

REVISTES EN CATALÀ



La difusió mensual conjunta de les revistes en català és de 750.000 exemplars

► ► ►  
no oblidar-nos del rigor i l'exigència de qualitat en tot el que fem", explica.

SER COMPETITIU

Lluís Gendrau, director d'*Enderrock*, apunta: "Quan et relaxes, desapareixes del mercat. El producte ha de ser competitiu". La seva revista va dirigida a un jove que consumeix música i música dels Països Catalans. Es viu sobretot de la publicitat de la indústria musical o del sector juvenil que hi ha al país, i la venda depèn molt de l'actualitat i del que va apareixent en l'escena musical.

En aquest sentit, el fet d'haver de reinventar-se contínuament, després de 10 anys la redacció d'*Enderrock* continua treballant en precari, però Gendrau no és queixa. "La situació és bona. El grup té quatre capçaleres en els quioscos i altres en projecció, i la

catalana", explica Gendrau. Així que, amb aportacions personals, van començar a crear el producte.

Gendrau també recorda que no hi ha una xarxa de distribució que entengui els Països Catalans. La revista que vulgui estar a tot el territori de parla catalana ha de multiplicar els distribuïdors, perquè no n'hi ha cap que assumeixi tot aquest territori. "Hi ha xarxes molt sectoritzades o per zones geogràfiques, amb monopolis de l'àrea. Les grans empreses munten la seva pròpia xarxa de distribució. Quan fa 9 anys vam començar i presentàvem la revista al distribuïdor ens deien que no en portéssim cap, que no es vendria. Aquesta tendència s'està trencant en els darrers anys, però les revistes en català segueixen representant un 2 o 3 per cent [del que hi ha al quiosc]".

Però per parlar de distribució, ningú millor que Montse

*Illacrua* es ven, més que en quioscos, en punts de venda concrets perquè, des del primer número, els seus responsables tenien molt clar que havien de compaginar la distribució convencional amb una de paral·lela, a través de col·lectius i gent que els portés la revista a diferents punts de cada barri: cafès-llibreria i lo-



cals de reunió amb punts de venda o lectura. El projecte va néixer a finals dels anys vuitanta i vinculat a l'Assemblea de Grups Alternatius (AGA), que estava formada per gent de moviments socials com ara l'antimilitarista, el feminista i l'ecologista. Es va veure la necessitat de tirar endavant un mitjà de comunicació que englobés el que passava als diferents moviments i en parlés no només si es feia una gran manifestació. La idea era ser una cruïlla de camins. L'AGA es va dissoldre, però d'entre els seus membres hi va haver un grup que va organitzar la revista igualment, com a mitjà de comunicació, "perquè la necessitat seguia existint", com recorda Maronda. S'anava a la gent propera i es feien subscriptors. Eren subscripcions barates, de sis mesos, i així es van reunir els diners per pagar el primer número, que va sortir el 23 d'abril del 1992. I amb els diners guanyats es va fer el segon. Aleshores, *Illacrua* s'anomenava en realitat *Cruï-*

*lla*, però per problemes de patents i marques (existia l'editorial Cruïlla) al cap d'un any els seus responsables van haver de capgirar les lletres de la capçalera. Aquest mes de juny ha sortit el número 100 d'*Illacrua* i molts subscriptors ho són des del primer número. Fa poc han celebrat el desè aniversari. Van creixent.

