

I libri e la cultura

COME CONIUGARE NUOVE POLITICHE EDITORIALI E LA NECESSARIA AUTONOMIA DELL'ARTE?

Di fronte ad una crisi globale del mercato librario (cartaceo), nella situazione italiana si stanno ridisegnando gli assetti strutturali dell'industria editoriale e distributiva che oggi vede una quantità innumerevole di produttori medi e piccoli, sovrastati però da quattro grandi gruppi (Giunti-Messaggerie, Feltrinelli-Pde, Mondadori, Rizzoli) che dominano il panorama. La richiesta di una politica antimonopolistica a sostegno degli imprenditori minori, pur giusta, non esaurisce le problematiche relative al valore da dare oggi alle opere letterarie, nonché alla promozione di una ricerca culturale non sottomessa all'economia.

di Alberto Scarponi

Alias, il supplemento culturale del *Manifesto*, ha affrontato sabato 28 novembre 2009 il tema editoria (libreria) nella prospettiva dell'evento di marketing intitolato *Più libri più liberi*, cioè l'Ottava Fiera Nazionale della Piccola e Media Editoria che si è poi tenuta a Roma, al Palazzo dei Congressi dell'EUR, il 5-8 dicembre immediatamente successivo. Va detto però che il nesso fra tema discusso ed evento non viene esplicitato, risulta, come dire?, da sé, dal fatto che la tesi propugnata da Marco Bascetta nel ragionamento politico introduttivo è che nel campo del libro occorrerebbe non molto, basterebbe «una banale politica antimonopolistica» in difesa dell'editoria piccola e media, visto che questa in Italia se la passa parecchio male.

In effetti gli «eventi» in genere, in quanto non-luoghi intellettivi, brandendo essi assertivamente alcunché, in questo caso loghi, nomi, titoli e presenze editoriali, poco stimolano l'analisi politica e tanto meno la discussione riflessiva, dal cui bisogno muove invece palesemente la scelta redazionale di *Alias* di ragionare in proposito. Così gli argomenti nascono *live* dal panorama attuale degli assetti strutturali dell'editoria italiana che Roberto Ciccarelli si è contestualmente impegnato a disegnare.

Il panorama descritto da Ciccarelli appare il seguente. Il mercato del libro è in calo e, per esempio, quest'anno 2009 si è venduto il 12% in meno dell'anno scorso. Le statistiche, com'è noto, sono materia assai duttile e si può far dire loro più o meno tutto ciò che si vuole (al contrario di quanto ci racconta la bella sapienza populista dei proverbi, secondo cui la matematica non sarebbe un'opinione), cosicché del Settore Libro sappiamo quello che ci si vuol far sapere da parte delle imprese interessate. Sono le imprese che *producono* i dati e la loro qualità. Non si tratta di falso (nemmeno di falso in bilancio, che come si sa non esiste), si tratta di punti di vista e di categorie concettuali. Dal punto di vista di un sistema di imprese, la categoria concettuale principe (oltre al *mercato*, con cui inizia l'accostamento all'analisi) è giustamente il *fatturato*, dopo possono pure venire tutti i discorsi del mondo. Ed ecco dunque che, stanti le statistiche, le cose del libro in Italia vanno male. Si vende poco e sempre meno.

Crisi. La crisi mondiale delle bolle finanziarie non c'entra. Infatti le statistiche si riferiscono

com'è ovvio a tempi precedenti. Ciccarelli comunque, piú che i dati del passato, ci descrive le dinamiche attuali. Nell'insieme un deciso processo di concentrazione oligopolistica. L'ultima *joint venture*, avvenuta nell'ottobre 2009, fra la Giunti e le Messaggerie italiane ha costruito il secondo *trust* della distribuzione libraria italiana (171 librerie, 6 *melbookstores*, 22 librerie in *franchising*, un marchio per le vendite nei supermercati intitolato 'Opportunity', 5 grandi depositi generali riuniti sotto il nome di Fastbook, il tutto per coprire il 45% del mercato che passa per le librerie, mentre per la vendita *online* possiede «Internet book shop Italia», cioè il sito *Ibs* che detiene il 30% di tale zona di mercato). Il primo *trust* rimane comunque *Mach2libri*, dove confluiscono De Agostini, Mondadori, Rcs e Sperling&Kupfer.

