

La letteratura è un'arte antica, che ha avuto codici immutati per secoli.

E come tutte le arti antiche, a causa della riproduzione tecnologica che ha sdoganato il consumo di massa, ha perso la propria aurea di unicità: parola di Walter Benjamin. Le logiche di fruizione, rimaste immutate per centinaia di anni, sono state completamente stravolte nel giro di mezzo secolo. Ad oggi, l'arte non è più soggetta a una fruizione individuale, intimista, ma è diventata un fenomeno collettivo. Se ne discute nei salotti, sui social. Si critica, spesso con toni sopra le righe. In alcuni casi si snobba. In altri, si urla al miracolo. Quindi, si colleziona. O meglio: si ostenta all'interno delle proprie case. Perché l'arte oggi è diventata uno status symbol. E lo status symbol altro non è che un oggetto di consumo. Ci serve per rivendicare l'appartenenza a una classe sociale che può permettersi di acquistare quadri pacchiani ma costosissimi, di accumulare libri mai letti, di assistere a spettacoli teatrali che si riducono a qualche furtiva stretta di mano sul palchetto delle autorità.

Consumo, dunque. Tantissimo: il numero di lettori è il più alto della storia.

Ma che dire della comprensione? Che dire dell'eternità? Dov'è finita l'arte antica? Dov'è finita l'aura?

Quindi, reset. L'aggettivo cade. La scrittura è un'arte, punto.

Anche senza aura.

Dovrebbe essere un concetto elementare, invece non lo è per niente.

Anche questa semplice composizione della frase, soggetto, verbo e predicato nominale attualmente crea problemi, viene contestata. Ci sono persone convinte – e lo urlano a gran voce – che la scrittura non sia arte ma artigianato. Sono coloro che offrono all'ego degli aspiranti scrittori l'illusione di essere dei liberi pensatori. Sono coloro che acquistano volumetti megalomani con la pretesa di trovare la ricetta per scrivere un best-seller. Sono coloro che riducono la stesura di un romanzo a uno sterile esercizio mentale, tagliando fuori da ogni sessione creativa quel flusso di energia che i pazzi chiamano *ispirazione*. Quindi, non si può più parlare di sessione creativa. Lo scrittore diventa un impiegato. Cerca di scrivere un romanzo rileggendo e cancellando ogni riga come se dovesse redigere un'email per il commercialista. Cerca di conformarsi a chi l'ha preceduto, perché la scrittura è un lavoro e il lavoro deve far guadagnare e si guadagna di più se ci si ispira a qualcuno che ha avuto successo, no? Quindi via libera al clone di Baricco, al clone di De Carlo e al clone di Giordano. E dopo, al clone del clone del clone di. Nei secoli dei secoli, amen.

Chi crede nell'energia delle parole è spiazzato dalla pochezza che percepisce intorno. E gongola quando trova qualcuno sintonizzato sulla sua stessa lunghezza d'onda. Questo è accaduto a me, dopo aver conosciuto Riccardo Burgazzi, titolare della casa editrice Prospero Editore : un imprenditore culturale che ancora crede nell'esistenza dell'aura, nell'importanza del contatto umano tra editore e lettore, nel valore artistico di un'opera letteraria, in una rara ma possibile imperitura memoria

*D: Prospero Editore è stata fondata nel 2012 e può considerarsi nativa digitale.*

*Dal momento che pubblica in parallelo sia opere in formato e-book sia opere un formato cartaceo, nessuno meglio di te potrebbe rispondere a questa domanda. Esistono delle differenze socioculturali e anagrafiche tra i lettori digitali e i lettori – chiamiamoli così – tradizionali? Quali sono secondo te le principali tendenze di fruizione?*

R: Che io sappia, gli e-book al momento più venduti appartengono al filone della letteratura erotica, con un pubblico prevalentemente femminile, tra i quaranta e i cinquant'anni. Questi romanzi possono arrivare a vendere fino a 10.000 copie: numeri enormi perfino per un cartaceo. Fruitori di testi digitali sono poi i ventenni e i bambini: entrambi per un fenomeno di "immersione tecnologica" che per i primi è dovuto all'istruzione ricevuta, per i secondi (specie quelli dopo il 2010 in zone altamente urbanizzate) a una "nascita nativa digitale". Tuttavia è verosimile che l'e-book (o meglio, i formati .epub e .mobi) abbia i giorni contati, visto che necessita di download e utilizzo di supporti esterni (e-reader), cioè di passaggi già avvertiti obsoleti: presto subentrerà, anche per i libri, la fruizione tramite biblioteche online (piattaforme streaming), sul modello di Spotify/Netflix.

