

Edicions El Mèdol

Partir del concepte perifèria pot resultar un camí erroni i enganyós ja que no es tracta ben bé d'un terme globalitzador sinó que obeeix més aviat a un plantejament estètic i sovint excoent inventat pel mateix centralisme per etiquetar un seguit de temes que s'escapen al control general. En aquest sentit crec més en una idea de proximitat entre els centres de producció i els elements creatius, la qual cosa permet, en l'aspecte positiu, un contacte més gran entre ambdós i una proximitat física, estètica i territorial que sempre beneficia el resultat final, i en l'aspecte negatiu el fet de crear unes bosses que, per l'hermetisme i la concentració dels grans mitjans de comunicació, fan que sigui molt complicat donar a conèixer tot allò que no es mou dins l'univers mediàtic.

Si tenim en compte que la qualitat editorial és igual en qualsevol lloc i que el nivell d'edició no desmereix en absolut (com s'havia volgut fer creure durant anys), l'eix

del problema rau en el camí que cal seguir per tal d'arribar a donar a conèixer els llibres que s'editen, ja que el circuit comercial, distribuïdors, llibreries i públic, s'aboquen i concentren esforços i neguits en aquells temes que porten un fort aparell publicitari al darrere, un fet greu que, sumat a l'alta rotació existent a les llibreries, fa que les editorials sense un gran potencial econòmic de base tinguin complicat arribar a grans segments de mercat. Aquí es podria introduir el concepte de mida en lloc del de perifèria, ja que avui dia resulta més important el fet de comptar amb un coixí monetari i/o mediàtic que no pas en una ubicació territorial determinada, per tant la idea de perifèria s'haurà d'argumentar més en funció d'aspectes d'economia i de volum editorial que no pas en la simple qüestió d'ubicació en un mapa. En qualsevol cas, la solució al problema és força complexa, ja que no hi ha solucions miraculoses i és difícil trencar

aquest peix que es mossega la cua. Potser la més lògica seria que les editorials aconseguissin un canal de penetració en els mercats potencials dels seus llibres que els aportés la garantia d'exhaurir les tirades (sovint força ajustades a cada llibre) i, per tant, una subsistència sense enurts ni dependències, però això també és complicat sense tenir l'accés a una distribució adaptada a les necessitats concretes, sense un gruix de llibreters sensibilitzats amb les especificitats concretes del producte i sense un públic informat, la qual cosa porta aparellada la complicitat o la col·laboració dels grans mitjans informatius, un factor que s'escapa del tot de l'abast de les petites i mitjanes empreses editorials i que s'hauria de moure per canals polítics que cerquessin de veritat l'equilibri territorial real del país en aspectes tan claus i que només es tenen en compte en campanyes electorals com la cultura i totes les seves variants.

