

Depoimento de um operário

Quero aqui dar o meu depoimento, levantar algumas questões e, porventura, suscitar outras. A primeira delas diz respeito ao acesso aos livros. Num país de 30 milhões de analfabetos tal questão diz respeito, portanto, ao mercado editorial, mas, também, à política cultural e, principalmente, à política educacional. Dentro de uma estrutura voltada para o utilitarismo mercantilista não admira que a produção poética, essa inutilidade crônica, sobreviva às custas de atos heróicos e solitários de poetas e editores. Em segundo lugar, quero falar de mercado, de estratégia de venda, marketing etc. Coisas incompatíveis, inconciliáveis: poesia e mercado. Venho aqui, portanto, falar de coisas muito desagradáveis e peço aos mais sensíveis à arte, aos mais delicados, que interrompam imediatamente a leitura. O ponto que pretendo abordar diz respeito à ação equivocada que a maior parte das pessoas faz do que seja um poeta. Imagine então esse ser frágil e sensível, habitante arquetípico do imaginário da maioria das pessoas, numa economia de mercado. Não há curso de letras (nem de economia) que resolva. Mas o caso é que vivo da minha poesia, com ela pago as contas no fim do mês, fiz dela meu negócio. Não sou poeta de fins

de semana, das horas de folga. Dedico meu tempo com exclusividade à poesia como um operário da palavra e vivo da minha produção. Há um tipo de artista que fica horrorizado com este tipo de atitude promíscua, desonrosa. Alguns não admitem sequer vender seu trabalho artístico. Esses geralmente vendem sua força de trabalho e muitas vezes sua alma, mas sua arte não. Juntam algum dinheiro, em atividades honrosas, entregam para um editor-amigo e publicam um livro com sua produção poética numa noite de autógrafos para a família. Todos os amigos têm o livro. E só. É o artista que produz para satisfazer o ego. Escreve por "hobby", não precisa vender livro de poesia para viver. Por mais cara que saia a aventura, o livro será sempre o orçamento extra, no máximo, uma extravagância, nunca um negócio. Sei de gente que lançou quilos de livros nesse esquema e ainda mantém um discurso austero de que sempre sobreviveu à margem do mercado e tal. Essa gente, na verdade, nunca esteve à margem, nem tampouco no leito. Mais do que estar ou não no mercado, nunca soube da existência real de um mercado de poesia. E, para bem ou para mal, esse mercado é extremamente fragmentado, segmentado. E há várias possibili-

dades, voluntárias ou não, de reorganizar e fazer interagir os segmentos. Quando lanço um produto no mercado, preciso pensar no perfil do meu público. Preciso encontrar um seguimento desse mercado para o meu produto. A questão é: onde? Nas livrarias, mas não qualquer uma. A partir da minha experiência, passei a acreditar na existência de um público consumidor de poesia suficiente para manter um mercado alternativo. Acredito, inclusive, que uma de minhas funções como poeta é ampliar e mesmo ajudar a formar esse público interessado em poesia. Além do mais, talvez pela própria peculiaridade do produto, o perfil do consumidor de poesia é um tanto quanto diferente do perfil do consumidor comum. Aprendi a identificar e a atingir esse público porque, de certa forma, também sou esse público. Sei exatamente onde encontrar determinados poetas que você não vai encontrar nas prateleiras das grandes livrarias. Há também a competência do consumidor para encontrar e selecionar o que procura.

Há aquele sujeito que não publica seu livro por vários motivos, passa o tempo enviando originais para concursos de literatura e praguejando contra o descaso dos editores. Eu que não posso ficar

