

L'editoria degli anni Zero nel circuito chiuso della comunicazione "culturale"

Gilda Policastro

1.

È con cadenza predeterminata che le statistiche diffuse dai periodici di settore quantificano in percentuali bassissime l'abitudine alla lettura degli italiani scolarizzati: percentuali attestate su cifre così poco incoraggianti da indurre l'organismo statale preposto alla tutela e salvaguardia delle attività connesse al libro a porsi come obiettivo di lunga durata l'innalzamento di un paio appena di punti percentuali.¹ Inoltre, sempre stando a tali statistiche, i cosiddetti "lettori forti" arriverebbero attualmente a leggere circa cinque libri l'anno, prescindendo, com'è ovvio, tali statistiche, dalla qualità. Perciò tra i cinque libri possono starci tanto *Guerra e pace* e la *Recherche* quanto le ultime uscite delle saghe dei vampiri e dei maghetti, senza che il quadro complessivo ne risulti alterato. Secondo le indagini di mercato l'editoria italiana è comunque un'industria fiorente, che mantiene stabile o addirittura accresce, sia pure di una misura contenuta rispetto ai mercati stranieri, in specie quello americano, ma anche tedesco e francese, il proprio fatturato. Come si spiega quest'aporia? E intanto, è davvero tale? Se risulta subito evidente che un acquirente non sia di necessità un lettore e che dunque all'acquisto che tiene stabile il fatturato non debba necessariamente corrispondere un incremento delle abitudini e soprattutto della varietà delle letture, una risposta meglio definita può emergere da una disamina, sia pur sommaria, della struttura e della configurazione del nostro sistema editoriale. Intanto, subito il dato macroscopico, evidenziato da un'inchiesta della rivista «il verri», uscita nel 2007 con un numero pionieristico, perlomeno in Italia, sul tema della cosiddetta

1 Cfr. i dati forniti dall'articolo-pamphlet di V. Ostuni, *Per la liberazione dei lettori*, in «Alfabeta2», 6, 2011, p. 11: «esplicito obiettivo del neonato Centro per il libro è che fra dieci anni il 10% degli italiani adulti legga abitualmente anziché l'8% di oggi, e il 50% almeno un libro l'anno anziché il 45% di oggi».

“bibliodiversità”,² intesa come salvaguardia (lo approfondiremo più avanti) delle varie e diverse specie di libro, a fronte del livellamento delle piattaforme di mercato sui generi di più largo consumo (i romanzi, e, più nello specifico, i noir, i gialli e loro derivati): in Italia escono quasi 60 mila novità editoriali all’anno,³ ma ciò non implica che tale ingente mole circoli alle medesime condizioni sul mercato, cioè con analoghe opportunità di approdare agli scaffali delle librerie, e dunque di finire nelle mani dei lettori. Nell’intervista al «verri» Luciano Scala, ex direttore generale per i Beni Librari e gli Istituti Culturali, ridimensiona invece in modo drastico la reale consistenza dell’offerta editoriale:

c’è una forbice smisurata [...] che rende sostanzialmente limitato, nella sua capacità di proporsi al pubblico, questo sforzo culturale ed editoriale così vasto. Quando si parla di 54 mila novità editoriali annue, non si sottolinea che nelle librerie le novità che vengono effettivamente proposte, ogni anno, non superano i 2500-3000 titoli. Titoli che vengono proposti dalle grandi catene librarie, sì, ma naturalmente solo dove queste riescono a giungere. [...] L’altra forbice di cui occorre tener conto è che in Italia gli editori sono moltissimi, ma i primi cinque gruppi detengono più del 60% del mercato. (V, p. 14)

L’editoria degli anni Zero nel circuito chiuso della comunicazione “culturale”

Si rende opportuno, a questo punto, compiere un passo indietro, ed esaminare nel dettaglio i tre anelli o momenti principali di cui si compone la cosiddetta filiera del libro: 1) la produzione, ovvero il percorso materiale che conduce il dattiloscritto d’autore alla stampa e alla diffusione in più copie; 2) la distribuzione, ovvero l’iter di accesso ai canali di vendita, attraverso figure di mediazione commerciale tra l’editore e le librerie; 3) la vendita vera e propria, che a sua volta segue i tre canali principali della distribuzione nelle grosse catene di franchising, nelle piccole librerie e infine, novità recente, nei grandi luoghi di distribuzione di massa, dagli autogrill ai supermercati.⁴ Se è vero che il cosiddetto “boom” editoriale conserva dei margini di casualità, ritenendosi, a torto o a ragione, imprevedibile, tali condizioni materiali di partenza garantiscono a certi libri (e non ad altri) dei canali privilegiati, precludendo al successo commerciale con modalità più dirette, se non improntate a una effettiva causalità. Allo stesso modo si danno casi, nell’editoria recente, di un successo inatteso

2 “bibliodiversità”, «il verri», 2007. Il numero (che d’ora in poi sarà indicato a testo con la sigla V) consta di interviste ad editori e di un dibattito redazionale, e pubblica per la prima volta la Dichiarazione degli editori indipendenti, promulgata a Parigi nel 2007.

3 Per un regesto di dati materiali utili alla definizione dello stato dell’editoria, sia pur datato al 2007, cfr. S. Salis, *Calendario editoriale. Settore solido, ma non in crescita*, in *Tirature ’08. L’immaginario a fumetti*, a cura di V. Spinazzola, il Saggiatore, Milano 2008, pp. 234-248.

4 Si veda a tal proposito la efficace e sintetica descrizione delle dinamiche e dei luoghi della distribuzione libraria in L. Archibugi, A. Cortellesa, *Senza scrittori*, Raicinema 2009 (in dvd, 2011).

e imprevisto, che costringa l'editore a rivalutare il libro rispetto alla strategia di lancio iniziale, incrementandone le immissioni sul mercato.⁵

