



# Consumo consciente de libros

## NO PASEMOS PÁGINA

Abrimos la tapa. Podemos encontrar formación, entretenimiento, cultivación... Mucha variedad, aunque también muchas repeticiones de los temas de moda. ¿Qué pasaría si copiáramos libremente el contenido de esas páginas? Páginas que, por cierto, todavía proceden mayoritariamente de árboles... ¿Nos importa que podamos encontrar libros que reflejen cualquier ideología? Si vamos a querer leer un libro una sola vez, ¿nos gusta la idea de comprarlo y confinarlo en nuestra estantería para siempre? Muchas consideraciones a tener en cuenta como para pasar página.

Uno de plantas de interior, uno de arquitectura rural gallega, otro sobre el origen de la vida, guía para viajar con niños, el diccionario de sinónimos, bodas reales, uno de cálculo numérico, historia comparada de las religiones, arrendamientos urbanos y rústicos, ciencias ocultas, lepidópteros en las Islas Pitiusas, antología de humor gráfico, de orfebrería, acerca de la formación de la personalidad, cuentos y novelas de todos los colores, cómo ser feliz en 15 días, sobre la luz y la sombra, los mejores carnavales, una colección de cómics, la globalización y el planeta, fotografía de autor, biografías de nuestros mitos, uno de prestidigitación... Los libros son instantáneas de la creatividad y la jugosa **diversidad** humana y universal.

En España, las **materias** en que más títulos se editan son texto escolar, literatura y literatura infantil y juvenil, un 60% entre las tres. En cuanto a **lenguas**, el 78% de los libros se editan en castellano, el 15% en catalán, el 2% en euskera, el 2% en gallego y el 2% en lenguas extranjeras.<sup>1</sup>

### CÓMO SE HACE UN LIBRO

Un **manuscrito** puede proceder de la traducción o adaptación de un texto ya existente, puede ser un encargo hecho por la propia editorial, o puede ser la obra original de un **autor**. Éste puede acudir a una o varias editoriales con la intermediación de un **agente literario**, que se encargará de la gestión de tratos y contratos.

La **editorial** elige para publicar (hacer públicos) manuscritos que estén en su línea temática o ideológica y que crea que tienen posibilidades de venderse. Sus tareas (puede realizarlas o subcontratarlas) son corregir el texto para que sea literariamente aceptable, diseñar una cubierta, maquetar el libro, inscribirlo en los registros obligatorios, imprimirlo y promocionarlo (presentaciones, ferias, internet...). La editorial costea todas estas tareas (en las pequeñas a veces el autor paga una parte) y determina un precio de venta al público para el libro. Cada año hace recuento de ventas y paga al autor una cantidad por cada ejemplar vendido a un consumidor final, en concepto de **derechos de autor** (comúnmente el 10% del precio sin IVA). También puede pagarle a priori un **anticipo**, a cuenta de los derechos de determinado número de copias; si no llegan a venderse el autor saldrá beneficiado.



Las empresas de **autoedición**<sup>2</sup> realizan la edición a cambio de una comisión sobre las ventas. También uno mismo puede editar sus libros desde casa; los más artesanos no necesitan siquiera un ordenador.

### ¿CUÁNTO LEEMOS?

Según las estadísticas del sector editorial, un 40% de los españoles lee libros (no de texto) al menos una vez por semana y otro 40% no lee nunca o casi nunca; el 20% restante lee ocasionalmente. Mucha más gente lee periódicos (un 70%) y revistas (51%). Los lectores habituales dedican menos tiempo a leer del que les gustaría (menos de una hora diaria los que más), dicen que por falta de tiempo. Un 72% de las familias lee libros a sus hijos menores de 6 años.<sup>3</sup>

### ¿CUÁNTO PUBLICAMOS!

Entra en una librería. ¿Te mareas al ver esa infinidad de libros? Vuelve a la librería mañana: quizás ya tengan alguno de los **60 nuevos títulos que se publican en España cada día**, festivos incluidos. ¿Te has vuelto a marear?

No sabemos si estaba movido por esa misma sensación quien escribiera en la Biblia: *Componer muchos libros es nunca acabar*

[..]. *Basta de palabras. Todo está escrito* (Eclesiastés 12:12). O Séneca (s. I), cuando escribió en una carta: *La multitud de libros disipa el espíritu*. O el mismísimo Don Quijote, que al enterarse de que se había

## Los libros son instantáneas de la creatividad y la jugosa diversidad humana y universal

escrito el Quijote exclamó: *hay algunos que así componen y arrojan libros de sí como si fueran buñuelos*.<sup>4</sup> Lo que sí sabemos es que los propios editores cuentan desde hace al menos un siglo que se encuentran en una escalada imparable de producción de títulos. ¿Por qué?

<sup>1</sup> Federación de Gremios de Editores de España (FGEE): *Comercio Interior del Libro en España 2005*. FGEE, 2006.

<sup>2</sup> Algunos ejemplos: [www.edicionpersonal.com](http://www.edicionpersonal.com), [www.lulu.com/es](http://www.lulu.com/es), [www.trafford.com](http://www.trafford.com).

<sup>3</sup> Precisa Research: *Hábitos de lectura y compra de libros 2005*. FGEE, 2006.

<sup>4</sup> Gabriel Zaid: *Los demasiados libros*. Anagrama, 1996.

Muchos factores influyen. Por un lado, autores no faltan: somos muchos los que sentimos que tenemos **algo interesante que contar** u ofrecer a la sociedad, o al menos a los que tienen una sensibilidad parecida a la nuestra. Y en el lado de los editores ocurre lo mismo: muchas veces publican un libro aun sabiendo que no van a hacer negocio con él, sólo porque creen importante que lo que cuenta esté al alcance del público, por minoritario que sea. Pero en la decisión de publicar o no un libro interviene también en muchas ocasiones la necesidad de “probar suerte”; nos explicaremos.

Resulta que el negocio editorial tiene un **margen pequeño**: con cada venta ganas poco; por lo tanto, necesitas que al menos algunos de tus libros se vendan bien para subsistir. Y resulta que nunca sabes si un libro se va a vender bien; la **incertidumbre** es muy característica del mundo editorial, siempre se producen sorpresas tanto de éxitos como de fracasos imprevistos. Por eso muchas veces el editor se siente tentado a probar suerte, como decíamos, con libros que quizás en un terreno menos incierto optaría por no publicar. También ayuda el hecho de que la edición propiamente dicha es técnicamente cada vez más **sencilla y barata**.

Y finalmente están dos características que hacen del mercado del libro una singularidad económica:

- Por ley, el **precio** de venta al público de los libros es **fijado** por el editor (o el importador) y la librería o cualquier punto de venta al público lo puede reducir en un 5% como máximo.<sup>5</sup>
- De ese precio fijo el librero se queda un 30%, un margen bastante estrecho (los márgenes comerciales varían mucho entre sectores pero suelen estar por encima del 50%), de forma que para ellos comprar libros cuyas ventas son inciertas constituye un riesgo importante. Para que este riesgo no sea inasumible existen las **devoluciones**: el librero siempre puede devolver los libros al editor y se le devuelve el dinero (normalmente se deja a cuenta de compras posteriores).

Se trata de un círculo vicioso, puesto que a más libros en el mercado más difícil es que cada libro particular tenga una buena salida; así, las devoluciones se multiplican y hay que cubririrlas con cada vez más novedades, en una locura creciente. En el

año 2005 se editaron en España unos 70.000 títulos, un 14% más que en 1999 y diez veces más que veinte años atrás (las tiradas tienden a reducirse);<sup>6</sup> descontando las reediciones, las publicaciones oficiales y similares y las versiones de un mismo libro (distintas lenguas o formatos) obtenemos las 60 novedades diarias.

De los 321'5 millones de ejemplares que se editaron en 2005, se vendieron en España 230'5 millones: un 72%; en el 2001 el porcentaje fue del 83%. Reciben devoluciones un 95% de las editoriales grandes y medianas y un 77% de las pequeñas.<sup>7</sup> Lo más habitual es recibir de vuelta un 30%-35% de los libros.<sup>8</sup> Las novedades cuyas ventas alcanzan unos 15.000 ejemplares son un centenar cada año: un 0'5% de las que se publican; los grandes *bestsellers* no llegan a la docena.

Esta escalada **no gusta** al sector editorial, que la ve como un mal necesario del

## Muchas veces el editor se siente tentado a probar suerte con libros que quizás en un terreno menos incierto optaría por no publicar

que es difícil escapar. Según *Delibros*, revista especializada en el sector, *esta abundante oferta de títulos se distancia sin control de la propia capacidad del mercado*:

- El **trasego** arriba y abajo de libros conlleva mucho trabajo: transportar, meter y sacar de las cajas, clasificar y poner en estanterías, dar de alta o baja en el ordenador, contabilizar, etc. Las librerías pequeñas gastan un 20% de su tiempo en la gestión de las devoluciones y catalogación, las grandes un 30%.<sup>9</sup> Con este trasego proliferan los errores y malentendidos y se estropean algunos libros.
- Las **editoriales** tienen que gestionar los libros que reciben de vuelta (quizás años después de dar los libros por vendidos, aunque lo más habitual es unos seis meses después del lanzamiento). Las opciones son exportarlos, incorporarlos al almacén (fondo editorial), venderlos como saldo o **destruirlos**. Llevar los libros a plantas de reciclaje de papel sale más barato que saldarlos o almacenarlos. Hay

quien aconseja tirarlos sin abrir las cajas para ahorrarte trabajo; de hecho algunas cajas vuelven intactas. El sector editorial recopila muchos datos estadísticos, pero el número de ejemplares destruidos no está entre ellos.

- Las **librerías** no dan abasto a escoger entre el gran volumen de novedades que salen.
- Las tareas de edición (traducción, corrección, impresión...) se hacen con prisas, incluso los autores se ven apremiados para tener el texto listo para tal fecha. Ello hace perder **calidad** y credibilidad a los libros.
- Podríamos pensar que esta abundante producción aporta al lector diversidad. Pero en el mundo del libro también rige la moda, así que se trata de una **diversidad aparente**: se publican muchas novelas de un mismo tipo, muchos, por decir algo, libros de cocina que aportan poco de nuevo...

En el sector se dice que tendría que ponerse todo el mundo de acuerdo para bajar el ritmo. Algunas grandes editoriales tienen previsto hacerlo, pero hasta ahora han sido las que más han incrementado el número de títulos publicados (un 23% desde 1999, frente a un 5% de las pequeñas).<sup>10</sup> También son las mejor situadas para dar visibilidad a sus libros en medio del maremagno (acceso a los medios, presencia en las librerías...Ver *Los libros nos llaman*, en la p. 10). En general las editoriales pequeñas pueden acertar más con los libros que van a gustar a sus lectores, puesto que ambos “se conocen” y comparten gustos o intereses.

<sup>5</sup> Actualmente está en trámite de aprobación por las Cortes una nueva Ley del Libro que mantiene esta norma del precio fijo.

<sup>6</sup> Laura Requejo: *Devoluciones: ¿un problema con solución?* Revista *Delibros* núm. 186, abril 2006.

<sup>7</sup> Federación de Gremios de Editores de España (FGEE): *Comercio Interior del Libro en España 2005*. FGEE, 2006.

<sup>8</sup> La media de devoluciones es del 27%, según las estadísticas de la Federación de Asociaciones Nacionales de Distribuidores de Ediciones, pero está sesgada por los casos extremos. Según varios distribuidores consultados la tasa más frecuente está entre el 30% y el 35%.

<sup>9</sup> Miguel A. Otero: *El mapa de librerías 2004*. Revista *Delibros* núm. 199, junio 2006.

<sup>10</sup> Miguel A. Otero: *Una lectura de los datos del sector editorial 2004*. Revista *Delibros* núm. 194, enero 2006.



DAHON



Bicicletas plegables. Es todo lo que hacemos

el futuro es plegable

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



RÁPIDO & FÁCIL



Los bebés modernos usan pañales modernos

¡Sin dañar el medio ambiente ni el bolsillo!

