebé malèvola sobre l'última línia del balanç [el benefici anual] de cara a una entrada en borsa un dia d'aquests.*

MOLTA PLURALITAT PER CONSERVAR

A Espanya la concentració és significativa, tot i que inferior encara a la d'altres països europeus. Però el públic que busca les editorials independents segueix existint. Gairebé tres quartes parts de les editorials són independents, publiquen gairebé la meitat dels títols i en neixen dotzenes cada any –tot i que en moren també dotzenes. Els seus aliats són l'especialització en temàtiques o gèneres determinats, la venda directa als lectors per canals propis (internet, associacions i entitats afins...) i el prestigi guanyat amb el boca-orella. La prin-

cipal dificultat és que les necessitats mínimes de plantilla constitueixen un cost fix important que pot condicionar-ne les decisions i fins i tot comprometre'n la independència.

²⁸ André Schiffrin: *L'edició sense editors*. Destino, 2000.

RISC O APOSTA?

Els grans grups editorials no solen publicar llibres d'autors **joves o desconeguts**, perquè això implica un risc que no necessiten córrer. Els editors clàssics sí que solen assumir aquest risc, en part per la vocació de posar en circulació noves idees o formes i en part per la necessitat de trobar un llibre d'èxit. Si ho aconsegueixen, el més probable és que algun grup acudeixi ràpidament a "fitxar" l'autor d'aquest llibre seduint-lo amb suculentos bestretes per aconseguir l'edició dels seus llibres posteriors. De totes maneres, rarament un autor es compromet amb una editorial per a tota la vida.

PRINCIPALS CONGLOMERATS EDITORIALS PRESENTS A L'ESTAT ESPANYOL

Grup	Sector editorial	Mitjans de comunicació	Altres
Grupo Planeta	Planeta, Espasa-Calpe, Seix Barral, Destino, Columna, Espasa, Martínez Roca, Ariel, Minotauro, EMECÉ, Temas de Hoy, Crítica, Timun Mas, Infantil y juvenil, Booket, Ediciones del Bronce, GeoPlaneta, Paidós, Plawerg, Alienta, Deusto, Gestión 2000, Eduinter, Altaya, Planeta de Agostini. Filials editorials a Portugal, Estats Units i 9 països llatinoamericans. Distribuidores: Logista, Planeta Directo Cadenes de llibreria: Casa del Llibre	Principal accionista de Grupo Antena 3 (Antena 3 TV, Onda Cero, Movierecord, Unipublic, A3Advertising), La Razón, i ADN. El 40% de l'Avui	Audiovisual i entreteniment: DeAPlaneta produeix i distribueix pel·lícules, vídeos i sèries i telefilms per a televisió, Planeta Junior distribueix sèries infantils en diversos formats. Ensenyament a domicili i a distància: Talenta, Credsa, Centro de Estudios CEAC, Home English
Grupo Prisa	Grupo Santillana: Aguilar, Alfaguara, Altea, El País-Aguilar, Richmond Publishing, Santillana, Suma de Letras, Taurus, Grup Promotor, Grazaema, Obradoiro, Zubia, Voramar, Punto de Lectura. Editorials a Portugal, Regne Unit, Estats Units, Brasil i gairebé tots els països de parla espanyola. Impremtes: Dédalo Grupo Gráfico Distribuidores: Itaca, Gelesa Cadenes de llibreria: Crisol	<i>El País</i> , <i>Cinco Días</i> , <i>As</i> , diferents diaris regionals, Cadena Ser, 40 Principales, Cadena Dial, M80, Mxima FM, Radiolé. 300 emissores a 8 països llatinoamericans, Localia TV (gairebé cent televisions locals), Sogecable (Cuatro, Canal +, Canal Satélite Digital). Televisions a Portugal i Colòmbia	Música: Planet Events organitza concerts, Nova i Lyrics and Music editen discos, GVM produeix col·leccions de DVDs i CDs. Audiovisual i entreteniment: Sogecine, Plural Entertainment i NBP produeixen sèries de TV, pel·lícules, etc.
Bertelsmann	Círculo de Lectores, Random House Mondadori: Plaza & Janés, Grijalbo, Collins, La Rosa dels Vents, Montena, Beascoa, Lumen, Areté, Mondadori, Electa, Libros Ilustrados, Debate, Sudamericana, Debolsillo, i més de 100 editorials a 16 països. Impremtes: Arvato, Eurohueco, Printer, Rotedic... Cadenes de llibreria: The Club	Antena 3 TV (parcialment), televisions i ràdios del grup RTL a tot Europa, <i>Geo</i> , <i>Gala</i> , <i>Muy Interesante</i> , <i>Marie Claire</i> , <i>Mia</i> , <i>Ser Padres</i> , <i>Capital</i> , <i>Cosmopolitan</i> , nombroses revistes a Europa	Música: Sony BMG Music Entertainment (Columbia, Epic, RCA, Ariola...), BMG Music Publishing

4 MOLT PAPER, POCS ARBRES

Un llibre és un conjunt de **pàgines de paper** cosides o encolades i enquadernades... encara que no sempre. Avui pot ser un arxiu informàtic (el llibre **electrònic** o *ebook*, els llibres **multimèdia**), en podem dur a sobre uns quants centenars i llegir-los amb comoditat (a través de la pantalla-lectora de butxaca), i fins i tot els podem llegir sense llegir-los (els **audiollibres**). Tot i això, a pesar d'aquests prodigis tecnològics, es publiquen més llibres de paper que mai, i no sembla que a curt termini hagin de ser substituïts pel llibre electrònic. De fet, paradoxalment la moda actual són els llibres de format gran, molt voluminosos, una cosa molt poc "moderna".