Di norma le dinamiche che fanno di un libro un successo editoriale non sono perciò soltanto prevedibili, ma, anzi, scrupolosamente dirette: è facile, ad esempio, che un best-seller "programmato" dia poi la stura a un fenomeno editoriale (la narrativa-reportage, la narrativa giovanile, la narrativa a sfondo sociale), e che a un singolo libro di successo seguano dei veri e propri cloni, a partire anche solo da titoli fortunati.⁶ Ma le spequazioni cominciano evidentemente a partire dalla stessa pubblicazione, dal momento che non ogni libro, com'è facilmente intuibile, riceve la medesima tiratura iniziale. Nel caso di un autore già noto al pubblico, ad esempio, si propenderà per una tiratura conforme alle vendite già attestate e consolidate (i libri di Umberto Eco, di Alessandro Baricco o di Niccolò Ammaniti sono tra i pochissimi best-seller prevedibili in Italia, guadagnandosi perciò tirature iniziali comunque superiori alle 100 mila copie). Nel caso di esordienti, le tirature iniziali vanno invece, a seconda naturalmente dell'editore – se grande, medio o piccolo – dalle 1000 alle 8 mila iniziali. Il fenomeno più rilevante e forse meno noto dell'iter editoriale è proprio la stima della tiratura iniziale, che in Italia non si affida, come sarebbe logico, a un progetto o a un investimento dell'editore sul singolo libro o su un determinato autore. No: la tiratura iniziale di un libro d'esordio in Italia viene decisa in base al cosiddetto "prenotato". Il rappresentante del settore commerciale per il singolo editore, cioè, si reca nelle librerie e "vende" in anticipo il libro sulla base di una scheda ancora parziale, dal momento che l'attività di promozione ne anticipa di molti mesi l'uscita. Il libraio ipotizza, a quel punto, quante copie potrà vendere il libro in questione e la tiratura procede a partire da tale stima del tutto arbitraria. È dunque in primo luogo una considerazione commerciale a decretare a priori la vita, il corso, la diffusione e la possibilità di successo di un libro. Col fenomeno aggiunto del tam-tam spontaneo dei lettori, certamente, e in più col sostegno della stampa, di cui diremo. Ma il primo passo, la tiratura, non si determina, ribadiamolo, in base a criteri di qualità bensì fondandosi su una previsione di vendita. L'intervista a Ginevra Bompiani, ancora dal «verri», rende evidente sin nel suo aspetto pragmatico questa sconcertante premessa della vita del libro: quante

- 5 Fu così per *Gomorra* di Roberto Saviano (Mondadori, Milano 2006), libro di cui venne inizialmente prevista una tiratura di 8 mila copie, considerata media per un esordio letterario, e che fu poi ristampato in milioni di copie all'indomani dell'apparizione in tv dell'autore, e, a seguire, dell'esplosione del "caso" editoriale.
- 6 Dopo il successo di *Acciaio* di Silvia Avallone (Rizzoli, Milano 2010), nel 2011 esce *Temitti* di Mario Desiati per Mondadori: entrambi i libri vengono candidati dai rispettivi editori al Premio Strega, ben piazzandosi nella cinquina finale, e sostenuti da una poderosa campagna stampa incentrata sull'"impegno sociale" (vero o presunto che fosse) dei due autori.

meno copie ne siano disponibili, tanto meno il libro sarà visibile e dunque cirolerà e dunque potrà essere visto, letto e apprezzato dai lettori. Ginevra Bompiani è il direttore editoriale di Nottetempo, e il suo discorso mira comunque a rendere esplicito come, dal punto di vista dell'editore, le condizioni materiali per accedere agli scaffali siano le medesime per tutti, senza che, evidentemente, i piccoli riescano a tutelarsi al pari dei grandi da eventuali *débâcles*:

così, di piatto sui tavoli, restano gli stessi soliti libri: autori noti di grossi editori, spesso noti per ragioni televisive, politiche o giornalistiche. Entrare in una libreria è spesso come accendere la televisione: vi si ritrovano le stesse parole e le stesse facce. (V, p. 33)

Ben diversa è la situazione in Europa, dove la stampa, a quanto pare, sostiene maggiormente gli editori di qualità:

in Francia una catena virtuosa lega la stampa culturale all'editoria letteraria da una parte e alle librerie dall'altra. Se un libro importante esce, di autore conosciuto o sconosciuto, edito da un piccolo o da un grande editore, la stampa se ne accorge. E quando se ne occupa, i librai reagiscono togliendo i libri dagli scaffali e mettendoli di piatto sui tavoli. Questo gesto è quello che determina la vita del libro. (*ivi*, p. 33)

Se la possibilità di arrivare in libreria e di venirvi opportunamente valorizzati è il primo grande ostacolo da superare per un editore non incardinato in un grande sistema distributivo, resta per tutti il problema della longevità dei titoli, che pare a maggior ragione dipendere dalle effettive e mere vendite, senza nessun'altra considerazione di qualità o di valore. Nel documentario *Senza scrittori* di Cortellesa-Archibugi, il libraio della storica libreria Tombolini di Roma ricorda come, per tradizione, in una libreria di settore destinata a un pubblico selezionato e qualificato non possano mai mancare dei titoli classici e come dunque qualunque libro venduto debba essere immediatamente rimpiazzato («a costo di andarlo a comprare in un'altra libreria: perché succede anche questo, per non scontentare il cliente»). Sul versante opposto si muovono invece le grandi catene, che vedranno progressivamente scomparire i titoli meno richiesti e venduti, destino cui sembrano dover incappare, nel tempo, persino i grandi classici, del resto relegati negli scaffali, per lasciare intero lo spazio delle vetrine e dei tavoli alle cosiddette «novità». ⁷ Connesso alla vendita, come rileva lo stesso proprietario di Tombolini, c'è poi il problema dello sconto: se alcuni titoli vengono venduti a prezzi minorati nelle grosse catene distributive, i medesimi avranno evidentemente minor fortuna

L'editoria degli anni Zero nel circuito chiuso della comunicazione "culturale"

⁷ Risultano, ad esempio, irreperibili da tempo classici contemporanei come i *Quaderni* di Gramsci o i *Romanzi* di Paolo Volponi (entrambi usciti nella prestigiosa collana einaudiana NUE, e pressoché scomparsi non solo dalle librerie, ma dai cataloghi stessi dell'editore).

nelle piccole librerie indipendenti, che pure potrebbero ricavarne analoghi profitti, senza il vincolo del prezzo imposto. La questione dello sconto è una delle più spinose tra quelle legate, direttamente o indirettamente, all'industria editoriale, e alla distribuzione e alla vendita in particolare: la recente "legge Levi" ha fissato (con l'approvazione definitiva al Senato nel luglio del 2011) il tetto massimo di sconto possibile al 15%, vietando la possibilità dello sconto, a qualunque condizione, nel periodo delle strenne natalizie, in cui maggiori sono le occasioni di vendita per tutte le librerie. Pur proponendosi di portare ordine nella *deregulation* vigente, tale legge fissa però dei vincoli assai meno restrittivi che negli altri paesi europei (ad esempio la Francia, la Germania o la Spagna), dove vige il prezzo imposto oppure, ove possibilità di sconto vi sia, esso si attesta su una percentuale decisamente più bassa di quella italiana (il 5%, ad esempio, in Francia). Dunque con l'entrata in vigore della legge, aversata soprattutto dagli editori indipendenti,⁸ in Italia esiste un arco di tempo assai ampio (11 mesi all'anno) in cui alle librerie è permesso di praticare lo sconto, e con un tetto massimo assai poco restrittivo. Un'opportunità apparentemente vantaggiosa per il lettore, quella, cioè, di acquistare libri a prezzi più bassi, finisce così con l'essere, alla lunga, una strettoia che ne limiterà le possibilità di scelta, impoverendo fatalmente la varietà del campo letterario, per la minor capacità di editori e librerie indipendenti di mantenere a livelli competitivi i fatturati, e dunque le possibilità di permanenza sul mercato.