Nel complesso abbiamo dunque un mercato librario formato da innumerevoli editori medi e piccoli, sovrastati però da quattro grandi (Giunti-Messaggerie, Feltrinelli-Pde, Mondadori, Rizzoli) che tengono saldamente in mano le dinamiche essenziali della *distribuzione*. E anche della *produzione*, infatti il panorama si completa quando prendiamo in considerazione altri fenomeni economici:

1. la tendenza (dei grandi) a spingere al massimo l'integrazione verticale (la cosiddetta *filiere corta*, con cui – attraverso un progetto imprenditoriale, di fatto, unico – si tiene sotto controllo l'intero processo di produzione e di smercio del libro, dalla ideazione redazionale, alla fabbrica grafica, alla vendita tramite le catene di librerie e la distribuzione diffusa),
2. la tendenza a rendere completa la propria offerta merceologica tramite l'integrazione orizzontale (prendendo sotto il proprio controllo il numero di case editrici necessario a tale progetto),
3. la tendenza a costruirsi zone di mercato aggiuntive rispetto ai tradizionali 3,2 milioni di lettori italiani, cioè le zone frequentate dal cosiddetto *lettore discontinuo* (gli uffici postali, gli autogrill, i centri del fai-da-te) dove pare si vendano i generi di libri piú letti in Italia. In ordine decrescente: quelli utili in cucina, nel turismo, nel tempo libero.

Di fronte a questa vitalità della logica economica Marco Bascetta non rimane estasiato, vede certamente gli «indubbi vantaggi per i *produttori* (diminuzione dei costi, razionalizzazione dei processi) e per i *consumatori* (riduzione dei prezzi)», ma anche il pericolo derivante da tale sviluppo «destinato a trasformare i piccoli proprietari con il loro talento artigiano in lavoratori dipendenti, alle condizioni (economiche se non culturali) dei nuovi padroni». Sa che «entrambi i punti di vista poggiano su solide ragioni», sia quello delle *piccole imprese* che vede configurarsi un «regime di monopolio, con il suo inevitabile corollario di omologazione e di controllo», sia quello delle *grandi imprese* che vede attuarsi «l'economia di scala (vecchia e insuperata invenzione)», ma anche «la favola della complementarità» fra i ruoli di mercato delle une e delle altre.

Ecco: la complementarità, il *c'è posto per tutti*, è una ideologia, – direbbe Marx se potesse parlare, – cioè una credenza elaborata per plasmare la realtà secondo i propri interessi materiali e far dimenticare quelli degli altri. Ora, gli interessi economici delle *grandi imprese* naturalmente sono legittimi sul piano economico, solo che, a guardarli dal punto di vista sociale, il loro svolgimento incontrollato causa appunto, sostiene Bascetta, la tendenziale scomparsa di pezzi d'economia, l'economia delle *piccole imprese* (quelle che egli chiama «gli editori indipendenti» e «le librerie indipendenti») e magari, aggiungerei io, anche la scomparsa di ulteriori entità economiche «indipendenti», lungo la cosiddetta filiera del libro, pur non tutte imprenditoriali. Infatti qui non vanno dimenticati, fra gli altri, gli *autori* e persino i *critici*, quantunque dovrebbero comparire piuttosto come figure refrattarie, resistenti a metamorfizzarsi in meri *fattori di produzione*, sia detto come argomento critico verso coloro

che, autori e critici, *rebus sic stantibus* pensano la metamorfosi che li concerne come già irrimediabilmente avvenuta, tanto da interpretare ora la propria funzione nei termini ristretti di funzione aziendale.

Di qui la tesi di Bascetta: essendo «il campo dell'editoria e dei suoi sbocchi commerciali... attraversato da furiosi conflitti, da una guerra» tra chi nel sistemarsi e sistemizzarsi dell'oligopolio ci vive e cresce e chi invece ci deperisce e muore, qualcosa bisogna pur fare, per cui, appunto, «una banale politica antimonopolistica potrebbe forse mettere un argine a questa deriva, se non ribaltare il risultato della guerra almeno limitarne i danni».

Non si può che essere d'accordo. Se l'analisi è quella (delle statistiche economiche aziendali), la risposta deve essere questa. Più o meno così articolata: «il mondo del libro», se interpretato come mondo delle imprese editoriali e se lasciato a se stesso, produce danni sociali (cioè la vita grama e rischiosa delle forze economiche «indipendenti» che operano nel settore), occorre dunque un intervento politico, – secondo gli ottimi dettami della *economia sociale di mercato* (proclamata negli anni sessanta dal cancelliere tedesco Ludwig Erhard e oggi ragionevolmente accolta un po' da tutti, dopo i fallimenti, prima, dell'economia collettivizzata e, da ultimo, dell'economia pura), – occorre un intervento di *politica economica*. E dunque a ciascuno il suo: all'economia la libertà di esprimere i propri spiriti vitali, alla politica l'autonomia di stabilire entro quali regole. Non si può non essere d'accordo.

