

La Fabbrica del Libro

Autori e titoli, consumi, bisogni

di Giovanni Peresson

CRISTINA BENUSSI, GIULIO LUGHI, *Il romanzo d'esordio tra immaginario e mercato*, Marsilio, Venezia 1986, pp. 201, Lit. 20.000.

MARINO LIVOLSI (a cura di), *Almeno un libro. Gli italiani che (non) leggono*, La Nuova Italia, Firenze 1986, pp.149, Lit.10.000

Un efficiente accesso e monitoraggio del mercato rappresenta per la casa editrice la principale chiave strategica di successo. Il rafforzamento, il miglioramento o la conservazione degli spazi in libreria, più in generale delle relative quote di mercato, è nel breve, medio periodo legato a scelte innovative sul piano commerciale e di marketing.

In uno degli annuali rapporti sullo "stato dell'editoria", quello compilato a cura dell'Istituto di ricerche Databank, là dove vengono indicati i "fattori chiave" di successo nelle diverse aree d'affari in cui operano le aziende editrici — quello di Narrativa e Saggistica, di Varia, lo Scolastico e le Grandi Opere — l'innovazione di prodotto, la capacità cioè dell'editore di individuare e proporre al pubblico dei lettori, titoli e opere in grado di stimolare e soddisfare nuovi e ancora inespressi bisogni di lettura, vengono valutati in chiave proiettiva solo come "fattori importanti", certo da non trascurare da parte dell'editore, ma senza con questo rappresentare, a eccezione di Narrativa e Saggistica, elementi chiave; strategici appunto.

Insomma per la casa editrice i principali fattori di successo risiederebbero in una migliore gestione del magazzino e delle rese, in una maggiore presenza, e quindi visibilità, sul punto vendita, in un controllo più attento delle tirature o nella "promotion" verso decisori d'acquisto. È solo nel segmento d'affari Narrativa e Saggistica che l'innovazione di prodotto rappresenta uno, ma solo uno, dei fattori di successo, che entrerebbe in gioco, per così dire, all'interno di una mix di variabili al momento dell'individuazione di aree mercato non ancora coperte da prodotti editoriali concorrenti.

Se andiamo a esaminare la composizione dei titoli pubblicati per tipo di edizione, vediamo che nel '76 le prime edizioni rappresentavano il 46,7 per cento dei titoli, ma che nel 1985 hanno raggiunto il 59,4 (in altri "macrogeneri", ma il confronto è con l'84, abbiamo per la Narrativa il passaggio dal 46,4 al 68,0 per cento; per la Saggistica dal 59 al 70 per cento). Insomma il mercato viene sempre più ad essere fatto da prime edizioni.

L'aumento delle novità a discapito delle ristampe, se è il risultato della possibilità di sfruttare l'impatto che un nuovo titolo, o un nuovo autore, ha in libreria, è stato anche indotto dalla necessità di andare incontro ai nuovi e differenziati bisogni di lettura che si sono venuti a creare in quella che il Censis ha definito la "società del segmento". Ma in un mercato sempre più occupato da prime edizioni, l'approvvigionamento di nuovi testi, la ricerca di nuovi autori, diventa per il complesso dell'industria editoriale un momento che non può più essere gestito indipendentemente da quelli che sono i nuovi profili, i nuovi assetti del consumo. O rimane possibile solo in quel segmento d'offerta che si definisce come "letteratura sperimentale".

Le forme assunte dai mutamenti

socioculturali avvenuti in questa prima metà degli anni '80, non potevano non avere delle ripercussioni nel consumo, e quindi nella produzione di titoli. Ai mutamenti negli stili di vita, alle turbolenze di valori hanno corrisposto, e corrisponderanno sempre più, il sorgere di specifici bisogni di lettura: di evasione, ma an-

mitato) di case editrici, tra '85 e primo semestre '86, si registra un evidente incremento nella vendita di diritti: Adelphi da 5 a 7; Garzanti 50 e 46; Laterza 59 e 32; Longanesi 4 e 3; Marietti da 5 a 7; Mondadori 72 e 41; Rizzoli da 21 a 24. Possibilità che si offrono al *made in Italy*, ma soprattutto una crescente articolazione dei



insegnamento in coppia con Jaroslav Pelikan.

Sento, implicita nelle tue risposte, l'urgenza di parlare dei problemi ideologici.

Qui mi muovo nei miei apprezzamenti tra la critica americana e quella italiana. Considero Kenneth Burke il maestro della critica letteraria americana. Già in lui c'è un'attenzione acuta e anticonformistica sia all'aspetto critico-materialistico della lettura dei testi, sia all'aspetto religioso: vorrei usare, per evitare equivoci confessionali, il termine numinoso. Nella critica americana è forte e positivo — sottolineo positivo — il rapporto con matrici ideologiche di chiara coloritura religiosa. Ci sono i critici che hanno un senso della loro tradizione ebraica; quelli che hanno un senso altrettanto forte della loro tradizione cristiana, polisemica, secondo i cento riti diversi; quelli che hanno un senso non dico missionario, ma certo l'impegno in una religiosità laica marxista che a volte mi fa pensare alla situazione in Italia di parecchie generazioni addietro.

