

Carta desde Inglaterra

OUP y el lugar de la poesía

Jordi Doce

Hace algunos meses, Oxford University Press (más conocida en el mundo de la enseñanza del inglés por su inconfundible acrónimo, OUP) decidió animar la atmósfera literaria británica con el anuncio de la clausura de su colección de poesía contemporánea. Mientras Faber orlaba la muerte reciente del poeta Ted Hughes con una nueva campaña de lanzamiento de su último libro, *Birthday Letters*, que ha rebasado ya la mareante cifra de ochenta mil ejemplares vendidos, OUP cerraba con un breve comunicado cuarenta años de dedicación a la poesía, confirmando con este simple gesto que vivimos tiempos de sibilina decadencia cultural. Entre los poetas afectados por esta medida se encuentran figuras de la talla de Charles Tomlinson (cuyo libro *Seeing is Believing* inauguró la colección en 1958), Peter Porter y Fleur Adcock, y alguna joven promesa como Stephen Romer (estupendo traductor de Yves Bonnefoy) y Jamie McKendrick. A ellos hay que sumar autores como Joseph Brodsky, Basil Bunting, Zbigniew Herbert o Marina Tsvetaeva, cuyos libros ingresarán muy pronto en la categoría de descatalogados e inencontrables. Todo un capital literario de reconocido prestigio que OUP no ha tenido problema en arrojar por la borda.

Sin embargo, esta liquidación por decreto de la segunda colección de poesía del país no ha sido acogida con indiferencia. Por el contrario, las muestras de indignación pública han sido sostenidas, trasladándose incluso a medios de comunicación cuyo populismo les lleva a desconfiar por instinto de un género tan poco accesible como la poesía. Han sido numerosos los artículos, los comunicados, las declaraciones de protesta. Desde Seamus Heaney (siempre cómodo en su papel de patriarca de las letras) al esforzado diputado local, los firmantes de cartas abiertas han hecho su agosto. OUP parece haber tocado un nervio particularmente delicado del tejido cultural británico, y el resultado ha sido una creciente campaña de desprestigio contra la editorial y la universidad a la que pertenece. Es seguro que el consejo director habrá sido el primer sorprendido por esta reacción, pero su silencio y el modo sumario con que dio a conocer la noticia (carta sucinta a los poetas, despido inmediato de la directora de la colección) no han ayudado a aplacar los ánimos. OUP, siguiendo la estrategia de

la avestruz, ha hundido el cuello en la arena a la espera de que pase el aguacero. Pero el aguacero no da visos de remitir, y lo que pudo ser al principio un signo de entereza se ha revelado al cabo como un estrepitoso fallo de apreciación. Independientemente de que haya o no razones para la clausura, alguien en el departamento de relaciones públicas tendrá que dar cuentas de la inaudita torpeza con que se ha llevado el asunto. Da la impresión de que se ha menospreciado la calidad de los contactos de ciertos poetas, así como la capacidad de reacción de una opinión pública mucho más preocupada por cuestiones culturales de lo que dan a entender las cifras de ventas. Puede que los libros de poesía contemporánea no vendan más de mil ejemplares, pero a la gente sigue sin gustarle esta progresiva reducción de su capacidad de maniobra a manos de los libros de contabilidad. En cualquier caso, el presunto ahorro que supone cerrar la colección no compensa este baño de mala publicidad. La victoria, si es que de victoria puede hablarse cuando ni siquiera ha habido confrontación, bien merece esta vez el calificativo de pírrica.

Como era de esperar, los responsables de la editorial han justificado su decisión con argumentos de índole comercial. Al fin y al cabo, afirman, la editorial maneja un volumen de negocios apreciable y debe atenerse a las reglas impiadosas del mercado. Hay mucha competición y cuesta hacerse presente en las mesas y estanterías de las grandes cadenas de librerías. Así las cosas, no ha costado reconocer que la colección ganaba dinero; simplemente, no rendía los beneficios esperados. La larga mano de los contables ha exigido esta vez un tributo mayor del acostumbrado, forzando un cambio de estrategia en quienes han protestado contra la decisión. Porque lo que preocupa de esta clausura no es sólo su efecto inmediato, ya grave de por sí, sino también lo que nos dice sobre los modos que han empezado a gobernar el mundo de la edición. En otras palabras, no importa tanto elucidar si OUP se ha equivocado en este caso particular como comprender los criterios que desde hace un tiempo gobiernan la producción de objetos presuntamente culturales. Aunque la cuestión rebasa con mucho los límites estrictos de esta carta, conviene apuntarla. La indignación moral es necesaria, pero no basta. Puede acusarse a los representantes de la editorial de «vándalos», como ha hecho con verbo vigoroso el poeta y antiguo director de la colección Jon Stallworthy, pero es preciso entender además los criterios comerciales que han llevado a esta decisión. No estamos ante un hecho aislado, sino ante un nuevo episodio en un proceso ya muy avanzado: el ingreso entusiasta de las grandes editoriales en la industria del entretenimiento, y su abandono de toda pretensión cultural; el libro se ha convertido en un objeto de consumo como cualquier otro, y como tal se halla suje-

to a las leyes de la oferta y la demanda, lo que es como decir al regateo constante entre los grupos editoriales y las grandes cadenas de librerías que controlan su salida al público.