2.

All'interno di un sistema economico gravato da un'ingente crisi in tutti i settori, a partire dagli anni Zero l'industria editoriale si riorganizza seguendo le medesime strategie di qualunque altra attività produttiva: ciò determina la creazione di concentrazioni economiche di tipo orizzontale, ossia il raggruppamento di diversi soggetti editoriali all'interno di un macrogruppo (una holding vera e propria), e così anche in Italia si costituiscono dei grossi conglomerati editoriali. In particolare:

1. il Gruppo Mondadori, sviluppatosi dall'espansione in molti settori della storica casa editrice di Arnoldo Mondadori, fondata all'inizio del vecchio secolo (divenuto progressivamente un vero colosso editoriale, detenendo, secondo dati del 2008, una quota di mercato pari a circa

8 R. De Santis, *Sconti sui libri: il limite è la legge*, in «La Repubblica», 21 luglio 2011, in cui si riporta un'agguerrita dichiarazione della succitata Ginevra Bompiani: «Questa non è la legge che volevamo, ma è la migliore che potevamo ottenere. Da adesso riprende la nostra battaglia». Si veda anche l'intervista di S. Salis al promotore della legge, Riccardo F. Levi: *Sconto sui libri, utile compromesso*, in «Il Sole 24 ore», 17 luglio 2010.

il 35% se si considerano tutti i soggetti afferenti al gruppo), con un fatturato di circa 1500 milioni di euro annui;⁹

2. RCS-Mediagroup, proprietario di una gran parte di quotidiani e periodici nazionali, oltre che dello storico marchio Rizzoli, e che ha tra i soci azionari imprenditori economici e banche (sia Mondadori che RCS sono gruppi editoriali quotati in borsa);
3. GEMS (Gruppo Editoriale Mauri Spagnol), gruppo editoriale in forte ascesa, che nasce nel 2005 dall'iniziativa congiunta di Achille Mauri (amministratore delle Messaggerie italiane, il più potente canale distributivo in Italia), Stefano Mauri (amministratore delegato del Gruppo Longanesi) e Luigi Spagnol (presidente di Salani e Ponte alle Grazie). Il Gruppo acquisisce la proprietà o controlla alcune delle più prestigiose collane di saggistica, per qualità degli autori e longevità, da Longanesi a Guanda a Corbaccio a Garzanti, fino alle recenti acquisizioni di Bollati Boringhieri e di Fazi.

Al fenomeno della concentrazione orizzontale si è poi via via affiancato un fenomeno ancora più pernicioso, ai fini della sopravvivenza di un'editoria non immediatamente soggetta alle imposizioni del mercato: si tratta dell'acquisizione da parte di singoli soggetti di consistenti quote azionarie in tutti e tre i settori della filiera produttiva, dalla stampa alla distribuzione alla vendita. Così è accaduto col Gruppo Effe (la *holding* del Gruppo Feltrinelli) che nel 2008 ha acquisito la proprietà di PDE (Promozione Distribuzione Editoria), il secondo canale distributivo in Italia, con circa 500 editori distribuiti, e un fatturato di oltre 90 milioni di euro a prezzo di copertina (secondo dati del 2007). Si è visto poi come GEMS si sia costituita sin dalle origini come holding editoriale e, insieme, canale distributivo. È fatale che il sistema delle concentrazioni verticali finisca col danneggiare gli editori indipendenti, e gli editori piccoli e medi (quelli che pubblicano, cioè, all'incirca, tra i 25 e i 60 titoli all'anno).

Il problema della sopravvivenza, nelle condizioni di mercato attuale, dell'editoria indipendente, non afferente, cioè, alle grandi holding editoriali, si è posto per la prima volta fuori dall'Italia, in particolare in Francia, all'indomani della pubblicazione, alla fine degli anni Novanta, di due fondamentali saggi: uno, del sociologo Pierre Bourdieu, che ha affrontato la questione delle grandi concentrazioni proprietarie a partire da una visione sociopolitica, considerandone l'influenza nel campo letterario a vari livelli, a partire dalla stessa scrittura autoriale, che viene già dagli autori (e cioè sin dalla stesura del libro) orientata verso le logiche di mercato; l'altro, che ha una grandissima eco in tutta Europa e non solo, è il

L'editoria degli anni Zero nel circuito chiuso della comunicazione "culturale"

9 Nel 1991 il gruppo Fininvest acquistò la maggioranza delle azioni della società; nel 1994 il gruppo Mondadori acquisì una delle case editrici italiane di più lunga tradizione letteraria, la Einaudi, fondata da Giulio Einaudi nel 1933.

pamphlet di denuncia dell'editore André Schiffrin, dal provocatorio titolo *L'Édition sans éditeurs* (1999), tradotto in Italia con una prefazione assai partecipata di Alfredo Salsano, nel 2000.¹⁰

Entro una riflessione che tiene conto di fattori politici ed economici, Bourdieu, in relazione al campo letterario nello specifico, introduce il concetto di "allodossia", ovvero un'idea di anticonformismo editoriale che si fonda sulla riconversione dello stereotipo nella novità apparente. Ne deriva una sorta di conformismo della novità, che induce gli editori a riproporre con continuità dei fenomeni di successo o dei veri e propri format dal sicuro riscontro commerciale. La questione è affrontata con particolare riguardo al mercato editoriale francese, ma è evidente come il fenomeno (lo accennavamo poco fa) sia riferibile in termini analoghi all'Italia, dove un forte elemento di «allodossia» sul piano editoriale è costituito, così come in Francia, dall'appartenenza generazionale («responsable de maisons "jeunes" [...] entendent offrir aux lecteurs "jeunes" [...] des auteurs "jeunes" [...], capable de rompre avec les recherches ésotériques de la génération précédente», scrive Bourdieu).¹¹ Tale fenomeno ha riguardato anche l'Italia, col movimento spontaneo dei TQ¹² cui afferiscono critici, editori, scrittori e giornalisti che, analogamente alla «nouvelle génération» di cui parla Bourdieu, rivendicano un comune orizzonte culturale, fondato non solo e non sempre su una formazione letteraria canonica, quanto e più spesso sulla comune cultura cinematografica, musicale e perfino sportiva, nonché sull'apprezzamento condiviso nei confronti della letteratura anglosassone, col conseguente snobistico spregio della letteratura nazionale cosiddetta canonica, accademica o scolastica.

10 P. Bourdieu, *Une Révolution conservatrice dans l'édition*, in «Actes de la recherche en sciences sociales», 126-127, 1999, pp. 3-32; A. Schiffrin, *Editoria senza editori* [1999], trad. it. di A. Salsano, Bollati Boringhieri, Torino 2000. Sulla discussione intorno al libro di Schiffrin, si veda anche il post di M. Fiorillo, *Un'editoria senza editori – e senza libri?*, in «Nazione indiana», 20 aprile 2005, (<http://www.nazioneindiana.com>), già apparso come introduzione al numero speciale di «il contesto», *L'industria culturale italiana. L'editoria degli editori*, 3-4, 2004, pp. 9-61.