Productos naturales, ecológicos y prácticos para bebés y mamás.

Algodón biológico y de comercio justo para toda la familia.

**bebés ecológicos**

Juan XXIII, 26  
Huércal - Overa  
04800 Almería  
Tel: 950 13 57 00  
Fax: 950 81 85 13



www.bebesecologicos.com - info@bebesecologicos.com

## a new lifestyle



**LÍDERES EN PRODUCTOS FRESCOS:** Carnes al corte, frutas y verduras, lácteos, quesos y derivados, congelados, panes, proteínas vegetales

**COMIDA PREPARADA:** Platos precocinados

**EL SUPER-BIO:** Todo tipo de alimentos envasados · Higiene y cosmética biológica para adultos y niños · Discos, libros y papelería · Ropa y calzado para adultos y niños · Utensilios de cocina · Objetos de regalo y decoración

**COMPLEMENTOS DIETÉTICOS**

**BELLEZA:** Peluquería, estética y masajes

**ACTIVIDADES:** Yoga, pilates y cursos de cocina



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](mailto:info@bioespacio.com)

HORARIO: de 9h a 21h · Sábados de 8h a 15h

## La copa de la fertilidad



! sin tóxicos

! saludable y ecológica

! libertad y ecodiseño

! copa menstrual reutilizable

Oferta especial para lectoras/es de OPCIONS



llámanos: 936 011 636  
[www.biohabitat.es](http://www.biohabitat.es)



# LOS PUNTOS CALIENTES DEL LIBRO

## 1 PARA QUÉ QUIERO EL LIBRO

- Las **motivaciones** para leer son tan diversas como los lectores y los momentos (formación, distracción, goce, etc.).
- Leer es una forma de **cultivarse**, aunque no la única.
- En España se publican 60 novedades al día, que luchan por llamar nuestra atención. Los **reclamos** nos pueden distraer de lo que realmente queremos leer.

### OPCIONES

- Seamos conscientes de **lo que aportará** el libro al lector: si está bien escrito, si es adecuado a su edad, si forma o divierte tanto como esperamos de él...
- Conocer las **técnicas de marketing** con que se nos ofrecen los libros ayuda a no escoger por impulso.
- Consultar distintas fuentes de reseñas, hacernos **nuestra propia opinión** sobre ellas.

+INFO

Pág. 10



### QUÉDATE CON ESTO:

- Pidamos a los editores que usen **papel reciclado**.
- Las **bibliotecas** y los **intercambios** entre amigos nos pueden proveer de gran parte de la lectura.
- Para que cada loco pueda seguir publicando su tema es importante dar apoyo a **editoriales y librerías independientes**.

## 2 LA OBRA ES MÍA, PERO ¿TÚ TE LA PUEDES COPIAR?

- Todo **autor** de una obra **tiene derecho** a ser reconocido como su autor y a decidir cómo se va a divulgar.
- La mayor parte de la creación artística y cultural se hace sin contar con unos **ingresos por derechos de autor** significativos.
- Las nuevas tecnologías posibilitan un **acceso generalizado** a las obras creativas.

### OPCIONES

- Hay autores y editores que no reservan sólo para sí el derecho a reproducir su obra sino que permiten que **circule más libremente** entre el público.

### +INFO

Pág. 11.  
Sección *Ideas*,  
pág. 24.

## 3 QUIÉN EDITA LOS LIBROS

- Cada editorial tiene una **idiosincrasia** que se transmite a los libros que edita.
- Los grupos editoriales en general persiguen un **rendimiento económico** superior al usual en una editorial, por lo que tienden a editar **libros de impulso** (manuales, actualidad, chismes...).
- Los grandes grupos suelen poseer varios medios de comunicación, con lo que ejercen un gran **poder sobre la opinión pública**.

### OPCIONES

- Dando soporte a editoriales independientes contribuimos a una mayor **pluralidad** de ideas en circulación.
- En España casi el 75% de las editoriales son independientes, y publican un 43% de los títulos. Es decir, aún tenemos mucha **pluralidad que podemos conservar**.

### +INFO

Pág. 14

## 4 MUCHO PAPEL, POCOS ÁRBOLES

- La **deforestación** nos está privando de un recurso fundamental. El **40% de la madera talada** para usos industriales se destina a papel.

### OPCIONES

- La mejor opción es el **papel reciclado**. Actualmente los hay de la misma calidad que el virgen para la mayoría de los usos.
- En el caso de imprimir sobre **papel virgen**, que sea **FSC** para garantizar el máximo cuidado de los bosques.
- **Pidamos** a libreros y editores libros en papel reciclado.

### +INFO

Pág. 16

## 5 DÓNDE COMPRAR LOS LIBROS

- Las **librerías** están atendidas por libreros que nos pueden asesorar y orientar. Además de vender libros hacen de dinamizadores culturales.
- Las **cadena de librerías** van incrementando los libros de impulso y empobreciendo la diversidad, puesto que todas sus sucursales ofrecen el mismo catálogo.
- Los **hipermercados** venden sobre todo libros de impulso y de texto, y no hay librero que pueda orientarnos.
- Comprar en cadenas e hipers favorece la **concentración** editorial y la **pérdida de pluralidad**.

### OPCIONES

- Las **librerías independientes grandes** tienen un buen fondo editorial, que incluye los libros de editoriales pequeñas.
- Las **librerías independientes pequeñas** llevan los libros a todos los rincones del país, y nos pueden mandar a buscar cualquier libro.

### +INFO

Pág. 18

## 5 LO LEYERON, LO LEO, LO LEERÁN

- Hay muchas formas de acceder a un libro **sin comprarlo**.
- **No regalemos** libros al tuntún.
- Cuanto mejor **conservemos** los libros, más personas los podrán leer después de nosotros. Los libros **religados** son más resistentes que los encolados.
- Quizás **otras personas quisieran leer** un libro que tenemos en nuestra estantería y que no volveremos a leer.

### OPCIONES

- Las **bibliotecas** nos proporcionan prácticamente cualquier libro y nos brindan otros servicios.
- **Pasémonos** libros entre amigos.
- **Protegerlos** para que no se doblen los bordes, **no forzar** la abertura, no guardarlos al **sol** ni con **humedad**...
- Con los que no queramos quedarnos: **regalarlos, donarlos o liberarlos** a través del *book-crossing*.

### +INFO

Pág. 22

# 1 PARA QUÉ QUIERO EL LIBRO



**Lo que nos mueve a escribir** ¿Qué impulsa a una persona a escribir y a tratar de publicar su obra? Las motivaciones se presentan muy diversas: deseo artístico, de instruir, de compartir un conocimiento, unos pensamientos o una vivencia, como consumación o memoria de un proyecto... *Desde que el ser humano ha adquirido la capacidad de pensar ha tenido la voluntad de fijar por escrito sus ideas con los más variados materiales y signos.*<sup>11</sup>

**Lo que nos mueve a leer** Históricamente la lectura ha sido una herramienta para satisfacer el impulso de **crecimiento personal** a través del conocimiento, la inspiración, las reflexiones que te aportan los libros. Para la gente que así la utiliza, leer es una vivencia realmente apreciada. En palabras de varios escritores: *Los buenos libros son siempre campos magnéticos de cuya atracción no se puede huir* (Italo Calvino), *Leer es añadir un cuarto a la casa de la vida* (Adolfo Bioy Casares), *La lectura es una*

*ventana y también es un espejo* (Antonio Muñoz Molina) o *Leer es poner las neuronas a hacer aeróbic* (Josep Pla).<sup>12</sup> Entre estas personas encontramos el subconjunto de “locos de los libros”, los bibliófilos que a veces se acercan al **coleccionismo** (lo de tener un libro “porque hay que tenerlo”).

Sin embargo, **no sólo los libros nos cultivan**. Otro mismísimo, Sócrates, alertaba a Fedro sobre el fetichismo del libro: *La escritura es un simulacro del habla que parece muy útil para la memoria, el saber, la imaginación, pero que resulta contraproducente. La gente se confía y no desarrolla su propia capacidad. Peor aún: llega a creer que sabe porque tiene libros.*<sup>13</sup> Hay gente analfabeta y “oficialmente inculta” cuya sabiduría es tan amplia y profunda como pueda serlo la de un erudito, sólo que en otros ámbitos. Y ahí están también las civilizaciones de tradición oral (curiosamente se dice que cuando muere un anciano en África es como si se quemara una biblioteca).

De hecho, según las estadísticas actualmente es muy poca la gente que lee para cultivarse (claro que hoy lee mucha más gente que antaño); la motivación que gana de calle (un 90% de 12.000 personas encuestadas) es el **entretenimiento**,<sup>14</sup> aunque dentro de este término caben muchos matices: disfrutar del arte, despertar unas emociones determinadas, recrear una afición, ponerse al día de los chismes sociales, reírse, matar el tiempo...

Y tenemos también los usos **prácticos** del libro (libros de consulta, guías, diccionarios, recetarios...), e incluso los **estéticos** (hay quien compra libros para decorar la casa).

**El ejercicio de la lectura** Sea cual sea la motivación que nos mueve a leer, la lectura casi siempre nos enriquecerá con un mejor **conocimiento de la lengua** y nos ayudará a **estructurar mejor la mente** o las ideas. Pero cuidado, también nos puede estropear **la vista**: es importante leer con buena luz y evitar la letra demasiado pequeña.

## LOS LIBROS NOS LLAMAN

¿Buscas un libro? Los editores intentan que los libros te busquen a ti. Para ellos es

fundamental dar **visibilidad** a cada libro, puesto que como hemos visto están todos sumergidos en un océano de novedades que no para de crecer.

- Es primordial que el **diseño de la cubierta** sea llamativo.
- **Presencia** en los puntos de venta. En las mesas de novedades no caben todas las que salen, así que hay codazos para meterse en ellas. Un editor puede hacer un descuento especial a una librería para que ponga sus libros bien a la vista, y se dice que algunos pagan porque se mantengan entre los recomendados.<sup>15</sup> Como suele ocurrir, en esta guerra están mejor posicionados los grandes: las editoras que más pueden permitirse hacer descuentos, y los puntos de venta con mayor afluencia de público (aquellos por cuyas mesas de novedades merece la pena pelearse). El hecho de que hoy se lleven los libros de **tamaño grande** responde en buena parte a esa lucha por la visibilidad.
- Listas de **los más vendidos**. Suele haberlas en las librerías (al menos las mayores); las que publican los periódicos se elaboran a partir de las de varios puntos de venta. Su razón de ser es que lectores y editores tengan una idea de lo que más gusta, pero muchos en el sector afirman que las librerías las manipulan por intereses comerciales que los lectores no podremos dilucidar.
- **Premios literarios**. Se instituyen tanto para estimular la escritura como para inducir la lectura. De nuevo, los intrínsecos que rodean a los más famosos (que si estaba dado de antemano, que si se escribió por encargo...) no están al alcan-

<sup>11</sup> Fernando Báez: *Historia universal de la destrucción de libros*. Destino, 2004.

<sup>12</sup> Víctor Moreno: *Metáforas de la lectura*. Lengua de Trapo, 2005.

<sup>13</sup> Citado en Gabriel Zaid: *Los demasiados libros*. Anagrama, 1996.

<sup>14</sup> Precisa Research: *Hábitos de lectura y compra de libros 2005*. FGEE, 2006.

<sup>15</sup> Carles Geli: *El nuevo círculo (dantesco) del libro*. Revista electrónica *Barcelona metrópolis mediterrània* núm. 60, septiembre 2002 – enero 2003. Disponible en [www.bcn.es/publicacions/b\\_mm/ebmm60/bmm60\\_qc30.htm](http://www.bcn.es/publicacions/b_mm/ebmm60/bmm60_qc30.htm).

ce del público. En España se otorgan unos 3.000 anualmente, así que nos encontraremos un montón de libros con ese reclamo.

