



# Literatura, mercat i canvis tecnològics

by Vicent Salvador

Certament, això que en diuen Literatura és una cosa ben difícil de definir. Producte de la cultura humana, o més exactament de les cultures dels humans, és un fenomen social molt sensible al context. Umberto Eco va encunyar fa anys una frase lapidària que il·lustra aquesta idea: «La literatura no és, sinó que *esdevé*».

Així, per exemple, una obra com ara la Bíblia pertany per a molts a l'àmbit de les creences religioses, de la sacralitat, però també pot ser llegida per molts com a literatura *tout court*. Podríem parafrasejar la fórmula d'Eco de moltes maneres. Pot ser així: «Les característiques del discurs literari no són immutables sinó que varien en el temps i en l'espai, es transformen d'acord amb les coordenades de les cultures». O també: «Cada societat institueix com a literari allò que respon a una necessitat de consum simbòlic que no s'encabeix en cap altra categoria sociosemiòtica establerta».

Hi ha dos trets distintius que ens semblen avui cabdals en la nostra percepció de la literatura: el seu caràcter de discurs lingüístic i una certa vocació de transcendència estètica. Pel que fa al primer tret, la carn de la literatura és sens dubte el llenguatge —i prototípicament l'escrit, almenys en la cultura occidental contemporània—, però en les darreres dècades, arran de les innovacions de la tecnologia audiovisual, tornem a girar els ulls envers les possibilitats literàries de l'oralitat i del discurs multimodal. Quant al segon tret, és obvi que tota producció literària opta a un plus estètic o artístic que deriva de la inspiració i/o de l'elaboració acurada del llenguatge.

És clar, d'altra banda, que tot això passa pel filtre dels gèneres: n'hi ha que són constitutivament literaris, com ara la poesia o la narrativa de ficció, mentre que altres, com ara l'assaig, es mouen sovint en una frontera poc definida. Sigui com sigui, després de moltes teoritzacions, el recinte de la literatura continua sent avui difícil de delimitar si no recorrem a les condicions de cada context sociohistòric, a les convencions adoptades i al funcionament d'un muntatge complex que podem anomenar els mecanismes socials del fet literari, on els canvis tecnològics de la comunicació i les condicions de mercat són dos paràmetres indispensables.

Cal considerar, encara, un altre factor decisiu: l'idioma amb què es basteix el discurs literari. El fet literari —producció, circulació, valoració, recepció— està mediat de manera radical per la llengua triada. La mediació és, a més, pluridimensional, ja que afecta, si més no, aquests aspectes: les condicions històriques de la llengua triada, l'amplitud i el refinament dels mecanismes literaris institucionalitzats en les corresponents comunitats lingüístiques i el gruix del col·lectiu que pot esdevenir públic lector de la producció. Però anem a pams i revisem aquests tres aspectes.

Òbviament, una llengua —més enllà de la seva consideració com a sistema abstracte d'estructures— és el que la història de la seva comunitat de parlants l'ha menat a ser: llengua de prestigi o llengua associada a classes subalternes (per dir-ho ara d'una manera breu i entenedora); llengua de cultura plena o llengua reduïda a uns àmbits d'ús restringits; etc. A més, hi ha les institucions consolidades al llarg de la història de la comunitat: tradicions discursives que conformen un arxiu cultural específic; pautes de refinament estilístic associades al discurs literari; elaboració dels diversos gèneres per part dels escriptors propis o bé per la recepció de la producció en altres llengües;

valoració social de la llengua com a vehicle de «modernitat» i d'innovació; consens sobre un cànon propi per a la tradició en aquesta llengua; consideració social de la figura de l'escriptor i també —puntualització cabdal— de l'escriptora; etc.

Tenim, finalment, la qüestió del mercat. Hi ha un col·lectiu de *happy few*, de lectors potencials, que puguin sufragar la maniobra? És factible la professionalització d'alguns escriptors o escriptores i de quants i en quines condicions? Hi ha unes infraestructures editorials suficients? Hi ha una crítica literària i uns mitjans de comunicació cultural que orienten la demanda? Quina incidència té l'aparell educatiu en la creació d'un mercat? El públic potencial valora positivament la producció en la llengua pròpia o prefereix la lectura en altres llengües?; i, en aquest darrer cas, es llegeix en les llengües originals de les obres o bé, més sovint, en una llengua *interposada* (per exemple: lectura en traducció espanyola d'obres escrites en anglès, francès o alemany)? Quines possibilitats de traducció a altres llengües tenen els autors i les autores? Aquestes traduccions tenen promoció suficient i accedeixen a un mercat *real* o són només una maniobra simbòlica del poder políticocultural que subvenciona la projecció exterior de la cultura nacional? Les preguntes plantejades aquí són moltes, efectivament. Però sense respondre a aquest test multifactorial no assolirem un perfil versemblant del fet literari tal com es produeix en una llengua donada.

