

EL TEMPS

DIRECCIÓ, ADMINISTRACIÓ, PUBLICITAT I VENDES: Avda. del Baró de Cárker, 40, 13. 46001 València. Telèfon: (96) 352 48 69. Fax: (96) 352 09 83.

REDACCIÓ DE BARCELONA: Carrer de Casanova, 46, 4-2. 08011 Barcelona. Telèfon: (93) 323 00 71. Fax: (93) 323 35 41.

REDACCIÓ DE MALLORCA: Plaça de Caterina de Thomàs, 4. 4rt, B. 07001 Palma de Mallorca. Telèfon: (971) 72 07 63.

EDITA: Edicions del País Valencià, SA.
PRESIDENT: Rafael Mansanet.
EDITOR: Eliseu Climent.

DIRECTOR: Oriol Castany.
CAP DE REDACCIÓ: Miquel Alberola.

REDACCIÓ DE VALÈNCIA: Ismael L. Belda, Ignasi Pellicer, Xulio Ricardo Trigo, Jordi Sebastià.

REDACCIÓ DE BARCELONA: Eduard Company, Silvia Monfort, Pere Martí, Eduard Voltas, Xavier Duran, Albert Punsola.

REDACCIÓ DE MALLORCA: Miquel Payaras.

CORRESPONSALS: M.C. Grau (Andorra), Cinta Bellmunt (Tarragona), Patricia Alberola (Alacant), Xevi Planas (Girona), Univers Bertrana (Perpinyà).

FOTÒGRAFS: Joan Celià, Rafa Gil, Jordi Morera.

IL·LUSTRADORS: Salva Llosà, Sento.

RÚBRIQUES: Àngels Barceló, Ramon Barnils, Pere Calders, Fabià Estapé, Joan F. Mira, Joan de Sagarra, Josep Sandoval.

COL·LABORADORS: Antoni Albalat, Andreu Alfaro, Adolf Beltran, Francesc Bueno, Joan A. Benach, Francesc Caballero, Carles Capdevila, Antoni Castel, Jaume Comellas, Santiago Cucurella, Martí Domínguez, Llibert Ferrí, Carles Gàmez, Manuel Garcia, Daniel Giralt Miracle, José Luis Guàrdia, Juan M. Játiva, Enric A. Llobregat, Josep M. Lloró, Assumpció Maresma, Josep V. Marqués, Albert Mas Grieria, Ramon Miravittles, Josep Morell, Vera Orlova, Sergi Pàmies, Josep M. Pasqual, Vicent Partal, Toni Picazo, Miquel Porta Perales, Antoni Reig, André Ricard, Màrius Serra, Josep Lluís Sirera, Lluç Soler, Andreu Soterra, Ferran Torrent, Manuel Vázquez Montalbán, Vicens Villatoro.

ARXIU: Jesús Prats (Fotografia).

PUBLICITAT I PROMOCIÓ: Jordi Enguix (Cap de publicitat), Joana Vallés (Barcelona).

SUBSCRIPCIONS: Begonya Pardo.

PRODUCCIÓ: Francesc Sellés, (Correcció lingüística), Lina Casanovas (Maquetació), Faust Ripoll (Edició).

DISSENY: Enric Satué.

FOTOMECÀNICA: Gràfiques Papallona, Anón, Selectrom.

IMPRESSIÓ: Gràfiques Morvedre.

DIPÒSIT LEGAL: V.853-1984
Sol·licitat control d'OJD

Cap part d'aquesta publicació pot ser reproduïda per cap mitjà, ja sigui mecànic, fotoquímica, electroòptica, magnètica, de fotocòpia, o qualsevol altre, sense previ permís de l'editor.

