



Orain testua irakurri eta …



**Zergatik irakurri?**

**Xabier Paia,** *Berria egunkarian*

2018ko martxoak 27

Marketina behar ez ditugun gauzak erosteko premia edo gogoa sorrarazteko artea da. Unibertsitateetan esaten dute produktuen komertzializazioa hobetzeko teknika eta ikerketen multzoa dela, baina ezaguna da akademiaren gotorlekuok ez dutela beti egia esaten. Marketina da desirarazten dizkizuna pantailako iragarkien bidez usaindu ez dituzun lurrunak, legezko abiaduratik gorako debaldeko kilometro ugari eskaintzen dizkizuten autoak eta erosketa-organ sarrarazten dizkizuna aurreikusi gabeko pakete horiek.

Gure gogoaren hariak mugitzeko trebezia duten adituen arabera, gure eros-nahia, edozein *homo consumens*-ena bezala, limurgarria da. Hain limurgarria non behin, elkarri jotako erronka batean, adituok bost motibo definitu zituzten, adibidez, euskal herritar batek liburu bat eros zezan. Bost motibo horietariko bat aktibatu ezean, liburuak hurrengo asteko loteriako zenbaki sariduna esanda ere, inork ez zukeen erosiko. Eta marketineko ohiko teknikei jarraiki, adituek bost hizkiko laburtzapen bat bilatu zuten bost motiboen lehen letrak sartzeko: amuki. Letren aukeraketa ez ezik, hitzaren esanahia ere egokia zen, liburuak erosteko kanaberaren amuan jarri beharreko beitak edo karnatak biltzen baitzituen.

Amodioa liburuak erosteko motibo indartsua da. Zenbat aldiz eman diogu liburu bat opari maite dugun norbaiti? Irakurketa opari maitagarria da, merkea eta fama onekoa. Pentsatzen dut datua lortzea ezinezkoa izango dela, baina gustura jakingo nuke saltzen diren 10 liburutatik zenbat ateratzen diren dendatik paperetan bilduta.

M letra modari dagokio. Ez dira janztekoak, baina liburu batzuk modan daudelako irakurtzen ditugu. *Fifty Shades of Grey*, *Harry Potter*, *The Pillars of the* *Earth*, *The Boy in the Striped Pyjamas*... liburu-dendetako erakusleihoetan irentsitako amuak dira. Tamalez, euskal liburuak ez dira oso modakoak izaten, eta izaten diren apurrei aparraldiak ez die luzaro irauten. Horren adierazgarri da urtero ekoizten den liburu kopuruaren laurdena baino gutxiago baino ez dela izaten berrargitalpena. Modaz pasatzen diren liburuek apalean jarraitzen dute, baina akuiluren bat behar izaten dute erosleren baten begirada bereganatzeko.

Urguilua erosteko beste motibo bat da: zein da irakurri duzun azken liburua? Irakurri duzu Eider Rodriguezen azkena? Eta Aranbururena? Eta... Gezurra badirudi ere, liburuak irakurtzeko motibo eraginkorrenetako bat presio soziala da. Izan ere, aurreko edozein galderari erantzun negatiboa emateak efektu gutxieslea du igorlearengan... Askok esango du urtean Euskal Herrian 2.000 liburu baino gehiago argitaratzen direla, eta ez dagoela horiek guztiak irakurtzeko astirik 365 egunetan... «Durangon erosten diren guztiak irakurriko balira» esango du baten batek... Ez litzateke txarra izango urtean 12 liburu irakurtzeko erronka masiboa abiatzea, baina... erronken kartutxo guztiak XXI. mendearen hasieran erre ziren.

Kitzika, plazera, gozamena, gizakiaren erabaki ugari ulertzeko motibo nagusia da. Segurtasuna eta erosotasuna gustuko ditugun bezala, gustuko dugu gozatzea, ongi pasatzea, desirak betetzea eta une kitzikagarriak igarotzea. Auskalo zein izango den euskal literaturako hamar izenburu plazertsuenen zerrenda; ziurrenik, bestelako gozamenetan bezala, urlia berotuko duena desatsegina izango zaio sendiari eta berendia ez hotz ez bero utziko du.

Azken motiboa interesa da, ezagutza eskuratzeko edo jakin-mina asetzeko gogoa. Bizitzako ekuazio askoren erantzun bila jotzen dugu liburuetara, edo gure zaletasun baten inguruko jakinduria hedatzeko. Amuak amu, amukiak amuki, kanabera hobea baino zerbait gehiago beharko du euskal literaturak kontsumoa areagotzeko, baita hurrengo mendeetan ere.