*D: Secondo i "cervelloni", cinema e serie televisive, entro pochi anni, avranno il monopolio assoluto della narrativa. Tu sei d'accordo con questa affermazione? Cosa si può fare per salvare il libro?*

R: È vero che le serie televisive hanno oggi una diffusione strepitosa e, tra l'altro, meritatissima, perché si tratta di prodotti di qualità sempre più alta. Non credo che questo rappresenti una minaccia per il romanzo: chi ama la narrativa cerca una storia e le storie si possono raccontare in molte forme diverse. Libri, film e serie televisive non sono quindi in competizione tra loro, anzi! E poi, come dice una delle nostre redattrici, "i libri e la cultura non sono mica un panda da salvare", perché sono semplicemente in continua evoluzione.

*D: Sul vostro sito, sotto il nome della casa editrice, si trova il motto: "esprimerò quel pensi". Questo aforisma sfata uno dei luoghi comuni cui gli scrittori ricorrono per promuovere il ricorso al self-publishing. Negli ultimi anni infatti, forse complice una sempre maggiore esaltazione della libertà espressiva, il filtro dell'editore è sempre più spesso considerato un limite, quasi una sorta di censura. Quindi, cosa fa Prospero Editore per aiutare gli autori a far risuonare la propria voce individuale?*

R: Il nome della nostra casa editrice è ispirato all'omonimo personaggio de *La tempesta* di Shakespeare: grazie alle proprie arti magiche, Prospero offre agli spiriti il dono della parola; e il motto deriva appunto da un verso di quell'opera. Fuor di metafora, è più o meno ciò che fa un editore: aiuta gli autori a rendere reperibile la propria visione del mondo. Nel selezionare un'opera, teniamo conto sia della qualità del testo che del suo mercato potenziale e del profilo dell'autrice o dell'autore. Senza sintonia con gli autori, infatti, è molto difficile riuscire a raggiungere il pubblico; mentre, al contrario, è assai più facile e stimolante lavorare con una persona che a sua volta si dà da fare con entusiasmo per diffondere il proprio libro e proporre le sue idee (a quel punto sì che è bello partecipare ai concorsi, organizzare presentazioni, eccetera).

Prospero Editore cerca di orientare le proprie scelte verso quelle opere che rispondano a una definizione di letteratura come "arte della scrittura"; questa definizione (come tutte quelle che hanno la pretesa di ingabbiare concetti ampi) è naturalmente passibile di critiche, ma per noi ha un risvolto pratico importante: ci aiuta a selezionare quegli autori che abbiano per lo meno la

consapevole volontà di intessere un'opera che risponda a ben precisi criteri formali e contenutistici.

*D: Qualche giorno fa, partecipando a un dibattito letterario, ho sentito alcuni critici sostenere che il libro, un tempo considerato l'oggetto eterno per eccellenza, oggi china il capo davanti alla caducità delle mode, è diventato facilmente sostituibile.*

*Di conseguenza, le major puntano sulla quantità di opere pubblicate e su un ricambio continuo, rinunciando al proprio antico ruolo di educatori del gusto. Tu cosa ne pensi? Quali opere, tra quelle pubblicate negli ultimi anni, hanno le carte in regola per diventare dei classici? □*

R: Davvero è esistito un tempo in cui quelle che chiami "major" avevano il ruolo di "educare al gusto"? E se provassimo a chiamarle "grandi industrie dell'editoria", anziché "major", verrebbe ancora così spontaneo pensare a questo mitologico editore umanista che lavora per migliorare la società? Negli anni '60, in libreria, non c'era nemmeno un libro di cucina? Nemmeno un romanzetto erotico? L'editore spesso ha una formazione umanistica e svolge senz'altro un lavoro intellettuale, ma non bisogna dimenticare che è anche un mercante. E un mercante, alla bisogna, commercia sia prodotti di qualità che prodotti di consumo: questo vale per i vestiti, le scarpe, il cibo... e anche per i libri! Insomma, non credo ci sia stato un tempo in cui si vendevano solo libri di qualità. Il ruolo di orientare i lettori distinguendo tra prodotti di consumo e opere letterarie (soprattutto quando un prodotto letterario esce sotto il marchio di una grande industria), semmai, è affidato al critico, non dell'editore. La sensazione che esista un'età dell'oro è data dal fatto che i prodotti di consumo non passano la barriera del tempo, perché sono portatori di un messaggio valido solo in quel momento; quindi l'epoca precedente ci sembra sempre pura e incontaminata. Ma questi prodotti c'erano, ci sono e ci saranno sempre, perché dopotutto rispondono a un'esigenza: quella che Dante chiamava la lettura "per diletto" e che noi potremmo chiamare "leggera" o "di relax". In spiaggia è più facile trovare qualcuno che legge Stieg Larsson che non Bertolt Brecht... ed è giusto così! Non vedo come mai gridare allo scandalo: basta non confondere la letteratura da spiaggia con quella da biblioteca.

