

## Guerrilla Book

### Che dice la pioggerellina di maggio dei libri?

Ultime notizie dal Salone del libro di Torino. Che è, al tempo stesso, una magnifica kermesse libraria e mercato; occasione di utili incontri professionali tra i diversi lavoratori del libro, dall'autore al lettore passando attraverso i vari intermediari, anzitutto editori, bibliotecari, librai, insegnanti ecc.; un piacevole per quanto tumultuoso luogo di incontro e scambio umano-culturale-merceologico che suscita curiosità, interessi e passioni anche in chi non è propriamente un lettore; transumanza e bivacco di scolaresche di ogni ordine e grado che fanno festa, spesso camminando sui piedi degli altri visitatori, nel saltare un giorno di scuola per frequentarne un'altra, di scuola, non meno feconda di istruzione e cultura, a loro insaputa, nel momento in cui vengono a contatto, in una contagiosa atmosfera di allegria, festa e gioco con un artefatto spesso considerato oggetto di noia o peggio di tormento, ma che lì si presenta con un volto affabile e accogliente, addirittura piacente. Il Salone è questo e molto altro. Anche un prezioso e attendibile osservatorio per fare il punto sulla situazione, percepire umori e sensazioni, individuare tendenze e prospettive. Una specie di palla di cristallo per intravedere come siamo oggi e come potremmo e vorremmo essere domani, noi che ci consideriamo operosi monaci del libro. Anche se qualcuno dice, non senza buone ragioni, che la lettura non si misura più solamente con il

numero di libri e giornali letti, dal momento in cui sono entrati in gioco altri elementi o meglio caratteri da conteggiare sullo smartphone, sms, Whatsapp, Facebook, Twitter. Nuovi modelli di lettura, strani modi di leggere. Già, ma come misurarli: in "quanti caratteri si sono letti (a scopo non scolastico o professionale) nelle ultime dodici ore o negli ultimi dodici minuti o addirittura secondi"? Distinguendo tra chi ha la "sindrome dello sguardo basso" e chi no?

Tornando al Salone, sembra che ci siano stati più visitatori e anche più vendite, in sintonia con i dati sul mercato dei libri che cresce nel primo trimestre del 2016 dello 0,1%, per merito soprattutto dei romanzi d'amore, dei testi di Papa Francesco e di quelli per la preparazione a esami e concorsi, soprattutto per insegnanti. La stabilità dei libri per bambini e ragazzi reitera lo stereotipo linguistico del "mondo (dei libri) salvato dai ragazzini" che questa volta non risparmia nemmeno una brava e sempre informata e acuta giornalista come Simonetta Fiori ("Repubblica", 14 maggio) e che andrebbe inserito nell'esilarante ed istruttivo elenco stilato da Umberto Eco nel suo ultimo romanzo: "Pira del Quirinale", "Bersani tuona", "Renzi ha dato un segnale forte", "Montezemolo scende in campo", "il Papa chiede scusa a...", ecc. (*Numero zero*, Bompiani, p. 97-100). Un Salone che è stato giudicato *pop*, con la presenza, graditissima e af-

follatissima negli incontri, oltre che di scrittori letterati filosofi, anche di artisti comici cantanti, da Checco Zalone a De Gregori, da Saviano a Zagrebelsky. Aveva fatto molto discutere alla Fiera milanese di libri e cultura indipendente "Bellissima" (18 marzo) l'intervento del sociologo francese Frédéric Martel, che, a fronte della probabile riduzione dei diritti d'autore per l'avvento del digitale, aveva sostenuto che pochi scrittori in futuro potranno vivere con la sola scrittura, ma la maggioranza di loro dovrà imparare a promuovere e accompagnare i propri libri, diventando dei *performer* che moltiplicano gli incontri e le letture in fiere, festival, librerie, biblioteche, scuole, come i musicisti che vivono di concerti, a pagamento, ma al momento festival e fiere non hanno le risorse per remunerare i partecipanti. Vedendo l'aspetto positivo della provocazione, cioè prendendone il buono, si può parlare della necessità di rafforzare la figura dell'autore come tramite fra il libro e il lettore. Per una di quelle che il sociologo Giorgio Galli avrebbe chiamato *Le coincidenze significative* (Lindau, 2010), contemporaneamente festeggiava i suoi primi vent'anni Stile Libero, la nota collana di Einaudi che più pop non si potrebbe con il suo surf tra ricerca e mercato, generi tradizionali e nuovi linguaggi e scritture, ieri la scommessa dei "cannibali", oggi l'imperialismo del noir. Romanzi letterari, testi teatrali e cabarettistici e sceneggiature cinematografiche con DVD, cantanti e graphic novel, distopie e *crime* vi hanno trovato degna collocazione, con l'unica discriminante dell'"intrattenimento alto", ossia l'essere sì "di genere", che però non soltanto distrae, ma attrae e fa riflettere, ed è frutto di ricerca continua di innova-

zione e sforzo per tenere legati qualità del “prodotto” e popolo dei lettori. Stile Libero è la prova che non basta il marketing per trovare lettori – se non in casi eccezionali e solo a posteriori, a traino e rilancio del bestseller scoppiato come una bomba improvvisa e inaspettata –, ma occorre costruire un’identità editoriale e di collana, avendo come bussola l’etica pratica del montatore Faussone nella *Chiave a stella* di Primo Levi, per i quali – per l’autore e il suo personaggio – il dovere del lavoro ben fatto ha il privilegio di diventare un piacere. Per l’operaio come per il chimico o per lo scrittore.

