

Martedì 9 marzo 2021 | il Giornale

ALBUM | 27

# I SEGRETI DELL'EDITORIA

IL PAMPHLET

## Scrivere libri non serve a nulla

*In Italia pochi leggono ma tutti vogliono diventare «scrittori». Paolo Bianchi svela trucchi e illusioni dell'ambiente letterario, tra premi, critica e self publishing...*

Davide Brullo

La scrittura è un tradimento, le parole sono una palude di fraintesi, chi crede in ciò che ha scritto - che è come avere fede nel viso riflesso dallo specchio - non è degno di pietà, ma di suntuosa bestemmia. Eppure, pare che sia la scrittura a giustificare una vita trenera. «Basta da capire perché ci siano così tante persone che ancora oggi si danno l'anima pur di diventare poeti famosi, cioè squattrinati meriti di fama, si sarebbero anche capaci di tutto, c'è da crederci, pur di raggiungere il loro scopo», scrive Andrea Temporelli in un romanzo, *Tutte le voci di questo addio* (2015), tanto straordinario da essere accolto, nel pollaio culturale italiano, da glaciali, ipocriti silenzi. Ovvero sgricola le ragioni mentalmente industriali dell'editoria e quelle vili, narcisistiche della scrittura.

Orde di poeti e di romanzieri preferivano comunque, come tenti, e dazionosi professoristi (Eugenio Scalfari e Oscar Fattoretto, ad esempio) credono con un patetico libro di poesie di sarrificare un'esistenza, di emendarla. Qualcosa di magro, un sottile residuo, giassa la scrittura: ne abbiamo bisogno come fosse un toccasana - mentre di norma è unveleno - e abbiamo bisogno, soprattutto, che altri, tanti, ci leggano (o ci facciano con l'etichetta - maledica - «scrittore», «poeta»). Eppure, Emily Dickinson consegnava i propri capolavori al baule, consapevole che solo ciò che si nasconde ha qualche bagliore di eternità.

Dell'*inutilità della scrittura* potrebbe un sermone di Meister Eckhart - la scrittura, se è grande, è al di là delle parole dell'utile, del vendibile, del commercio - avere il titolo di una sputata - intesa alla letteratura italiana (scatolificio) di Paolo Bianchi (editrice Bibliografica, pagg. 192, euro 22). E quel sostantivo («inutilità») va preso per ciò che è, senza viri esoterici. Ciò che scriviamo è inutile, muta materia verbale, e - coloro che vogliono scrivere, in Italia come nel resto del mondo, si aggrano nell'oscurità e nell'illusione. Come quelli che svelano il trucco dei prestigiosi, Bianchi ci mostra cosa c'è dietro i romanzi che levitano in libreria, raccontando il turbido del sistema editoriale, spesso fido, al limite il grottesco (si sa che in ogni casa si nasconde un allenatore della Nazionale e il futuro Nobel per la letteratura), il pamphlet, informato, romozio, ben scritto (meglio di troppi romanzi che svettano nelle fatiche classiche di vendita, diacché, schiamate statistiche, con soppiano in bilancie altre oltre l'ovvio), ha un precedente in *La letteratura senza bisogno del sofocattissimo Julien Gracq* («La richiesta avvilante di grandi scrittori fa in modo che quasi ogni nuovo venuto dia l'impressione di uscire da una serie di coltivazioni forzate»: era il 1950), sparito dal panorama editoriale odierno. Bianchi, però, così tacerlo chiaro, non fa il *passer*. Il libro indigizza allora dati, numeri, evidenze (spagnoso - e meglio - il capitolo dedicato all'editoria a pagamento, «Inghierite caro»). Certo, è scolorita assai ere all'esterno stimo dell'ugale: la crisi da burlina consumistica di un prodotto editoriale di massa... quasi sempre di infima valenza culturale - era stata denunciata all' allora Ministro della cultura Walter Veltroni (che oggi scrive gialli) da un editore visionario come Mario Guarnelli in un saggio del 1997 di lungimirante efficacia, *Dire Scrittore pubblicare. Loggere Voltaire* (con testi, ma gli altri, di Guido Carini, Giulio Mozzi, Ferruccio Patazoli).

Dunque, che si fa? Le vie (mischie) sono tre: a) accentrare il mondo così com'è, un trogolo di pareti e di lupi, e agire da scultori; b) ideare una qualche rivoluzione culturale (spaventa ma penduta); c) celarsi nel pudore, voltare le spalle al mondo, farsi inghiottire nell'opera. Extradossine dell'epoca, come sironi del vespa. In tutti i casi, il libro di Paolo Bianchi è la pillola rossa di Mafai, quasi un fagiolo, un marzapane per la buona guerra.