Verosimilmente, i prodotti di consumo dell'anno precedente saranno già scomparsi dalle librerie (ma anche dalle spiagge) l'anno successivo: questa è la naturale sorte dei vari "metri sopra i cieli" (che già mi paiono abbastanza estinti), "magie di un buongiorno", "tempi che vorremmo" e biografie di calciatori. Del resto, le opere che "sopravvivono", perché in grado di parlare anche alle generazioni successive, sono sempre state pochissime: basti pensare che di tutta la latinità classica conosciamo i testi di meno di duecento autori, mentre di tutto il medioevo la maggior parte giace dimenticata sui manoscritti.

Rispondere con precisione alla seconda parte della domanda, quindi fare nomi e titoli di contemporanei destinati alla canonizzazione, sarebbe un azzardo; mi limiterei a osservare che oggi, chi in modo più spiccato, chi meno, la maggior parte dei narratori noti stia seguendo una certa generale tendenza all'autobiografismo. Potrebbe essere un segno dei tempi: una sorta di specchio letterario di un periodo caratterizzato dall'uso quotidiano di un social che domanda "cos'hai fatto oggi" e "cosa pensi". Forse, però, di cosa abbia fatto il singolo individuo oggi e a cosa abbia pensato (sia che lo esprima in un social network, sia che lo scriva elegantemente in un romanzo), alla generazione successiva potrebbe non importare poi troppo.

*D: Quando penso alla cultura, mi viene in mente la definizione data negli anni '80 dal sociologo Edgar Morin: la cultura è l'insieme dei miti, dei riti e dei simboli che strutturano il senso comune della collettività. Alla luce di questa considerazione, ti domando: in quale modo Prospero*

*Editore nutre la cultura? E quali sono oggi i nostri riti, i nostri miti e i nostri simboli? Esiste ancora un senso comune, oppure il mondo è diventato ibrido?*

R: Potremmo dire che Prospero Editore, coi suoi limiti, prova a fare una selezione di opere meritevoli (e quindi cerca di fornire una certa garanzia a chi legge) e favorisce momenti di incontro tra autori e lettori. Per noi è importante guardare al libro innanzitutto come a un oggetto d'incontro, scambio e dialogo; cosa contrapposta, se vogliamo, a logiche pubblicitarie che puntano esclusivamente sulla foto di copertina e sul grande nome, creando quindi un'asimmetria tra chi scrive e chi legge. Parli poi di senso comune. Il mercato è senz'altro molto eterogeneo ed entrando in libreria si trovano titoli per ogni gusto; però è sempre più rara la figura del libraio di fiducia, quello che aiuta a orientarsi, e spesso bisogna cavarsela da soli. Lo stesso vale per internet: ci sono parecchi blog e pagine che danno consigli e suggeriscono letture interessanti; ma anche in questo caso la decisione avviene sempre sulla base della sensibilità individuale. Quindi no, direi che non esiste un "senso comune"... e forse è meglio così: c'è tanto spazio, perché omologarsi?

*D: Il tuo intervento al Festival dell'Editoria e delle Arti verterà sull'Editoria a pagamento: vuoi anticiparci qualcosa?*

R: Per fare un discorso serio sull'editoria a pagamento occorre prima di tutto rompere parecchi schemi preconfezionati. Quindi bisognerebbe tenere presente, come abbiamo detto prima, che l'editore è sia un umanista che un mercante; compreso ciò, è necessario operare tutta una serie di distinzioni affrontando varie dinamiche di mercato che coinvolgono sia le scelte editoriali, sia il rapporto delle case editrici con gli autori, con gli enti finanziatori (pubblici e privati) e con i propri dipendenti. Insomma, per "editoria a pagamento" non si dovrebbe intendere solo la vanity press (mi dai 1000 euro e ti stampo tot copie), che è solo la punta di un iceberg.