

# Dammi tre parole: controllo, concentrazione e mercificazione

Gabriella Solari

Il circuito editoriale, sin dalla nascita della scrittura, e sotto forme diverse (dal manoscritto, al libro stampato), ha veicolato la circolazione del sapere, subendo restrizioni, censure ed interdizioni ma offrendo anche possibilità di confronto e di scambio delle idee. Nel corso dei secoli il mondo della produzione di testi, sospeso appunto tra controllo e libertà, è stato al centro di operazioni culturali ed ideologiche che hanno visti coinvolti numerosi protagonisti: dai librai-editori, ai censori, alle autorità laiche ed ecclesiastiche, agli autori, agli stampatori, ed infine ai lettori. Di tutto questo la nostra epoca è diretta erede.

Nel contesto attuale, il ciclo vitale della comunicazione scritta sta tuttavia subendo, rispetto al passato, fortissime trasformazioni dettate dal cambiamento del pubblico, sempre più cliente e meno lettore, dalla progressiva imposizione di altri media, dall'avanzare dell'editoria elettronica, che accelera il passaggio verso una nuova concezione del testo, dall'espulsione degli intellettuali dal lavoro redazionale, dal tramonto di un certo modo di far editoria, quello che Einaudi chiamava "di progetto" con una forte valenza non solo culturale ma civile. Nella sua corsa verso un modello di impresa "all'americana" l'editoria sta decretando la fine del libro come strumento di conoscenza, come frutto della creatività umana e dell'invenzione, imponendo, per contro, prodotti artificiali costruiti a tavolino, la cui fortuna viene fabbricata attraverso imponenti campagne pubblicitarie.

Il discorso è molto più lungo ed ancora più complesso se lo si osserva in una prospettiva di lunga durata. Tuttavia ciò che mi preme osservare è che, oggi, ciò che è più in pericolo non è solo la "natura" dei prodotti stampati, ma la libertà di edizione.

In un interessante articolo pubblicato da "Le Monde Diplomatique" nel gennaio 2003, dal titolo significativo, *Quando la libertà di edizione è in pericolo*, i due autori, Janine e Greg Bremond, tracciavano un quadro dell'editoria francese, contrassegnata dalla progressiva concentrazione della stampa e dell'editoria nelle mani di due gruppi: Dassault e L'Assec, noti mercanti d'armi, che approfittando di alleanze finanziarie e politiche hanno assunto un ruolo di primo piano nel settore.

L'Assec, in particolare, già proprietario di Hachet-

te (e di altri 21 marchi editoriali) ha recentemente acquistato il gruppo Vivendi (33 marchi editoriali). In questo modo il polo L'Assec controllerà il mercato dell'editoria politica, e i 3/4 di quello dell'editoria tascabile e dello scolastico, a cui va aggiunto il controllo di buona parte della stampa quotidiana, di cinque canali televisivi e di alcune radio.

Il dominio del gruppo finirà quindi per esercitarsi su tutti i soggetti del circuito editoriale: dai librai, agli autori, ai media, con una forte accentuazione della politica centrata sul marketing. Nel mercato trovano infatti spazio solo alcuni testi, quelli cioè che hanno avuto il sostegno degli altri media (dalla tv alla stampa); testi che i lettori penseranno di aver acquistato liberamente, e non come effetto di una preliminare operazione di selezione e promozione. Ciò che si vende infatti sono soprattutto i libri "mediatizzati", i best-seller usa e getta imposti ai librai attraverso accordi tra le parti che penalizzano gli editori più piccoli.

In Francia, ricordano gli autori, chi vuol essere pubblicato deve quindi sottostarsi alle regole del gruppo editoriale, in posizione di monopolio. Tale situazione, contrassegnata da un regime di oligopolio e mercantilizzazione del prodotto libro, contribuisce, scriveva il sociologo francese Pierre Bourdieu, alla uniformazione dell'offerta (effetto cloni) che esclude di fatto gli autori non commerciali (il Francia è noto il caso del libro di Hobsbawm, *Il secolo breve*), e censura tutta quella pubblicistica non consona alle idee dei gruppi dominanti, riducendo fortemente gli spazi di dibattito pubblico e di libertà di pensiero ed espressione.

Ora, in Italia ci troviamo di fronte ad una situazione analoga con l'aggravante che uno dei più grandi poli editoriali è in mano allo stesso capo del governo. Mi riferisco alla Mondadori - presieduta, dopo la morte di Leonardo Mondadori, da Marina Berlusconi, e controllata direttamente dalla holding di famiglia, la Fininvest -, che con la RCS del gruppo Agnelli (e altre 5-6 case editrici) gestisce la maggior parte del mercato del libro (circa l'80% del mercato; il 20% residuo è spartito tra 4000 case editrici), dei giornali, delle tv. Tra le ultime operazioni della Fininvest la scalata al gruppo che controlla La7 e il tentativo di entrare in HDP, la società del "Corriere della Sera", al fine di pilotare anche il quotidiano

di via Solferino.

I processi di fusione e concentrazione avviati negli anni Ottanta con l'acquisizione di numerosi marchi editoriali hanno infatti condotto i due gruppi in una posizione di vero monopolio in un settore il cui raggio di azione comprende tutto il circuito della informazione e della comunicazione. Un controllo che si salda sull'altro anello vitale della circolazione del sapere, la distribuzione, anche questa nelle mani dei colossi produttivi sopra menzionati.

Ad essere emarginati dal ciclo di diffusione della carta stampata sono soprattutto gli editori più piccoli che non possono avvalersi di una adeguata rete di distribuzione (incide sino al 40% nel costo del libro), di spazi adeguati nelle librerie, di canali come le edicole ed altri punti vendita.

In un convegno tenutosi a Roma dal 29 novembre al 2 dicembre del 2002 organizzato dall'AIPE (Associazione italiana piccoli editori) uno dei temi era appunto *Apparire o perire*.

E sono spesso questi piccoli editori, fuori dalla logica del profitto assoluto, delle mode, e dai gruppi di potere, ad essere i più innovativi. La ricerca dei piccoli è volta infatti non ad offrire una risposta generalizzata al mercato, ma a dotarsi di una forte identità ritagliandosi delle nicchie di mercato, specializzandosi e puntando sulla qualità del prodotto.

Spiegava Carmine Donzelli, proprietario dell'omonima casa editrice, che è ancora possibile nell'Italia contemporanea avere un progetto, ovvero l'ambizione a costituire un polo di riflessione culturale e civile fortemente autonomo e libero. Non è facile, ma possibile, anzi doveroso per contrastare l'affermazione di un processo connotato dalla concentrazione, dal controllo dell'informazione, dalla mercificazione del sapere, dalla separazione del libro dal suo retroterra naturale: un retroterra fatto di autori, di idee, di intelligenze, di creatività, di libertà e talento, di spirito critico, di esperienza e conoscenza, che non può essere, nostalgicamente, considerato un retaggio del passato ma deve rappresentare il presente e il futuro. Pena il trionfo del vuoto, del nulla, dell'oblio dell'intelligenza umana.

I libri "contenitori di niente" lasciamoli agli altri, almeno per rispetto di noi stessi.