Com afecta el planeta l'edició de llibres de paper?

PAPER VERGE: QUE SIGUI FSC

Bosc Entrat el s. XXI, encara fem servir majoritàriament paper verge obtingut a partir de cel·lulosa extreta de la fusta. Un 17% d'aquesta fusta prové de boscos primaris (els que han estat molt poc alterats per l'home i conserven més biodiversitat), un 54% de boscos secundaris i un 29% de plan-

tacions forestals.²⁹ Segons la FAO, anualment es perden més de 14 milions d'hectàrees de bosc: uns 2.000 camps de futbol cada hora. El 40% de la fusta talada per a usos industrials es destina a paper.³⁰

La major part del paper sobre el qual s'imprimeixen els llibres a Espanya és importat, principalment de Finlàndia, un dels pocs països on queden boscos primaris; les mesures del govern finlandès per conservar-los són escasses. Segons investigacions de Greenpeace, part del paper finlandès usat en els llibres espanyols procedeix d'aquests boscos primaris. Els nostres llibres també contenen molt paper procedent d'Indonèsia, país en el qual 1'4 milions d'hectàrees de bosc primari es van transformar en plantacions durant la dècada dels 90.³¹

Aigua, energia i contaminació La indústria paperera és la que utilitza més aigua per tona produïda, la cinquena en consum d'energia, i una de les que emet més contaminants a l'aire i a l'aigua. En particular, el procés de blanqueig amb clor (molt corrent encara a Espanya) emet dioxines, cancerígens ben coneguts.³¹ Al

paper s'hi poden afegir diversos additius per donar-li textura, color, rigidesa, etc.

Que sigui FSC El Forest Stewardship Council (FSC) és una organització internacional que atorga un segell de garantia als productes derivats de boscos o plantacions explotats de manera sostenible i sense causar perjudicis socials.³² Avui a Espanya es pot trobar paper FSC, encara que només hi ha una impremta registrada com a cadena de custòdia, és a dir, que pot certificar que tot el procés de producció del paper compleix els criteris FSC.

Sense fusta Gairebé un 10% del paper que es fa servir al món es produeix a partir

²⁹ World Watch Institute: *Signos Vitales 2000*. Bakeaz i Gaia Proyecto 2050, 2000.

³⁰ Vegeu més informació sobre la desforestació al núm. 10 d'*Opcions*.

³¹ Greenpeace: *El papel. Cómo reducir el consumo y optimizar el uso y reciclaje de papel*. Greenpeace, 2004.

³² Hi ha diverses organitzacions certificadores, però FSC és l'única en la qual participen totes les parts interessades (silvicultors, indústria de la fusta, habitants de boscos, ecologistes, consumidors). www.fsc-spain.org.

de les fibres d'altres vegetals, com ara palla d'arròs o blat, espart, cànem o cotó. Respecte a les fibres de la fusta, tenen l'avantatge que no contenen lignina (allò que fa que la fusta sigui llenyosa), per la qual cosa es necessiten menys productes químics per obtenir la pasta de paper. Aquestes fibres segurament es començaran a potenciar quan explotar boscos deixi de ser rendible (a Espanya la recerca avança en direcció contrària: s'intenten modificar genèticament els eucaliptus perquè es facin resistents a plagues, gelades o sequeres).

PAPER RECICLAT, LA MILLOR OPCIÓ

Menys problemes Si fem servir paper usat per produir paper nou, ja no necessitem talar arbres. La fabricació de paper reciclat consumeix força menys aigua i energia que la fabricació de paper verge (encara que hi ha dades molt diferents sobre la magnitud de l'estalvi) i emet un 74% menys de contaminants a l'aire i un 35% menys a l'aigua. No obstant això, algun editor amb qui hem parlat durant la recerca encara creu que fer-ne servir només és interessant des del punt de vista del màrqueting verd.

Mateixa qualitat També es creu encara que les impureses del paper reciclat dificulten una bona lectura, però això ha deixat de ser veritat ja fa bastants anys. Avui dia hi ha molts tipus de paper reciclat, i la major part té una **qualitat indistingible** de la del paper verge (només per a algunes qualitats específiques, per exemple fotos a tot color amb molta brillantor, cal encara paper verge). Molts papers reciclats es poden fer servir sense problemes en impremtes, impressores i fotocopiadores. Quant a la durabilitat, ja s'ha aconseguit també igualar el paper verge (avui s'admet paper reciclat per guardar documents d'arxiu, que per llei han de durar almenys 100 anys).

Hi ha paper reciclat 100% (fet només a partir de paper usat) i paper que barreja fibres verges a ambdues cares del full amb fibres reciclades en una capa interior. També es pot blanquejar amb clor o sense (en aquest darrer cas es denomina PCF).

En resum, les millors **opcions** serien: primer paper reciclat 100%, després parcialment reciclat (com més fibra reciclada



millor), després FSC, i després blanquejat sense clor (TCF). Podem demanar a les editorials que treballin d'acord amb aquestes prioritats, i les podem aplicar quan escollim el nostre paper per escriure i el que usem en imprimir fullets o coses nostres, etc.