Literário
Opiniões

Publicação da SECRETARIA DE ESTADO DA CULTURA DE MINAS GERAIS | Avenida João Pinheiro, 342, Anexo, Centro, Belo Horizonte, MG, CEP 30130-180 | Telefone (31) 3213-1073 | spsl.sec@mg.gov.br | Governador do Estado de Minas Gerais AÉCIO NEVES DA CUNHA | Secretário de Estado da Cultura LUIZ ROBERTO NASCIMENTO E SILVA | Coordenação Editorial DIRETORIA DE EDIÇÃO E DIFUSÃO DO SUPLEMENTO LITERÁRIO | Editor ANELITO DE OLIVEIRA | Conselho Editorial AFFONSO ROMANO DE SANT'ANNA, FERNANDO BRANT, FÁBIO LUCAS, LETÍCIA MALARD, ANELITO DE OLIVEIRA (Presidente) | TEXTOS assinados não expressam, necessariamente, opinião do jornal | MINAS GERAIS | Órgão Oficial dos Poderes do Estado | Secretário de Estado de Governo DANILO DE CASTRO Subsecretário de Comunicação Social JACKSON CARVALHO | Diretor Geral da Imprensa Oficial FRANCISCO PEDALINO COSTA Editor Geral do Minas Gerais GERALDO LÚCIO DE MELO | Projeto gráfico original ANTONIO SEARA | Diagramação MÁRCIO GRIFO

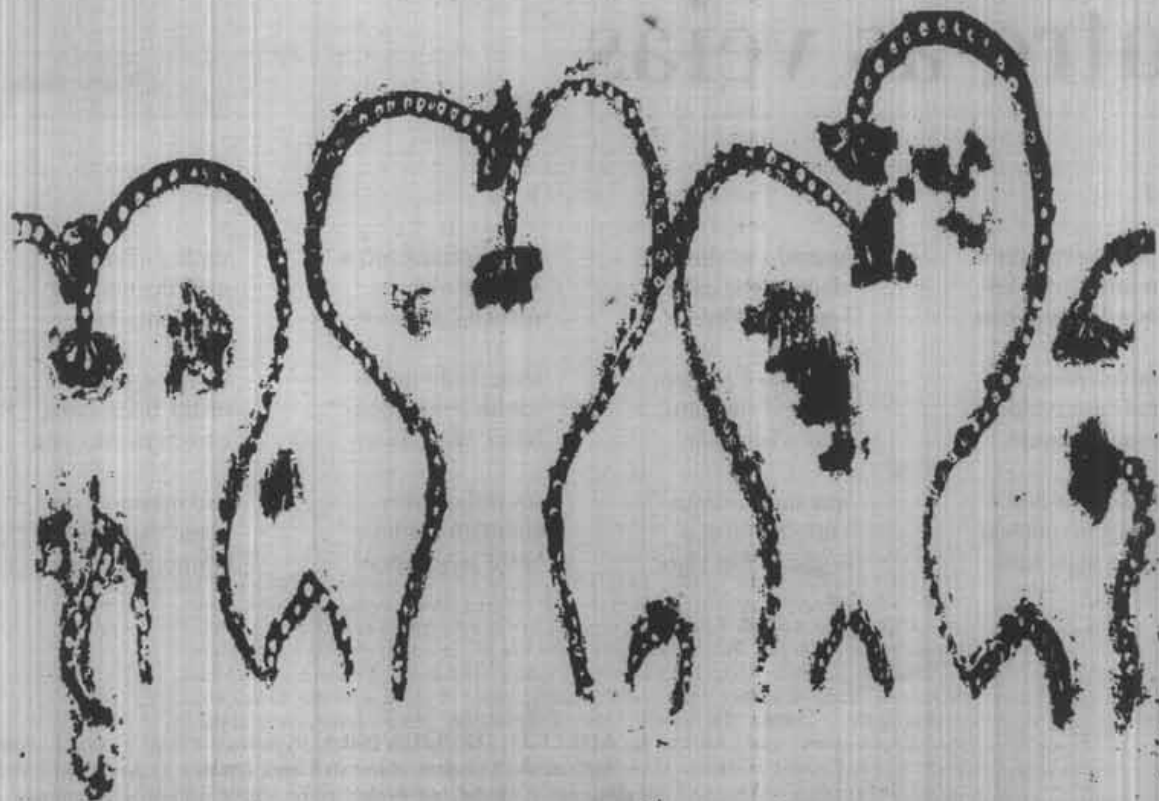
dependendo da boa vontade de editores, bancas julgadoras e críticos em geral, e, por outro lado, também não tenho dinheiro guardado para "comprar" uma publicação. Acabo tendo de optar pela terceira via: fazer o livro por conta própria, fazer com que ele se pague e de quebra ainda fazer com que dê lucro, porque também preciso comer. É que não sei, ou não quero, fazer outra coisa, sou poeta e pronto. Assim como em qualquer profissão liberal, minha sobrevivência depende da competência do meu trabalho. Isso implica tanto a qualidade do meu verso, por assim dizer, quanto o acabamento do suporte que vou utilizar para veiculá-lo, por exemplo. Como um profissional da área, vou ter de ter noção de mercado, portanto, saber utilizar programas de editoração, saber fazer uma assessoria de imprensa etc. Enfim, subverter o estigma da poesia como inutilidade. Fazê-la vender como banana, alimento para alma, enfeite para estante ou o que seja. O poeta precisa de alimento para o corpo. Precisa de um teto. Precisa de um computador com internet. O poeta é um operário da palavra especializado em explorar os limites do significado. Há toda uma pesquisa. Todo poeta tem seus anos de formação. Cada um com sua paidéia.

