

IL·LUSTRACIÓ DE PABLO GARCÍA



L'edició de poesia s'enfronta a un futur incert des de la crisi actual amb l'agreujant de patir una posició marginal dins del mercat. Amb tot, demostra que existeixen recursos de renovació i una ferma voluntat de posar-los en pràctica.

La poesia demana paper

Debat

POR EDUARD RAMÍREZ

■ La poesia compta amb aquell prestigi que adquireixen les coses que no es toquen mai, el vel de misteri que acompanya els sarcòfags... Però això només per als qui no s'hi han capbussat per a descobrir la força del seu aliment vital.

Així aquest gènere literari principal conjuga alhora una colla de practicants i seguidors d'una fidelitat empedreïda, amb una commiseració i una condescendència populars que el titllen d'inútil, carregós i fins i tot ridícul. Una mala fama tan extensa que sembla un lloc comú. Encara que és ben sabut que a partir de certa edat cadascú és responsable dels seus prejudicis, en especial dels més estúpids, i qui en busques teràpia només ha d'acostar-s'hi

Aquest quadre general ens du a ressenyar la interessant activitat que es realitza al Micalet dijous 15 d'octubre, davant d'una sala plena, i que l'organitzadora **Begonya Pozo** introdueix: «Els Aplecs al Micalet aspiren a ser un punt de trobada interdisciplinari, no volíem fer només lectures de poemes. Per això pensàrem que també ens podíem acostar a la realitat de la poesia des d'una altra perspectiva: la del mercat. La poesia és un producte cultural que es ven i es compra, per tant, el pas de la creació a la lectura fa necessari un altre element: l'edició».

Poesia i editorials: temps de crisi? era el títol d'una activitat protagonitzada per **Dolors Pedrós**, d'Edicions 96; l'escriptor mallorquí i director de la col·lecció Balanguera de l'editorial Moll **Sebastià Alzamora**; **Sergio Gaspar**, poeta i director de DVD editorial; **Vicent Berenguer**, poeta i responsable d'Edicions de la Guerra; i **Ramon Gui-**

llem, poeta i director de la col·lecció de poesia de Perifèric, a més de president de l'Associació d'Escriptors en Llengua Catalana del País Valencià.

Atesa la malfiança que assenyalava la cultura en general com a deficitària i la poesia en concret com un producte «no necessari», els participants hagueren de justificar com i per què s'havien aventurat a iniciar-se en l'edició de poesia. Les respostes transmetien convicció i un realisme bregat que deixava albirar entusiasmes. Des de «l'interés global per la literatura» de Gaspar i «l'admiració per qui fa llibres, amb la consciència que les limitacions també poden ser estímuls» de Berenguer, fins a la contundència de Dolors Pedrós: «Perquè m'agrada, perquè volem divulgar la poesia i acostar-la a la gent. L'ofici d'editar és un privilegi, t'obliga a decidir. Escollir, decidir, és bo per a la vida, més encara quan no hi ha diners a guanyar».

Com no venim del buit sinó del corrent tèrbol de successives torrentades, ara que esmentem perspectives de lucre allunyades de l'acumulació de diners serà útil recuperar l'opinió de **Robert Louis Stevenson**: «En qualsevol quefer sota el cel no és la remuneració ni l'única ni, per dir la veritat, tampoc la primera qüestió. Que un continue existint és assumpte de la seua sola incumbència; però que el seu treball haja de ser honest, i en segon lloc útil, és quelcom que toca ja a l'honor i a la moral». Aquesta figura dedicada a la selecció i mediació entre autors i lectors, la persona que tria aquest ofici benèfic, l'editor ja ha fet «com el patriota, el missioner o el filòsof, hem de triar la professió noble i senzilla en la que servim millor la humanitat», per continuar amb els apunts de l'assaig breu *La moral de la professió de les lletres*.