Quanto all'Italia, trovo che per tanti rispetti la critica italiana è più avveduta, più attenta alle collocazioni storiche, meno portata agli entusiasmi. Questo ha degli evidenti vantaggi: di acribia nella lettura dei testi e nelle discussioni metatestuali. Eppure qualcosa manca; provo nostalgia per qualcosa che non c'è. Nella critica italiana del dopoguerra un atteggiamento laico e materialistico è diventato così assiomatico, essendo le alternative molto spesso tenui e poco interessanti, da ingenerare una certa pigrizia.

La mia speranza è non di provocare un'ennesima polemica da giornale, ma veramente di aprire un dialogo. Il sottotitolo del mio libro è *La retorica come teoria*, e qui ci sono gli interessi di retorica, che hanno in Italia uno dei punti di forza. Il titolo, invece, *Ascoltare il silenzio*, esprime uno sviluppo diverso: im-

che di formazione e di aggiornamento professionale (si pensi allo sviluppo dell'editoria informatica o della manualistica economica). Avremo sempre più libri mirati, per nicchie di lettura specifiche e omogenee. Ma si avrà, per questo, sempre più necessità di "autori"; in ogni caso di professionalità capaci, in una società dai rapidi cambiamenti nei suoi assetti di valore e di consumo, di individuare nuovi prodotti capaci di incrociare i mutevoli bisogni di lettura nel mercato dei potenziali lettori.

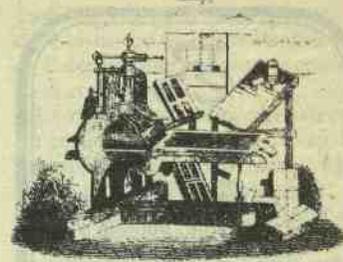
A questo si aggiunge il dato — ce lo fornisce Giorgio Grossi nel *Libro di successo*, contenuto nel volume curato da Livolsi — secondo cui se l'offerta (e quindi la politica editoriale) [...] tende a privilegiare leggermente l'opera straniera, [...] il consumo premia [i titoli d'] autore italiano", la cui quota di mercato passa, tra '82 e '84, dal 53,8 al 58,1 per cento (p.73). E questo mentre il *made in Italy*, anche in campo editoriale, sembra trovare un suo spazio nei mercati internazionali. Su un campione (li-

consumi che induce in alcuni segmenti d'offerta, a una omologa differenziazione delle politiche di approvvigionamento di *software* editoriale. Così, nel settore della saggistica leggera femminile si è sviluppata negli ultimi anni una produzione di manualistica indigena (*Bon Ton, Gli uomini istruzioni per l'uso, Arte del flirt, Uomo come ti vorrei*), che oltre a ottenere buoni risultati commerciali consente all'editore di spendere meno d'anticipo nei diritti. Ma che non impedisce, in una politica d'autore certamente più articolata, l'acquisto di analoghi prodotti editoriali, quelli firmati Jane Fonda o Sidney Rome.

La crescente capacità di giocare su più tavoli anche nell'approvvigionamento di testi e d'autori, in qualche modo corrispondente all'aumentata complessità della società italiana, investe, e non potrebbe essere altrimenti, la stessa area d'affari della Narrativa contemporanea dove assistiamo, all'interno dei diversi segmenti che la compongono, a politi-

che d'autore ben più articolate. Così, se l'editoria italiana continua ad essere dipendente dal mercato nord-americano per l'approvvigionamento di narrativa femminile, non mancano anche a livello di produzione seriale — almeno nelle collane *Bluemoon* — narratrici italiane che pur dietro pseudonimo straniero vengono affiancate dalla Curcio alle autrici straniere.

Oppure, in un altro dei settori dipendenti da un approvvigionamento di serialità narrativa da mercati nord-americani, quello delle *spy story*, le non molte volte in cui a partire dall'84 in *Segretissimo* sono stati pubblicati romanzi d'autore italiano (come *A volo di Falco, Una fame da Falco* di