Livros são caros no Brasil. Artigo de luxo. Sorte dos herdeiros da tradição oral. Poemas dão trabalho para elaborar. Pouquíssimas vezes um poema surge no primeiro "insight" na sua forma definitiva. São como as descobertas científicas, precisam ser burilados, reelaborados exaustivamente. Maiakóvski chegava a fazer 50 versões pra um mesmo poema. Há que se considerar que é possível sim viver de poesia no Brasil, mas não sem se dobrar. Primeiro o cara tem de ser um bom poeta, tem de pegar as pessoas pelo intestino, ou pelo hipotálamo. Depois tem de ter muita coragem e sobretudo confiança no seu trabalho, ou então muita cara de pau. Por fim, tem de entender minimamente como funciona o mercado editorial e quais são as possíveis áreas de atuação de um poeta nesse início de terceiro milênio. Dou oficinas sobre poesia, escrevo sobre, traduzo, faço vídeos, falo e canto meus poemas em shows e saraus. Não preciso me tornar uma celebridade, frequentar a mídia oficial para isso, vivo sem nenhum luxo, mas com certa dignidade, como qualquer trabalhador brasileiro. Quero dar o golpe de misericórdia na idéia romântica do poeta em seu pedestal, em seu claustro introspectivo.

Envio um e-mail a jovens poetas: Rilke viveu a maior parte da

vida de favores de seus mecenas, amigos e amantes, princesas e duques que estimavam sua presença e sua poesia. Hoje o poeta tem empresas privadas que, porventura, queiram associar seu nome a um produto como, por exemplo, um livro de poemas. A coisa pode ser um pouco menos desanimadora se o projeto tiver a aprovação numa das leis de incentivo vigentes, já que o atual governo delegou a responsabilidade pelo fomento da arte e da cultura às empresas privadas. Mas não fica só nisso, a distribuição é na marra S/A. Jornal, revista, fanzine, site, e o diabo. Musicar uns poemas, ou presentear-los a músicos, é um caminho para se chegar ao rádio. Rádio é um meio de divulgação mais eficiente que papel, já que pouca gente neste país lê. Lambe-lambe ou outdoor também é bom, quando houver condições. Em último caso, pixe seus poemas nos muros da cidade que também funciona. Promover saraus e shows para falar e ouvir poemas é fundamental. Mas isso são só algumas dicas. Cada um se vira como pode.

MAKELY é poeta e compositor, autor de Objeto Livro (1998, ed. do autor) e Ego Excêntrico (Sêlo Editorial, 2003).



KITY AMARAL, CERRADO COM NEVE, ÓLEO SOBRE TELA, 30 X 60 CM, 2000 | COLEÇÃO CONSTATINO CURY | PINACOTECABRASIL