Sin embargo, una cosa sí es evidente: OUP no es una firma comercial al uso. Su naturaleza es más compleja. Por un lado, es un departamento más de la Universidad, dedicado expresamente, según sus estatutos, a «promover a nivel mundial los objetivos de excelencia de la Universidad en los campos de la investigación, la erudición y la educación». Por otro, se trata de una institución de beneficencia (*charity*), lo que supone ventajas fiscales, la existencia de un sólido colchón financiero, y la obligación de guiarse por otros principios que los puramente comerciales. Su consejo editorial está formado por delegados de las diferentes áreas académicas de la Universidad, y una parte sustancial de los beneficios que genera la editorial sirve para financiar directamente las actividades y fondos de departamentos, *colleges* y bibliotecas. ¿Cuál es, pues, la razón que ha podido llevar a sus contables a tomar una decisión tan impopular?

Según los portavoces de OUP, las razones son dos. La primera es la creciente precariedad financiera de la Universidad, obligada a recortar gastos y a depender cada vez más de sus propios recursos. La segunda es la grave crisis económica sufrida recientemente por los países del Este asiático, que constituyen uno de los mercados principales de OUP. Las ventas de los cursos de lengua inglesa han descendido muy por debajo de lo previsto, y esto ha creado un lógico nerviosismo entre los directivos. Se trata, en fin, de razones perfectamente razonables. Lo que nadie entiende muy bien es qué ventajas se derivan de cerrar la colección de poesía contemporánea, que apenas contaba en el conjunto de las actividades de la editorial. Maravilla, en efecto, que una colección que no llegaba a los diez títulos anuales hiciera peligrar los balances de un gigante como OUP, cuya sede central ocupa cuatro manzanas de laberínticos pasillos y oficinas a dos pasos del centro de Oxford.

Jon Stallworthy ha enumerado en un artículo reciente las tres razones que justificaron la creación de una colección de poesía en 1958. No me resisto a citar sus palabras textuales: son un ejemplo enternecedor del tipo de razonamientos que imperaban en aquellos tiempos remotos:

1. OUP obtenía tanto dinero de su venta de libros de «poetas clásicos» (...) que había una justificación *moral* para reinvertir parte de ese dinero en la publicación del trabajo de sus sucesores.

2. Se *necesitaba* a escala nacional un editor de poesía ilustrado que no cerrara la colección en momentos de dificultad económica, como haría un editor comercial. No había una necesidad comparable en el campo de la narrativa.

3. El caso de Gerald Manley Hopkins mostraba que era posible publicar poesía contemporánea de manera que fuera útil y rentable. La primera edición de sus *Poemas*, de 750 ejemplares, había tardado diez años en venderse. Hacia 1950, sin embargo, la tercera edición sumaba ya varios miles, a los que había que sumar los beneficios obtenidos por la venta de derechos y la publicación de las cartas, los diarios, y la biografía del poeta. Su nombre era ya sinónimo de una industria lucrativa.

¿Quién se hace hoy en día, entre las grandes editoriales, razonamientos semejantes? La lectura de estas líneas es una experiencia melancólica, porque ni la «necesidad» ni la «justificación moral» tienen ya lugar alguno en el credo del editor moderno. Son palabras de otra época, de otro mundo; de un mundo donde, no importa si por inercia, seguía vigente aún el ideal humanista, el convencimiento de que la poesía era una de las más altas realizaciones del ser humano. Félix de Azúa ha comentado este punto con su habitual lucidez socarrona. Hace medio siglo nadie entre la élite culta dudaba de la preeminencia de la poesía, de su condición de género superior. Hoy en día son mayoría los lectores informados que no leen ni han leído habitualmente poesía, y que no le otorgan más autoridad que la derivada de su facilidad para presentarse con los ropajes ajenos del ensayo o la narrativa. Es posible que los lectores de poesía hayan constituido desde siempre una minoría entusiasta y agorera, lo que no es necesariamente una contradicción. Lo que sí ha desaparecido es la antigua unanimidad sobre su lugar cimero en el escalafón literario. Ahora los futuros novelistas velan armas escribiendo libros de versos: dedicar la juventud a la poesía es el medio más lento pero seguro de forjarse una reputación.