11 Bourdieu, *Une Révolution conservatrice dans l'édition*, cit., p. 20.

12 La denominazione del movimento si deve a Giuseppe Antonelli, Mario Desiati, Alessandro Grazioli, Nicola Lagioia, Giorgio Vasta, promotori, nell'aprile del 2011, di un incontro tenutosi presso la sede romana della casa editrice Laterza, che radunava un centinaio di scrittori, editori, critici, giornalisti tra i trenta e i quarant'anni (dove la denominazione di TQ), per avviare un confronto sui sistemi, le dinamiche e le pratiche di intervento e di elaborazione delle maggiori emergenze culturali del presente: dalla scarsa propensione alla lettura segnalata dalle statistiche, al degrado della formazione e della comunicazione, fino alle questioni legate al mercato e alle grandi concentrazioni editoriali. Nei mesi successivi, il movimento ha precisato i propri intenti e finalità, elaborando dei documenti (Politica, Editoria, Spazi Pubblici), che hanno raccolto l'adesione più convinta di alcuni critici, editori, scrittori (da Andrea Cortellesa a Gabriele Pedullà a Vincenzo Ostuni) e causato però defezioni consistenti tra i primi promotori dell'iniziativa, tra cui Antonelli e Desiati. Per i manifesti su Politica ed Editoria e alcune riflessioni elaborate sui vari temi dagli afferenti al movimento si veda l'ampia sezione di «Alfabeta2», 12, pp. 6-9, e il dossier *L'evento*, a cura di V. Ostuni, in «il Caffè illustrato», 61, 2011, pp. 6-10, mentre per un resoconto cronachistico delle attività e delle dichiarazioni a caldo di alcuni dei suoi protagonisti, cfr. R. De Santis, *Scrittori, torna l'impegno: nasce il movimento TQ*, in «Repubblica», 27 luglio 2011.

Bourdieu riprendeva a sua volta una tesi di Ferrand, secondo cui il sostegno generazionale sarebbe marchiato da un'ambiguità di fondo, riproponendo da un lato «trente ans après Mai 68, les mêmes couplets libertaires» e dall'altro invece assecondando l'adattamento dei «jeunes rebelles» alle dinamiche del marketing, che celebrano, contraddittoriamente, «le retour aux saines traditions du récit (ou, comme dit le nouveau langage à la mode au *story telling*) et du même coup à la vraie vie». Ciò si legherebbe, inoltre, a un rinnovato interesse per la giovane letteratura americana, che a differenza di quella francese, ritenuta astratta e formalista, si mostrerebbe maggiormente consentanea a temi come il sesso e la violenza, legati alla realtà contemporanea e al tempo stesso meglio atti all'affabulazione narrativa. L'associazione tra «la jeunesse des auteurs e «la jeunesse du public et même la jeunesse du personnel de l'édition» garantirebbe, infine, della capacità dei nuovi autori di proporre «une nouvelle espèce de littérature, plus moderne, moins doctrinaire, plus jeune en un mot, mais aussi moins "élitiste", parce que largement accessible, que la littérature de recherche des *sixties*».¹³

Per Bourdieu quel che si ha di fronte è un panorama riempito di eventi commerciali trasformati in casi letterari (il cui esempio più eclatante sarebbe rappresentato in Francia da Michel Houellebecq): tali "eventi" costituiscono il côté più ambiguo della trasformazione del campo editoriale, venendo predeterminati da una nuova categoria di «agenti economico-letterari» in grado di «simulare», in buona o in cattiva fede, delle «proposte avanguardistiche» in un assetto del campo caratterizzato invece da minore autonomia nelle scelte e dalla pressione ineludibile del polo commerciale.

Che cosa accade, invece, nello specifico, alla nostra letteratura? Niente di realmente "generazionale", e nessun rinnovamento anagrafico sostanziale (che peraltro non si dà a nessun livello, né politico, né sociale in un paese dove la generazione dei nati fra gli anni Sessanta e i Settanta ha subito i maggiori contraccolpi dei cambiamenti intercorsi nel passaggio del millennio, col fenomeno macroscopico del precariato e della generale assenza di certezze materiali), ma solo il riflesso e il rispecchiamento di fenomeni economici avvenuti a livello globale, che hanno investito (e ce lo dirà meglio Schiffrin) l'editoria, al pari degli altri settori della produzione industriale. Con la differenza che l'editoria è un'industria molto particolare, dal momento che avendo a che fare con la cultura dovrebbe avere a cuore la qualità prima dei profitti: in un mondo che evidentemente non fosse quello del capitalismo avanzato. Ma il campo letterario italiano è più che mai appaltato dai colossi editoriali (così per i premi, la stampa, la tv, in un ambito ristretto che porta alla ribalta pochi nomi, di solito già

L'editoria degli anni Zero nel circuito chiuso della comunicazione "culturale"

13 Bourdieu, *Une Révolution conservatrice dans l'édition*, cit., p. 20.

noti, o popolari per una stagione) che ne determinano le dinamiche degli investimenti, pianificando a tavolino i lanci di fenomeni commerciali. Così della letteratura d'impegno sociale, che diventa non più strumento rivoluzionario, dando voce all'alienazione dell'uomo in fabbrica, com'era stato ad esempio ai tempi di Bianciardi o Volponi, ma piuttosto un tema di sicuro riscontro, percorso senza la minima consapevolezza della tradizione anche recente o degli eventuali cambiamenti e scarti da essa.¹⁴

Enorme responsabilità in questo senso ha la stampa, come denunciato ancora da Bourdieu, che asseconda i fenomeni commerciali se non ha il potere di determinarli in senso proprio (ridotte come sono le terze pagine dei quotidiani a meri spazi di lancio a servizio dei soliti editori): anche in Italia si è così costituito quel circuito chiuso, come si accennava, entro il quale libri già potenzialmente destinati a una larga diffusione e a maggiori possibilità di successo grazie ai massicci investimenti iniziali, sono poi i soli ad avere accesso alle trasmissioni televisive o ai premi letterari di sicuro impatto commerciale – le statistiche parlano dei singoli, sparuti conduttori televisivi (da Fabio Fazio a Serena Dandini a Daria Bignardi) capaci di moltiplicare le vendite di un libro al solo nominarlo. Tali spazi potenzialmente utili ad accrescere nel senso della varietà e della qualità le conoscenze degli spettatori sulla produzione editoriale, finiscono così col riservarsi in realtà a nomi e libri che invadono già massicciamente il mercato, a partire dalla presenza nelle vetrine, e arrivando ai festival letterari e ai famigerati premi. Il fenomeno riguarda anche altri paesi europei, sebbene in Italia dilaghi assumendo proporzioni incontrollabili:¹⁵ la sperequazione di possibilità tra letteratura di qualità e di consumo si fa da noi sempre più ampia a svantaggio della prima, mentre la seconda viene evidentemente privilegiata dai canali di promozione che restano nelle salde mani dei grandi gruppi editoriali, quando poi si finisce con lo spacciare per evidenza inoppugnabile il vero e proprio dogma commerciale dell'assottigliamento delle differenze qualitative, e della impos-