LES TINTES JA NO SÓN TAN NOCIVES

Totes les tintes són tòxiques, però avui ho són menys que fa uns anys. Els dissolvents orgànics volàtils, que causaven moltes malalties per inhalació, es van substituir per vernissos minerals i vegetals, menys volàtils.

ALGUNES EDITORIALS QUE FAN UN BON PAPER

Icaria editorial fa anys que publica gairebé tots els llibres amb paper 100% reciclat. **Traficantes de Sueños** en fa servir en un 60-70% dels seus llibres. **Random House Mondadori**: la col·lecció juvenil Serie Infinita es publica amb paper reciclat; si l'autor ho demana s'usa paper FSC. **Círculo de Lectores**: edita alguns llibres en paper FSC, i el seu impressor forma part de la cadena de custòdia FSC. Greenpeace fa gestions amb moltes editorials perquè s'afegeixin a la campanya **Llibres Amics dels Boscos**, però els avenços són lents. Alguns autors que participen en la campanya i escullen paper reciclat o FSC per als seus llibres són José Saramago, Rosa Regàs, Isabel Allende o Álvaro Pombo.

MÉS INFORMACIÓ

Greenpeace 91 444 14 00, www.greenpeace.es > Campanyes > Boscos
Fundación Ecología y Desarrollo www.reciclapapel.org

5 ON COMPRAR ELS LLIBRES



Si volem comprar un llibre, en general no podem optar entre gaires editorials productores. Se solen publicar diverses versions d'un llibre (tapa dura, butxaca, idiomes diferents...) però cadascuna d'aquestes versions pertany a una editorial (pot ser la mateixa per a totes les versions) durant uns quants anys. El que sí que podem escollir és on el comprem; com veurem, les **llibreries independents** són l'opció més favorable a la pluralitat.

LLIBRERIES

El més habitual és comprar els llibres en **llibreries**, sigui anant-hi físicament sigui a través de les seves pàgines web. N'hi ha de **generalistes** i d'**especialitzades** en una matèria o gènere; la majoria són generalistes, encara que sempre es tendeix una mica a l'especialització en alguna cosa. Totes tenen dos grans apartats: les **novetats** (se solen posar a les taules) i el **fons** editorial. El fons es mou poc i ocupa molt espai, de manera que són les novetats, que tenen més sortida, les que permeten moltes vegades que una llibreria sigui viable.

Les llibreries són apreciades per diversos motius:

- Hi atenen **llibreters** que coneixen bé els llibres i ens poden orientar i assessorar.
- Com que el preu del llibre ve fixat per l'editor, les llibreries no competeixen en preu sinó en **varietat**. El llibreter construeix el seu fons per la vocació d'oferir **pluralitat**, procura que qui entra a la llibreria trobi allò que busca o intenta atreure'l amb llibres atractius per inesperats.
- Les llibreries **petites** o **de barri** (3.000 de les 4.500 llibreries que hi ha a l'Estat) possibiliten una bona **difusió geogràfica** dels llibres (el 85% de les llibreries que hi ha en poblacions de menys de 25.000 habitants són petites).³³ No tenen capacitat econòmica ni d'espai per mantenir gaire fons (la majoria venen també premsa i papereria per sostenir-se) però ens poden servir en pocs dies qualsevol llibre que els demanem. Les llibreries **grans** aporten proveïment abundant i variat a les ciutats, i són un canal de venda important per a les **editorials petites** (en l'assortiment limitat de les llibreries petites no sol haver-hi lloc per a llibres minoritaris, tret que estiguin especialitzades).

ALTRES TIPUS DE LLIBRERIES

Llibreries d'oferta Quan un títol no es ven bé, l'editor pot decidir retirar-lo del mercat i tornar-lo a treure com a **saldo**. Llavors el preu de venda al públic és lliure. Se sol fer amb llibres antics, il·lustrats (art, foto, naturalesa), de divulgació (cuina, plantes...).

Llibreries per internet, com Amazon.

Llibreries de vell Són tot un món, amb els seus propis gremis en cada comunitat autònoma. Venen llibres **antics** (els editats fa uns 100 anys) i de segona mà, procedents de domicilis particulars o de fons editorials. N'hi ha que venen llibres a pes.

- A més de vendre llibres, moltes llibreries actuen com a eixos de **difusió cultural** i intercanvi intel·lectual, organitzant presentacions de llibres, tertúlies, lectures, exposicions...

En l'última dècada estan prenent importància les **cadenaes de llibreries** com Casa del Llibre, Crisol, FNAC, VIPS, Abacus, La Central, El Corte Inglés...³⁴ Mantenen també fons molt complets, però els llibres

Les llibreries independents són l'opció més favorable a la pluralitat

d'impuls (aquells que es venen més) van prenent cada vegada més pes en el seu catàleg: i és que l'envergadura d'aquestes cadenaes va associada amb costos importants, amb una gran afluència de clients i, en alguns casos, amb una idiosincràsia que fa prevaldre el benefici per sobre de la qualitat. També acostumen a tenir el mateix assortiment en totes les seves botigues. Per aquestes raons, les cadenaes comporten una **certa pèrdua de pluralitat** enfront de les llibreries independents.

