

Quale futuro per l'editoria libraria?

Aldo Ceconi

Book Business. Il titolo originale dell'ultimo libro di Jason Epstein, grande personaggio del mondo del libro statunitense contemporaneo, fotografa la modalità dominante di concepire e praticare l'editoria oltreoceano. L'accento viene posto sull'aspetto di impresa economica e di imprenditorialità nella diffusione e nella trasmissione della cultura nelle moderne società. Un "mestiere", quello di fare i libri, sottoposto a forti tensioni che sollecitano i suoi protagonisti ad interrogarsi sul suo, incerto, futuro. Le nuove tecnologie, Internet ma non solo, permettono già oggi di far arrivare a tutti, in qualsiasi punto della terra, un testo e di stamparlo privatamente oppure consultarlo utilizzando solamente un personal computer.

Epstein, dirigente nelle maggiori case editrici americane, ideatore e fondatore della "New York Review of Book", ripercorre le varie fasi che hanno caratterizzato l'editoria di quel paese negli ultimi cinquant'anni: il racconto del passaggio da una fase legata a singole, carismatiche figure di editori, convinti della missione culturale del loro mestiere, all'affermazione di grandi gruppi editoriali ossessionati dalla logica del profitto. Non più l'investimento su autori quasi sconosciuti ma la ricerca di best seller redditizi di "autori-marchi di fabbrica". Ciò che colpisce, leggendo i ricordi dell'autore, è la rapidità di questa trasformazione che ha visto l'editoria statunitense negli ultimi trent'anni polarizzarsi attorno a due estremi: da una parte grandi imprese editoriali assimilabili per struttura e mentalità all'industria dei mass media e dall'altra un nutrito gruppo di piccoli editori indipendenti che praticano una forma di editoria *no profit*.

È l'anticipazione di una tendenza destinata ad affermarsi nel prossimo futuro anche da noi? Il paesaggio editoriale italiano è ancora molto frammentato: le grandi società di mass media non hanno ancora completamente assunto il

controllo di tutte le più importanti case editrici; i maggiori gruppi editoriali ritengono ancora necessario garantirsi la reputazione inserendo nei loro cataloghi libri di "qualità"; dai libri ancora non ci si attendono profitti dello stesso ordine di grandezza di quelli del cinema e della televisione. Ma sono diversi i segnali che indicano una trasformazione in corso. Le acquisizioni di piccole case editrici di cultura da parte delle grandi procede rapidamente. I processi di concentrazione investono anche il mondo delle librerie. Il numero di grandi librerie di editori o che fanno parte di catene è in forte aumento: in questi nuovi "supermercati" del libro l'attenzione è concentrata sulla redditività dei titoli offerti al pubblico, non tanto sul loro valore culturale. Infine, nuove e inedite alleanze si stanno realizzando tra aziende editoriali e imprese che operano nel settore informatico. Anche in questo caso è la tecnologia che consente di utilizzare un unico contenuto per pubblicare più prodotti e diffonderli attraverso diversi canali: un testo in formato digitale dà vita a un libro materiale, uno virtuale, un Cd-rom.

Se i mutamenti sono in atto, le imprese editoriali italiane, tuttavia, non sono riuscite ancora a venire a capo di una questione fondamentale. Nonostante tutte le innovazioni introdotte nell'offerta dei libri il numero dei lettori nel nostro paese è in diminuzione. La diffusione della lettura in lenta ma costante crescita fino al 1999 segna il passo e, anzi, l'andamento cambia di segno. Il calo dei lettori non riguarda solo la popolazione adulta ma anche i ragazzi.

"Dare a ciascuno il suo libro", come si riproponeva Arnoldo Mondadori nel 1927, è ancora un obiettivo lontano. Dunque, esistono gli spazi per modalità diverse di trasmissione del sapere e un grande numero di nuovi lettori da raggiungere.

Luciano Bianciardi

La casa al mare

Scritti per Rapallo



il Segnalibro

Edizione del 1996