14 Un esempio per tutti: quando a Silvia Avallone, autrice del "caso" editoriale del 2010, il romanzo giovanilistico *Acciaio*, che sceglieva come sfondo le acciaierie di Piombino per raccontare una storia d'amore adolescenziale, durante un'intervista radiofonica alla trasmissione *Fahrenheit* venne domandato quali fossero i suoi autori di riferimento e se si fosse ispirata ad altri romanzi ambientati in fabbrica, dal *Memoriale* di Volponi a *La dismissione* di Rea, non solo la risposta fu di totale disincanto, ma fu evidente come le motivazioni per l'ambientazione del romanzo fossero derivate all'autrice da un generico autobiografismo e da una ridondante oleografia dell'operaio, visto, secondo stereotipo, come il depositario residuale di una genuina e sana vitalità da contrapporre alla corruzione, altrettanto generica e stereotipata, del "mondo attuale".

15 Nelle parole di Christian Försch, autore e traduttore berlinese: «I rappresentanti delle case editrici mi parlano esclusivamente dei libri che avranno successo commerciale. Tutte queste star della scena letteraria che girano nei talk-show, vivono con borse di studio e scrivono solo *cosette carine* gradite ai redattori della terza pagina non rappresentano la vera letteratura, sono *guitti di un sistema*» (V, p. 61).



sibilità di decretarle a priori, prescindendo dalla valutazione del pubblico sovrano (con criterio, evidentemente, televisivo). L'allarme nei confronti di un'editoria che guarda sempre di più al profitto e sempre meno alla qualità viene lanciato, in coerenza con la propria vicenda editoriale, da André Schiffrin, che dopo aver lavorato per vent'anni (dal 1962 al 1990) con la Pantheon Book, colosso editoriale americano, ed avendo potuto registrare l'aumento esponenziale, nei decenni della propria attività, delle attese di profitto (da un originario 3-4% al 10-15% degli anni Novanta), si decise, nel 1991, ad arrischiare un'impresa indipendente, fondando The New Press, con l'appoggio di finanziamenti statali e di fondi derivati da associazioni ed enti no-profit, nel tentativo di preservare uno spazio di ricerca e di "differenza" all'interno di un panorama appiattito dai diktat del mercato. Effetto evidente dell'ascesa delle holding industriali, sempre più simili l'una all'altra nei metodi e nelle offerte, il livellamento delle proposte editoriali e la rinuncia in partenza a sperimentarne di nuove a vantaggio di un tipo di pubblico solitamente ignorato (Schiffrin parla di «censura del mercato»)¹⁶. Viceversa, l'ingiunzione capitalistica di tradurre qualunque prodotto in profitto verrebbe a determinare una sorta di «desertificazione» innaturale del mercato, il quale per poter prosperare ha invece, al contrario, necessità di più specie e della loro differenza e varietà.¹⁷ Ci sono già tutte le premesse per l'efficace similitudine della «bibliodiversità»: maggiore sarà la quantità di specie librerie presenti sul mercato, maggiore la possibilità di sopravvivenza di *tutte*, con un giovamento complessivo per l'industria editoriale. La tesi di Schiffrin, lanciata in *Editoria senza editori*, e approfondita in senso ancora più drastico nei successivi *Il controllo della parola* e *Il denaro e le parole*,¹⁸ coincide così con un chiaro e fondato allarme in favore dell'editoria di qualità, la quale, esattamente come le librerie indipendenti, dove non appositamente tutelata, rischierebbe di sparire del tutto, schiacciata dall'economia di mercato. Decisivo sarebbe stato, in quest'ambito, il passaggio dalla vecchia «economia di sistema», all'interno della quale il profitto si era posto come obiettivo da conseguire attraverso un bilanciamento complessivo delle proposte di qualità e di quelle commerciali, a un'economia, viceversa, dei «singoli addendi», all'interno della quale a ogni singolo prodotto nello specifico si richiederebbe di tenersi al di sopra della soglia minima

L'editoria degli anni Zero nel circuito chiuso della comunicazione "culturale"

16 Schiffrin, *Editoria senza editori*, cit., p. 53. Origine e conseguenza della «censura del mercato» sarebbe, per Schiffrin, una rincorsa all'«autore noto» o al «tema di successo» e lo scarso o nullo interesse nei confronti dei «nuovi talenti» o dei «punti di vista originali e critici», che difficilmente troverebbero posto nei cataloghi dei grandi gruppi editoriali.

17 Così A. Salsano nella *Presentazione* a Schiffrin, *Editoria senza editori*, cit., pp. XV, XIX.

18 A. Schiffrin, *Il controllo della parola* [2005], con un'introduzione di S. Salis, Bollati Boringhieri, Torino 2006; *Il denaro e le parole* [2010], a cura di V. Parlato, postfazione di G. Rossi, Voland, Roma 2010.

di profitto richiesto.¹⁹ Un'ulteriore riflessione riguarda poi il tipo di controllo che i media esercitano sui gruppi editoriali, con macroscopiche conseguenze tanto sul piano intellettuale che su quello politico. L'esempio di Schiffrin è tratto dalla politica degli Stati Uniti, paese in cui egli ha trascorso gran parte della sua vita, e in cui durante il mandato di Bush non si era data praticamente alcuna forma di opposizione alla politica di governo, nemmeno quando quest'ultima si era totalmente identificata con l'impulso imperialistico della guerra per il petrolio. Nessuna delle case editrici afferenti alle *holding* editoriali più importanti (laddove le prime cinque controllano l'80% del prodotto librario complessivamente disponibile sul mercato) poté ospitare voci di dissenso o critica all'operato presidenziale.²⁰

3.

