


Famílies... parlem-ne
M. Jesús Comellas

Créixer sense competitivitat

Per què sembla que no podem motivar la canalla o potser ni a nosaltres mateixos amb el que fem i el que ens proposem si no ho fem en comparació amb altres persones? Fer una cursa a l'escola, fer un dibuix, anar d'excursió, jugar una partida de qual-sevol joc o esport ens posa, sempre, en relació amb altres persones que, de ben segur, tenen diferents habilitats, facilitats o dificultats.

Què hi pesa més? ¿Guanyar el partit o jugar encara que no es pugui ser l'estrella? Fer el millor dibuix? ¿Poder arribar abans que els altres o caminar tranquil·lament mentre anem xerrant? ¿No és més agradable poder mirar les flors del camí plegats o, fins i tot, compartir el pes de les bosses si algú té dificultats? Definitivament no és bo esperar al final de l'activitat per trobar la millor ocasió, el moment de glòria, per comparar-se i mostrar qui som. Aquesta comparació massa general és poc sana quan és el que ens mou a l'hora de fer activitats, ja que es perd la mirada entre allò que sabia fer i allò que he après, entre jugar, compartir i divertir-nos o focalitzar-ho tot únicament en la satisfacció de guanyar.

Tenir noves experiències o preguntar als altres com s'ho fan per descobrir coses noves pot ser un bon exemple si el que busquem és fer les coses d'una altra manera i deixar de potenciar la idea de "A veure com ens espavilem que si aquest ho fa tu pots fer-ho encara millor", un pensament massa integrat en les notes escolars i en les activitats infantils. Si no es valora més el creixement personal s'entra en aquesta espiral de competitivitat ferotge que, malgrat ser tan freqüent, no és una manera sana de relacionar-se i sovint genera més insatisfacció que il·lusions i tranquil·litat. Està clar que això passa a tots els camps i la paraula *més* està sempre molt present: he crescut més, tinc la bici més xula, he sigut més ràpid... Frases com aquestes, però, ens permeten constatar que en aquesta cursa hi perd tothom, no només perquè s'exigeix que tothom sigui el millor sinó perquè es posa en evidència la pèrdua de seguretat i la poca satisfacció personal.

És important no forçar i mirar de sentir satisfacció pel que s'ha fet, perquè, sigui com sigui cada persona, tothom pot estimular la pròpia satisfacció i evitar la solitud i la por de perdre el lloc que tothom vol ocupar.

Maria Jesús Comellas és doctora en psicologia i pedagoga



Petites editoria

Fer llibres amb personalitat és la manera de diferenciar-se

NÚRIA JUANICO

Comparteixen un disseny: que la vida dels seus llibres per a infants sigui llarga. Són editorials físicament petites, amb una o dues persones en dedicació exclusiva i tiratges que no superen els 2.000 exemplars. Publiquen menys de 10 títols a l'any, però a tots els aboquen l'esperança que sobrevisquin als prestatges de les llibreries i no acabin relegats al magatzem. "Hi ha una invasió de llibres al mercat que és insostenible", explica l'editora de Babulinka Books, Mar González. Ella és partidària de dedicar temps a elaborar cada títol i treballar "perquè tinguin recorregut". De fet, no és l'única que pensa així. Segells com Cal·lígraf, Takatuka i Flamboyant també opten per publicar poc però cuidant cada detall dels llibres, elaborant-los d'una manera gairebé artesanal.

Ecologia i proximitat

L'editorial Cal·lígraf va irrompre l'any passat al mercat literari infantil amb *Piu-piu*, un títol que

exemplifica aquesta filosofia. "No busquem llibres normals, volem sortir de l'estàndard", assegura l'editor del segell, Ramon Moreno. Per això el seu primer volum és poc comú, sobretot en termes estètics. L'obra, de Dani Torrent, té el lloc a la part superior del llibre i està escrit en vers. Les il·lustracions no han passat per cap ordinador, sinó que s'han pintat manualment, utilitzant aquarel·les i seguint una tècnica japonesa. El text s'ha cal·lígrafat a mà, fins i tot el de la portada. "Tot plegat persegueix l'objectiu de distingir-nos gràcies a llibres molt cuidats", diu Moreno.