Ma è tutto qui? Si tratta semplicemente di economia (per quanto sociale)? di difendere l'esistenza e il lavoro d'un certo numero di piccoli imprenditori? Quando gli editori (quelli grandi e forti) rivendicano dal potere pubblico una politica che nella popolazione faccia diminuire il numero dei consumatori non-lettori, stanno solo ingegnosamente cercando di trasformare il Ministero (dei beni e) delle attività culturali e gli Assessorati regionali alla cultura (che avrebbero in realtà ampie competenze di politica culturale) in organi collettivi di pubblicità e marketing per le proprie aziende? Oppure gli editori e i loro manager cercano *di fatto* di avere a che fare con la cultura? Inoltre, è proprio senza incognite un'equazione così asimmetrica come: più editori più (cioè migliore) cultura? Non si tratta forse di distinguere fra strumento, che è tecnico-economico, e scopo, che è culturale? Infine – punto critico, delicatissimo – quest'ultimo, lo scopo culturale, va tranquillamente affidato in gestione agli uomini di buona volontà? i quali, sappiamo, sono numerosissimi e pericolosissimi in politica, ma non nella pratica economica, dove da sempre la curva statistica degli idealisti (già per conto loro poco affidabili) risulta discendente. Da quali valori sono ispirati di norma i manager e i politici volenterosi: da quelli pratico-economici, da quelli strategico-politici o da quelli critico-culturali? Se entrasse in vigore una politica antimonopolistica, il conseguente *maggior numero* degli editori e manager editoriali sarebbe di per sé una garanzia contro l'omologazione culturale? Ma poi, favorirebbe di per sé l'innalzamento *qualitativo* dei cosiddetti prodotti culturali?

In realtà, quando si parla di libri accade quel che accade spesso nelle conversazioni, ciascuno degli interlocutori pensa a qualcosa di diverso: le parole sono le medesime, il senso è un altro. In questo caso chi parla dice 'libri', ma qualcuno pensa 'tiratura' (grande, piccola, plurima, venduto, resa), qualcun altro 'editoria' (grande, piccola, economie di scala, filiera), un altro ancora 'lettura' (*numero* di lettori, va da sé, però il più spesso identificati, nemmeno con i *consumatori* effettivi e nemmeno con gli acquirenti diretti, ma invece con gli acquisti nel complesso, inclusi quelli delle biblioteche diligenti e magari di quei venticinque esperti di incipit di romanzo che telefonano alle radio addette e disperate) e tutti insieme, anche quelli che pensano 'pagine scritte', dicono di pensare 'cultura'.

Ecco, dicono di pensare ‘cultura’ per dare grande peso al proprio discorso, in quanto la ‘cultura’ è molto riverita nella nostra società, è un gran valore. In astratto, in salotto (come distinzione) e nei talk-show (come punto esclamativo). Comunque ciascuno, anche questa, la intende a modo suo. Difficile infatti si tratti di ‘cultura’ davvero, talvolta, anzi spesso, quasi sempre, chi pensa questa parola sta mentalmente nel campo chiamato ‘economia’ (classifica, audience, eccellenza, titoli, onorario, appunto consumatori, ecc.), oggi più di rado ma un tempo spessissimo in quello chiamato ‘politica’ e allora si riferisce ai valori di questo campo: libertà, comunicazione, democrazia, merito, eguaglianza e magari fraternità (che ovviamente, a seconda della prospettiva, possono invertirsi in selezione, élite, aristocrazia, eredità, tradizione, competenza, gusto, esoterismo e, diciamolo, censura). Rarissimo che si riferisca alla ‘cultura’ in senso proprio e semplice, al contenuto di verità etico e conoscitivo della pagina (verità intesa come *orizzonte*, al contempo *traguardo* sempre ancora da raggiungere e *confine* con verità altre, sempre ancora possibili) e dunque alla qualità della scrittura (spessore, ricchezza, profondità del discorso).