ALTRES CANALS

Hipermercats La secció de llibres de les grans superfícies **no és una llibreria**, sinó un punt d'autoservei (no hi ha llibreter) de llibres d'impuls i llibres de text (no hi ha llibres de fons). Per als hipermercats el llibre és un producte més del seu extens assortiment (és a dir, no tenen la vocació cultural que tenen les llibreries).

Quioscos Aquí hi trobarem llibres editats especialment per ser venuts en quioscos (un 5% del total), de vegades juntament amb premsa: col·leccions, butxaca... Solen ser de

³³ Confederación Española de Gremios y Asociaciones de Libreros (CEGAL): *Mapa de librerías de España (2005)*. CEGAL 2006.

³⁴ Tot i trobar-se en una gran superfície, les llibreries d'El Corte Inglés tenen les característiques d'una cadena de llibreries.

menys qualitat material i més barats que els altres.

Màquines expenedores N'hi ha a les estacions més centrals del metro.

Venda directa Podem comprar a la majoria d'editorials mitjançant comandes per telèfon o correu, a través de la seva pàgina web, per subscripció, per venda a crèdit (típicament enciclopèdies per fascicles), mitjançant un club de lectors... També les escoles i les AMPAs compren llibres de text directament a les editorials.

MÉS CADENES I HIPERMERCATS, MENYS PLURALITAT

A l'Estat espanyol, l'any 2005 les llibreries independents van ingressar per venda de llibres pràcticament el mateix que l'any 2001; les cadenes, un 64'5% més; els hipermercats, un 47% més.³⁵ És la mateixa tendència que s'ha donat en altres països europeus; a Espanya les cadenes facturen un 16% del total de vendes de llibres, a França un 20%, al Regne Unit un 39%.³⁶ Diversos factors hi contribueixen:

- Cadenes i hipermercats compren més quantitat de llibres, i per això els distribuïdors els poden deixar a més bon preu. Els hipermercats i la cadena FNAC venen sistemàticament els llibres (excepte els de text) amb el **descompte del 5%** que permet la llei. Les llibreries respecten per norma el preu fixat per l'editor, encara que algunes ofereixen sistemes de descomptes per punts.
- La llei permet aplicar qualsevol descompte als **llibres de text** (sempre que el preu de venda al públic no resulti inferior al preu de compra). Els hipermercats i algunes cadenes els venen un 15-25% per sota del preu fixat per l'editor. Les llibreries petites són les que es veuen més afectades per aquests descomptes, ja que els llibres de text representen un 30% de la seva facturació (un 16% per a les mitjanes i grans).³³ Entre les grans, algunes d'especialitzades en llibre de text han tancat (com la Castells a Barcelona), i moltes han deixat de vendre'n.
- Els hipermercats, i cada cop més les cadenes, venen llibres d'impuls i *best sellers*. Com que fan compres centralitzades per a tots els seus establiments, de vegades **acaparen les existències** de tal mane-



ra que les llibreries petites queden desabastides, justament, dels llibres que més fàcilment vendrien.

- A Catalunya i al País Valencià la **cadena cooperativa Abacus** s'acull a la llei catalana de cooperatives per vendre els llibres amb un 15% de descompte (vegeu el requadre *El cas d'Abacus*).

Els aliats de les llibreries menys grans són la proximitat (des de segons quines poblacions o barris no es va sovint als centres urbans o a les grans superfícies), l'especialització, que actua com un blindatge (el públic que busca determinats llibres no els trobarà enlloc més), la unió³⁷ i el preu fix.

Cada any s'obren unes 75 llibreries, però se'n tanquen unes 90,³⁶ algunes de tan emblemàtiques com la Cinc d'Oros o la Tartessos de Barcelona. **Com menys llibreries, menys pluralitat.** Tots els gremis espanyols del sector del llibre (escriptors, editorials, indústries gràfiques, distribuïdors, libreters) donen suport a *la necessària existència d'una àmplia xarxa de llibreries independents com a única garantia d'una oferta cultural plural, diversa i de qualitat de llibres, a l'abast de tots els ciutadans*.³⁸

Cal dir que el creixent pes de cadenes i hipermercats en el mercat del llibre els atorga també molt **poder enfront de les editorials** grans (aquestes cadenes i hiper-

mercats no compren a les petites): per a les editorials, vendre a poques empreses fa dependre d'elles. Entre El Corte Inglés, Carrefour i FNAC venen el 32% del total de llibres;³⁹ de vegades les grans superfícies fan fer a les editorials una versió de la coberta especialment cridanera per als exemplars que s'han de vendre als seus hipermercats.

EL PREU DELS LLIBRES

El preu mitjà dels llibres és de 10-12 euros. Com a la resta de béns culturals, se'ls aplica un IVA del 4% (en alguns països és del 0%) per aconseguir que el preu de venda al públic no pugui gaire. En el gràfic de la pàgina següent es mostra com es reparteix en general aquest preu (encara que cada tracte de compra-venda pot ser tot un món).

³⁵ Federació de Gremios de Editores de España (FGEE): *Comercio Interior del Libro en España 2005*. FGEE, 2006.