Babulinka Books també aposta per cuidar els detalls visuals amb la finalitat de donar valor afegit als seus títols. La ubicació dels números de pàgina, el tipus de lletra i un plec dibuixat a la portada són alguns dels elements que els diferencien de la resta de segells. A més, tant Babulinka Books com Takatuka es regeixen pels principis de l'empresariat responsa-

ble. Les dues empreses utilitzen paper reciclat i imprimeixen a Catalunya per potenciar l'economia de proximitat. "Som conscients que el material ecològic encareix el producte, però no per això deixarem d'apostar-hi", admet l'editor de Takatuka, Patric de San Pedro. Per a ell, "cada àlbum és un procés de creació que ha de transmetre uns valors", de manera que els títols reflecteixin la manera de pensar de l'editorial.

Més enllà de les formes, els segells també es defineixen pels continguts. Trobar títols que encaixin amb les seves expectatives no és fàcil, sobretot perquè una de les seves intencions és allunyar-se de les modes i impulsar obres que destaquin per la seva

originalitat. Des de Takatuka, defensen que "no hi ha temes per a nens i temes per a adults, sinó diferents maneres d'abordar-los". De San Pedro subratlla que no estan "tancats a res" però que busquen "històries narratives amb humor i sensibilitat". El 2011 van atrevir-se amb *A la garjola*, d'Henri Meunier i Nathalie Choux, que narra la història d'una immigrant que és arrestada per la policia perquè no té els papers en regla. Lluny del dramatismes i la tragèdia, l'obra reflexiona sobre el racisme i la intolerància portant el relat a l'extrem. "Després de detenir la dona, els agents també demanen la documentació de residència als ocells i al sol. L'estrella acaba a la presó perquè prové de l'Orient", explica l'editor.

Un llibre, un nou destí

La resposta del públic és una incògnita que pot capgirar el destí d'un segell. Si més no, així ho van viure les dues sòcies de Flamboyant, que el 2012 van decidir aturar l'editorial davant una crisi econòmica que les superava. "Tot just feia dos anys que havíem començat i no teníem prou fons per aguantar la davallada general de les vendes", reconeix una de les editoras, Eva Jiménez. Fins aleshores, s'havien allunyat dels títols més comercials i no volien abandonar aquesta línia, així que van optar per posar pausa al segell. Però *El monstre de colors*, d'Anna Llenas, un dels últims títols del 2012, els va portar una enorme sorpresa. La bona rebuda del llibre per part de lectors, mestres, pares i mares va comportar que el 2013 fos "el millor any de Flamboyant", malgrat que no van publicar cap nou títol. Aquest fenomen les ha empès a posar en marxa nous projectes que alimenten la línia editorial inicial, basada a "impulsar històries especials que

"Volem històries narrades amb humor i sensibilitat", diu l'editor de Takatuka



APOSTA. Mar González, editora de Babulinka Books, defensa l'edició de pocs llibres però de molta qualitat. FRANCESC MELCION

ls, grans joies literàries



REPTE. Eva Jiménez, editora de Flamboyant, reconeix que el camí per tirar endavant l'editorial no és gens fàcil. PERE VIRGILI

Un llarg recorregut 25 anys de vida

Han canviat molt les coses d'ençà que l'Editorial Combel es va posar en marxa, el 1989. "Vam començar publicant llibres a preu baix i enfocats a l'entreteniment", confessa la cap d'edicions del segell, Noemí Mercadé. La introducció de la col·lecció *El Cavall Volador* als anys 90 va marcar el primer moment de canvi de l'editorial, que va apostar per llibres de més qualitat. Més tard, el 2004, la publicació d'*Un punt vermell*, de David A. Carter, va suposar un nou salt en la seva trajectòria. L'obra, que desplega fascinants construccions de paper, va convertir-se en un llibre de culte que llegien tant lectors infantils com adults. Davant d'aquest fenomen, Combel va decidir tirar-se a la piscina i impulsar obres desplegables (*pop-ups*) de creació pròpia. "A Catalunya no hi havia tradició d'enginyers de paper com als Estats Units", explica Mercadé, que recorda que "els autors van haver d'aprendre a crear *pop-ups* de manera autodidacta". Aquella aposta que fa uns anys els feia por, ara els ha convertit en una editorial de referència. "El mercat internacional es fixa en nosaltres, i això ens obliga a renovar cada any les nostres idees", assenyala l'editora, que rep aquest fet com "un estímul i un motor per continuar endavant".