Vero che c’è chi, come ad esempio Giorgio Manganelli e l’avanguardia in genere, ha voluto schiacciare il concetto di ‘cultura’ su quello di senso corrente o peggio di ‘buon senso’ o addirittura sulle quattro idee anchilosate e furiose del perbenismo, per aver aria e agio d’andare direttamente à *rebours*, senza star lì a perder tempo con la massa incolta e la ‘distinzione’ insulsa da essa. Questo è vero e forse è anche stato giusto, ma basta capirsi. Se invece di limitarsi alla propria ira e/o ironia, ambedue distruttive *ça va sans dire*, si passa, dall’azione allegorica, al lavoro e ci si mette a coltivare il terreno reale di competenza nello scontro con il proprio tempo, per l’appunto il campo ‘cultura’, ci si avvede subito come questa parola e la sua realtà abbiano un senso assai più slabbrato, ingarbugliato e stratificato di quanto non paia a prima vista, soprattutto all’occhio stizzito di chi intenda toccare subito il fondo della cosa e andare avanti. E si mette a fuoco anche un’altra dinamica: il destino di ogni atto innovativo, in qualsiasi campo, è di farsi reale solo quando non sia più nuovo, quando sia divenuto ‘cultura’, appartenga tutti (si fa per dire).

Quando si parla di ‘libri’, tuttavia, su tali questioni non si entra, si rimanda alla libertà degli autori (cioè, statisticamente, per il 99% alle decisioni di investimento degli editori) e alle valutazioni dei critici (cioè, statisticamente, per il 99% alle scelte pubblicitarie degli editori), anzi al gradimento dei lettori (cioè, statisticamente, per il 99% al potere distributivo degli editori).

Ma poi, a ben vedere, questo discorso così sofisticato all’apparenza (tanto più se, come qui, condotto in termini abbreviati e riassuntivi) riguarda solo una parte minima del «mondo dei libri» concreto. A ben vedere, dei circa 60.000 titoli pubblicati ogni anno in Italia i più sono *libri d’uso*, vale a dire manuali e guide, proutuari e vademecum, libri scolastici e d’apprendimento, inoltre cataloghi di mostre d’arte o documentali, il cui mercato è pressoché sicuro, causa lo sviluppo certo del bisogno di conoscenza o divulgazione delle attività cui attengono; un profilo a sé hanno i volumi di pregio finanziati, in tirature limitate ma lucrose, a fini di immagine o informazione da aziende, per esempio banche, e istituzioni specifiche; accanto a questi stanno gli strumenti pubblicitari ad alto tasso di contenuto conoscitivo; ultimi non ultimi, vengono i testi sovvenzionati da università, centri di ricerca o fondazioni culturali.

Alcuni dei tipi di libro citati entrano teoricamente già nell’altra categoria, quella che dovrebbe vivere soltanto appesa agli andamenti del mercato, la cosiddetta *varia*. In realtà anche qui una parte dello smercio delle tirature è coperta preliminarmente, ma con formule subliminali (autofinanziamento dissimulato degli autori stessi, sostegno promozionale degli istituti culturali stranieri, acquisto-copie clientelare assicurato da poteri pubblici o da uffici aziendali, adozioni universitarie garantite) che rendono incerti i calcoli. In ogni caso tutta questa

descrizione, pur approssimativa, sembra sufficiente a far dedurre con plausibilità che il residuo di produzione libraria effettivamente affidato al libero gioco tra domanda e offerta sul mercato non sia di norma economicamente grandissimo.

Grande è per contro la sua importanza politica. E non solo perché le molte piccole imprese che non coltivano un loro orticello di produzione di *libri d'uso* sicuro, ma rischiano le proprie forze pubblicando *libri di varia* (saggistica, narrativa, poesia, arte, ecc.), fanno da necessario contrappeso allo spontaneo accentramento oligopolistico del mercato e però – come dimostrano i ragionamenti di Marco Bascetta – senza l'intervento di una apposita politica possono non farcela. Tale residuo produttivo del sistema ha importanza politica infatti non solo per questo suo essere il terreno concreto dello sviluppo della libertà del mercato librario. La produzione di *libri di varia* – non conta se ad opera di editori grandi o piccoli – è l'unico contesto in cui istituzionalmente il libro si presenta fine a se stesso, autonomo portatore appunto di 'cultura', *non funzionalizzato a fini altri*, quali che essi siano, magari ottimi e pienamente giustificati nella loro logica di campo (ad esempio lo sviluppo professionale, la didattica, la propaganda tecnica, la comunicazione pubblicitaria realmente informativa, ecc.). E tale assetto istituzionale del libro fine a se stesso, minacciato da tutte le dinamiche economiche e politiche che lo attraversano e lo attorniano, ha anch'esso bisogno di una apposita politica di difesa.