Due esempi, uno positivo e l’altro negativo. La 66THAND2ND (non è una targa automobilistica, ma indica l’incrocio tra due strade di New York dove venne l’idea di fondare una nuova casa editrice e di chiamarla così) si distingue per l’accuratezza delle copertine, dei risvolti, della carta e della grafica, oltre ai contenuti dei testi, è ovvio, insomma per il gusto del lavoro ben fatto. Al contrario, gli Oscar hanno dato nuova veste e formato alla storica e benemerita collana, inaugurandola proprio con *Addio alle armi*, il primo titolo del lontano 1965 che vendette 600.000 copie in due mesi, ora ripubblicato con un’appendice che presenta tutte le varianti del titolo pensate e via via scartate da Hemingway; si tratta di un’operazione filologica di alto livello, che avrebbe meritato una segnalazione in copertina ben più visibile, in evidenza, di quella striminzita e semioccultata dal colore squillante che circonda le piccole lettere bianche, quasi a voler negare che una collana popolare possa essere di qualità e offrire un ulteriore elemento “alto” al lettore, anzi vergognandosi un po’ di aver osato pensare a tanto.

Se poi si getta uno sguardo sulla *Top Ten* dei più letti al momento dell’apertura del Salone, si vede: due gialli, una graphic novel, una saga siculo-familiare, i pensierini di una *youtuber* ventunenne, due libri di diete, quasi cento lezioni di felicità, raccontini di tre pagine. “Questo passa il convento. Non c’è da stare allegri” commenta Antonio D’Orrico sulla “Lettura”. Non si può non condividere e intristirsi. Il successo di *Il mio libro sbagliato* di Greta Menchi è l’ultimo e non il più clamoroso caso di passaggio dai *new media* alla carta e si inserisce in una tendenza che al momento ha la sua cuspide nella saga bestseller *After* della Todd, la quale non vuole essere considerata scrittrice tradizionale, ma figlia di Internet (e nipotina delle 50 *Sfumature*, di cui è una *fan-fiction* per *young* e *new adult*, ossia 15-17enni e poi under-trentenni), che ha sfondato prima su *Wattpad*, piattaforma online di *self publishing*, scrivendo i suoi romanzi sullo smartphone, un capitolo alla volta di 15 minuti ciascuno (anch’essi letti preferibilmente sullo smartphone, almeno in America) per chi ha poco tempo e voglia di lunghe letture, con possibilità di interagire e partecipare creativamente con commenti e suggerimenti dei lettori sul prosieguo della storia e quindi con un *feedback* per l’autore. (Strettamente personale: *After* almeno è una storia, quelle della *youtuber* sono banalità in libertà). In ogni caso, come puntualizza Luciano Genta su “Tuttolibri”, ci troviamo di fronte a “un’edito-

ria vampira della Rete per inseguire i giovanissimi”, i più fortunati o incoscienti dei quali riescono a passare “all’onore della carta grazie ai click di Facebook [e di YouTube, *n.d.r.*], marzulliani, massaggiatori di cuoricini”. Hanno risposto con una sorta di “guerriglia del passaparola” sempre su Facebook gli aderenti alla comunità “Billy, il vizio di leggere” attraverso l’iniziativa *Modus Legendi*, votando (in una cinquina selezionata in precedenza) il libro da proporre per l’acquisto tra il 18 e il 24 aprile in tutte le librerie d’Italia, *Il posto* di Annie Ernaux, edito nel 2014 da L’Orma e a sorpresa classificatosi a ridosso dei primi dieci con 2.400 copie vendute in quella settimana. A sorpresa? Beh, mica tanto: chi conosce i lettori forti sa di quali follie sono capaci per un libro. In ogni caso, la bella esperienza, che andrebbe replicata fino a diventare regolare, si può inserire in quelle forme di *Guerrilla Book*, come si intitola