A banda de servir l'art i la cultura, als editors podem aplicar-los una darrera consideració d'**Stevenson**: «No m'allargaré sobre l'assumpte dels salaris. L'escriptor pot viure de la seua literatura. Si no amb tant de luxe com si es dedicara a uns altres oficis, amb menys. La naturalesa del treball que realitza durant el dia contribueix a la seua felicitat més que la qualitat dels aliments que pren a la nit. Fóra la que fóra la seua vocació i per molt que a l'any li reporte, un sap de sobres que guanyaria més si enganyara». «Tot plegat fa els editors de poesia una peça clau en aquest món en aparent desintegració, és a dir, en canvi, en crisi, en moviment», recorda la professora de la Universitat de València **Begonya Pozo**. Perquè encara que «la poesia és el principi de totes les creacions i tradicions literàries, el punt inicial de tots els processos d'escriptura», la seua valoració ha canviat al llarg del temps, i ara com ara s'enfronta als reptes del futur des d'una posició gens hegemònica. «Tanmateix en una societat marcada especialment pel fragmentarisme, del temps, del treball, dels horaris, estic convençuda que trobarà una fàcil supervivència en funció de la seua brevetat, síntesi i concisió. Aquestes característiques encaixen amb les noves necessitats dels lectors i, sobretot, amb els nous formats que comencen a imposar-se en el mercat i que conviuran amb els models de transmissió tradicionals», opina Pozo.

Reptes i alternatives

Sergio Gaspar recordava que a l'Estat espanyol la poesia mou una facturació aproximada de 30 milions d'euros l'any. Una xifra a tindre present, encara que no supose més que l'1% del total del negoci. I compensava un moderat optimisme amb un advertiment: «el risc actual que la poesia siga expulsada del mercat, en castellà i en català. Encara que potser això no serà el final sinó el principi d'alguna altra cosa».

Fa cinc anys les llibreries assumien 800 exemplars d'un llibre de poesia i si funcionava podien arribar a distribuir-se'n 1.200, actualment les llibreries no compren, ni poden, més de 300 exemplars, sense reposició». La situació del mercat resulta més hostil que fa-



ANNA BALLESTER

Poemania: guía práctica per a fer lectors i lectores de poesia

► Fundació Bromera.

RECURSOS I NOVES TECNOLOGIES

Una comunicació incomparable

► L'efecte de les noves tecnologies també fou tema de debat. Mentre internet i l'esclat dels blogs pot afavorir un accés més universal a la creació, i una democratització de la lectura, la manca de selecció i exigència editorial podria abocar-nos a «una democratització de la merda», segons Gaspar. L'altra organitzadora, **Pepa Úbeda**, reclamava «un paper més actiu de l'escola en l'acostament natural a la poesia i en la creació de nous lectors». Experiències n'hi ha, com per exemple la d'introduir l'escriptura de poesia als xiquets de l'escola **L'Olivera**, de **L'Elia**, entre altres iniciatives coordinades pel seu pla de foment de la lectura. O la de la **Fundació Bromera** per al Foment de la Lectura, que dimarts 27 d'octubre presentarà a **Alzira** el llibre d'Anna Ballester «Poemania». L'objectiu d'aquesta guia és proporcionar recursos i estratègies ja experimentades que inciten pares, mares i mestres a jugar i redescobrir el plaer de llegir i escriure textos poètics. Perquè al remat, com recorda **Pedrós**, «la comunicació de la poesia ofereix una oportunitat incomparable, forma part de les nostres vides i ens és imprescindible». I encara una última regla d'**Stevenson** per a acostar-nos a l'incert: «no fer precipitadament allò que pot fer-se a espai».

avorable a la poesia, malgrat que **Alzamora** recorda que les grans pèrdues editorials són generades per la narrativa, «perquè la poesia és més barata d'editar, no reclama campanyes publicitàries ni es paguen avançaments ni drets internacionals. És relativament més senzill recuperar la inversió, perquè hi ha un públic reduït però fidel i col·laborador, actiu i interessat».

Els editors han de cercar diferents estratègies per a fer negoci amb la poesia, a més de reclamar de forma unànime més atenció (o alguna) dels mitjans de comunicació. Mentre **DVD**, que publicava en castellà, ha arribat a acords amb **Barcino** per a la publicació i traducció de clàssics de la literatura en català, Ed. de la Guerra s'ha integrat en **Denes** i ara també publica la col·lecció **Calabria** en castellà. **Berenguer** assegura que cal paciència amb els llibres de poemes, «que tenen una vida mitjana de 10 anys fins a exhaurir-se, amb vendes baixes però contínues», i reclama que «les llibreries, igual com fan els bars, programen activitats i facen promoció activa». **Guillem** valora l'avantatge de treballar en una editorial xicoteta, amb tres o quatre novetats cada any: «com hi ha pocs diners editem pocs llibres i podem fer-ne molta selecció». **Alzamora**, al seu torn posava l'èmfasi en «la millora de la distribució, cal posar a l'abast dels lectors de poesia totes les obres».