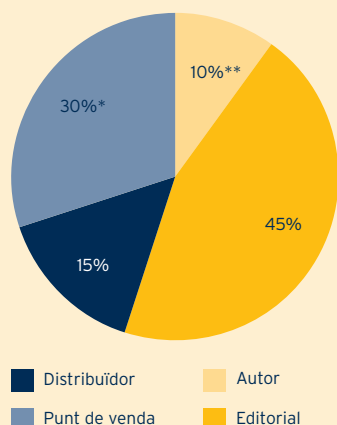
³⁶ CEGAL: *Las librerías independientes pierden cuota de mercado*. Nota de premsa, juny 2006.

³⁷ Hi ha llibreries que s'estan agrupant per optimitzar sigui les compres, la gestió o la promoció (vegeu, per exemple, www.totsellsllibres.com, www.libreriasl.com, www.conhuella.com).

³⁸ Nota de premsa conjunta dels diferents gremis, juny 2006.

³⁹ Xavi Ayén: *Los nuevos reyes del libro*. La Vanguardia, 27 de novembre del 2005.

COM ES REPARTeix EL PREU (PVP) D'UN LLIBRE



* Els més grans es poden quedar el 40%, potser el 50%. En aquests casos disminueix la part de distribuïdors i editors, que a canvi venen molta més quantitat de llibres.

** Aquest percentatge pot ser més alt en el cas d'escriptors de renom. Si té agent literari, l'autor donarà la part que acordin entre ells.

Com ja hem vist, per llei és l'editor qui fixa el preu de venda al públic dels llibres, i la llibreria o qualsevol altre punt de venda al públic el pot reduir en un 5% com a màxim. Només es pot fer un 10% de descompte el Dia del Llibre i en determinades fires, i fins a un 15% en les vendes a biblioteques, arxius i llocs similars. Aquesta norma (que existeix a la majoria de països europeus) es va concebre amb la voluntat de garantir igualtat d'oportunitat d'accés als llibres a tots els ciutadans i de fer que la competència entre llibreries no sigui pel preu, cosa que permet una oferta plural i un major nombre de punts de venda en benefici del lector.

S'ha obert un cert debat sobre la conveniència de la norma del preu fix. Al Regne Unit es va abolir el 1995, encara que els editors segueixen marcant un preu de venda al públic. Segons el gremi de llibreters britànics, des de llavors s'han tancat algunes llibreries, sobretot petites, alhora que apareixien moltíssims altres punts de venda de llibres (supermercats i similars). Els *best sellers* es venen amb descompte, més barats que abans, mentre que la resta de llibres se segueix venent a les llibreries al preu marcat per l'editor (excepte les ofertes per Nadal, per exemple), que ha pujat des de llavors una mica més que l'IPC⁴⁰ (si tenim en comp-

ELS LLIBRES DE TEXT

Els llibres de text són motiu de controvèrsia per unes quantes raons. D'una banda, el sector llibreter és contrari al **descompte lliure** que permet la llei.⁴² D'altra banda, diverses comunitats autònomes han establert (o estan en vies de fer-ho) sistemes de **gratuïtat** amb l'objectiu de reduir la despesa de les famílies en l'escolarització dels fills. Algunes proporcionen els llibres a les escoles i aquestes els distribueixen cada any entre els alumnes, de manera que un mateix llibre és usat durant més d'un curs (uns quatre de mitjana); a Castella-la Manxa, on s'aplica aquest model, a l'acabament del curs el 95% dels llibres estan en bones condicions per ser reutilitzats. El sector sosté que aquest model genera greuges comparatius entre alumnes, perquè a alguns d'ells els pares els compren els llibres nous. Per això considera més apropiat el model xec-llibre, un val que l'administració dona a cada família perquè compri els llibres; aquest sistema evita l'inconvenient anterior i la caiguda de les vendes de llibres de text.

Moltes AMPAS organitzen pel seu compte la recollida de llibres d'un curs per a un altre. Hi ha escoles que no ho permeten o faciliten, però aquestes iniciatives funcionen bé en molts centres i ajuden que els nens i nenes aprenguin a mantenir les seves coses en bon estat. Hi ha moltes variants: per exemple, en algun cas els llibres usats duen un ex-libris que permet saber tots els qui en van ser els anteriors usuaris; les famílies poden pagar els llibres que calgui comprar nous, o bé pagar cada any una mateixa "tarifa plana" pels llibres...

⁴² La nova Llei de la Lectura, el Llibre i les Biblioteques, en tràmit d'aprovació per les Corts al moment de tancar aquest número, substitueix el descompte lliure en els llibres de text pel preu lliure (és a dir, no serà l'editor sinó el llibreter qui fixarà el preu de venda al públic). Això significa que, d'ara endavant, cap comerç no podrà fer servir la paraula "descompte" com a reclam i que serà més difícil comparar preus.

EL CAS D'ABACUS

Abacus és una **cooperativa de consumidors**, és a dir, consumidors que s'organitzen per adquirir uns béns conjuntament i distribuir-los després entre els socis; la raó de ser d'aquesta compra col·lectiva és que permet als socis accedir als béns a un preu millor que el que pagarien per separat en un comerç qualsevol. Actualment Abacus té uns 500.000 socis; per associar-s'hi n'hi ha prou d'anar a una de les seves botigues, emplenar una fitxa i pagar 10 euros (no cal participar en el govern de la cooperativa, tot i que qualsevol soci pot fer-ho si vol).

