

Quando penso al mondo ideale, fatico a vederci la svista degli uomini.

Eppure, per un insieme di accidentali processi biochimici, siamo a miliardi sulla Terra, e da un tempo che sarebbe stato sufficiente a fare di noi una civiltà. Visti i risultati, direi che l'obiettivo è fallito. Non può dirsi evoluta una specie che abita un paradiso e fa di tutto per renderlo un inferno, guastandolo al punto da riuscirci sul serio. Fra le poche invenzioni utili del genere umano vi è senza dubbio il libro, che da Gutenberg all'e-book ha variato le forme tenendo fede alla sua funzione originaria di veicolo della cultura. Ne sono un accanito consumatore, pur conservando quel bene in maniera tanto sacrale da sconfessare il primo significato della parola consumo. Nel corso dei secoli si è creata una vera e propria industria del libro, e attorno è lievitata un'orgia di parole, interviste, concetti spesso in fotocopia che non lasciano scampo, neanche fossero le dichiarazioni di un calciatore a fine match. L'insidia della chiacchiera è divenuta moda, e con internet distribuisce un po' di gloria a tutti. Agli agguati del ridicolo non si fa caso, pressappoco come i redattori dei giornali quando fingono di non sapere che estetiste e massaggiatrici degli annunci sono libere professioniste che studiano la materia sul pratico. Così, quando si entra in libreria, è complicato non cadere in errore fra i bancali di operette sbandierate a mo' di successi mondiali, casi (clinici) destinati a cambiare la storia della narrativa, feticchie da un milione di copie, inevitabili pilastri di una rivoluzione. Alla quale potrebbe anche essere legittimo pensare, ma senza pretendere il consenso di chi deve subirla.

Certo, i peccati sono quelli di una volta; nonostante ciò è mutato l'ambiente. E parecchio. Con lo sviluppo tecnologico si sono moltiplicate le tecniche per conquistare o ritagliarsi fette di mercato, mettendo all'angolo chi prova a resistere alla politica di catene, fusioni e macrocicli. Un poeta ha scritto che le parole fanno crocifiggere, e per un figliol prodigo che torna, mille padri non ammazzano più il vitello grasso: ci sono le norme dell'Unione Europea. Nel mondo dei libri si parla piuttosto di regole, e di codici ai quali attenersi. Per fortuna esistono gli editori indipendenti, che biblicamente parlando somigliano al Gesù dodicenne che sfugge agli apparati, contesta, e lo trovano al tempio che pianta grane ai dottori, i quali sono costretti a fingersi democratici per timore che arrivi il collettivo. Intanto il ribelle accusa il potere, il sistema che già allora lapidava, e le adulate si salvavano solo perché il luogo era desertico e scarseggiavano le pietre. Chiedo venia per il paragone, ma volevo rendere l'idea di un ruolo scomodo, se vogliamo, eppure prezioso e necessario. E in merito chiedo a Stefano Giovinazzo, direttore di Edizioni Della Sera, qualcosa sul panorama del Bel Paese, sempre allegro e disperato. Pure quando recitiamo il

*mea culpa*

, battiamo i pugni sul petto degli altri. Forse per questo la filiera editoriale spiega il calo di lettori e fatturato con la crisi, anziché con le trilogie e le sfumature fallimentari?

Non abbiamo, purtroppo, la visione a medio-lungo termine. Il più delle volte, colpa della crisi o meno, lavoriamo a testa china e non guardiamo il futuro davanti a noi. Il calo di lettori e di fatturato si può imputare a più fattori: ai problemi dell'intera filiera, ai costi di distribuzione, al disinteresse del lettore medio, alla crisi economica. E – aggiungo – al venir meno della figura del libraio: un filtro importante tra editore e lettore. Fortunatamente c'è un'inversione di

tendenza e le librerie indipendenti anche nel nostro Paese si stanno imponendo in maniera prepotente.

I telegrammi del pubblico sono chiari: le major calano, gli indipendenti si ritagliano uno spazio più solido, e incontrano il favore della pattuglia di *lettori forti* delusi dal crollo qualitativo dei grandi gruppi. Davvero la castità, a certi livelli, è un peso?

Sembra un quadro abbastanza limpido, in realtà i conti non li sa nessuno. Parlo di librai, editori, distributori. Non c'è un monitoraggio continuo di queste realtà e spesso l'apparenza inganna. Detto ciò, è inevitabile che il lavoro continuo e di qualità che cercano di svolgere gli indipendenti stia pagando. Le major, come spesso dico, appartengono ad un'altra editoria: devono portare a casa i numeri, hanno tanto personale e strutture costose. Gli indipendenti, oggi, vedono la luce e hanno una grande opportunità: ritagliarsi uno spazio di mercato con serietà, fiducia dei lettori, attenzione dei librai, costanza e un pizzico di sfrontatezza.