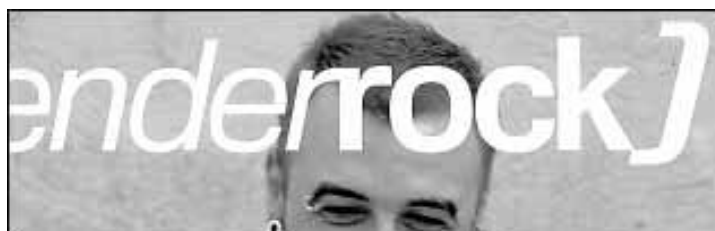
SUPERAR LA INVISIBILITAT

Anar a quiosc és complicat. Hi ha un problema de distribució i hi ha un problema econòmic. Com que tenir una revista a cada quiosc és una qüestió testimonial sense sentit, cal fer un tiratge enorme i absorbir els retorns, cosa que l'economia de moltes publicacions no pot assumir. "Perquè tingui sentit anar a quiosc has de tenir una campanya publicitària al darrere, que recordi a la gent d'anar a comprar la revista", indica Mercè Canela, directora de *Cavall Fort*, una publicació que bàsicament es reparteix directament a les bústies dels subscriptors, que són lectors d'entre 9 i 15 anys. Als inicis de la revista hi va haver un intent de tenir presència en el quiosc, però no va funcionar "perquè *Cavall Fort* té uns nivells de qualitat que fan que no es pugui vendre gaire barata". Als anys vuitanta hi va haver un altre intent,



publicació té un bon volum de publicitat", detalla. La revista la van crear el 1993 un altre grup d'emprenedors que van saber intuir el bon moment i córrer el risc. En aquest cas, eren periodistes musicals que s'havien conegut a la facultat i editant fanzines. Un parell d'anys abans, el Palau Sant Jordi havia reunit Els Pets, Sopa de Cabra, Sangtraït i Sau; es parlava del boom del rock en català. Els d'*Enderrock* pensaven que als quioscos hi feia falta un producte que parlés de l'escena musical catalana. "Hi havia antecedents, però aquella nova etapa que s'obria amb el rock en català no la cobria ningú i en canvi el País Basc tenia publicacions especialitzades que destacaven l'escena musical

Maronda, d'*Illacrua*. "Ni que vulguis, no te l'agafen. Un distribuïdor et diu que no, perquè les revistes catalanes no es venen; un altre te l'agafa i te la torna igual de lligada que com li has donat", explica Maronda, encarregada de l'Associació Illacrua de portar les feines d'administració de la seva revista. Problemes que, recorda, que són els de tot-hom. "Els distribuïdors es conformen amb revistes com ara *Pronto* i *Lecturas* i el lector gairebé ha de fer militància". Per això regalen un exemplar de prova i, gràcies a supermercats itinerants de revistes en català com el que organitza l'esmentada APPEC, arriben a un tipus de públic que sinó no els coneixeria.



L'APARADOR



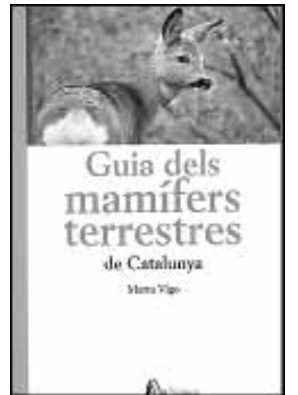
La cuina dels bolets.  
Solsona Comunicacions.  
Solsona, 2002.

Ara que estem en temporada boletaire, aquest llibre de receptes basades en els bolets ens pot anar molt bé. A més de les receptes, el volum inclou consells per netejar-los i conservar-los: assecats, al bany maria, en oli, en salmorra, en vinagre o congelats.



Estudis sobre els goigs,  
a cura d'Ignasi Moreta.  
Editorial Mediterrània.  
Barcelona, 2002.

Aquest llibre aplega catorze conferències pronunciades en el marc de quatre cicles organitzats per l'associació Amics dels Goigs entre el 1997 i el 2001. Tots els textos ens acosten als aspectes més literaris, musicals i artístics dels goigs.



Marta Vigo, *Guia dels mamífers terrestres de Catalunya*. Pòrtic.  
Barcelona, 2002.

Pensada per a un públic no especialitzat, aquesta guia proporciona informació bàsica per identificar totes les espècies de mamífers que viuen al Principat. Una bona combinació de rigor científic i llenguatge planer, amb el suport de tota mena d'il·lustracions i mapes.