È la rivista «il verri», nell'ottobre del 2007, a incaricarsi di rilanciare in Italia il dibattito sulla «bibliodiversità», a partire dalla tesi di Schiffrin, un cui scritto apparso sul supplemento «Le Monde Diplomatique» del quotidiano «il Manifesto» viene premesso a un'ampia inchiesta e posposto alla *Dichiarazione Internazionale Editori Indipendenti per la Tutela e la Promozione della Bibliodiversità*, promulgata a Parigi nel luglio del medesimo anno. Tale dichiarazione, denunciando i gravi colpi inferti dalla globalizzazione all'editoria, e, soprattutto, la «finanziarizzazione» del settore, «dominato dai grandi gruppi che possiedono i finanziamenti, i mezzi di comunicazione e di distribuzione», pone il problema della «standardizzazione dei contenuti» come conseguenza immediata dell'inarrestabile processo di crescita in senso commerciale: «temiamo un impoverimento delle identità culturali e il definitivo avvento di un pensiero dominante», scrivono i circa 80 firmatari (tra cui lo stesso Schiffrin) nella Dichiarazione suddetta (V, p. 7). La quale, peraltro, non si limita alla sola *pars destruens*, proponendo invece delle misure d'intervento immediate, nella direzione di un correttivo o di un contrappeso concreto all'imperialismo editoriale, nell'avvertita necessità di salvaguardare, in termini più generali, la diversità delle identità culturali. Tra tali misure si privilegiano:

il prezzo fisso, l'approvazione di sgravi fiscali, lo sviluppo delle biblioteche e della lettura pubblica, la tutela e l'incremento delle librerie indipendenti,

19 In *Editoria senza editori*, cit., Schiffrin parla del passaggio da un'«era BC (*Before Conglomerating*)», in cui l'editoria avrebbe funzionato come un'industria nelle mani di «gentleman» illuminati, alla fase successiva, in cui l'accentramento del potere economico da parte di singoli soggetti imprenditoriali avrebbe accresciuto le pretese di profitto per ogni singolo settore dell'attività produttiva, arrivando all'equiparazione, in termine di attesa, tra la vendita dei libri e quella dei quotidiani o dei film (pp. 72; 54-55).

20 Cfr. V, p. 16.

l'acquisto, da parte di enti pubblici, di libri stampati localmente, l'adozione di tariffe preferenziali per il trasporto di libri a livello nazionale. (V, p. 7)

L'inchiesta prosegue con le interviste agli editori di medi e piccoli gruppi editoriali (più Ernesto Franco, di Einaudi), commentate da un dibattito tra i curatori del numero (Andrea Cortellessa, Gabriele Frasca, Milli Graffi e Niva Lorenzini), e si chiude con un'intervista a Luciano Sala, a quell'altezza direttore del neonato «Centro per il libro e la lettura», istituzione preposta alla diffusione e alla promozione libraria, attraverso finanziamenti ad attività ed opere giudicate di «interesse nazionale» (come le traduzioni e le edizioni di pregio). Pur nella limitata risonanza all'interno del dibattito culturale più ampio, il tema rilanciato dal «verri» produce, più o meno direttamente, due effetti interessanti ai fini dell'apertura di spazi di diffusione e discussione diversi da quelli dell'editoria *mainstream*: l'istituzione di ISBF (*internetslowbookfarm*), a cura di Giulio Milani, libreria virtuale che dà particolare risalto ai libri dei piccoli e medi editori, consentendo ai potenziali lettori di aver accesso a pubblicazioni edite al di fuori del circuito della grande distribuzione; l'iniziativa delle «Classifiche di qualità», istituite in aperta e dichiarata opposizione a quelle di vendita («la nostra spada di Damocle settimanale», secondo Antonio Franchini di Mondadori),²¹ e fondate non più su un campione casuale, specchio dei gusti estemporanei di acquirenti occasionali, bensì sull'opinione di esperti dei vari settori (da critici letterari e critici d'arte a scrittori, registi, attori, con l'unica, ovvia esclusione degli editori). Pubblicate periodicamente nel web e su diversi inserti culturali, le «Classifiche di qualità» diventano così un'occasione per far conoscere a una cerchia di lettori il più possibile ampia una serie di libri (nelle quattro categorie considerate, della «narrativa», «poesia», «saggistica» e «altre scritture») poco presenti nei circuiti di massa, attraverso una sorta di «passaparola organizzato» tra i «Grandi Lettori», e poi, via via, nel dibattito che intorno alle classifiche stesse si viene sviluppando sulla stampa e nei blog letterari, con uno scarto decisivo da quel circuito chiuso di cui si diceva poc'anzi e il passaggio conseguente a un vero circolo virtuoso di informazioni e proposte di lettura.

La minaccia della sopravvivenza per l'editoria indipendente entro il mercato dominato dalle grandi holding editoriali non riesce però ad uscire, come tema di attualità, dalla cerchia degli specialisti (e meno che mai potrebbe farlo attraverso una rivista come «il verri», che, con un pubblico di 300 abbonati, può già con fatica sollecitare il pubblico ristretto degli addetti ai lavori e degli esperti di settore). Nel 2009 un documentario girato da Luca Archibugi e Andrea Cortellessa prova a muovere lo stagno dell'acquiescenza generale, rilanciando con forza il tema della «bibliodi-

L'editoria degli anni Zero nel circuito chiuso della comunicazione "culturale"

21 La definizione è nell'intervista rilasciata ad A. Cortellessa in *Senza scrittori*, cit.

versità»: s'intitola *Senza scrittori*, con esplicito riferimento all'allarme lanciato dal *pamphlet* di Schiffrin, e s'incarica di ricostruire le dinamiche editoriali a partire dal «basso-materiale», cioè dall'esame oggettivo dei vari, diversi passaggi che conducono alla promozione e alla grande distribuzione libraria. Si giunge così a evidenziare quel significativo rovesciamento di prospettiva per cui i processi di elaborazione autoriale (o non più propriamente tale) verrebbero predeterminati dalla selezione editoriale, basata su criteri meramente contenutistici, o dalla prassi invalsa di lavorare sui testi a partire da una sinossi simile a quella cinematografica, programmando a tavolino se non dei best-seller garantiti, quanto meno dei libri che vadano, con uno scarto minimo dalla produzione vigente, a incontrare il gusto di un pubblico già ampiamente testato in merito a determinati temi o modalità letterarie (la ricordata «allosia»). Archibugi e Cortellessa articolano in quattro capitoli le tappe principali dell'iter editoriale: il primo, *Il falò delle vanità*, parte dal Ninfeo di Villa Giulia a Roma, storica sede del Premio Strega, giunto, nell'edizione 2009 cui il documentario si riferisce, al XLVII anno. Dalla conduzione familiare dei due fondatori, Goffredo e Maria Bellonci, che all'indomani della seconda guerra mondiale riunivano in casa amici scrittori e critici per parlare di letteratura, si è passati, nel tempo, alla vera e propria gestione imprenditoriale del premio da parte dei grandi editori, che in modo pressoché indipendente dal valore delle opere selezionate o da criteri estetici condivisi, ne fanno terreno di verifica del peso specifico del proprio gruppo a scapito dei gruppi concorrenti o diretti rivali. I cosiddetti «Amici della Domenica», i giurati preposti alle candidature dei libri destinati a entrare nella famigerata cinquina dei finalisti, si sono, di conseguenza, riconvertiti negli anni in meri sponsor dell'uno o dell'altro gruppo, piegandosi alla logica dei monopoli e degli assalti imprenditoriali, lasciando che l'editoria indipendente finisse ai margini di un sistema che non la prevede in nessun momento della vita e della circolazione libraria. Esiste così una incomprensibile frattura, che il documentario non manca di sottolineare a più riprese, fra un premio ritenuto comunque, per *opinio communis*, un indicatore di qualità, e, viceversa, la percezione che se ne ha tra gli specialisti e persino tra i protagonisti (col paradosso del vincitore dell'edizione 2009, Tiziano Scarpa, che dichiara di non aver quasi mai letto i libri delle edizioni precedenti). Il secondo capitolo-tappa, *La fabbrica della vanità*, ha come meta la vera e propria fucina dell'editoria imprenditoriale italiana, ossia Segrate, sede della storica Mondadori: qui Cortellessa incontra Antonio Franchini, Giulio Mozzi e Stefano Mauri, interrogandoli sulle possibilità concrete di circolazione e diffusione che hanno i singoli libri in un mercato così capillarmente controllato dai grandi gruppi nei diversi settori della filiera produttiva. In particolare è Antonio Franchini a introdurre il concetto di «gancio», ossia quell'elemento estrinseco al libro in sé e alla

