

CAMPI QUI PUGUI, QUE ARRIBEN ELS POETES

LA POESIA, OBJECTE DE CONSUM?

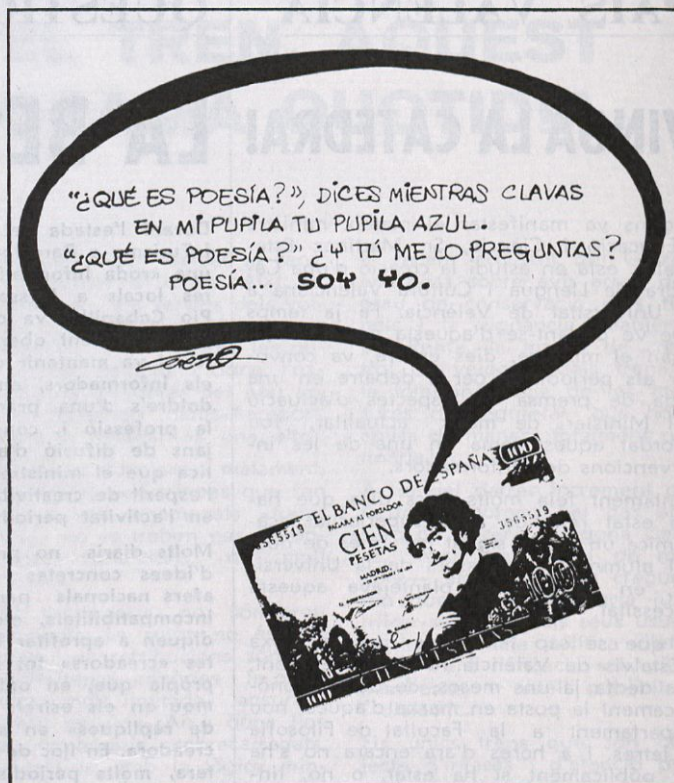
En un recital-col·loqui a la universitat de Bellaterra tot just farà una anyada es va plantejar el fet de la poesia, dels llibres de poesia exactament, com a producte comercial que, igual que uns mitjons o una llauna de sardines, precisen d'un servei de comercialització escaient, d'uns ganxos publicitaris i d'una «qualitat» objectiva que faci interessant la seva adquisició al lector de poesia, a un públic motivat o a una massa de població potencial per a adquirir aquest producte.

Fa uns dies l'allau de vendes de **Llibres del Mall**, entre d'altres col·leccions ha demostrat, si encara calia, que els llibres de poesia poden cubrir les despeses inicials i, amb una agosarada campanya de planificació, cuidant la comercialització al màxim, fins i tot poden ser negoci, un negoci que no donaria ni per mantenir una secretària però sí per aixoplugar la poesia quan algun llibre no surti rodó. Ve a ser un concepte molt **sui generis** de «negoci» però ja sortim dels llibres de poemes editats pels autors, pagant pa-pà o la fun-da-ci-ó ics, i de la imatge tòpica de la poesia de dè-ci-ma-de-Na-dal la qual cosa alegra evidentment als qui volen qualitat, sigui amb versos ben tallats o amb sensibilitat, car mentre hi hagi esperit poètic i rigor d'artífex no hi fa res la forma (sic). Així, doncs, agermanar qualitat objectiva amb els elements purs de posar en circulació un producte comercial pot ser una reacció química, amb uns factors constants, que doni un bon resultat.

Sovint es diu que la lectura poètica no és una necessitat imprescindible. **Panem et circenses**. Tots sabem la quantitat de productes per a totxos i bledes que la caixa de trons anuncia cada dia i no serveixen absolutament per a res tret de fer rodar la pela i que els intermediaris i productors s'embutxaquin alguna «deixalla» crematística. Hom assevera amb el semblant seriós que la poesia és una maragda que resta fora del comerç econòmic i esmenta les col·leccions poètiques de prestigi que perden peles i es salven gràcies a l'ajut privat o al llibre de cuina o la novel·la. Mala política editorial i que consti que no em poso en situació del mestre en gai saber que gosa donar consells als més sabuts i conscients que ell. Ultra uns fets de base per tot el llibre català com molt bé plantegen al darrer «Serra d'Or» en Vallverdú i en Rahola la poesia necessita una posta en escena amb una careta nova i si no es vol esperar anys i panys fins que el mercat i la situació siguin normals cal actuar com **Llibres del Mall** o **Parking de les feres** que marginalment al fet de vendre o no instal·len unes plataformes poètiques d'allò tan suggestives o llamineres.

