

Columna o la modernitat impresa

Miquel Alzueta, un dels responsables de la més recent sorpresa editorial catalana, Columna, ens fa cinc cèntims de la realitat i de les seductores expectatives que ens ofereix aquesta nova empresa.

Enric Sòria

Miquel Alzueta, ex-poeta ficat a editor —actualment una de les bases de Columna, una editorial jove i desperta com la gent que la fa possible— és un home alhora seriós i espavilat que corre arreu del país aquests dies per fer la seua tasca: vendre llibres, idees i possibilitats, i observar. En parlem. Columna ha colat alguns gols dins el panorama editorial català amb obres tan inesperades com *Amorrada al piló*, de Maria Jaén o *Nits de neó*, de Jay Mc Inerney, i alhora ha tingut encerts tan poc coneguts com editar en català *Justícia*, de Dürrenmat, bastant abans que aparegués la publicitatíssima edició castellana d'Anagrama. Darrere els brillants projectes hi ha, doncs, la valuosa realitat d'una editorial que pretén oferir en català uns productes radicalment contraindicats per a vetero-noucentistes sexagenaris i membres de l'associació nostrada d'antics exkumbaià. Sorpreses en format de butxaca que es couen darrerament a Barcelona.

—*Per a ser un muntatge tan jove, Columna sembla una editorial molt diversificada. ¿Com us ho munteu?*

—Columna, actualment, funciona amb quatre col·leccions: una diguem-ne clàssica, o normal, amb textos d'autors consagrats del segle XX, com Dürrenmat, Queneau, Gyde, Eliot, i on ara projectem traure llibres de Boris Vian, Forsten, Carson Mc Callers, etc. I una altra d'estudis d'assaig, amb obres prou diverses, des de textos hebreus catalans fins a *Àmbits de la postmodernitat* d'Àngel Castineira. A més, hi ha la col·lecció Capitell, dirigida a l'ensenyament, sobre història de la llengua i de la filosofia, i una col·lecció de butxaca, on pròximament publicarem *Menys que zero* de Bret Easton Ellis; *Mohawk*, de Richard Russo, i *Ramson*, de Jay Mc

Inerney. Entre els autors catalans, una novel·la d'Andreu Martín.

—*¿Teniu prou públic per tirar endavant?*

—Tenim un públic reduït, però molt fidel a la línia editorial. Intenem eixamplar-lo a mig termini. Cal fer les coses ben fetes i tenir cura del treball que es fa: del disseny a les traduccions. Sacralitzar una mica l'objecte llibre. Nosaltres tenim un públic jove, entre 20 i 40 anys aproximadament, que ha de trobar en català allò que li agrada. Aquest públic exigeix una literatura lligada al seu temps, el que interessa ara i arreu. Llibres d'atractiu reconegut i també obres, com *Nits de neó* o *Mohawk*, o *Amorrada al piló*, per dir-ne un d'autor català, que recullen l'ambient de la modernitat. La literatura que s'ha començat ha produir a tot Europa a partir dels 80.

—*Darrerament ha crescut molt el mercat de traduccions en català.*

—En efecte, en aquests anys hi ha hagut un boom de traduccions. I com a tal boom és fals. Es tracta d'una moda. El mercat a hores d'ara n'està saturat. Hi ha una oferta immensa per a una demanda que, encara que podria augmentar, és limitada. Això no vol dir que no hi hagi lloc per a tots. El que cal és, això sí, realitzar-ne una oferta controlada, coherent i vàlida.

—*Però a l'hora de traduir, de vegades, haureu trobat problemes amb les editorials castellanques que compren els drets de traducció d'obres interessants per a totes les llengües de l'estat. Fotre la possible competència, en diuen.*

—Sí, de vegades t'ho trobes. No massa sovint, però. S'ha d'intentar trencar amb aquests fets. Denunciar-los. Es tracta de situacions inadmissibles. Cal tenir clar que, si hi ha dues llengües distintes, això significa dos mercats distints, i actuar en conseqüència.

—*¿Com ho feu, els de les editorials*



«El temps del voluntarisme s'ha acabat».

joves i, de moment, menudes, dins el marejat, i fagocitador, món del gremi a Barcelona?

—Mira, a tot arreu hi ha dues menes d'editorials. Les grans, de consum més que res, i les petites, que treballen més el llibre de cultura, per entendre'ns. Aquestes editorials són justament les que s'arrisquen, les que donen una imatge més dinàmica d'una literatura. Aquestes editorials s'han de consolidar. Que no es consolidessin seria un vertader desastre per al país. El lector més jove, potencialment el més receptiu, ha d'apostar per aquestes coses. Ha de saber que hi ha llibres que poden interessar-lo i que els pot trobar en català. El que cal remarcar és que, també per a les editorials petites, el temps del voluntarisme s'ha acabat. El mercat té unes lleis i s'han de seguir. Cal estructurar l'empresa sòlidament, arriscar i assegurar. Fer per crear empreses que duren i, òbviament, entendre d'una vegada que una de les funcions d'una editorial és vendre els llibres que publica. Els ha de promoure, atenent a les característiques de cadascun, etc.

—*¿Els vostres llibres han tingut una bona acollida al País Valencià? Alguns, almenys, si fem cas dels tòpics a l'ús, hi haurien d'agradar.*

—Penso que la nostra penetració dins el mercat valencià ha estat menor que la possible. És un problema que es resoldrà probablement amb el temps. Hi ha molts clients potencials però, de moment, les nostres xifres són encara un poc baixes. També, possiblement, cal que nosaltres fem un major esforç per donar-nos a conèixer.

Seguim parlant, durant una bona estona, de les perspectives cara al futur d'una editorial llesta i agosarada que té intencions de durar i fer paper. Miquel Alzueta sembla haver oblidat del tot èpoques passades, quan feia de poeta. Du una agenda atapeïda de cites i projectes, que no vol revelar de moment, no sense coqueteria. Parla de pressa i amb convicció, resulta ben persuasiu. Suposa que una possibilitat com Columna facilitarà que els novel·listes catalans s'animen a fer novel·les desimboltes i fresques. S'hi il·lusiona contagiosament mentre calcula balanços de despeses i vendes. Esguarda l'entorn amb uns ulls que cerquen lectors, però també novel·listes suggerents. Trobarà, ho esperem, d'uns i d'altres. □