En muchas ocasiones la cantidad que se recibe como premio es un anticipo a cuenta de los derechos de autor; se supone que las ventas se van a incrementar justamente gracias al premio (es el caso por ejemplo del mejor dotado, el Planeta, con 601.100 euros; hay que vender 250.000 ejemplares para que salgan los números). En otro tipo de certámenes el premio corresponde al coste de la edición, que el convocante del premio paga a la editora.

- **Reediciones.** Una fajita indicando *22ava edición* nos transmite que se trata de un libro que ha tenido mucho éxito. Pero también puede haber truco: se puede hacer una tirada más corta que las ventas previstas para que pronto sea necesario hacer otra.<sup>16</sup>
- **Temática.** Nos movemos por **modas** y el libro no es una excepción (autoayuda, novelas de intriga con trasfondo esotérico...). Y nos gusta la **actualidad** (una boda real, un día en la vida del futbolista que marcó el gol de la victoria...).
- **Promoción en los medios.** No es fácil llamar la atención de los periodistas entre el maremagno de presentaciones diarias. Pero hay que tener en cuenta que muchos medios de alcance estatal y las principales editoriales pertenecen a unos mismos conglomerados empresariales, y ello influye en lo que se publica. Por ejemplo, el diario catalán *Avui* (propiedad

parcial del Grupo Planeta) informaba sobre el premio Planeta de este año en portada con una foto del ganador, mientras que *El País* (propiedad del Grupo Prisa) no lo mencionaba en portada y la crónica estaba en la tercera página de la sección Cultura. También puede ocurrir que lo que parece una noticia sobre un libro sea en verdad un anuncio pagado por la editorial.

Aparecer en los medios ayudará mucho a que el librero ponga el libro en la mesa de novedades y a que el lector lo hojee, pero tampoco garantiza nada; algunos fracasos estrepitosos han ido precedidos de costosas campañas de lanzamiento.<sup>17</sup> Y a veces un libro se vende bien pero no cubre lo invertido en promoción.

### Lo que más cuenta: el boca en boca

Estos reclamos son influyentes sobre las compras impulsivas de libros, pero no tanto cuando lo que se busca en la lectura es una vivencia satisfactoria. La elección de un libro está influenciada por las recomendaciones de alguien (aunque no solamente) en el 60% de las compras, por lo hojeado en las librerías en un 34% y por las reseñas en periódicos en un 20%.<sup>14</sup> Tener una afinidad con tus lectores, como les ocurre a las editoriales pequeñas, te permite tener cierta certeza de que una vez leído un libro les apetecerá recomendarlo.

### CÓMO ORIENTARNOS

- Antes de entrar en una librería y exponerte a todos estos reclamos, **pararnos a pensar**: ¿de verdad quiero comprar

un libro? ¿Cuándo lo voy a leer? ¿Cuántos libros tengo que aún no he leído? Y luego: ¿qué me gustaría leer?

- Que esos reclamos **no nos impresionen** a la primera, tengamos presente que pueden responder únicamente a técnicas de márketing.
- Leer en la contracubierta y/o las solapas lo que **se nos cuenta** sobre el libro y el autor, teniendo presente que es el editor (o sea, el vendedor) quien nos lo cuenta.
- Buscar el **asesoramiento del librero**.
- Comentar sobre libros con gente de **gustos o intereses parecidos** a los nuestros.
- Consultar **reseñas** en la prensa y en internet,<sup>18</sup> teniendo presentes las ligazones empresariales que pueda haber entre los periódicos y revistas y las distintas editoras (ver *Quién edita los libros*, en la p. 14).

Como siempre, no se trata de que nadie nos diga qué comprar, sino de ir formando nuestro propio criterio con el tiempo, las tentativas, las conversaciones...

<sup>16</sup> Además, muchas veces lo que se califica como reedición (contiene alguna corrección o añadido respecto a la edición anterior) es en realidad una **reimpresión** (una nueva tirada de un libro idéntico al anterior).

<sup>17</sup> Eva Orúe: *¿Cómo se “caza” al lector?* Revista *Delibros* núm. 197, abril 2006.

<sup>18</sup> Por ejemplo [www.literaturas.com](http://www.literaturas.com), [latormentaenunvaso.blogspot.com](http://latormentaenunvaso.blogspot.com), [www.ccyberdark.net](http://www.ccyberdark.net) (fantástica y de ciencia ficción), [www.nodo50.org/mlrs](http://www.nodo50.org/mlrs) (poesía crítica)...

## 2 LA OBRA ES MÍA, PERO ¿TÚ TE LA PUEDES COPIAR?

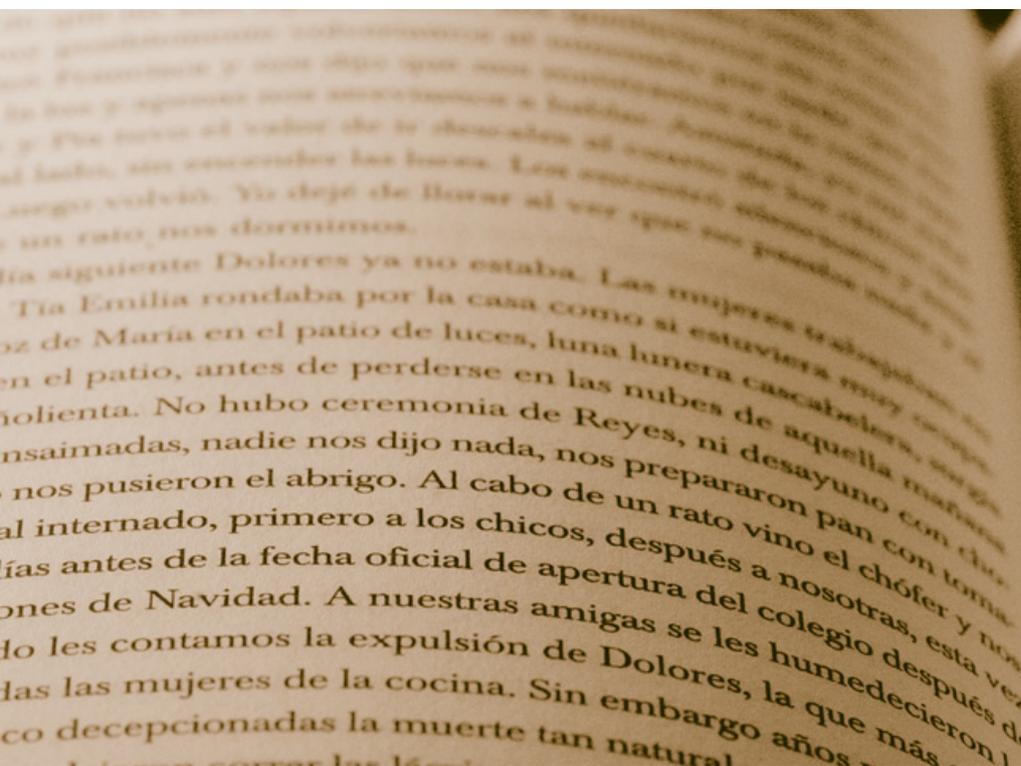
El origen de la protección de los libros como propiedad intelectual se encuentra en la aparición de la imprenta a mediados del siglo XV, aunque se desarrolló de manera muy tímida hasta finales del XVIII. Desde entonces se ha reconocido que el **autor de una obra** tiene sobre ella, en exclusiva, unos **derechos morales** (a ser reconocido como su autor y a decidir si se divulgará o modificará y cómo) y **patri-moniales** (a explotar económicamente su copia, divulgación, comunicación pública —por ejemplo una representación teatral—

y transformación —por ejemplo una traducción). La Ley de Propiedad Intelectual recoge estos derechos, y el **copyright** es el contrato mediante el cual un autor detalla cómo quiere ejercerlos (por ejemplo, con qué condiciones permitiría hacer una adaptación cinematográfica de su obra).

### EL COPYRIGHT EN LOS LIBROS

La editorial de un libro paga al autor un porcentaje (típicamente un 10%) de lo ingresado con cada venta del libro, en concepto de *derechos de autor*.

El copyright de la mayoría de las obras establece que **todos los derechos** a copiar, modificar, digitalizar o transmitir la obra de la forma que sea son **reservados** al titular del copyright, y cualquier otra persona debe pedirle permiso para llevar a cabo alguna de estas acciones. Sin embargo la ley prevé algunas excepciones a modo de **derechos del público**: se permite la copia para uso privado y sin lucro, y se permiten determinados usos relacionados con la educación, la investigación o el préstamo bibliotecario.



El **cambio tecnológico** (acceso generalizado a equipos para copiar y crear y a internet, digitalización de todo tipo de obras...) acontecido en las últimas décadas ha provocado un **cambio de contexto**. Si antes el copyright protegía principalmente a un editor y/o autor frente a otro editor que quisiera copiar y comercializar la obra sin pagar derechos de autor, ahora quiere proteger a autores o titulares de los derechos frente al público “pirata”. Actualmente hay un vivo debate, especialmente en el mundo de la música y el cine, entre los partidarios de seguir reservando los derechos de copia al autor o editor y los partidarios de cederlos abiertamente al público; debate en el que se mezclan fuertes intereses económicos con valores éticos.

### VISIÓN CONVENCIONAL

Según la visión convencional, el que copia un libro o cualquier obra artística deja de comprarlo, por lo que el autor no recibirá remuneración por su trabajo (vía derechos de autor). Al generalizarse este fenómeno la producción cultural y artística mermará. Esta argumentación lleva a la defensa del tradicional **todos los derechos reservados**.

En esta línea y ante el cambio de contexto que comentábamos, la interpretación y aplicación de la ley ha ido evolucionando en el sentido de menguar los derechos del público. Por ejemplo, las copias realizadas en una fotocopiadora de uso público (biblioteca, empresa...) o en una **copistería** se consideran copias no privadas o con ánimo de lucro; por tanto estos establecimientos tienen que pagar anualmente una licencia para poder hacer fotocopias, que nunca pueden superar un 10% de un libro.<sup>19</sup> También existe el **canon** de compensación que se paga al comprar tecnologías como las fotocopiadoras.

Actualmente se discute en torno a la aplicación de un **canon por préstamo en las bibliotecas** en concepto de derechos de autor, obligado por una directiva europea, que sería pagado por los usuarios o por las propias bibliotecas.<sup>20</sup>

Esta interpretación restrictiva de los derechos del público es la adoptada por gran parte de la industria cultural, las sociedades de gestión de derechos de autor (CEDRO, SGAE...),<sup>21</sup> algunas asociaciones gremiales de autores (Asociación Colegial de Escritores), etc. Por ello crean obstáculos tecnológicos a las copias (sistemas anticopia en los DVDs, localizadores

de copias en internet...), financian campañas de concienciación y presionan en pro de una legislación más restrictiva.

### VISIÓN COPYLEFT

En la visión **copyleft**<sup>22</sup> el autor sigue cobrando un porcentaje sobre las ventas y sigue ejerciendo su derecho moral de decidir cómo se va a difundir su obra. La diferencia es que no se reserva sistemáticamente los derechos de copia, sino que puede dejar algunos (o todos) al público: **algunos derechos reservados**. En particular siempre permite que cualquiera pueda copiar, distribuir, leer, visionar, escuchar, etc. su obra, privada o públicamente, sin tener que pedir permiso si lo hace sin ánimo de lucro. Puede tener la exclusividad sobre el uso comercial de su obra, o dejar también que otros se lucren con ella.

El ánimo que mueve esta forma de gestionar los derechos del autor es el de “liberar” la cultura, facilitar el acceso a ella. Busca un equilibrio entre los derechos del autor y los del público de forma que ambos salgan beneficiados.

### ¿ESTÁ LA CULTURA EN PELIGRO CON LA VISIÓN COPYLEFT?

La visión copyleft sostiene que es la restricción de los derechos la que perjudica a la mayoría de autores, así como al público y a la divulgación cultural en general:

- En realidad, **muy pocos autores pueden vivir de los derechos de autor** (más lo proveniente de los cánones que recauda y reparte CEDRO); en general sólo los más renombrados. En España se publican al año unas 22.000 novedades, de las que sólo un centenar (el 0'5%) alcanza los 15.000 ejemplares vendi-

<sup>19</sup> Si la fotocopiadora es tuya, puedes hacer una copia íntegra de un libro prestado para regalar a un amigo de manera totalmente legal.