Abacus té 20 botigues, a través de les quals distribueix llibres (i joguines, papereria i multimèdia) als socis i també ven al públic en general. El preu de venda al públic és el que marca l'editor, i el que paguen els socis és un 12-15% més barat. La Llei del Llibre prohibeix vendre els llibres amb més d'un 5% de descompte, però Abacus tècnicament no "ven" llibres als seus socis sinó que els distribueix els llibres que "han comprat col·lectivament". El gremi de llibreters català considera que aquest funcionament constitueix una competència deslleial per a la resta de llibreries, que per llei no poden igualar els preus de la cooperativa.

te l'increment de l'IPC, avui a Espanya els llibres són un 10% més barats que fa cinc anys).⁴¹ Hipermercats i similars venen tots els llibres amb descompte, però els arriben unes setmanes més tard que a les llibreries (excepte alguns superèxits).

⁴⁰ www.booksellers.org.uk/industry/display-report.asp?id=444.

⁴¹ Antonio M^a Ávila: *Los problemas de la industria del libro*. Revista *Delibros* núm. 197, abril 2006.

EcoHABITAR
Bioconstrucción • Consumo ético • Permacultura • Vida sostenible

Alternativas para formas de vida más conscientes

Revista de Bioconstrucción, Permacultura, Tecnologías Alternativas y Vida Sostenible

Bioconstrucción
Casa de balas de paja
Earthships viviendas recicladas

Ecoarquitectura
Arquitectura de fractales
Bionica arquitectura de la naturaleza

Materiales
Tratamientos naturales para la madera

Consumo ético
Decisiones responsables de cada día

Y además:
Reservas del GED
Banco ecológico

ALTERNATIVAS PARA UNA FORMA DE VIDA MÁS CONSCIENTE

Puedes encontrarla en tiendas especializadas, o **SUSCRIBETE**

Tel: 978 78 14 66 - Fax: 978 78 14 77 - Correo E: suscripcion@ecohabitar.org

Taller de
titelles i
ninots de
paper
reciclat.

[www. buFallUmS. com](http://www.buFallUmS.com)

Informació i subscripcions
93.219.83.39

Salut, educació i lleure

Viure amb família

El pare en la criança

Alimentació saludable per a la família

Aliment de qualitat: l'única que té qualitat

Embardo sempre tall

Gaudir la maternitat
El vincle amb els nostres fills

Una revista independent per a mares i pares desperts.

Idees per a una vida sana i natural per a tota la família.

Edita

Néixer i Créixer

sesamo

menjar sense bèsties

CUINA VEGETARIANA per a GOURMETS

Sopars a la carta i menú al migdia

C/ Sant Antoni Abat, 52 - BCN tel. 93 441 64 11
 ◆ Sant Antoni (L2) www.sesamo-bcn.com
 Obert de 13 a 17h i de 20 a 1h. Tancat diumenge al migdia i dimarts.

futur
restauració sostenible

Catering i Restaurants
 Productes biològics
 Menús vegetarians
 Comerç just
 Vaixel·la biodegradable
 Recollida selectiva
 Reinscripció laboral

Fundació Futur · Hércules, 3 · Barcelona 08002 · 93 302 19 27
 catering@fundaciofutur.org · www.fundaciofutur.org

intercooperació econòmica
Cooperativa de consum i treball

Serveis propis per a cooperativistes	Promoció del mercat social
Assegurances	
Diner ètic i solidari	
Comercialització d'energies renovables	
Cotxe compartit	

Tamarit, 119, escala B, entresòl 2a – 08015 Barcelona
 Telèfon 934 250 688 – Fax 934 260 120
 a/e: arccoop@pangea.org – www.arccoop.coop

6 EL VAN LLEGIR, EL LLEGEIXO, EL LLEGIRAN

Comprar **menys objectes nous** és una necessitat bàsica en el nostre món per no seguir alimentant una economia deslligada de la realitat física i de les necessitats reals de les persones. Els llibres no són una excepció. En aquest cas, comprar menys llibres nous també significa no contribuir a la desforestació ni a l'escalada de novetats. D'altra banda, cal tenir en compte que, per a la **circulació lliure** d'idees i sensibilitats plurals en la societat, és positiu que els lectors donem suport a les editorials i llibreries independents. Cadascú haurà de sospesar totes les consideracions segons el seu criteri propi. Podem qüestionar-nos especialment la compra de llibres que llegiríem més per curiositat que per gaire interès, o dels editats per empreses que no ens agraden, o dels que sabem que només llegirem una vegada...

Però moderar-nos en comprar llibres nous no significa que ens hàgim d'estar de llegir: tenim moltes vies d'accés a **llibres no nous** que es llegeixen igual de bé que els nous.

- **Deixar-nos** llibres entre amics.
- Als llibres (i discos) s'hi recorre molt sovint com a **regal** comodí, quan "no sabem què regalar". Preguntem-nos si al receptor li agrada llegir i, si no és el

cas o no ho podem saber, pensem en un altre regal. Si li agrada llegir, recordem que el llibre no ha pas de ser necessàriament nou: li podem regalar llibres nostres que ja no tornarem a llegir, o també li podem regalar l'oportunitat de llegir-los, és a dir, deixar-los-hi durant un temps. D'aquesta manera pot accedir a més llibres que si n'hi comprem un, i de passada ens surt més barat.