IL SAGGIO

## Ma pubblicarli paga ancora

*Il libro è in crisi, ma questa industria ha un futuro. Come spiega Roberto Cicala bisogna sfruttare i nuovi mercati, puntare sul «fatto bene» e trovare i canali migliori*

Luigi Mascheroni

Il Coronavirus ha picchiato duro in tutti i settori. Molto in quello del libro. In Italia, nel 2020, sono spariti 8 milioni di copie. Che per un Paese in cui già si comprano pochi libri, e si legge ancora meno, è terribile. Però, ecco il punto, l'editoria non è morta. Anzi. L'impermanenza dell'e-commerce ha fatto recuperare verso la fine dell'anno buona parte delle vendite fisiche perdute. E in più le librerie, soprattutto quelle indipendenti, continuano a fare un grande lavoro di relazione fra i clienti più fedeli, anche portando i libri a domicilio. Il libro non può solo come prodotto ma anche come servizio. Dal *food delivery* al *book delivery*. Certo i soldi li hanno fatti gli store online. Ma le vecchie librerie hanno retto.

Ecco perché Roberto Cicala, editore e docente all'Università Cattolica di Educazione letteraria multimediale, autore del saggio *I meccanismi dell'editoria. Il mondo dei libri dall'autore al lettore* (Il Mulino, pagg. 270, euro 24), è sì pessimista sulla situazione attuale - la metà degli italiani non legge neppure un libro all'anno, e in più il libro da anni soffre di un discredito sociale che lo rende qualcosa di ridioso se non inutile - ma è ottimista sul futuro. Primo perché il libro resta la maggiore industria culturale italiana per fatturato, prima di musica e cinema, a livello di quella delle pay tv. Secondo perché i cambiamenti nel mondo dell'editoria, così veloci e trasversali, hanno completamente ridisegnato, rendendolo anche più appetibile. Terzo settore: che non è più come nel passato un mercato di massa, ossia pochi titoli furti per tanti lettori, ma una massa di mercati, vale a dire tante piccole nicchie. Terzo perché il libro, cartaceo, digitale e anche «ibrido» - il successo dell'audiolibro che come quota di mercato ha superato persino l'e-book - è la vera novità del 2020 (di carta o meno poco importa) - continuerà ad aprirsi, e raccontarci storie. Una cosa di cui non possiamo fare a meno.

Il segreto dell'editoria tenuta del libro è nel suo essere un prodotto necessario, non un surplus. Vince non il libro più semplice ed economico, ma quello pensato, realizzato e comunicato meglio. Il libro non è un prodotto tradizionale, ma collettivo. Meglio lavorare, tutti insieme - lungo la filiera che collega l'autore al lettore - l'editore e l'editore che scegliono e selezionano, e poi il curatore, il traduttore, il grafico, il marketing, il librario, il bibliotecario... e maggior successo di vendita avrà il libro.

Ed ecco il punto più interessante del saggio *I meccanismi dell'editoria* (tech bottom di schede che analizzano alcuni casi esemplari, da *Henry Potter* a Elena Ferrante, da Gabrio a Eco, dall'importanza delle copertine ai social). L'idea che a salvare il libro, al di là dei fan della filigrana o dei paper, sarà il costruire l'oggetto-libro al meglio. La parola chiave è banale ma semplice: professionalità. E professionalità significa lavoro collettivo di selezione, cura, editing, revisione. Editori non ci si improvvisa. E i bestseller non nascono per caso. L'analisi dei dati dice che in un mercato come quello che si sta profilando esistono grandi margini di guadagno.

L'editoria ormai è multistage e multicanale. La vera sfida è capire quale canale sia migliore per portare il proprio libro al proprio lettore. Sfruttando gli strumenti che il lockdown ha allungato, cioè le community i webinar, il crowdfunding, non con da sola la garanzia migliaia di persone online serve a poco se nessuna di loro compra un libro. Semmai urerebbe al meglio con i tradizionali mestieri del libro.

E per il resto, il futuro, anche nel libro, passa dalla «sostenibilità» finanziaria. Giusto fare libri per rendere più consapevoli i lettori e i cittadini. Ma ancora più giusto fare libri per rendere virtuoso l'intero sistema editoriale. «Non si fa cultura se non si fanno libri che permettono di guadagnare» diceva già Giuseppe Prezzolini.