Quan un senyor com en Lara afirma que es veu en cor de posar a la G.E.C. en una situació de tocar sostre editorial, de guanyar-hi peles i, a més, d'utilitzar-la com a presentació per altres llibres, això vol dir que alguna cosa falla, que els catalans, bona voluntat i entre tots ho farem tot al canto, no som capaços de fer un «imperi» amb cara i ulls amb el llibre.

Així el llibre poètic català s'inclou en unes coordenades ben específiques i conegudes. Cull-de-sac i també una evolució òbvia, tot aplegat en una coexistència pacífica de diverses col·leccions que fan de les seves, poc a poc i bona lletra, sense imaginació, sense una engruna d'esperit aventurer-científico-comercial. I és tan fort el llast de la tradició! Com a cosa insospitada un recital, una conferència, una parada de llibres... i para de comptar. Hi ha un públic, sensibilitzat i no tan minoritari com sembla a ullada d'orb. Calen mesures realistes i fetes per professionals del llibre. També podria ser que en un model socio-econòmic com l'actual els llibres de poesia no arribin a les fites proposades i tot s'envii a dida. No cal situar-nos en pols oposats per esbrinar que la hipotètica situació —una venda asèptica, sense ingredients artificials: subvencions, prestigis o elements para-poètics— no seria totalment inviable. Una bona, repetim, comercialització, uns canals de venda fermes, una promoció dirigida, una unió a la manera UNEF... serien característiques que configurarien una tipologia nova del mercat del llibre poètic. Mentrestant cadascú va per la seva o com a màxim per la seba; però per la pela i la poesia, **insieme**, no hi ha



Acudit de Cerezo publicat a «Meridiano 2.000», n.º 345.

massa editors disposats a arriscar-hi el nom i la butxaca. Seguirem patint la manca d'un catàleg general i únic per totes les editors catalanes, a la manera **Información Librera**, enviat a una llista àmplia de seguidors de la cultura catalana i dividit per seccions literàries (1). Però no hi fa res. Per St. Jordi han sortit gairebé el doble nombre de títols de poesia que d'assaig. Sense comentar-los. I així la nau fa via. Tanmateix vivim de tòpics, aquesta nota en va plena, i som tan feliços:

**Un passat ple de romanços,
un present ple de bunyols,
un futur d'aquells més mansos
i una escudella de cols:
què més vols?**

I Pompeu Gener si que dona consells, al Consell de Cent o a la legió de nous poetes que fan cert el sonet del rector de Vallfogona quan es queixava de l'abundor de poetes:

**Plantant llorers junt a les cristallines
linfes, que foren del Pegàs unglades,
estaven una d'estes matinades
les muses fetes unes clavellines.**

**Veu-les Apolo, i com ja les divines
colors d'aquelles cares delicades
mostrassen clarament quant fatigades
restaven de plantar les pobres nines,**

**volgué'ls dar entenent que s'ofenia
de trobar-les a totes tan distretes
dels oficis tocants a ses persones.**

**I per disculpa li digué Talia:
—Ja són tants los que avui fan de poetes,
que'ns faltaran llorers per les coronas.**

Però bandejant l'humorisme, el problema, la poesia producte poètic?, segueix en peu, car s'hi han trencat les celles i han apedaçat força colzes de «maillots» assagistes del bo i millor però no n'han tret aigua clara i és que mentre hi hagi l'individualisme com a norma, la xavacanería i l'esnobisme com a rumb i el sectarisme com a nord tot seguirà igual com una bassa d'oli... de Redondelas.

JOSEP M. FIGUERES

(1) Un bon treball és el del Programa de Sant Jordi on distintes editorials anuncien les seves novetats però això és tan sols un primer pas.