Si parla molto, talvolta sviolinando a cottimo, di sistemi editoriali, ma poco di idee letterarie. Quali sono le tue?

Le idee sono la base di un progetto, in particolar modo quello editoriale. Come detto poco sopra, la crisi e la volontà di guardare il presente e non seminare, ha portato molti editori a snaturare le loro idee originarie e affrontare il mercato a suon di libri commerciali. Questo, sicuramente, può pagare nel breve termine, poi tutto sfuma e si raccolgono le briciole. Le mie idee editoriali sono quelle di un'editoria di qualità, di storie da imporre, di riscoperta della propria memoria storica, dell'analisi del presente. In questo senso, i libri sulle città e sui derby hanno cercato di ricostruire un pezzo di memoria del nostro Paese dal punto di vista popolare, giornalistico e sportivo.

Facendo questo mestiere a 360 gradi occorre però rendersi conto del mercato che si affronta e anche Edizioni della Sera spesso è costretta a fare i conti con il business.

Com'è il dialogo con la triade librai, agenti e giornalisti?

Un circolo perfetto, direi, quando funziona. L'ho scritto recentemente in un post, ironico e provocatorio, su Facebook: per conoscere nel profondo questo intricato e diabolico sistema editoriale bisognerebbe conoscere ogni professione.

Ogni addetto del settore rappresenta una pedina importante: la nostra realtà dialoga costantemente con librai, agenti e giornalisti, comunicando in maniera efficace tutte le novità e gli eventi in programma. Riguardo alla figura dell'agente, Edizioni della Sera è anche proprietaria dell'agenzia letteraria Studio Garamond che svolge servizi editoriali e rappresenta alcuni autori sul panorama nazionale. Questa esperienza ci sta servendo molto per crescere, per capire come ragionano gli (altri) editori. Una realtà stimolante.

Dicono che la selezione dei libri, quelli che un tempo si chiamavano manoscritti, sia una delle parti più piacevoli ma anche più delicate. Se la prudenza è la parte migliore del coraggio, immagino quanto scrupolose siano la cura e l'analisi degli aspetti potenziali di un testo. Quanta fatica e quanta soddisfazione stanno dietro a quel percorso?

Una grande fatica e una grande soddisfazione nello scovare una scrittura che merita. Aggiungerei anche emozione quando il libro poi diventa reale ed entra in libreria, e sofferenza nel vedere che spesso un titolo non ha la giusta attenzione. Dietro c'è tanto lavoro, tantissimo.

Campo minato: l'autore. Inutile negarlo, sull'italiano nascono un mito o una macchietta al giorno. Profeta del superego, complottista, rosicone, primadonna, imbrattacarte da salotto, suocera invidiosa, irriducibile stalker, eterno esordiente, crociato dello snobismo o del rancore, trombone. Se la virtù stesse nel mezzo, dovremmo essere dei contorsionisti. È davvero un problema sociale?

L'autore, lo dico sempre, deve essere il miglior alleato dell'editore. È vero anche il contrario. Ci vuole fiducia reciproca: ci sta che l'autore – sarebbe assurdo il contrario e spesso capita – sia affezionato alla propria opera. Il problema nasce nel momento in cui si perde la fiducia verso l'editore, la persona che ha creduto nel titolo e messo dei soldi per cercare di farla conoscere. Un rapporto d'amore e odio: prima di tutto occorre rispetto reciproco.

L'editoria e la pubblicità. Un rapporto controverso, soprattutto quando si parla di fascette. Perché alcuni sposano la politica del megafono, pur sapendo che non paga? Vogliono coprire le stecche col frastuono?

Una politica che non sta pagando ma che, fino a qualche tempo fa, attirava una buona fascia di lettori.

Non sono contrario alla fascetta, ma non la chiamerei politica del megafono, piuttosto politica dell'evidenza. Le abbiamo usate anche noi, citando un commento sul libro mandato in lettura prima della stampa o una buona recensione uscita sul volume. Quello che non accetto, e se ne stanno accorgendo anche librai, lettori e critici, è estremizzare a tutti i costi.

Insomma, l'equilibrio fra forma e contenuti è un esercizio difficile, riservato a pochi. Eppure è possibile, se i presupposti sono validi e saldi. La gran parte degli intrepidi abbandona la lotta ai primi ostacoli; i più tenaci, invece, vanno avanti, sicuri della tesi di Suhrkamp, che mette in cima alla missione tre risorse: coerenza, correttezza, consapevolezza.