

Què pensen les editorials de fora de l'àrea metropolitana de Barcelona?

Hi ha o no una literatura o una cultura de perifèria? Es pot establir com una equivalència amb "diferència" però amb el valor afegit de "mancada de poder institucional"? Els centres de producció editorial i cultural situats fora dels grans circuits de comercialització o dels focus de producció pretenen reproduir el mateix sistema, és a dir, constituir-se en nous centres de referència? O es tracta de centres que aprofiten la seva situació al marge per plantejar la perifèria com una diferència de model de producte o de relació cultural que potser no trobaria un lloc en els esquemes consolidats de la cultura institucionalitzada? Les publi-

cacions d'àmbit més local i amb circuits de distribució més limitats tenen un impacte local més fort perquè tant des de la publicació com des del públic es coneixen molt millor els referents i les expectatives? Això condiciona un perfil d'empresa i de producte editorial? Aquestes condicions constitueixen una primera plataforma de llançament per a gent que d'entrada ho tindria més difícil per arribar a publicar? Hi ha una voluntat d'aportar coses al panorama literari que suposin un trencament temàtic o referencial per al lector?

Edicions Cossetània

Tradicionalment a Catalunya les editorials s'han concentrat a l'àrea metropolitana de Barcelona i aquesta, a la vegada, ha esdevingut un centre editor de primer ordre no únicament de llengua catalana sinó també de llengua castellana. Per tant, a Catalunya ens trobem amb un sector editorial fort, que a més ha decidit apostar per la producció en català d'obres amb importants tiratges -prova d'això és la compra de Columna per part de Planeta-, i molt concentrat en una determinada zona. L'existència a les comarques meridionals de Catalunya i concretament a la zona del Camp de Tarragona de tres editorials: El Mèdol, Cossetània i Arola, ha convertit aquesta petita concentració en la més gran de Catalunya fora de l'àrea metropolitana. D'entrada, això és un element interessant per a la cultura de les nostres comarques ja que, per proximitat, un important nombre d'autors que han editat llibres amb nosaltres són de les comarques meridionals. De tota manera que siguem una editorial ubicada a "comarques" -terme que s'utilitza per situar tot allò que no es troba a l'àrea metropolitana- no ha d'implicar que els nostres productes vagin destinats únicament a potencials lectors de "comarques" sinó que pretenem que els nostres lectors siguin la globalitat de la població de parla catalana.

L'anomenada "perifèria" ens pot afavorir a confeccionar un tipus de producte que pot ser més proper als lectors i ens pot ajudar a entendre unes inquietuds que a vegades els poden ser més llunyanes als cercles culturals barcelonins, però no ens ha d'impedir tenir l'ambició de generar productes d'interès per a persones de qualsevol indret. A més, des de les nostres editorials podem promocionar obres i autors d'aquí cap a la resta de comarques de parla catalana. La producció, en el sentit estricte de la fabricació de productes editorials, i la logística, la distribució dels nostres llibres a tota la geografia catalana, es resol amb els mitjans de què es disposa actualment de la mateixa manera, sigui quina sigui la ubicació de l'editorial. Per tant, en aquest aspecte tenim si fa o no fa els mateixos avantatges o inconvenients que una editorial amb seu a Esplugues de Llobregat, per posar un exemple. Per altra part, podem i hem d'oferir la mateixa qualitat física dels nostres llibres que la que ens presenten les editorials de l'àrea metropolitana. En tot cas, el nostre repte és promocionar els nostres productes i les nostres editorials cap a tots els potencials lectors de parla catalana. És en aquest sentit on hem de concentrar importants esforços. A hores d'ara ens costa arribar als grans mitjans de comunicació que

tenen la seva seu a Barcelona. No tenim els mitjans econòmics de què disposen les grans editorials per a promocionar massivament les seves creacions i hem de crear fórmules imaginatives que ens permetin poder arribar al màxim nombre de població amb els mitjans de què disposem. Pensem que la col·laboració conjunta que ja hem iniciat amb actuacions concretes les tres editorials del Camp de Tarragona i que pensem intensificar en el futur ens han d'ajudar a fer arribar els nostres catàlegs i les nostres editorials a un major nombre de potencials lectors. Si ens en sortim, cosa de la qual estem convençuts, projectarem les nostres marques i els nostres productes d'una forma millor i més rendible a les àrees de distribució i venda que per nombre d'habitants lògicament són a l'àrea metropolitana. Per tant, la dinàmica mercantil de les nostres empreses no ha de ser ni millor ni pitjor que la que pot tenir un centre editor de l'àrea metropolitana; ha d'estar adaptada als nostres productes i a la nostra ubicació.