<sup>20</sup> [www.noalprestamoddepago.org](http://www.noalprestamoddepago.org).

<sup>21</sup> Son entidades privadas sin ánimo de lucro que gestionan los derechos de autor de los autores que se asocian a ellas (en principio de manera voluntaria). A parte recogen el dinero de los cánones compensatorios por copia y lo reparten entre autores, mantenimiento de la sociedad de gestión y servicios asistenciales a autores. [www.cedro.org](http://www.cedro.org), [www.sgae.es](http://www.sgae.es).

<sup>22</sup> Juego de palabras en inglés que viene a reivindicar la “copia permitida”. En la sección *Ideas* (p. 24) contamos su origen y algunas implementaciones actuales.

dos,<sup>23</sup> y los grandes *bestsellers* no llegan a la docena; de la gran mayoría de títulos se venden unos pocos cientos de ejemplares. Para la mayoría de autores las principales fuentes de ingresos provienen del prestigio generado por ser autor de una obra (conferencias, artículos en prensa...) y del mecenazgo público o privado (encargos, becas...). Según esta visión, pues, no es cierto que los ingresos por la venta de copias sean indispensables para la creación cultural.

- **La difusión libre de una obra no tiene porqué repercutir en un descenso en las ventas**, y puede ocurrir lo contrario. Un patrón de comportamiento muy frecuente puede ser: *me bajé tal libro de internet, de no encontrarlo ahí probablemente nunca hubiera sabido que existía o no lo habría leído. Me gustó tanto que me lo compré para terminarlo de leer más a gusto y además se lo pasé a dos amigos; uno de ellos se lo ha comprado*. El hecho de que esté accesible la obra entera abre muchas posibilidades de difusión (enlaces en webs, profusión de reseñas, incita el boca en boca, la utilización pública de la obra...). Así, la circulación libre de la obra puede acabar generando no menos, sino más ventas. De momento y según los datos de CEDRO la facturación por ventas de libros ha crecido en los últimos cinco años un 17%, y lo recaudado por CEDRO se ha triplicado.

La difusión libre de las obras y un acceso generalizado a ellas genera una proliferación de estímulos intelectuales y culturales que deriva en una **mayor producción, de mejor calidad y más gente interesada en la producción cultural**. Las webs donde se pueden colgar fotos, música, videos, etc. están repletas de creaciones.

#### ¿UNA OPORTUNIDAD HISTÓRICA?

Desde la **perspectiva convencional** se valoran también las posibilidades del nuevo contexto, pero se ve peligrar, como hemos dicho, la creación cultural. Se sostiene también que entre los defensores de no reservar los derechos de copia al autor está la poderosa industria tecnológica y de internet, interesada económicamente en la expansión de la cultura de la copia, y que hay cierta demagogia en la defensa del acceso libre a la cultura ya que los más desfavorecidos no tienen conexión a inter-

## LA BENEVOLENTE NATURALEZA

*Si la naturaleza ha creado alguna cosa menos susceptible que las demás de ser objeto de propiedad exclusiva, ésta es la acción del poder del pensamiento que llamamos idea [...]. Aquél que recibe una idea mía, recibe instrucción sin mermar la mía, del mismo modo que quien disfruta de mi vela encendida recibe mi luz sin que yo reciba menos. El hecho de que las ideas se puedan difundir libremente de unos a otros por todo el globo [...] parece haber sido concebido de manera peculiar y benevolente por la naturaleza.*

**Thomas Jefferson**, autor de la declaración de independencia de los Estados Unidos y su tercer presidente.

net ni tecnología digital. Y se cree que, ante la disminución del gasto público en cultura, debilitar los ingresos tradicionales por derechos de autor puede dejar la cultura en manos del mecenazgo de la publicidad como única posible sustitución, imaginando un escenario de autores de calidad acudiendo a empresas para que financien la edición de su última novela a cambio de un anuncio en portada.

Para la **visión copyleft**, restringir el acceso a obras innecesariamente es desaprovechar una oportunidad histórica en la que una benevolente mezcla entre la naturaleza de lo intelectual (ver el recuadro *La benevolente naturaleza*) y la tecnología digital abre un nuevo ventanal de posibilidades. El comercio de bienes intelectuales tiene un gran peso en muchas economías;<sup>24</sup> si pudiera funcionar sin la forma tradicional de propiedad y lo que ello conlleva (exclusión de acceso para algunos y acumulación de poder), se abriría un nuevo contexto no fácilmente predecible pero con posibilidades de transformación innegables. El mundo copyleft sostiene que en realidad el objetivo de la visión convencional no es defender la creación cultural, puesto que no está en peligro, sino defender un modelo de negocio, el de gran parte de la industria cultural, basado en grandes estrellas, publicidad en grandes medios, etc., que es lo único amenazado por este nuevo contexto. Y cree que el contexto tecnológico sumado a la copia y distribución libres generarán más creación, más diversa e independiente, puesto que la existencia de muchos canales de acceso a la cultura hace que éstos sean más difíciles de monopolizar.

El debate está servido. Creemos que el consumo consciente puede encontrar interesante el ventanal de posibilidades que

abre la visión copyleft, por esto queremos experimentar con esta visión también en *Opciones* como obra intelectual (ver la editorial en la p. 2).

<sup>23</sup> Esto en media significa que sólo uno de cada 200 autores ingresa anualmente unos 14.000 euros (unos 2'3 millones de pesetas) en concepto de derechos de autor.

<sup>24</sup> Las industrias del software, el entretenimiento (cine, música, videojuegos...) y la biotecnología (farmacéutica y genética) son los tres sectores con más peso en las exportaciones de EEUU.

## EDITORIALES QUE PUBLICAN LIBROS CON COPYLEFT

Acuarela, Atrapasueños, Ediciones Bajo Cero, El Viejo Topo, Icaria editorial, Traficantes de Sueños, Virus editorial. Muchas otras pueden hacerlo a petición del autor (lo han hecho por ejemplo Random House Mondadori y algunas editoriales universitarias).

## MÁS INFORMACIÓN

**Sobre derechos de autor:** [www.esde-libro.es](http://www.esde-libro.es), [www.cedro.org](http://www.cedro.org).

**Sobre copyleft:** [biblioweb.cc](http://biblioweb.cc), [compartiresbueno.net](http://compartiresbueno.net).

**Blogs:** [www.filmica.com/david\\_bravo](http://www.filmica.com/david_bravo), [www.escolar.net](http://www.escolar.net), [www.derecho-internet.org](http://www.derecho-internet.org).

**Libros:**

Varios autores: *Copy-left. Manual de uso*. Traficantes de Sueños, 2006. Disponible en [www.manualcopyleft.net](http://www.manualcopyleft.net). David Bravo: *Copia este libro*. Dmem, 2005. Disponible en [copiaestelibro.bandaanchara.st](http://copiaestelibro.bandaanchara.st)

### 3 QUIÉN EDITA LOS LIBROS

En el 2005 en España había 724 empresas editoriales agremiadas, y otras 548 entidades que registraron la edición de algún libro (autores que se editan a sí mismos, editoras muy pequeñas u ocasionales, doctorandos que inscriben su tesis...). Las independientes y las que forman parte de un grupo tienen características diferentes en cuanto al tipo de trabajo que hacen.

#### EDITORIALES INDEPENDIENTES: CADA LOCO CON SU TEMA

Ecologismo político, espiritualidad en el nuevo milenio, historia bélica, poesía crítica... De todo hay en la viña del Señor, y así lo reflejan las más de 500 editoriales independientes que hay en España. Muchas de las temáticas que tocan atraen a un conjunto reducido de gente, y también están las que publican literatura de calidad pero con poca difusión, por ejemplo la obra de autores noveles; de ahí que casi todas sean pequeñas o medianas.

Las editoriales independientes suelen estar dirigidas por lo que podríamos llamar el **editor clásico**: alguien cuya vocación es la difusión social de unas

temáticas, de unas ideologías o de cierto tipo de literatura en tanto que obra de arte. Sus lectores comparten dicho interés y encuentran en sus libros una herramienta de crecimiento intelectual o recreación artística.

Estas creaciones **plurales y vocacionales** aportan riqueza a una sociedad, son su **conciencia intelectual** y un testimonio de su libertad. No en vano una de las primeras cosas que se hace al oprimir un país es quemar sus libros (su patrimonio de ideas) o encarcelar a los autores. En el 2003, en Irak se llevó a cabo el primer memoricidio del s. XXI, la destrucción de bibliotecas en manos de multitudes de saqueadores animadas por propaganda que estimulaba el odio a los símbolos del régimen de Saddam Hussein.<sup>25</sup>

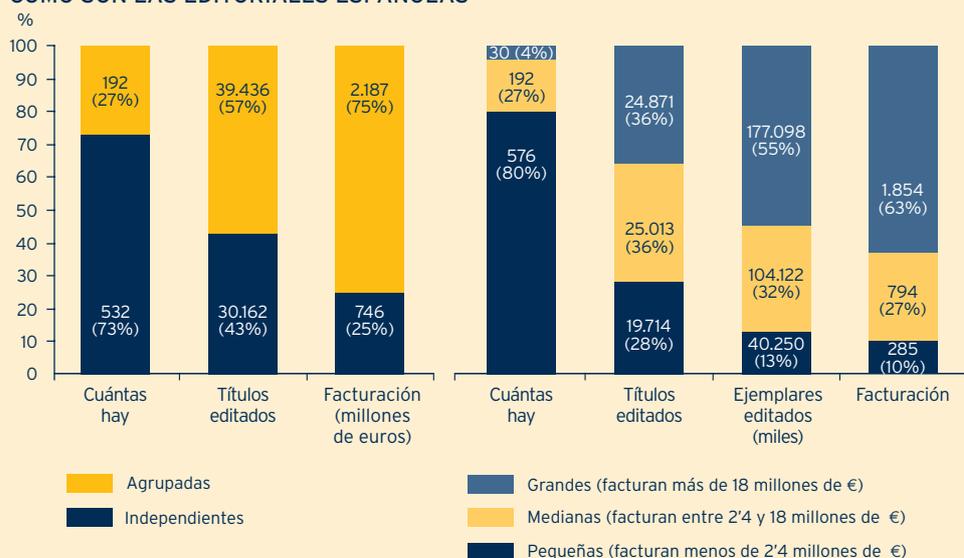
**Las de gran público** Hay unas pocas editoriales independientes con una difusión amplia. Publican mayoritariamente literatura y ensayo, y su selección de títulos goza de un gran prestigio. Algunas de ellas son Anagrama, Acantilado, Tusquets o Salamandra (ésta destaca por las pocas novedades que saca anualmente).

**Las minoritarias** Como hemos visto son la gran mayoría de las independientes. Una muestra de pequeña editorial que se dirige a un público minoritario podría ser **Bibliópolis**, una editorial especializada en literatura fantástica que surgió tras años de editar libros de manera *amateur*. Incide en narrativa en lenguas europeas, marginadas en el género frente a lo anglofono, y apuesta por antologías de relatos e incluso de ensayos, poco practicadas en el sector por su baja rentabilidad económica.

**De temáticas sociales** Editoriales con vocación transformadora cuyos títulos se encuentran entre el material manejado por *Opcions*: Bakeaz, Editorial Popular, Icaria editorial, Los Libros de la Catarata, Traficantes de Sueños, Txalaparta, Virus.