sua autonomia estetica, che lo ricollochi, però, all'interno di un circuito mediatico entro il quale la presenza di fattori di richiamo (la persona empirica dell'autore o la costruzione ad arte di un personaggio) e di superficie risulti con evidenza decisiva. Nel capitolo terzo, specificamente dedicato al *mercato della vanità*, si prendono in esame, infine, tutti e tre gli anelli della cosiddetta filiera del libro e, col supporto di dati analitici concreti, si arriva a definire un quadro di monopoli e grandi concentrazioni economiche nelle mani di pochi singoli soggetti, con la prospettiva di un livellamento del mercato verso il basso e la preoccupazione, da parte dei piccoli e medi editori (rappresentati nel filmato da Sergio Bianchi e Ilaria Bussoni di DeriveApprodi) di vedersi assottigliare sempre più le possibilità di sopravvivenza, entro un campo dominato dai poteri forti e dalle lobby. Si passa, col capitolo quarto, *La fiera delle vanità*, a occuparsi dei Festival letterari, a partire da quello pionieristico di Mantova, sede da quindici anni del primo ritrovo su vastissima scala di scrittori e lettori, ed emblema di un sistema culturale totalmente piegato alla cultura dell'evento, col condizionamento capillare esercitato dai media persino sulle giovani generazioni, che antropologicamente dovrebbero trovarsi meglio disposte a un'ampiezza di sguardo e di orizzonti: il documentario mostra difatti come i giovani volontari del Festival, posti di fronte all'opportunità di scegliere un libro da leggere ad alta voce nella serata finale, si fossero orientati sul libro di un'autrice *mainstream*, preferendola ai premi Nobel transitati per il Festival. Col contraltare del «festival-stazione» di Topolò, si va, nel quinto e ultimo capitolo, *Verso l'uscita*. È nella minuscola comunità (ventotto abitanti) ai confini con la Slovenia che si svolge, infatti, da quasi vent'anni, un «non-festival ecocompatibile», col convegno di artisti selezionati sulla base del solo criterio qualitativo e con logica opposta a quella dell'evento del festival tradizionalmente inteso: gli incontri e le performance in programma vengono preannunciati con indicazioni spaziotemporali di massima («verso il buio», «nella notte»), per non sovraffollare i luoghi oltre la loro capienza naturale, e i partecipanti al festival vengono ospitati presso le case degli abitanti del paesino.

Si tratta di un finale tra l'elegiaco e il provocatorio, che ha la funzione di richiamare l'attenzione sulle condizioni materiali in cui prospera certa editoria in Italia, e d'altra parte di scuotere lo spettatore dalla propria asuefazione a un sistema prevaricato dalla spettacolarizzazione e dell'involgarimento progressivo della proposta culturale. L'impressione finale è quella di un panorama governato da logiche meramente manageriali, che rispetto all'industria editoriale tradizionale abbia totalmente smarrito il senso dell'esperienza profonda della lettura, riducendo il libro a strumento di mera evasione, al di là di ogni valore estetico, e in ossequio all'unico criterio della spendibilità commerciale, del libro stesso, o, peggio ancora, dell'autore-personaggio.

L'editoria degli anni Zero nel circuito chiuso della comunicazione "culturale"

4.

Ci si era posti, all'inizio del nostro excursus, forzatamente rapido, il problema dell'aporia riguardante da una parte lo scarso numero dei lettori in Italia e dall'altra la prosperità del mercato editoriale nostrano. Si spera di aver dato conto almeno in parte nei paragrafi precedenti delle cause presumibili di tale aporia: anzitutto l'abitudine crescente a considerare il libro alla stregua di qualunque altro prodotto («se i conti non tornano, non si fa cultura», dichiarava sfrontatamente Ernesto Franco, *V.*, p. 35), non solo da parte degli addetti ai lavori, ma via via anche dei lettori, e, quel che è peggio, degli stessi scrittori, che si abituanano a considerarsi tali a partire dalla posizione occupata nelle classifiche di vendita o dalle copie presenti (e forse, dunque, vendute, se diamo per buona la tesi di una interdipendenza tra i fenomeni) in libreria.

Vi è poi la fede nella lettura come esperienza in sé rilevante, indipendentemente da ciò che si legge, il che la renderebbe una sorta di obbligo sociale, a vantaggio di altre attività ritenute culturalmente secondarie ma che, viceversa, rispetto alle loro migliori espressioni, potrebbero costituire altrettanto valide vie d'accesso al sapere e alla conoscenza nei singoli campi: non è un caso se due critici (al contempo docenti universitari) abbiano di recente stigmatizzato l'obbligo della lettura in sé, invitando a riportare l'attenzione su ciò che si legge.²²

In ultimo andrà altresì considerata, accanto alla massiccia influenza/interferenza dei media tradizionali (coll'ormai conclamato salto di ogni mediazione» da parte degli stessi protagonisti dell'attività letteraria e, in generale, artistica),²³ la presenza sempre più pervasiva della rete, assurda da una parte a enorme, indistinto ricettacolo di esperienze legate a una scrittura immediata e sottratta sin dalla sua origine all'iter problematico e stratificato del giudizio (dell'editor-selezionatore, prima, dei critici-giudicanti, poi) e d'altro canto a strumento di forte promozione o autopromozione di soggetti forti sul piano della costruzione del consenso, piano che non necessariamente (anzi, ben raramente) procede in parallelo con la qualità della proposta.

Un ultimo problema, peraltro specificamente connesso alla scarsa mobilità del quadro politico-sociale a seguito dell'entrata in vigore della

22 Se Gabriele Frasca ha dichiarato la propria opzione in favore del cinema o dei fumetti ben fatti o di trasmissioni musicali di valore, a petto di tanta letteratura puramente commerciale (cfr. *V.*, p. 85: «leggere, vorrei fosse chiaro, per me non è un bene in assoluto, per cui sarebbe sempre meglio sprofondarsi in un libro quale che sia [...]. Ma non è così: ci sono dei programmi televisivi che vale la pena di vedere, una produzione cinematografica di gran lunga meno omologata di quella libreria, dei fumetti fantastici, per non parlare della radio...»), Giulio Ferroni è più sinteticamente perentorio nel dichiarare: «non è il libro in sé, non è *qualunque* libro a rappresentare il bene» (cfr. *Scritture a perdere*, cit., p. 16, corsivo nostro).