Molts llibres i pocs lectors

S'ha pensat durant molts anys que la cultura catalana era sobretot una cultura de llibres, que gràcies als llibres s'havia mantingut —sobretot en els temps més negres—, i que escriptors, editors i lectors formaven en realitat el nucli més dur, i el gruix més visible, d'aquesta cultura. Si l'idioma ha estat i és allò que més manifesta la nostra especificitat cultural, el llibre és el seu vehicle privilegiat d'expressió i de difusió. Cada "renaixença", represa o recuperació ha anat acompanyada —o fins i tot ha consistit sobretot en— d'una represa de la producció editorial.

Fins al punt que la "normalitat" en la publicació de llibres ha estat sovint considerada com el senyal més clar de la vitalitat i normalitat de la cultura en conjunt. Aquesta idea és encara vigent, amb major o menor fonament real, i durant un temps ha donat ales a un cert optimisme: un país relativament petit com el nostre que, amb tots els entrebancs i limitacions que sabem, publica més de 4.000 llibres cada any en la llengua pròpia, és un país que gaudeix d'un nivell de vitalitat cultural (en aquesta llengua pròpia) pràcticament normal, comparable al de moltes altres societats de les mateixes dimensions, i fins i tot superior al d'algunes.

Això, però, ha resultat ser més un miratge que una realitat sòlida i ferma. Només cal llegir l'anàlisi que en feia l'editor Romà Cuyàs en el número passat d'EL TEMPS (i que continuarà en el número pròxim). Després de deu anys amb institucions polítiques pròpies i competents en la matèria, després de deu anys també d'oficialitat del català, i d'ensenyament de i en català, es tenia dret a esperar una situació menys trista que la definida per aquests quatre punts: 1) l'edició en català encara no és negoci, no hi ha empreses del volum que caldria, i ha de seguir amb una gran dosi de voluntarisme i marginalitat; 2) el llibre català és encara "de peatge", més car que l'equivalent castellà, o subvencionat; 3) l'edició en català ha deixat de créixer en nombre de títols, i ha començat a baixar en exemplars venuts per títols; i 4) els editors depenen desproporcionadament d'un mercat captiu com és el llibre de text i les lectures escolars. Tot això no és normal, ni de lluny. No és cap signe de salut cultural, sinó d'una malaltia difícilment curable. I la causa fonamental de la anormalitat i de la malaltia és molt clara: la nostra societat, en conjunt (a Catalunya, al País Valencià o a les Illes) continua encara tan dominada pel castellà en el camp de l'edició i de la lectura com ho està en tots els altres camps. La gran majoria dels catalanoparlants són "castellanolectors", i la major part de les necessitats de lectura del nostre públic són cobertes en castellà: *best-sellers*, fascicles, llibre barat i de butxaca, lectura funcional... El castellà domina els quioscos de manera quasi total, domina la lectura de diaris i de tota mena de revistes. I domina també globalment el mercat del llibre. Mentre el nostre públic siga majoritàriament lector en castellà, ... l'edició en català serà minoritària, deficitària, marginal, complementària, o producte d'una decisió conscient que el castellà no necessita. Les dificultats econòmiques de les editorials són resultat d'unes dificultats molt més àmplies i profundes de la llengua i de la societat.

Així, mentre aquestes mancances de base (al nostre país, el castellà encara és molt més normal que el català) no comencen a ser resoltes, el llibre català haurà de patir-ne necessàriament. És clar que les institucions públiques podrien fer l'esforç compensatori suficient... però no el fan. No el fan en favor del llibre, com no el fan en altres camps de l'ús social de la llengua. I tanmateix, és un esforç que haurien de fer, públicament i sense vergonya. El llibre català, deixat a les lleis del mercat, no pot competir, en les condicions actuals, amb la potència editorial castellana. Cal, per tant, prendre mesures molt fortes, intel·ligents i decidides. En promoció a gran escala (¿què fan les nostres televisions?), en publicitat subvencionada, en ajudes econòmiques multiplicats. La responsabilitat bàsica de les institucions no és multiplicar el nombre de títols, sinó el nombre de lectors. Exactament el contrari del que fan.