- Els **llibres electrònics** permeten llegir un llibre sense haver de produir-lo en paper,⁴³ però ara per ara llegir a la pantalla és per a molta gent més incòmode que llegir al paper, així que potser, al cap d'unes pàgines, tindrem ganes d'imprimir el llibre igualment, que serà un exemplar més incòmode que un d'editat normalment, o de comprar-lo. Últimament han sortit les pantalles-llibre que potser salvaran aquests inconvenients.⁴⁴
- Anar a biblioteques (vegeu-ho a continuació). També hi ha borses de llibres en alguns restaurants, ateneus, cafès..., per llegir en el local mateix o per endur-se'ls.

LES BIBLIOTEQUES

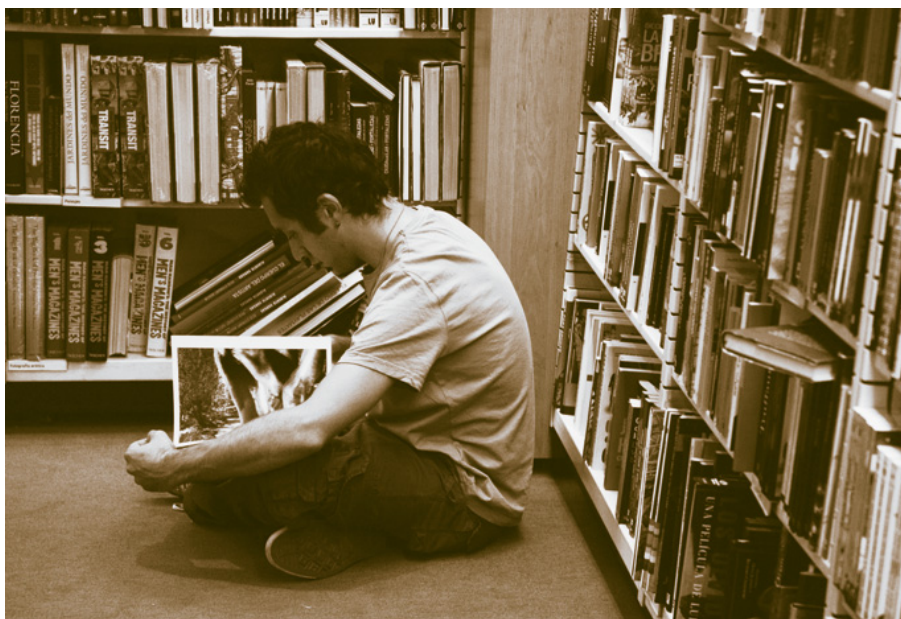
Les biblioteques possibiliten un accés gratuït i universal als llibres. Per llei tot municipi

de més de 5.000 habitants ha de tenir-ne una. Se solen finançar entre l'ajuntament i la comunitat autònoma, que és qui té la competència de la gestió. Avui a Catalunya hi ha unes 325 biblioteques públiques, i també n'hi ha de privades (encara que d'accés gratuït), com les de les caixes d'estalvis.

Totes solen tenir un apartat de llibres de consulta en diferents camps del coneixement, un de llibre infantil i juvenil, un de literatura i un apartat de llibres sobre el barri o la comarca on estan situades. L'assortiment del fons varia segons la mida del municipi, però en general qualsevol biblioteca pot fer-se enviar un llibre que està en una altra, de vegades pagant una petita quantitat (algunes biblioteques formen part d'una xarxa o mantenen convenis que agilitzen aquest tràmit).

A més de permetre'ns llegir o manllevar llibres, la majoria de biblioteques ofereixen gratuïtament diversos altres serveis:

- Poder llegir o manllevar **revistes** molt variades i **periòdics** del dia i, sovint, d'uns dies anteriors. També, cada vegada més biblioteques van incorporant apartats de **vídeo i música**.
- Accés a **internet**, ordinadors i materials multimèdia per estudiar (per exemple llengües)...
- Servei d'**informació**: una de les tasques del bibliotecari és respondre qualsevol pregunta que li fem, des de com treure una taca de fruita fins a com preparar un viatge. I ens localitzarà llibres sobre els temes que vulguem.
- Si el municipi té censats més de 500 estrangers d'un determinat país, hi ha d'haver un fons en **la seva llengua**.
- Les biblioteques solen organitzar **actes culturals** relacionats amb la lectura com fòrums sobre llibres o cursos d'alfabetització d'adults.



⁴³ A www.gutenberg.org podem obtenir gratuïtament gairebé 20.000 títols, per als quals la reserva dels drets de còpia ha expirat.

⁴⁴ Vegeu, per exemple, products.sel.sony.com/pa/prs/?DCMP=reader&HQS=showcasereader.

LLARGA VIDA ALS LLIBRES

Els llibres són objectes de materials peril·losos (inevitablement el paper s'oxida) i, en alguns, també el contingut ho és (llibres de coneixements en general). Tot i així, tenen una vida prou llarga com per ser llegits moltes vegades (un mateix o diferents persones). Perquè això sigui possible hi ajuda que els mantinguem en bon estat, tot i que també s'ha de dir que no cal que un llibre estigui impecable per poder-lo llegir. En el cas de llibres manlevats de les biblioteques, si contribuïm a deteriorar-los caldrà reposar-los i el pressupost per a la compra de llibres nous disminuirà.