l'articolo di Andrea Bajani ("Repubblica", 22 maggio) che prende spunto da un'inchiesta di "The Atlantic" sui vari modi di promozione (leggi resistenza) della lettura: manifesti con poesie sulla metropolitana di Londra, distributori automatici di storie a Grenoble, piccoli libri gratis che hanno in copertina un codice che vale come biglietto per la metro a Rio de Janeiro, distributori di libri digitali a Milano, poeti che scrivono a macchina e vendono per 5 dollari le loro poesie (*on demand*) nelle strade di Chicago ecc... Bajani, più volte curatore dei programmi di incontri per i giovani al Salone del libro, scrive: "Il libro è ormai entrato di diritto tra le specie in estinzione. La ragione [...] non ha a che fare con la tecnologia: chi rischia di estinguersi è il lettore disperso nei mille rivoli di cui è composta la giornata [...] La ragione è presto detta, è piuttosto elementare: l'uomo che legge non consuma. Per questo va marginalizzato. Tra i tanti potenziali sabotatori del sistema in cui viviamo, il libro è quello con il potenziale più eversivo". E propone come atto di disobbedienza civile: "Una giornata mondiale integralmente dedicata alla lettura farebbe collassare il nostro turbo-mondo: zero acquisti, borse in picchiata, e miliardi di persone sprofondati nei divani, con gli occhi esorbitati e la testa altrove". Perché, "schiacciati tra le voci dell'agenda giornaliera, tra le cose da comprare, i bambini da svagare, i tweet e i post con cui dire cosa si è comprato, come si sono svagati i figli", trionfa fra i non-lettori l'arcinoto alibi: "mi piacerebbe tanto, ma non ho tempo per i libri". E allora, liberiamolo 'sto tempo: i lettori, come i proletari di una volta, non hanno nulla da perdere fuorché le catene dei loro consumi.

Anche a Bajani, però, resta il sospetto che le forme di *guerrilla marketing* sperimentate e descritte nell'articolo siano poco più di ingegnosi tentativi di sopravvivenza, atti di legittima difesa, ma interstiziali, sviluppati e conclusi lungo il breve tragitto di uno spostamento in metro, all'angolo di una strada, su uno sgabello a Hyde Park, su uno smartphone per ammazzare dieci o quindici minuti noia o per leggere un capitolo di *After* o *Before*. Facendo diventare il libro (o il suo succedaneo) un po' più *friendly*, tranquillizzando così il precario lettore: "non ti faremo perdere del tempo". Tornando a cose e ambiti più vicini, il dubbio sopra avanzato potrebbe estendersi anche alle svariate e volenterose iniziative di casa nostra, che vanno moltiplicandosi con grande entusiasmo e impegno di risorse del volontariato, dall'appena trascorso maggio dei libri all'ottobrino #ioleggoperché, passando per i vari festival e fiere. Non è scandaloso né disfattista domandarsi che incidenza abbiano, dal momento che gli indici di lettura non salgono, nella migliore delle ipotesi non calano. Può aiutarci a vincere il pessimismo, però, l'ammonimento che il compianto Beniamino Placido rivolgeva a chi, disincantato e sconcolato, sosteneva che non c'è niente da fare, perché le cose non possono migliorare: "forse è vero, ma possono peggiorare". E allora vale la pena di impegnarsi, tentare, battersi, resistere. Ogni tanto a qualche benemerito capita anche di ricordarsi delle biblioteche, presidi di lettura, conoscenza e sapere, come fa Simonetta Fiori, che questa volta evita ogni tic linguistico-giornalistico per parlarci, in due pagine ricche di dati, grafi-

ci, istogrammi e resoconti di esperienze, delle "oltre seimila *public library* che cercano di resistere [...] trasformandosi in nuovi luoghi di socialità con orari prolungati e offrendo servizi che vanno al di là del prestito dei libri. E se, soprattutto al sud, fondi e WiFi scarseggiano, i volontari fanno il miracolo" (*Ritorno in biblioteca*, "Repubblica" 14 aprile). Nulla di nuovo, ma buona informazione ben scritta e documentata.

Alla quale, chi scrive si permette di aggiungere un consiglio per gli acquisti delle biblioteche a vantaggio delle tante persone anziane che la frequentano (la maggioranza, insieme agli studenti, ma questa è un altro tipo di utenza con altre finalità, è un'altra storia) e che cominciano ad avere problemi di memoria a breve. In questi casi i neurologi raccomandano anzitutto di tenere in attività i neuroni, ad esempio ripetendo a memoria poesie. Un ottimo breviario in tal senso è un'antologia che raccoglie i versi più belli studiati a scuola (quando si facevano studiare le poesie a memoria): *Che dice la pioggerellina di marzo. Le poesie dei libri di scuola degli anni cinquanta* (Manni), con un'eccellente introduzione di Piero Dorflès. Alzi la mano chi non ha mai fatto l'esperienza di trovarsi a cena o in viaggio con parenti e amici e di essersi trovato di colpo in mezzo a una disfida a colpi di incipit e inviti a proseguire: *L'albero a cui tendevi la pargoletta mano... Eran trecento eran giovani e forti... Né più mai toccherò le sacre sponde... Il campanile scocca lentamente le sei... Il portiere caduto alla difesa...* E via così poetando e rammemorando.

DOI: 10.3302/0392-8586-201605-054-1