ensenyin als nens i nenes a apreciar els contes i l'art", diu Jiménez. A part del contingut, les il·lustracions també juguen un paper cabdal en l'obra i marquen el perfil de cada editorial. En aquest sentit, tant Cal·lígraf com Babulinka, Takatuka i Flamboyant coincideixen a rebutjar els tons estridents i llampanants i, en la mesura del possible, els dibuixos fets amb ordinador. Els colors clars i les aquarel·les predominen entre els seus llibres, malgrat que cada segell s'adapta a la història, l'autor i l'il·lustrador. "Alguns treballen només

a mà però d'altres, sobretot els més joves, ja surten de la universitat amb l'ordinador com a eina de treball", assenyala Jiménez, que explica que, des de Flamboyant volen "oferir varietat perquè el lector reconegui cada estil d'il·lustració i es creï el seu propi criteri". Per a elles, l'àlbum il·lustrat representa "la cohesió perfecta entre imatge i text" i, per tant, cada llibre és una obra d'art.

No tot són flors i violes
Però sobreviure en un entorn constantment farcit de nous títols no és fàcil, i la feina dels editors

no s'acaba quan el llibre surt publicat. "Hi ha molta competència i és molt difícil encertar-la", diu Jiménez, que considera que el mercat està polaritzat, de manera que "o vens molt, o no vens gens". Per combatre aquesta situació, treballen per "establir aliances amb els llibreters, que són fonamentals", diu l'editora de Babulinka. A través de presentacions, trobades amb els lectors, activitats a les llibreries i xerrades a les escoles, cada segell intenta treure el cap i fer-se veure una mica des de dins d'aquest mar de novetats literàries.

Neix Nandibú Nova aposta de Pagès Editors

Amb 25 anys d'història i prop de 80 col·leccions diferents publicades, Pagès Editors trepitja per primera vegada el món del llibre infantil i juvenil. I ho fa a través de Nandibú, una nova línia editorial que neix amb sis col·leccions i la previsió de publicar 30 títols a l'any. Una de les seves fites és reeditar clàssics que han caigut en l'oblit, com *El petit ós polar* i *El gat amb botes*. "Volem recuperar títols que van triomfar anys enrere", apunta l'editora de la línia, Alba Besora. Més enllà dels clàssics, Nandibú també vol aportar "una mirada nova i fresca al mercat amb autors que triomfen arreu del món", afirma Besora. De moment, han entrat al mercat amb *Bestiolar*, de Joana Raspall, el primer recull de tots els poemes sobre animals de l'autora. L'editorial va publicar el llibre al setembre i ja n'ha encetat una segona edició.

No us perdeu l'Expoelèctric Fórmula-e

Barcelona s'està convertint en un pol de referència de la mobilitat elèctrica i dels vehicles eficients. I hi està ajudant especialment la consolidació del saló Expoelèctric Fórmula-e, que aquest cap de setmana està celebrant la seva 4a edició, altre cop a l'Arc de Triomf. Amb dues jornades sobretot enfocades al públic professional, dijous i ahir divendres, és



avui i demà -matí i tarda- que el saló s'obre també al públic en general, amb els estands de totes les empreses participants i les activitats paral·leles pensades per a les famílies amb canalla, que inclouen circuit de motos elèctriques, de bicicletes elèctriques, jocs infantils, rutes pel Parc de la Ciutadella o -demà- l'e-Concert, a càrrec del cor In Crescendo.