En comprar-ne Els llibres es poden enquadrar de dues formes. Els **relligats** consten de diversos plec de pàgines cosides, encolats o cosits al llom (mirant el llom per damunt o per sota, veiem els diferents "llibrets"). En canvi, en els d'enquadració **americana** els fulls solts s'encolen directament al llom. En aquests llibres els fulls es desencolen molt fàcilment. Per això és preferible el relligat, especialment per a llibres que es facin servir molt (receptes, diccionaris, els de biblioteques...).

Mentre el llegim Mentre el llegim, el llibre sofreix un desgast considerable: hi vivim durant molts dies, el duem a la bossa o a la motxilla, el llegim al parc, a la piscina, a la platja... Alguns trucs per conservar-los:

- **Folrar** els llibres per protegir-los de la brutícia, evitant que la cinta adhesiva toqui el llibre. En els de tapes molt toves (per exemple els de butxaca), usar folros **no adhesius** de plàstic una mica gruixut per donar rigidesa a les tapes i protegir-les de cops (si el plàstic no és prou gruixut, no compleix la seva comesa i pren un tacte desagradable amb la calor). Per als de tapa dura podem fer servir paper, preferentment sense tinta per no tacar el llibre ni tacar-nos les mans; i així, per exemple, podem utilitzar aquest espai per prendre notes sobre l'obra. O podem reutilitzar el folro amb altres llibres, o com paper en brut.
- **Retirar la sobrecoberta.** Alguns llibres amb tapa dura duen una sobrecoberta, normalment de paper, que protegeix el llibre, informa sobre el contingut i deco-

ra. Habitualment, com que no és un plec fixat al volum, durant la lectura la desplaçem i sobresurt del llibre, de manera que es doblega o s'estripa i el llibre sembla que envelleix. Val més retirar aquesta sobrecoberta mentre llegim.

- No fem servir **punts de llibre** gruixuts, perquè poden contribuir a desenquadrar el llibre. Un punt de llibre de cartolina o paper (podem fer-nos-el fàcilment) és suficient per retrobar la pàgina on hem deixat la lectura.
- **No obrir del tot** el llibre per evitar desenquadrar-lo. Els llibres d'estudi o obres de consulta sí que s'han d'obrir 180°, per això s'editen en volums gruixuts en els quals les pàgines no toquen el llom en obrir-se. Si el tenim obert damunt d'una superfície, no hi hem de posar pesos al damunt.
- **No hi escriguem** amb res que no es pugui esborrar bé.
- Quan duem un llibre a la motxilla o bossa, podem ficar-lo **dintre d'una bossa** de plàstic o de roba per disminuir l'impacte dels cops, prevenir rascades i taques i evitar que les vores es dobleguin.

Guardar-lo a casa

- Mantenir els llibres **ben verticals** a les prestatgeries; si estan torts es van deformant. **No els apilem** horitzontalment, perquè el pes dels de dalt aniria deformant els de baix.
- Evitem col·locar llibres en llocs amb **humitat** per prevenir que siguin atacats per fongs, o en llocs on els toqui el **sol** directament.
- **Treure'ls la pols** regularment, o guardar-los dintre d'una vitrina, perquè la pols taca.
- En els llibres més vells els bacteris es van "menjar" el paper. Millor mantenir els nous a part perquè no es contagiïn.

Algunes fonts d'informació que hem consultat

Empreses del sector (Abacus cooperativa, Casa del Llibre, Gramagraf, Icaria editorial, Indústria Gràfica Frapé, Llibreria Bosch, Traficantes de Sueños), **organitzacions gremials** (Confederación Española de Gremios y Asociaciones de Libreros, Federación de Asociaciones Nacionales de Distribuidores de Ediciones, Federación de Gremios de Editores de España, Gremi d'Editors de Catalunya, Gremi de Distribuïdors de Publicacions de Catalunya, Gremi de Llibreters de Barcelona i Catalunya, Gremi de Llibreters de Vell de Barcelona), **entitats relacionades** (Centro Español de Derechos Reprográficos, Servei de Biblioteques de la Diputació de Barcelona), **experts** (Nichola Chalton, Julián Díez, Alberto García-Teresa, David G. Panadero, Ana Reyes), **organitzacions ecologistes** (Greenpeace), **publicacions** (revista *Delibros*, diversos llibres) i les que apareixen referencades com a notes al peu.



ALGÚ MÉS VOL LLEGIR-LO?

Una vegada llegit, si no volem conservar el llibre (per deixar-lo a amics, per formar una biblioteca particular, per rellegir-lo habitualment), tenim moltes maneres de fer que arribi a altres lectors.

- **Regalar-lo** a amics.
- Donar-lo a **escoles**.
- Donar-lo a entitats que els fan arribar a **països o col·lectius amb pocs recursos**, com Bibliotecaris Sense Fronteres (www.bibliotecaris.org/jombib/bibliotecaris-sense-fronteres.html) o InterLibros (www.interlibros.org).
- Dur-lo a una **fira d'intercanvi** o a una botiga **de segona mà**.
- Alliberar-lo al sistema de **bookcrossing** (vegeu la secció Idees del núm. 14 d'*Opcions*, disponible a www.opcions.org/opcions/banca.html).
- **Donar-lo a biblioteques.** En general les biblioteques, per evitar de convertir-se en un abocador de llibres, són molt selectives. Algunes organitzen mercats d'intercanvi de llibres usats, o són punts de *bookcrossing*.
- L'última opció seria deixar-los apilats **al costat del contenidor** del paper; sempre hi ha algú que se'ls emporta.