**En más lenguas** Algunas independientes que publican mayoritariamente en **catalán**: Angle, Ara Llibres, Bromera, Cossetània, El Gall Editor, La Campana, Publicacions de l'Abadia de Montserrat, Quaderns Crema... En **euskera**: Alberdania, Elkar, Erein, Ibaizábal, Sauré... En **gallego**: Galaxia, Kalandraka, A Nosa Terra, Espiral Maior, Linteo...<sup>26</sup>

#### CÓMO SON LAS EDITORIALES ESPAÑOLAS



Fuente: Elaboración propia a partir de Federación de Gremios de Editores de España: Comercio Interior del Libro en España 2005.

#### GRANDES GRUPOS EDITORIALES: HACIA EL PENSAMIENTO ÚNICO

Como se puede ver en la gráfica, las editoriales grandes son sólo un 4% del total pero editan un 36% de los títulos que encontramos en los puntos de venta y un 55% de los ejemplares. Además, la gran mayoría (28 de las 30) están integradas en algún conglomerado empresarial, al igual que el 51% de las editoriales medianas, el 18% de las pequeñas y muchas de las mayores distribuidoras.

De la concentración empresarial, tan propia de nuestro tiempo, no escapa el mundo editorial. Comenzó en los 80 en Estados Unidos y luego se extendió a otros

<sup>25</sup> Fernando Báez: *Historia universal de la destrucción de libros*. Destino, 2004.

<sup>26</sup> Más información en [www.editorsencatala.org](http://www.editorsencatala.org), [www.editores-euskadi.com](http://www.editores-euskadi.com) y [www.editoresgallegos.org](http://www.editoresgallegos.org) respectivamente.

países europeos. En general estos conglomerados (como todos) tienen como uno de sus principales objetivos ofrecer unos buenos **rendimientos económicos** a los accionistas o inversores, cosa que como hemos visto es poco usual en una empresa editorial clásica. Así, aparece una nueva visión del libro como un producto de consumo más; la motivación del editor en este caso es vender para hacer rentable un negocio de entretenimiento. El público comprador tendrá que ser más amplio que el de las editoriales clásicas, y para ello se concibe un libro más comercial o **de impulso**: temáticas populares (chismes sociales, recetas, guías, aficiones...), diseños llamativos, mucha imagen, libro de temporada (setas en otoño, guía de playas en verano...), precio reducido...

Típicamente, los grupos editoriales compran editoriales con prestigio o con un público consolidado, en temáticas muy diversas. A los pocos años se sustituye a su editor clásico por directores con formación comercial, de forma que la decisión sobre si publicar o no un libro estará muy guiada por las ventas que se esperen de él. Ello no quita que estos grupos mantengan también líneas editoriales clásicas, y de hecho publican a muchos de los autores literarios de más renombre (cuyos libros sí son rentables).

En ocasiones se abandonan incluso las temáticas originales de las editoriales compradas para adaptarlas a la ideología del grupo comprador, y es que otro de los grandes objetivos de estos grupos es tener una **influencia importante sobre la opinión pública**; por esto cuentan entre sus filiales con muchos medios de comunicación de masas, formadores de opinión. Así, pasamos de la coexistencia de sensibilidades variopintas a más hegemonía de unas pocas formas de ver las cosas. Hoy, el 80% de los libros que se editan en Estados Unidos está en manos de cinco grandes conglomerados (Bertelsmann, Holtzbrinck, Longman, News Corporation y Viacom).<sup>27</sup>

Curiosamente, la edición de libros sigue siendo de rentabilidad dudosa para estos grandes grupos, cuyos beneficios provienen sobre todo de sus otros múltiples tentáculos. Suelen pagar anticipos astronómicos a autores o personajes de moda susceptibles de proporcionarles grandes bestsellers y lanzan sus libros con costosas campañas mediáticas de promoción. Las

## POR QUÉ TEMER A LOS IMPERIOS

André Schiffrin es un veterano editor clásico que ha vivido de cerca el proceso de concentración editorial en EEUU. En sus libros *La edición sin editores* y *El control de la palabra* cuenta las consecuencias de las concentraciones editoriales y mediáticas para toda la sociedad.

Por ejemplo el caso de News Corporation, cuyo presidente es José M<sup>a</sup> Aznar. Es uno de los mayores conglomerados mediáticos del mundo, controlado por Rupert Murdoch (entre otras: 20th Century Fox, Fox TV, The Times, The Sun, HarperCollins y un montón de prensa y radios locales). Lo que dicen sus periódicos (en el Reino Unido son el 35% de los que se venden) ha sido fundamental para el apoyo popular a muchos gobiernos, desde Margaret Thatcher hasta Tony Blair pasando por Jimmy Carter. A cambio, éstos le han excluido de las leyes antimonopolio, le han autorizado poner en marcha compañías aéreas o le han facilitado el control de medios en otros países. O el caso de Hachette, el primer grupo editorial francés (factura el doble que su inmediato competidor) que forma parte de un conglomerado que pertenece mayoritariamente a Jean Luc Lagardère e incluye fabricantes de coches, de aeronaves y de aviones militares. Junto con el grupo Dassault (aviones civiles y militares, coches eléctricos...) controlan el 70% de la prensa francesa (Le Figaro, L'Express, Paris Match, Elle, Marie-Claire...); dos grupos que dependen en gran medida de los contratos con el Estado.

Schiffrin también cuenta que *los medios no dijeron nada sobre [la guerra de Irak], pero si hubieran sido capaces de hacerlo, no habría habido nunca una guerra.*

apuestas fallidas derivan en más presión por dar con el superéxito ansiado, más ahorros en personal, etc.

Después que el imperio Bertelsmann comprara Random House, el New York Times publicaba en un artículo de la redacción: *Las editoriales han sido compradas una tras otra y absorbidas dentro de grandes multinacionales bajo previsiones de rentabilidad establecidas por la absurda lógica de Wall Street. Sin embargo, de forma repetida los resultados no han sido tan brillantes como se esperaba. Incluso en Bertelsmann, un imperio en manos de capital privado, lanzan una mirada casi maléfica sobre la última línea del balance [el beneficio anual] de cara a una entrada en bolsa un día de estos.*

### MUCHA PLURALIDAD POR CONSERVAR

En España la concentración es significativa, aunque inferior todavía a la de otros países europeos. Pero el público que busca las editoriales independientes sigue existiendo. Casi tres cuartas partes de las editoriales son independientes, publican un 43% de los títulos y nacen decenas cada año, aunque mueren otras tantas. Sus aliados son la especialización en temáticas o géneros, la venta directa a sus lectores por canales propios (internet, asociaciones y

entidades afines...) y el prestigio ganado a base del boca en boca. La principal dificultad es que las necesidades mínimas de plantilla constituyen un coste fijo importante que puede condicionar sus decisiones e incluso comprometer su independencia.

<sup>27</sup> André Schiffrin: *La edición sin editores*. Destino, 2000.

## ¿RIESGO O APUESTA?

Los grandes grupos editoriales no suelen publicar libros de **autores jóvenes o desconocidos**, porque ello implica un riesgo que no necesitan correr. Los editores clásicos sí suelen asumir ese riesgo, en parte por la vocación de poner en circulación nuevas ideas o formas y en parte por la necesidad de dar con un libro de éxito. Si lo consiguen, lo más probable es que algún grupo acuda rápidamente a "fichar" al autor seduciéndolo con suculentos anticipos, para hacerse con la edición de sus libros. De todas formas, raramente un autor se compromete con una editorial "de por vida".

## PRINCIPALES CONGLOMERADOS EDITORIALES PRESENTES EN ESPAÑA

Grupo	Sector editorial	Medios de comunicación	Otras
<b>Grupo Planeta</b>	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. Filiales editoriales en Portugal, Estados Unidos y 9 países latinoamericanos. <b>Distribuidoras:</b> Logista, Planeta Directo <b>Librerías:</b> Casa del Libro	Principal accionista de Grupo Antena 3 (Antena 3 TV, Onda Cero, Movierecord, Unipublic, A3Advertising), La Razón, y ADN. 40% diario catalán Avui	<b>Audiovisual y entretenimiento:</b> DeAPlaneta produce y distribuye películas, videos y series y telefilmes para televisión, Planeta Junior distribuye series infantiles en varios formatos. <b>Enseñanza</b> a domicilio y a distancia: Talenta, Credsa, Centro de Estudios CEAC, Home English
<b>Grupo Prisa</b>	Grupo Santillana: Aguilar, Alfaguara, Altea, El País-Aguilar, Richmond Publishing, Santillana, Suma de Letras, Taurus, Grup Promotor, Grazaema, Obradoiro, Zubia, Voramar, Punto de Lectura, editoriales en Portugal, Reino Unido, Estados Unidos, Brasil y casi todos los países de habla española. <b>Imprentas:</b> Dédalo Grupo Gráfico <b>Distribuidoras:</b> Itaca, Gelesa <b>Cadenas de librerías:</b> Crisol	El País, Cinco Días, As, varios diarios regionales, Cadena Ser, 40 principales, Cadena Dial, M80, Máxima FM, Radiolé, 300 emisoras en 8 países latinoamericanos, Localia TV (casi cien televisiones locales), Sogecable (Cuatro, Canal +, Canal Satélite Digital). televisiones en Portugal y Colombia	<b>Música:</b> Planet Events organiza conciertos, Nova y Lyrics and Music editan discos, GVM produce colecciones de DVDs y Cds. <b>Audiovisual y entretenimiento:</b> Sogecine, Plural Entertainment y NBP producen series de TV, películas, etc.
<b>Bertelsmann</b>	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, y más de 100 editoriales en 16 países. <b>Imprentas:</b> Arvato, Eurohueco, Printer, Rotedic... <b>Cadenas de librerías:</b> The Club	Antena 3 TV (parcialmente), televisiones y radios del grupo RTL en toda Europa, Geo, Gala, Muy interesante, Marie Claire, Mia, Ser Padres, Capital, Cosmopolitan, numerosas revistas en Europa	<b>Música:</b> Sony BMG Music Entertainment (Columbia, Epic, RCA, Ariola...), BMG Music Publishing

## 4 MUCHO PAPEL, POCOS ÁRBOLES

Un libro es un conjunto de **páginas de papel** cosidas o encoladas y encuadernadas... aunque no siempre. Hoy puede ser un archivo informático (el **libro electrónico** o *ebook*, los libros **multimedia**), de los que podemos llevar a cuestas varios centenares y leerlos con comodidad (a través de la pantalla-lectora de tamaño bolsillo). Sin embargo, a pesar de estos prodigios tecnológicos se están publicando más libros de papel que nunca, y no parece que vayan a ser sustituidos por el libro electrónico a corto ni medio plazo. De hecho, paradójicamente la moda actual son los libros de formato grande, muy voluminosos, algo muy poco "moderno".  
¿Cómo afecta la edición de libros de papel al planeta?

### PAPEL VIRGEN: QUE SEA FSC

**Bosques** Entrando en el s. XXI, todavía utilizamos mayoritariamente papel virgen obtenido a partir de celulosa que se extrae de la madera. Un 17% de esta madera proviene de bosques primarios (los que han sido muy poco alterados por el hombre y conservan mayor biodiversidad), un 54% de bosques secundarios y un 29% de plantaciones fores-

tales.<sup>28</sup> Según la FAO se pierden más de 14 millones de hectáreas de bosque anualmente: unos 2.000 campos de fútbol cada hora; el 40% de la madera talada para usos industriales se destina a papel.<sup>29</sup>

La mayor parte del papel sobre el que se imprimen los libros en España es importado, principalmente de Finlandia, uno de los pocos países donde quedan bosques primarios; las medidas de su gobierno para conservarlos son escasas. Según investigaciones de Greenpeace, parte del papel finlandés usado en los libros españoles procede de estos bosques primarios. Nuestros libros también contienen mucho papel procedente de Indonesia, país en el que 1'4 millones de hectáreas de bosque primario se transformaron en plantaciones durante la década de los 90.<sup>30</sup>

**Agua, energía y contaminación** La industria papelera es la que más agua utiliza por tonelada producida, la quinta en consumo de energía, y una de las que más contaminantes emite al aire y al agua. En particular el proceso de blanqueado con cloro (muy utilizado aún en España) emite dioxinas, conocidos cancerígenos.<sup>30</sup> Al

papel se le pueden añadir varios aditivos para darle textura, color, rigidez, etc.