Una politica specifica di difesa del libro (*di varia*), però, non può non partire da una ovvietà: riconoscere il suo oggetto. Che non sarà dunque il libro comechessia, ma quello che intenda essere e sia portatore di 'cultura' sul mercato. Il punto è critico e delicato, costituisce una difficoltà reale, ciò nondimeno è solo un problema da risolvere. Se non lo si risolve, resta la situazione negativa per il libro (*di varia*) che abbiamo ora in Italia. Di questo si tratta, di una – chiamiamola così – *politica per il libro* che miri non semplicemente a promuovere la lettura per aumentare le vendite, né soltanto a garantire spazio comunicativo a tutti gli orientamenti culturali, ma piuttosto e soprattutto a far posto alla *qualità* delle opere.

E la qualità – ripetiamolo spesso – non è certificata né dalle tirature (derivanti dall'intuito commerciale dei manager) né da nessun atteggiamento politico-culturale programmaticamente controcorrente. Tali vicende possono attraversarla, ma in perfetta indifferenza verso di essa, mentre, a sua volta indifferente a ogni altro fatto, la qualità si autocertifica soltanto da sé. È che essa attiene a un campo specifico, la cultura, che s'intreccia bensì in pratica con l'economia e con la politica, ma distinguendosene funzionalmente, costitutivamente. Molti dei guai della società contemporanea, d'altronde, dipendono al dunque proprio dalla perdita di valore e quindi di *autonomia* della cultura, il cui valore consiste nell'aperta visione critica delle cose, la quale viene sostituita ora con il valore economico ora con il valore politico. Valori autentici, naturalmente, ma solo sul proprio terreno.

Appena un cenno: nel tempo del *possibile infinito*, com'è questo nostro postmoderno, la cultura e tanto più la sua quintessenza, l'arte, essendo per loro natura portatrici di pensiero assolutamente aperto, collidono spesso con le – magari obbligate – chiusure della logica politica e/o della logica economica. Queste ultime, per affermare la propria, legittima, autonomia, tentano in continuazione di riplasmare la cultura e l'arte in utile ideologia, di farne un prestigioso *défilé* di valori non culturali, non artistici, ma o politici o economici a seconda del committente. Talvolta vi riescono. Ma all'interno del campo culturale resta in ogni caso un autoctono nocciolo valoriale duro, indeformabile, l'arte, impossibile da sostituire: anche quando sembra sottomettersi a valori economici o politici, in verità, se è arte, parla d'altro non di ideologia.

Il problema toccato in questo cenno di *excursus* teorico a me pare del tutto concreto e

impellente. Infatti, senza proseguire oltre nel ragionamento, basterà segnalare come nel secolo scorso si sia avuta una egemonia della politica seguita da una egemonia dell'economia e come, mancando in ambedue i casi il contrappeso della autonomia della cultura, ciò abbia dato luogo a problemi sociali in apparenza irrisolvibili. Sembra dunque che uno sviluppo autonomo della cultura e soprattutto dell'arte come valore in sé sia necessario alla società, cosicché oggi non si possa lasciare che il bisogno di cultura, la necessità di elaborare criticamente in maniera diffusa contenuti conoscitivi ed etici, venga semplicisticamente mediato dal bisogno di politica e/o da quello economico.

Tuttavia, in quale modo garantire che una *promozione pubblica del libro (di varia)* privilegi la qualità è problema che merita un discorso a sé stante. Qui limitiamoci a sottolineare come con ogni evidenza l'autonomia di giudizio occorrente parta da una premessa: che intanto il compito di formulare i giudizi concreti sia affidato a specialisti dal lato cultural-letterario, non dal lato manageriale. La lunga discussione per rispondere poi alla domanda se sia possibile una qualità non inquinata del giudizio di qualità, in specie nel campo letterario, verterà sull'approntamento, non del tutto impossibile, di efficaci procedure apposite, ma soprattutto rimanda alla più ampia questione dello sviluppo di una attitudine critica e di una libertà critica nella vita sociale contemporanea.

Ah, il solito benaltrismo!, esclamerebbe, se leggesse questa frase, il solito freddo positivista (economico, oggi egemone).