Les darreres reflexions ens han dut a un terreny central en aquesta taula rodona: la difusió i el mercat de la literatura: d'una literatura concreta, expressada en una llengua determinada per les seves coordenades contextuals, de caràcter històric i sociolingüístic. No cal dir que la voluntat de plantejar-les en un pla generalitzador no amaga el punt de partença de l'autor d'aquestes reflexions, que no és altre sinó el de les circumstàncies concretes del fet literari en llengua catalana, ara i ací.

Convé fer, per acabar, un darrer gir i mirar a un altre factor contextual que ha estat esmentat més amunt: els canvis en les tecnologies de la comunicació i el seu efecte en el fet literari. Hi dedicaré uns paràgrafs finals.

En primer lloc cal fer una precisió: les tecnologies que afecten l'àmbit de la literatura no són necessàriament *noves*, sinó que tenen un recorregut històric que passa per estadis antics, com ho són la invenció de l'escriptura o la introducció de la impremta, fins a l'arribada d'internet i dels textos electrònics. La introducció de la impremta, com sabem, va comportar canvis molt substancials en el fet literari: possibilitats de reproducció tecnològica dels originals, abaratiment del preu, increment de la difusió de la *literacitat* entre noves capes socials, aparició de les figures de l'editor i del llibreter en el marc d'una indústria cultural, consolidació d'una figura d'autor que detenta drets de propietat intel·lectual i comercial... També en aquest cas la incidència dels canvis no va ser la mateixa per a la literatura escrita en unes llengües o en altres. De fet, com va estudiar Joan Fuster, la introducció de la impremta, amb la subsegüent ampliació internacional del mercat editorial, va propiciar durant una època l'edició en una llengua supranacional com ho era llatí; i més tard, quan les llengües romàniques més potents van recuperar espai editorial, la literatura catalana, en una fase de decandiment, ja havia perdut el tren de la història.

A la llum d'aquestes reflexions caldria ara examinar els canvis que s'obren en la nova etapa tecnològica i en quina mesura afecten la literatura produïda en les diverses llengües del nostre entorn. Sens dubte són molts els elements del fet literari que s'hi veuen modificats o fins i tot reconstruïts sobre bases noves: el procés de producció, la distribució/circulació de les obres, els mecanismes de lectura, les possibilitats comercials del procés, les oportunitats de creació d'una opinió crítica pública i consensuada... I també les figures principals del fet literari participen d'aquests sotrac: la de l'autor, que pot perdre (o cedir voluntàriament!) els drets intel·lectuals i comercials sobre la seva obra o fins i tot el sentit de l'autoria individual (a favor, per exemple, d'una elaboració col·lectiva de textos en internet); la del lector, que pot esdevenir subjecte d'uns nous tipus d'adquisició de drets de lectura, de publicació, d'orientació crítica i de recepció material

(suports virtuals); indiscutiblement la figura de l'editor, com a promotor, seleccionador i orientador de la producció literària, es veu sotmesa a una forta pressió de canvi.

Aquest conjunt de mutacions tecnològiques té riscos —la desestructuració dels mecanismes de creació del gust i de la crítica n'és un, sens dubte—, i també té noves oportunitats —una certa «democratització» dels drets de publicació i potser dels drets de lectura o del seu cost econòmic... No cal dir que el corol·lari de tot plegat és un radical redimensionament del mercat literari, que afectarà de manera diferent a les diverses llengües en funció de les seves característiques sociolingüístiques i socioculturals, però també en funció de les iniciatives institucionals i privades que prenguin els membres més actius de les respectives comunitats lingüístiques. En aquest context, els implicats en la literatura produïda en una llengua minoritzada, com ho és el català, ens trobem davant un repte històric, davant el qual s'ha de partir d'un coneixement sense prejudicis de les característiques de les situacions que ens advenen, a fi de propugnar després, amb racionalitat i amb il·lusió, les iniciatives més convenients.

Intervenció en la taula rodona «Difusió cultural i mercat», Trobada Internacional del Comitè de Traducció i Drets Lingüístics del PEN Internacional, Barcelona, 18 de juny 2010.