**Que sea FSC** El Forest Stewardship Council (FSC) es una organización internacional que otorga un sello de garantía a los productos derivados de bosques o plantaciones explotados de forma sostenible y sin causar perjuicios sociales.<sup>31</sup> Hoy en España se puede encontrar papel FSC, aunque sólo una imprenta está registrada como *cadena de custodia*, es decir, puede certificar que todo el proceso de producción del papel cumple con los criterios FSC.

**Sin madera** Casi un 10% del papel que se usa en el mundo se produce a partir de

<sup>28</sup> World Watch Institute: *Signos Vitales 2000*. Bakeaz y Gaia Proyecto 2050, 2000.

<sup>29</sup> Ver más información sobre deforestación en el núm. 10 de *Opciones*.

<sup>30</sup> Greenpeace: *El papel. Cómo reducir el consumo y optimizar el uso y reciclaje de papel*. Greenpeace, 2004.

<sup>31</sup> Existen varias organizaciones certificadoras, pero FSC es la única en la que participan todas las partes interesadas (silvicultores, industria maderera, habitantes de bosques, ecologistas, consumidores). [www.fsc-spain.org](http://www.fsc-spain.org).

las fibras de otros vegetales, como paja de arroz o trigo, esparto, cáñamo o algodón. Tienen la ventaja sobre las fibras de la madera de que no contienen lignina (lo que hace que la madera sea leñosa), por lo que se necesitan menos productos químicos para obtener la pasta de papel. Seguramente se empezarán a potenciar cuando explotar bosques deje de ser rentables (en España la investigación avanza en dirección contraria: se intenta modificar genéticamente los eucaliptos para que se hagan resistentes a plagas, heladas o sequías).

### **PAPEL RECICLADO, LA MEJOR OPCIÓN**

**Menos problemas** Si utilizamos papel usado para producir papel nuevo dejamos de necesitar talar árboles. La fabricación de papel reciclado consume bastante menos agua y energía que la fabricación de papel virgen (aunque existen datos bastante dispares sobre la magnitud del ahorro) y emite un 74% menos de contaminantes al aire y un 35% menos al agua. Sin embargo, algún editor con el que hemos hablado durante la investigación todavía cree que el interés que pueda tener usarlo se reduce al marketing verde.

**Igual calidad** También se cree todavía que las impurezas del papel reciclado dificultan una buena lectura, pero ello ha dejado de ser cierto hace ya bastantes años. Hoy en día existen en el mercado español muchos tipos de papel reciclado, y muchos tienen una **calidad indistinguible** de la del papel virgen (sólo para algunas calidades específicas, por ejemplo fotos a todo color con mucho brillo, se requiere aún papel virgen). Muchos papeles reciclados se pueden usar sin problemas en imprentas, impresoras y fotocopiadoras. En cuanto a durabilidad también ya se ha conseguido igualar al papel virgen (hoy se admite papel reciclado para guardar documentos de archivo, que por ley tienen que durar al menos 100 años).

Existe papel reciclado 100% (hecho sólo a partir de papel usado) y papel que mezcla fibras recicladas y vírgenes (en algunos ambas caras de la hoja son de papel virgen). También se puede blanquear con o sin cloro (en este caso se denomina PCF).

En resumen, las mejores opciones serían: primero papel reciclado 100%, luego



parcialmente reciclado (cuanta más fibra reciclada mejor), luego FSC, y luego blanqueado sin cloro (TCF). Podemos pedir a las editoriales que trabajen de acuerdo a estas prioridades, y las podemos aplicar al escoger nuestro papel de escritura y el que usemos al imprimir folletos, etc.

### **LAS TINTAS, YA NO TAN NOCIVAS**

Todas las tintas son tóxicas, pero hoy lo son mucho menos que hace unos años. Los disolventes orgánicos volátiles, que causaban muchas enfermedades por inhalación, se van sustituyendo por barnices minerales y vegetales, menos volátiles.

### **ALGUNAS EDITORIALES QUE JUEGAN UN BUEN PAPEL**

**Icaria editorial** hace años que publica casi todos sus libros en papel 100% reciclado. **Traficantes de Sueños** lo usa en un 60%-70% de sus libros. **Random House Mondadori**: la colección juvenil Serie Infinita se publica en papel reciclado, y si el autor lo pide se usa papel FSC. **Círculo de Lectores**: edita algunos libros en papel FSC, y su impresor forma parte de la cadena de custodia FSC.

Greenpeace está hablando con muchas editoriales para que se unan a la campaña **Libros Amigos de los Bosques**, pero los avances son lentos. Algunos autores que participan en la campaña y escogen papel reciclado o FSC para sus libros son José Saramago, Rosa Regàs, Isabel Allende o Álvaro Pombo.

### **MÁS INFORMACIÓN**

**Greenpeace** 91 444 14 00, [www.greenpeace.es](http://www.greenpeace.es) > Campañas > Bosques  
**Fundación Ecología y Desarrollo** [www.reciclapapel.org](http://www.reciclapapel.org)

## 5 DÓNDE COMPRAR LOS LIBROS



Si queremos comprar un libro, en general no podemos optar entre muchas editoriales productoras. Se suelen publicar varias versiones de un título (tapa dura, bolsillo, distintos idiomas...) pero cada una pertenece a una editorial (puede ser la misma para todas las versiones) durante varios años. Lo que sí podemos escoger es dónde lo compramos; como veremos, las **librerías independientes** son la opción más favorable a la pluralidad.

### LIBRERÍAS

Los españoles compramos la mitad de los libros en **librerías**, ya sea acudiendo a su local o a través de sus páginas web. Las hay **generalistas** y **especializadas** en una materia o género; la mayoría son generalistas, aunque siempre existe algún grado de especialización en algo. Todas tienen dos grandes apartados: las **novedades** (se suelen poner en mesas) y el **fondo** editorial. El fondo se mueve poco y ocupa mucho espacio, así que las novedades, que tienen más salida, son las que permiten muchas veces que una librería sea viable.

Las librerías son apreciadas por varios motivos:

- Están atendidas por **libreros** que conocen bien los libros y nos pueden orientar y asesorar.
- Puesto que el precio del libro viene fijado por el editor, las librerías no compiten en precio sino en **variedad**. El librero construye su fondo por la vocación de ofrecer **pluralidad**, persigue que quien acuda a la librería encuentre lo que andaba buscando, o libros atractivos por inesperados.
- Las librerías **pequeñas** o **de barrio** (3.000 de las 4.500 librerías que hay en España) posibilitan una buena **difusión geográfica** de los libros (el 85% de las librerías que hay en poblaciones de menos de 25.000 habitantes son pequeñas).<sup>32</sup> No tienen capacidad económica ni de espacio para mantener mucho fondo (la mayoría venden también prensa y papelería para sostenerse) pero nos pueden servir en pocos días cualquier libro que les pidamos. Las librerías **grandes** aportan abastecimiento abundante y variado a las ciudades, y son un canal de venta importante para las editoriales pequeñas (en el surtido limitado de las librerías pequeñas no suele haber lugar para

libros minoritarios, a no ser que estén especializadas).

- Además de vender libros, muchas librerías actúan como ejes de **difusión cultural** e intercambio intelectual, organizando presentaciones de libros, tertulias, lecturas, exposiciones...

En la última década están tomando importancia las **cadena de librerías** como Casa del Libro, Crisol, FNAC, VIPS, Abacus, La Central, El Corte Inglés...<sup>33</sup> Mantienen también fondos muy completos, pero los libros de impulso, los que más se venden, van tomando cada vez mayor peso en su catálogo: su envergadura va asociada con costes importantes, con una gran afluencia de clientes, y en algunos casos con una idiosincrasia que prima el beneficio por encima de la calidad. También acostumbran a tener el mismo surtido en todas sus tiendas. Por todo ello, las cadenas conllevan cierta pérdida de pluralidad frente a las librerías independientes.

### OTROS CANALES

**Hipermercados** La sección de libros de las grandes superficies **no es una librería** sino un punto de autoservicio (no hay librero) de libros de impulso y libros de texto (no hay libros de fondo). Para los hipermercados el libro es un producto más dentro de su amplio surtido (es decir, carecen de la vocación cultural que tienen las librerías).

**Quioscos** Ahí encontraremos libros editados especialmente para ser vendidos en quioscos (un 5% del total), en ocasiones junto con prensa: colecciones, bolsillo... Suelen ser de menor calidad material y más baratos que los demás.

**Venta directa** Podemos comprar a la mayoría de editoriales mediante pedidos por teléfono o correo, a través de su página

### OTROS TIPOS DE LIBRERÍAS

**Librerías de oferta** Cuando un título no se vende bien, el editor puede decidir retirarlo del mercado y volverlo a sacar como saldo. Ahora el precio de venta al público es libre. Se suele hacer con libros antiguos, ilustrados (arte, foto, naturaleza), de divulgación (cocina, plantas...).

**Librerías por internet**, como Amazon.  
**Librerías de viejo** Son todo un mundo, con sus propios gremios en cada comunidad autónoma. Venden libros *antiguos* (los editados hace unos 100 años) y de segunda mano, procedentes de domicilios particulares o de fondos editoriales. Algunas venden libros a peso.

<sup>32</sup> Confederación Española de Gremios y Asociaciones de Libreros (CEGAL): *Mapa de librerías de España (2005)*. CEGAL 2006.

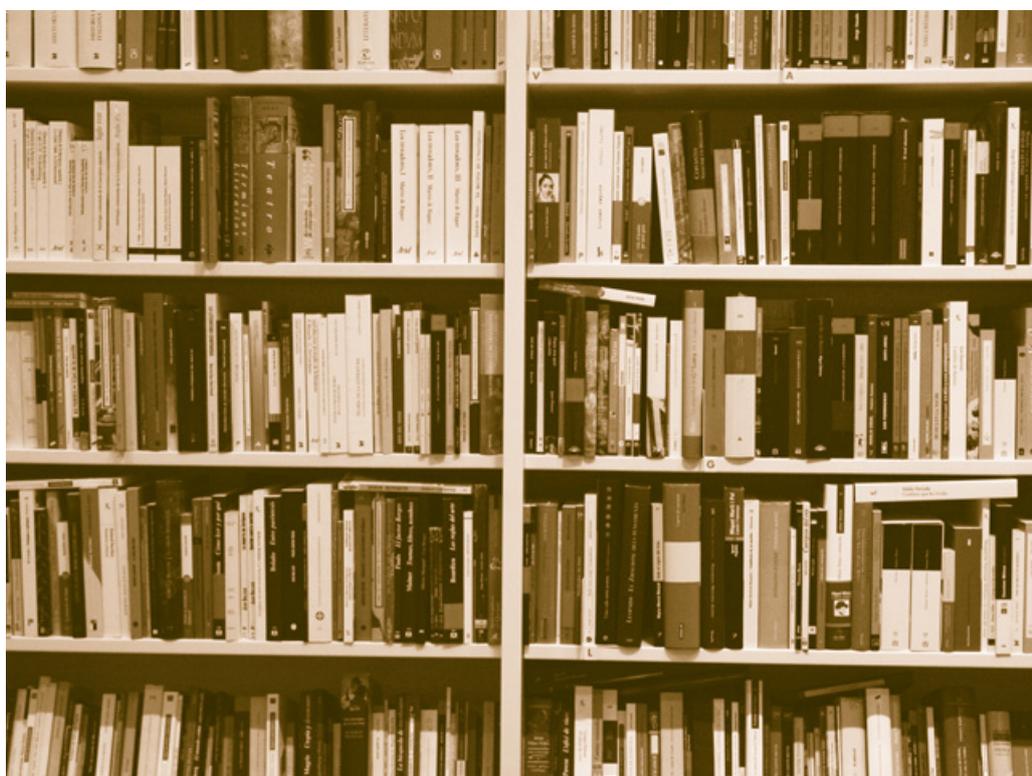
<sup>33</sup> Pese a encontrarse dentro de una gran superficie, las librerías de El Corte Inglés tienen las características de una cadena de librerías.

na web, por suscripción, por venta a crédito (típicamente enciclopedias por fascículos), mediante un club de lectores... También, escuelas y AMPAs compran libros de texto directamente a las editoriales.