Pero volvamos atrás un momento. Cualquiera que repase las razones expuestas por Jon Stallworthy puede comprobar que los presentes directivos de OUP no han heredado ninguna de las convicciones de sus predecesores: las ventas de autores clásicos han alcanzado cifras millonarias, pero ni la justificación moral ni la necesidad son ya valores de peso; y es a todas luces irónico que una OUP amedrentada por la recesión haya sido la primera en cerrar su colección de poesía, cuando algunas editoriales comerciales como Carcanet o Bloodaxe (Faber juega en otra liga) han sufrido numerosos contratiempos financieros y han sabido sobrevivir con fuerza renovada.

De este estado de cosas nadie tiene más culpa que OUP. Ellos y sólo ellos son los responsables de una decisión errada y arbitraria. Pero la editorial de la Universidad de Oxford no es la única en participar de un ambiente literario fuertemente degradado, donde algunos de los poetas que OUP acaba de despedir se movían como pez en el agua. Empiezan a ser legión, de

hecho, los escritores ingleses que han dejado de lado cualquier pretensión artística y se han acogido al veredicto de las ventas para ratificar la validez de su trabajo. Algo semejante empieza a suceder en España, pero en Gran Bretaña este fenómeno ha alcanzado cotas insospechadas debido a la existencia de un mercado devorador, encarnado en esas grandes librerías que ya he descrito en otras cartas con herida ambivalencia. Los poetas, pese a la modestia de su trabajo, pese a las escasas ventas que sus libros suscitan, no han sido ajenos a este proceso. Me refiero, sobre todo, a los poetas surgidos a lo largo de los últimos diez o quince años. A decir verdad, las tentaciones han sido muchas: becas, encargos radiofónicos, clases universitarias, cursos de creación literaria, charlas, conferencias, lecturas.... Por primera vez se creaban las condiciones para que un número creciente de poetas pudiera vivir exclusivamente de su tarea.

Sin embargo, el entusiasmo con que algunos de estos poetas aceptaron los usos del mercado no ha sido siempre juicioso. Desde finales de los ochenta, muchos lectores de poesía hemos asistido con perplejidad a un proceso constante de banalización de la tarea poética sin parangón con el resto de Europa. Sus etapas han sido varias, y tal vez demasiado complejas para analizarlas con detalle en estas páginas, pero pueden resumirse en dos: el uso indiscriminado de tópicos periodísticos, y un reforzamiento de la vertiente más insular y provinciana de la tradición británica. Son pocos los poetas jóvenes de renombre que reivindicaban la herencia del *modernism*: Larkin y el Auden más irónico y sentencioso han sustituido en el panteón a Pound y Eliot. La jerga periodística ha distorsionado el lenguaje crítico, tiñendo de demagogia populista cualquier discusión sobre el lugar de la poesía en nuestra sociedad: se elogia públicamente a un autor por tratar temas de interés general, y se propone una y otra vez una concepción del poema como versificación de lugares comunes. No son pocos los críticos que han contribuido a este clima de pobreza: echando mano de herramientas de la más burda teoría marxista, los autores de dos recientes antologías de la poesía británica de posguerra han denunciado el presunto carácter elitista del *modernism*: el papel de los nuevos poetas habría sido nada menos que el de devolver el fuego de Prometeo al pueblo. Se explica así la indiferencia crítica hacia poetas como Charles Tomlinson o Geoffrey Hill, que nunca han ocultado su deuda con la lección de rigor del mejor *modernismo*, y a quienes ni se les pasaría por la cabeza confundir el indudable elitismo de Oxford y Cambridge con una condena general de ambas universidades. (Sin duda, que muchos de estos poetas presuntamente «proletarios» se hayan educado en las mejores universidades británicas debe parecerles a estos críticos un detalle sin importancia.)

No obstante, tal vez lo más nocivo haya sido el uso repetido de consignas publicitarias en un intento (claramente innecesario) por renovar la imagen pública del poeta. En esta línea se encuentra la definición de poesía como el nuevo *rock-and-roll*, que tanto éxito tuvo entre periodistas, o la etiqueta de *New Generation* que la revista *Poetry Review* se sacó de la manga hace un par de años con la aviesa intención de hacer escuela. No quiero simplificar: entre los poetas de la *New Generation* hubo de todo, bueno y malo, pero el remedo de discurso crítico que acompañó su presentación en público ni siquiera trataba de ocultar la naturaleza publicitaria del invento. Alguno de los poetas seleccionados se prestó al juego con alegría, dejándose fotografiar en poses estudiadas o firmando artículos de sonrojante trivialidad en la prensa diaria. Es el mismo que hoy o mañana publicará en el mismo periódico una protesta meditada contra la clausura de la colección de poesía de OUP. Y tendrá razón. Pero cuando se aceptan libremente las reglas del juego, no deja de ser un signo de poquedad quejarse luego de la injusta enormidad de las apuestas.