23 Così per Oliviero Ponte di Pino, direttore editoriale della Garzanti, secondo cui si tenderebbe ormai sempre di più in ambito artistico a «costruire il proprio successo nel rapporto diretto coi media» (cfr. *V.*, p. 19).

legge sulla flessibilità lavorativa, divenuta il puntello di un'economia globale fondata sul precariato generalizzato, è la scarsa o nulla "monetizzazione" di specifiche attività variamente legate al libro (dal lavoro di redazione, alle recensioni sui giornali), così come la vulgata equiparazione delle prestazioni connesse alla cultura con una sorta di volontariato perenne (col paradosso che tutti i passaggi materiali legati alla produzione dell'oggetto-libro vengano considerati monetizzabili e, viceversa, tutto ciò che ne riguarda la ricezione e la circolazione intellettuale possa farsi derivare da lavoro svolto a titolo del tutto gratuito). Sergio Bianchi di *DeriveApprodi* pone la questione senza infingimenti, puntando l'indice sullo stato di indigenza delle biblioteche e delle fondazioni pubbliche:

accade assai spesso che questi istituti chiedano l'aiuto degli editori per la fornitura gratuita di volumi. Ma non risulta che analoghe richieste vengano rivolte a Enel o Telecom per la fornitura gratuita dei rispettivi servizi. Quasi che i libri fossero considerati oggetti privi di valore economico e la loro produzione un'opera puramente filantropica. (*V*, p. 24)

L'editoria degli anni Zero nel circuito chiuso della comunicazione "culturale"

Dunque, concludendo, sarà opportuno riavviare una riflessione sull'industria culturale a partire dallo scenario descritto finora; nello specifico di tre questioni cruciali:

1. al «gigantismo numerico», testimoniato dai dati recenti di produzione industriale, non corrisponde, in Italia, né una ricchezza materiale equamente distribuita tra i vari soggetti editoriali, né tantomeno una effettiva varietà e differenziazione delle proposte culturali, bensì «un'omologazione e una serialità» visibili quanto allarmanti (le definizioni citate sono di Cortellessa, in *V*, p. 76);
2. l'ideologia sottesa all'iperproduzione libraria è l'ideologia indistintamente merceologica del tardocapitalismo o dell'ipermodernità, con la logica di un accumulo sempre più insensato che non diviene più investimento, ma sperpero (a tale iperproduzione gli editori più avvertiti stanno peraltro cercando di ovviare con dei diversi modelli di "decrescita" o di "riequilibrio");²⁴
3. le conseguenze di tale ideologia dello sperpero (estrema propaggine, si è detto, dell'iperproduzione capitalistica) sono anzitutto un mutamento nello statuto dell'intellettuale, che alla marginalità già tardo-novecentesca affianca, negli anni Zero, un inedito «cinismo» (per citare Slavoj Žižek) che lo porta a riconvertirsi in «buffone» al servizio dei meccanismi di potere o in «canaglia» che di tali meccanismi è in

²⁴ Sulla questione del "fare meno libri" il quotidiano «la Repubblica» ha avviato un dibattito nel corso del 2011 (si veda in particolare l'inchiesta del 18 luglio 2011), all'indomani dell'approvazione della legge Levi, con vari interventi di editori, tra cui Ginevra Bompiani e Marco Cassini, direttore editoriale di minimum fax.

grado di approfittare per la propria sopravvivenza; in secondo luogo un impoverimento dell'idea complessiva di "cultura", attività sempre più marginale e gratuita, secondo un'idea diffusa e condivisa.²⁵

Infine, un'analisi rigorosa e sintetica nelle parole di Edoardo Sanguineti, intervistato alla vigilia della Fiera di Torino del 2007, e sollecitato sui temi qui trattati dell'editoria e del mercato (ma il quadro naturalmente si allargava all'intero contesto sociale, com'era nell'idea sua propria di materialismo storico applicato alla realtà contemporanea):

c'è un appetito mercantile, in questa specie di mobbing che è la vita culturale, così come la quotidiana esistenza dei più: se trovo il posto da barista a 200 euro al mese sono costretto ad accettarlo, perché c'è chi ne prenderà anche solo 150 pur di non morire di fame. Prima di tutto bisogna avere qualche idea contestativa, critica, alternativa. Siccome l'aspirazione è invece riuscire a galleggiare, allora prima ancora che si arrivi a conquistare o meno un editore non nasce proprio il prodotto: l'impressione è questa. Gli editori del resto sono molto cauti perché in un contesto di dominio della merce ci vuole davvero un notevole fiuto anticipatorio. Ad agire con un certo significato può essere la media editoria, laddove la piccola rischia di essere schiacciata. Nelle librerie di oggi, come negli scaffali dei grandi magazzini, il posto in cui si viene collocati diventa decisivo, con le pile preordinate dei dieci in testa di classifica, le novità strategicamente in vista, e la conquista della vetrina come priorità assoluta.²⁶

Dell'antitesi lanciata negli anni Sessanta tra "museo" e "mercato", nella quale nessuno dei due aveva in sé un valore rivoluzionario, ma nel loro bilanciarsi potevano fungere, a quell'altezza, da correttivo l'uno dell'altro, il secondo ha finito col prevalere in modo schiacciante, segnando l'assoluta supremazia della circolazione sulla tradizione, della serialità sull'innovazione, del consumo sul godimento estetico. Le porte del museo si sono chiuse per sempre, mentre il mercato non conosce riposo.

25 Così, stando alle interviste realizzate nel documentario di Elisabetta Sgarbi, *Se hai una montagna di neve, tienila all'ombra*, Raicinema 2011, dalle quali risulterebbe un divario oramai insanabile tra gli addetti ai lavori, che peraltro vivono di dati e di percentuali di guadagno e di vendita, e la grande maggioranza degli italiani, impegnati in attività lontanissime e diversissime dalla cultura, tanto da arrivare a confonderla con la "coltura". Molto diversa, anzi, opposta, come abbiamo visto, l'idea del numero speciale del «verri», che rilancia, nelle parole di Cortellessa, un'idea di cultura come evoluzione ed emancipazione dal senso comune, all'interno di quel «processo per cui il linguaggio usato nel 1920 dal poeta da cento copie *può essere* il linguaggio usato nel 1950 dal pubblicitario che deve raggiungere 50 milioni di persone» (V, p. 96).

26 E. Sanguineti, *Scrittori e editori, attenti solo alle classifiche*, intervista di G. Policastro, in «Liberazione», 10 maggio 2007.