### MÁS CADENAS E HIPERMERCADOS, MENOS PLURALIDAD

En el año 2005, las librerías independientes facturaron por venta de libros prácticamente lo mismo que en el año 2001; las cadenas, un 64'5% más; los hipermercados, un 47% más.<sup>34</sup> Es la misma tendencia que se ha dado en otros países europeos; en España las cadenas facturan un 16% del total de ventas de libros, en Francia un 20%, en el Reino Unido un 39%.<sup>35</sup> Varios factores contribuyen a ello:

- Cadenas e hipermercados compran mayores volúmenes de libros, por lo que los distribuidores se los pueden dejar a mejor precio. Los hipermercados y la cadena FNAC venden sistemáticamente los libros (no de texto) con el **descuento del 5%** que permite la ley. Las librerías por norma respetan el precio fijado por el editor, aunque algunas tienen sistemas de descuentos por puntos.
- La ley permite aplicar cualquier descuento a los **libros de texto** (siempre que el PVP no resulte inferior al precio de compra). Los hipermercados y algunas cadenas los venden un 15%-25% por debajo del precio fijado por el editor. Las librerías pequeñas son las que más se ven afectadas por estos descuentos, puesto que los libros de texto representan un 30% de su facturación (un 16% para las medianas y grandes).<sup>32</sup> Entre las grandes, algunas especializadas en texto han cerrado (como la Castells en Barcelona), y muchas han dejado de venderlo.
- Los hipermercados, y crecientemente las cadenas, venden libros de impulso y bestsellers. Puesto que hacen compras centralizadas para todos sus establecimientos, en ocasiones **acapan las existencias** de forma que las librerías pequeñas quedan desabastecidas, justamente de los libros que más fácilmente venderían.
- En Cataluña y la Comunidad Valenciana, la cadena **cooperativa Abacus** se sirve de la ley catalana de cooperativas para vender los libros con un 15% de descuento (ver el recuadro *El caso de Abacus*).



Los aliados de las librerías menos grandes son la proximidad (desde según qué poblaciones o barrios no se acude frecuentemente a los centros urbanos o las grandes superficies), la especialización, que actúa como un blindaje (el público que busca esos libros no los encontrará en ningún otro sitio), la unión<sup>36</sup> y el precio fijo.

Cada año se abren unas 75 librerías, pero se cierran otras 90,<sup>35</sup> algunas de ellas emblemáticas como la Cinc d'Oros o la Tartessos en Barcelona. **A menos librerías, menos pluralidad.** Todos los gremios españoles del sector del libro (escritores, editoriales, industrias gráficas, distribuidores, libreros) apoyan *la necesaria existencia de una amplia red de librerías independientes como única garantía de una oferta cultural plural, diversa y de calidad de libros, al alcance de todos los ciudadanos.*<sup>37</sup>

Hay que decir que el creciente peso de cadenas e hipermercados en el mercado del libro les otorga también mucho **poder frente a las editoriales** grandes (no compran a las pequeñas): vender a través de pocas empresas se hace depender de ellas. Entre El Corte Inglés, Carrefour y FNAC venden el 32% del total de libros,<sup>38</sup> en ocasiones las editoriales hacen una versión de la cubierta de los libros especialmente

llamativa para los ejemplares que van a ser vendidos en grandes superficies.

### EL PRECIO DE LOS LIBROS

El precio medio de los libros es de 10-12 euros. Como al resto de bienes culturales, se les aplica un IVA del 4% (en algunos países es del 0%) para conseguir un precio de venta al público menor. En el gráfico de la página siguiente se muestra cómo se reparte en general ese precio (aunque cada trato de compra-venta puede ser todo un mundo).

Como ya hemos visto, por ley es el editor quien fija el precio de venta al público de los libros, y la librería o cualquier punto de venta al público lo puede reducir en un

<sup>34</sup> Federación de Gremios de Editores de España (FGEE): *Comercio Interior del Libro en España 2005*. FGEE, 2006.

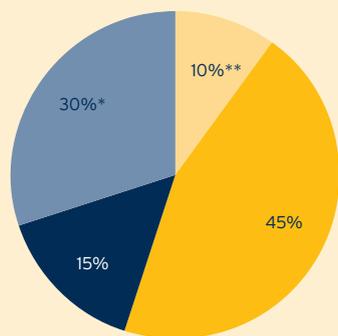
<sup>35</sup> CEGAL: *Las librerías independientes pierden cuota de mercado*. Nota de prensa, junio 2006.

<sup>36</sup> Algunas librerías se están agrupando para optimizar ya sea las compras, la gestión, la promoción, etc. (ver por ejemplo [www.totselsllibres.com](http://www.totselsllibres.com), [www.libreriasl.com](http://www.libreriasl.com), [www.conhuella.com](http://www.conhuella.com)).

<sup>37</sup> Nota de prensa conjunta de los distintos gremios, junio 2006.

<sup>38</sup> Xavi Ayén: *Los nuevos reyes del libro*. La Vanguardia, 27 de noviembre del 2005.

**CÓMO SE REPARTE EL PRECIO (PVP) DE UN LIBRO**



■ Distribuidor      ■ Autor  
 ■ Punto de venta      ■ Editorial

\* Los mayores se pueden quedar un 40%, quizás un 50%. En estos casos disminuye la parte de distribuidores y editores, que a cambio venden mucha más cantidad.

\*\* Este porcentaje puede ser más alto en el caso de escritores de renombre. Si el autor tiene agente literario, le dará la parte que acuerden entre ellos.

5% como máximo. Sólo se puede hacer un 10% de descuento en determinadas ferias y en el Día del Libro, y hasta un 15% en las ventas a bibliotecas, archivos y similares. Esta norma (que existe en la mayoría de países europeos) se concibió con la voluntad de garantizar igualdad de oportunidad de acceso a los libros para todos los ciudadanos y hacer que la competencia entre librerías no sea por precio, permitiendo una oferta plural y un mayor número de puntos de venta en beneficio del lector.

Existe un cierto debate sobre la conveniencia de la norma del precio fijo. En el Reino Unido, la norma del precio fijo se abolió en 1995, aunque los editores siguen marcando un PVP para los libros. Según el gremio de libreros británicos, desde entonces se han cerrado algunas librerías, sobre todo pequeñas, a la vez que aparecían muchísimos otros puntos de venta de libros (supermercados y similares). Los bestsellers se venden con descuento, más baratos que antes, mientras que el resto de libros se sigue vendiendo en las librerías al precio marcado por el editor (salvo ofertas por Navidades, por ejemplo), que ha subido desde entonces algo más que el IPC<sup>39</sup> (si tenemos en cuenta el incremento del IPC, hoy en España los libros son un

**LOS LIBROS DE TEXTO**

Los libros de texto son motivo de controversia por varios motivos. Por un lado, el sector librero es contrario al **descuento libre** que permite la ley.<sup>41</sup> Por otro lado, varias comunidades autónomas han establecido (o están en vías de hacerlo) sistemas de **gratuidad**, con el objetivo de reducir el gasto de las familias en la escolarización de sus hijos. Algunas proporcionan los libros a las escuelas y éstas los distribuyen cada año entre los alumnos, de forma que un mismo libro es usado durante más de un curso (se calculan cuatro de media); en Castilla-La Mancha, donde se aplica este modelo, al acabar el curso están en buenas condiciones para ser reutilizados un 95% de los libros. El sector sostiene que este modelo genera agravios comparativos entre alumnos porque a algunos sus padres les compran los libros nuevos; le parece más apropiado el modelo *cheque-libro*, un vale que la administración da a cada familia para que compre los libros, que evita el inconveniente anterior y la caída de las ventas de libros de texto.

Muchas AMPAs organizan por su cuenta la recogida de libros de un curso para otro. Aunque hay escuelas que no lo permiten o facilitan, estas iniciativas funcionan bien en muchos centros y ayudan a que los niños y niñas aprendan a mantener sus cosas en buen estado. Hay muchas variantes, por ejemplo en algún caso los libros usados llevan un exlibris que permite saber quiénes fueron sus anteriores usuarios. Las familias pueden pagar los libros que haya que comprar nuevos, pagar cada año una misma "tarifa plana" por los libros...

<sup>41</sup> La nueva Ley de la Lectura, el Libro y las Bibliotecas, en trámite de aprobación por las Cortes al cerrar este número, sustituye el descuento libre en los libros de texto por el precio libre (es decir, no será el editor sino el librero el que fijará el precio de venta al público). La diferencia es que así ningún comercio podrá usar la palabra "descuento" como reclamo, y que será más difícil comparar precios.

**EL CASO DE ABACUS**

Abacus es una **cooperativa de consumidores**, es decir: consumidores que se organizan para adquirir unos bienes conjuntamente y distribuirlos luego entre los socios; la razón de ser de esta compra colectiva es que permite a los socios acceder a los bienes a un precio mejor que el que pagarían por separado en un comercio cualquiera. Actualmente tiene unos 500.000 socios; para asociarse basta con ir a uno de sus establecimientos, rellenar una ficha y pagar 10 euros (no es necesario participar en el gobierno de la cooperativa, aunque todo socio puede hacerlo si quiere).

Abacus tiene 20 tiendas a través de las que distribuye libros (y juguetes, papelería y multimedia) a los socios y también vende al público en general. El precio de venta al público es el que marca el editor, y el que pagan los socios es un 12%-15% más barato. La ley del libro prohíbe vender los libros con más de un 5% de descuento, pero Abacus técnicamente no "vende" libros a sus socios sino que les distribuye los libros que "han comprado colectivamente". El gremio de libreros catalán considera que este funcionamiento constituye una competencia desleal para el resto de librerías, que por ley no pueden igualar sus precios.

10% más baratos que hace cinco años).<sup>40</sup> Hipermercados y similares venden todos los libros con descuento, pero los libros les llegan unas semanas más tarde que a las librerías (salvo algunos superéxitos).

<sup>39</sup> [www.booksellers.org.uk/industry/display\\_report.asp?id=444](http://www.booksellers.org.uk/industry/display_report.asp?id=444).

<sup>40</sup> Antonio M<sup>a</sup> 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  
 Comercio justo  
 Comercio ético

Y además:  
 Noticias del GDS  
 Dinero 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 títeres y muñecos de papel reciclado.

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

Información y suscripciones  
 93.219.83.39

**Salud, educación y ocio**

**Viure amb família**

El pare en la triana  
 Gaudir la maternitat  
 El vincle amb els nostres fills

Una revista independiente para madres y padres conscientes.

Ideas para una vida sana y natural para toda la familia.

Edita  
 Néixer i Créixer

sesamo

comida sin bestias

**COCINA VEGETARIANA para GOURMETS**

Cenas a la carta y menú al mediodía

C/ Sant Antoni Abat, 52 - BCN tel. 93 441 64 11  
 ◆ Sant Antoni (L2) [www.sesamo-bcn.com](http://www.sesamo-bcn.com)

Abierto de 13 a 17h y de 20 a 1h.  
 Cerrado domingo mediodía y todo el martes.

**futur**  
 restauración sostenible

Catering y Restaurantes  
 Productos biológicos  
 Menús vegetarianos  
 Comercio justo  
 Vajilla biodegradable  
 Recogida selectiva  
 Reinserción laboral

Fundació Futur · Hércules, 3 · Barcelona 08002 · 93 302 19 27  
[catering@fundaciofutur.org](mailto:catering@fundaciofutur.org) · [www.fundaciofutur.org](http://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](mailto:arccoop@pangea.org) - [www.arccoop.coop](http://www.arccoop.coop)

## 6 LO LEYERON, LO LEO, LO LEERÁN

Comprar menos objetos nuevos es una necesidad básica en nuestro mundo, para no seguir alimentando una economía desligada de la realidad física y de las necesidades reales de las personas. Los libros no son una excepción; en este caso, comprar menos libros nuevos también significa no contribuir a la deforestación ni a la escalada de novedades. Por otro lado hay que tener en cuenta que para una circulación libre de ideas y sensibilidades plurales en la sociedad es positivo que los lectores apoyemos a las editoriales y librerías independientes. Cada uno tendremos que balancear todas las consideraciones según nuestro criterio. Podemos cuestionarnos especialmente la compra de libros que leeríamos más por curiosidad que por mucho interés, o de los editados por empresas que no nos gustan, o de los que sabemos que vamos a leer sólo una vez...

Pero moderarnos al comprar libros nuevos no significa que nos tengamos que contener de leer: tenemos muchas vías de **acceso a libros** no nuevos que se leen igual de bien que los nuevos.

- **Prestarnos** libros entre amigos.
- Libros (y discos) se usan mucho como **regalo** comodín, cuando “no sabemos qué regalar”. Preguntémosnos si al recep-

tor le gusta leer, y si no es el caso o no lo podemos saber pensemos en otro regalo. Si le gusta leer, recordemos que el libro no tiene porqué ser necesariamente nuevo; le podemos regalar libros nuestros que ya no vayamos a querer leer de nuevo, o también le podemos regalar la oportunidad de leerlos, es decir: pres-társelos durante un tiempo. De esta forma puede acceder a más libros que si le compramos uno, y nos sale más barato.

- Los **libros electrónicos** permiten leer un libro sin tener que producirlo en papel,<sup>42</sup> pero hoy por hoy leer de la pantalla es para mucha gente más incómodo que leer del papel, así que quizás al cabo de unas páginas tendremos ganas de imprimirlo igualmente, obteniendo un ejemplar más incómodo que uno editado normal, o de comprarlo. Recientemente han salido las pantallas-libro que quizás salven estos inconvenientes.<sup>43</sup>
- Acudir a **bibliotecas** (ver a continuación). También, en algunos restaurantes, ateneos, cafés... hay bolsas de libros, para leer en el local o para llevarse.

### LAS BIBLIOTECAS

Las bibliotecas posibilitan un acceso gratuito y universal a los libros. Por ley todo municipio de más de 5.000 habitantes

debe tener una, y se suelen financiar entre el ayuntamiento y la comunidad autónoma, que es quien tiene la competencia de la gestión. Hoy en España hay unas 3.600 bibliotecas públicas, y también las hay privadas (aunque de acceso gratuito); las más extendidas son las de las cajas de ahorros.

Todas suelen tener un apartado de libros de consulta en distintos campos de conocimiento, uno de libro infantil y juvenil, uno de literatura y un apartado de libros sobre el barrio o la comarca donde están ubicadas. El surtido del fondo varía con el tamaño del municipio, pero en general cualquier biblioteca nos puede mandar a buscar un libro que está en otra, a veces pagando alguna pequeña cantidad (algunas bibliotecas forman parte de una red o mantienen convenios que agilizan este trámite).

Además de permitirnos leer o tomar prestados los libros, la mayoría de bibliotecas ofrecen varios otros servicios:

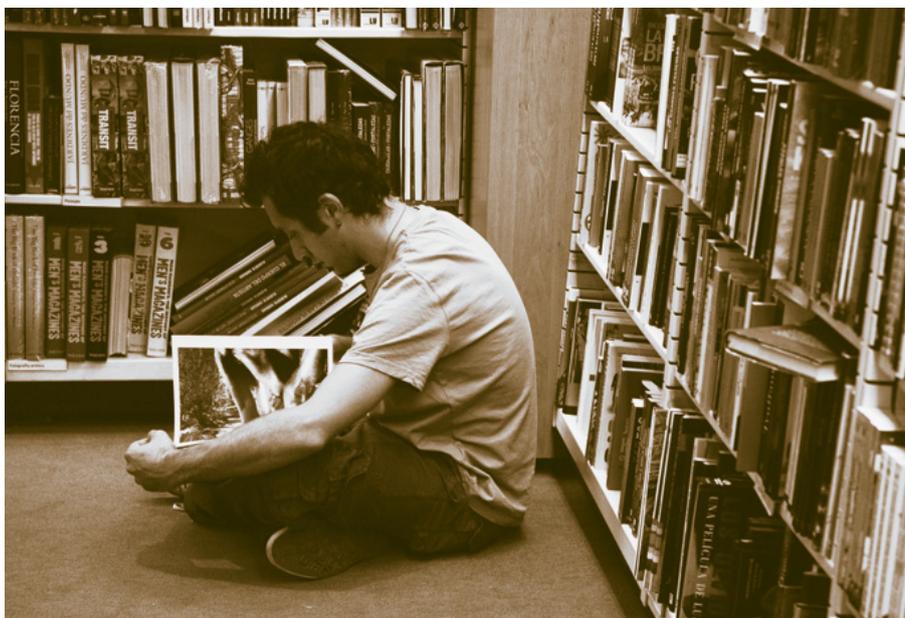
- Leer o tomar prestadas **revistas** muy variadas y **periódicos** del día y, frecuentemente, de unos días anteriores. También, cada vez más bibliotecas van incorporando apartados de **video y música**.
- Acceso gratuito a **internet**.
- Servicio de **información**: una de las tareas de los bibliotecarios es responder a cualquier pregunta que les hagamos, desde cómo quitar una mancha de fruta hasta cómo preparar un viaje.
- Si el municipio tiene censados más de 500 extranjeros de un país debe haber un fondo en la **lengua** correspondiente.
- Las bibliotecas suelen organizar **actos culturales** relacionados con la lectura como libro-fóruns o cursos de alfabetización de adultos.

### LARGA VIDA A LOS LIBROS

Los libros son objetos de materiales perecederos (inevitablemente el papel se oxida)

<sup>42</sup> En [www.gutenberg.org](http://www.gutenberg.org) podemos obtener gratuitamente casi 20.000 títulos, para los que la reserva de los derechos de copia ha expirado.

<sup>43</sup> Ver por ejemplo [products.sel.sony.com/pa/prs/?DCMP=reader&HQS=showcase\\_reader](http://products.sel.sony.com/pa/prs/?DCMP=reader&HQS=showcase_reader).



y en algunos también el contenido lo es (libros de conocimientos en general). Sin embargo, tienen una vida suficientemente larga como para ser leídos muchas veces (uno mismo u otras personas), para lo cual ayuda que los mantengamos en buen estado (pero tengamos presente también que no tienen que estar impecables para ser leídos). En el caso de libros tomados de las bibliotecas, si se deterioran habrá que reponerlos y el presupuesto para la compra de libros nuevos se verá menguado.

**Al comprarlo** Los libros se pueden encuadernar de dos formas. Los **religados** constan de varios pliegos de páginas cosidas, encolados o cosidos al lomo (mirando el lomo por encima o por debajo vemos los distintos “libritos”). Mientras que en los de **encuadernación americana** las hojas sueltas se encolan directamente al lomo. En estos libros las hojas se desencolan muy fácilmente, por lo que es preferible el religado, especialmente para libros que se usen mucho (recetas, diccionarios, los de bibliotecas...).

**Mientras lo leemos** Mientras estamos leyendo un libro, éste sufre un desgaste considerable: convivimos durante muchos días con él, lo llevamos en nuestro bolso o mochila, lo utilizamos en un parque, la piscina o la playa... Algunos trucos para conservarlos:

- **Forrar los libros** para protegerlos y resguardarlos de la suciedad, evitando que el celo toque el libro. En los de tapas muy blandas (por ejemplo los de bolsillo), usar forros **no adhesivos** de plástico un poco grueso, para dar rigidez a las tapas y protegerlas de golpes (si el plástico no es suficientemente grueso no cumple su cometido y toma un tacto desagradable con el calor). En los de tapa dura podemos usar papel, preferentemente sin tinta para no manchar el libro ni nuestras manos; así podemos utilizar ese espacio para tomar notas sobre la obra. O podemos reutilizar el forro con otros libros, o como papel de sucio.
- **Retirar la sobrecubierta.** Algunos libros con tapa dura llevan una sobrecubierta, normalmente de papel, que protege el libro, informa sobre su contenido y decora. Habitualmente, al no ser un pliego fijado al volumen, durante la

lectura lo desplazamos y sobresale por la parte superior o la parte inferior, y se dobla, rasga y deteriora, con lo que el libro parece que envejece. Retiremos esa sobrecubierta mientras leemos.

- No usar **marcapáginas** gruesos, ya que pueden ayudar a descuadernar el libro. Un marcapáginas de cartulina o papel (podemos hacerlos nosotros fácilmente) es suficiente para recordarnos en qué página dejamos la lectura.
- **No abrir del todo** el libro, para evitar descuadernarlo. Los libros de estudio u obras de consulta sí se tienen que abrir 180°, por eso se editan en volúmenes gruesos en los que las páginas no tocan el lomo al abrirse. Si está abierto encima de una superficie, no le pongamos pesos encima.
- **No escribamos** en él con algo que no se pueda borrar bien.
- Cuando transportemos un libro en nuestra mochila o bolso podemos llevarlo **dentro de una bolsa** de plástico o tela, para disminuir el impacto de los golpes, prevenir rozaduras y manchas y evitar que los bordes se doblen.

### Guardarlo en casa

- Mantener los libros **bien verticales** en las estanterías; si están torcidos se van deformando. **No los apilemos** horizontalmente, ya que el peso de los de encima iría deformando a los de abajo.
- Evitemos colocar libros en lugares con **humedad** para prevenir que sean atacados por hongos, o donde les dé el **sol** directamente.
- **Quitarles el polvo** regularmente, o guardarlos dentro de una vitrina, ya que el polvo mancha.
- En los libros más viejos las bacterias se van “comiendo” el papel. Mejor mantener los nuevos a parte para que no se contagien.

### Algunas fuentes de información que hemos consultado

**Empresas** del sector (Abacus cooperativa, Casa del Libro, Gramagraf, Icaria editorial, Indústria Gràfica Frapé, Llibreria Bosch, Traficantes de Sueños), **organizaciones gremiales** (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), **entidades** relacionadas (Centro Español de Derechos Reprográficos, Servei de Biblioteques de la Diputació de Barcelona), **expertos** (Nichola Chalton, Julián Díez, Alberto García-Teresa, David G. Panadero, Ana Reyes), **organizaciones ecologistas** (Greenpeace), **publicaciones** (revista Delibros, varios libros) y las que aparecen referenciadas como notas al pie.



### ¿ALGUIEN MÁS QUIERE LEERLO?

Una vez leído, si no queremos conservar el libro (para prestarlo a amigos, para formar una biblioteca particular, para releerlo habitualmente), tenemos muchas formas de hacer que llegue a otros lectores.

- **Regalarlo** a amigos.
- Donarlo a **escuelas**.
- Donarlo a entidades que los hacen llegar a **países o colectivos con pocos recursos**, como Bibliotecarios Sin Fronteras ([www.bibliotecaris.org/jom\\_bib/bibliotecaris-sense-fronteres.html](http://www.bibliotecaris.org/jom_bib/bibliotecaris-sense-fronteres.html)) o InterLibros ([www.interlibros.org](http://www.interlibros.org)).
- Llevarlo a una feria de **intercambio** o una tienda de **segunda mano**.
- Liberarlo al sistema de **bookcrossing** (ver la sección *Ideas* del núm. 14 de *Opciones*, disponible en [www.opcions.org/cast/opcions/banca.html](http://www.opcions.org/cast/opcions/banca.html)).
- **Donarlo a bibliotecas.** En general las bibliotecas son muy selectivas, para evitar convertirse en un vertedero de libros. Algunas organizan mercados de intercambio de libros usados, o son puntos de *bookcrossing*.
- La última opción sería dejarlos apilados **al lado del contenedor** para papel; siempre hay alguien que se los lleva.