tore italiano che continua a concentrarsi la riflessione sul rapporto tra autore e apparati editoriali. Detto subito che l'indagine condotta da Cristina Benussi e Giulio Lugi su un gruppo di romanzieri "esordienti" (i finalisti del Premio Viareggio Opera Prima) rappresenta uno *specimen* del "romanzo alto, letterario, d'autore" (p. 11), uno dei risultati che in questa prospettiva acquista una sua particolare evidenza, è rappresentato dal fatto che il "collegamento", durante la stesura del romanzo, tra autore e casa editrice entra in funzione solamente "in qualche caso isolato". Piuttosto "entra in gioco a opera finita": ben il 41,5 per cento degli autori afferma di non essersi rivolto a nessuno per chiedere consigli (pp. 83-85), il 25,6 di averne chiesti o accettati solo a stesura ultimata. Ma suggerimenti e consigli che provengono — così si dichiara — in larga misura (42,6 per cento) da persone e zone lontane da ogni professionalità editoriale, costituite come sono da amici e familiari. Solo nel 7,5 per cento dei casi si afferma di essersi rivolti, per consigli e suggerimenti, a settori in qualche modo professionalizzati della casa editrice.

Queste risposte si possono anche leggere assumendo non più come punto d'osservazione l'autore nei suoi rapporti con la casa editrice, bensì quest'ultima nel suo rapporto con l'autore. Trovare, per esempio, che in neppure il 3 per cento dei casi il romanzo nasce da una operazione di editing, e sempre in "casi in cui l'autore aveva già rapporti di collaborazione già ampiamente collaudati con la casa editrice" (p. 123), oppure che nel 12,5 per cento il testo narrativo nasce da una sollecitazione in qualche modo proveniente dall'editore, ci dice molto sugli autori, ma forse altrettanto sui meccanismi interni di funzionamento della casa editrice. Come merita qualche riflessione lo scarto tra un 60 per cento di risposte, in cui si ammette che il romanzo è stato pubblicato dalla prima casa editrice contattata — quando nella quasi totalità dei casi (l'80,5 per cento) il narratore "esordiente" dichiara di esser già conosciuto nel mondo editoriale — e alcuni dei motivi addotti nella scelta della sigla editoriale con cui pubblicare: appena il 3,8 per cento afferma di aver attuato la scelta in base alla capacità dell'editore di distribuire il libro, il 7,5 per il prestigio della casa editrice (p. 115).

Quello che ricostruiamo attraverso *Il romanzo d'esordio* è solo una parte del rapporto tra autore e industria editoriale: uno scenario che se mai può farci chiedere se tra un mercato della narrativa contemporanea d'autore italiano, che rappresenta ormai solo il 37 per cento del mercato dei "libri di successo" (almeno 2 mila copie vendute nell'anno), contro il 63 di narratori stranieri, e un rapporto tra autore ed editore che passa sopra, che scavalca i nuovi bisogni di lettura e di evasione del pubblico (ben più soddisfatti da prodotti stranieri), non esista qualche connessione. In ogni caso un'area d'affari da servire ormai su linee d'approvvigionamento, e quindi di rapporto tra casa editrice e autore, ben più articolate e capaci non solo di dare risposta al giusto riconoscimento all'"Italia degli scrittori" ("Presentazione" al *Premio Inedito L'Espresso. I cinque racconti che hanno vinto*, suppl. al n. del 31 maggio 1987, p. 5), ma anche ai nuovi assetti del consumo di narrativa.

plica un'attenzione al numinoso, una nuova problematica del sacro, che io sono molto interessato a proporre come modo di interrogare i testi letterari, ascoltandone quella che io chiamo la dimensione silenziosa.

La parte migliore, e più agguerrita, della critica italiana, quella che mi ha insegnato di più, non ascolta il silenzio, si occupa dei testi in un modo molto più vocale. Vedo il mio libro come un'occasione di aprire un dialogo fra la vocalità della letteratura, con tutto quello che essa implica di assertivo, polemico, aperto a indagini demistificatrici, assolutamente necessarie, e la sua dimensione silenziosa, che evoca invece il sacro e il numinoso.

L'appello avrà difficoltà a essere raccolto. Intanto non è un caso che Burke sia ignoto in Italia. Gli aspetti che tu evocavi della critica americana sono proprio quelli che da noi non passano, o creano fraintendimenti. Penso, come possibile interlocutore, a uno come Fortini, dichiaratamente materialista, però con una forma di severa religiosità ebraica, un aspetto profetico. Ricordo che due o tre anni fa, a un congresso a Venezia, ha sostenuto appunto che dobbiamo circondare la poesia di silenzio. Fortini reagisce in questo modo al consumismo, alla desacralizzazione della letteratura.

È quasi simbolico che qui a Yale ci prepariamo a un incontro con Fortini. Ci teniamo ad avere da lui piuttosto che una conferenza, una lettura di poesia o una serie di considerazioni del tipo che dicevi.

Non a caso Fortini è anche poeta. Trovo che in Italia i poeti (penso anche a Sereni, anche lui tutt'altro che confessionale) hanno avuto questo senso silenzioso, l'hanno sentito molto forte. I critici, invece, sono stati più vocali, anche se ci sono esempi in contrario: penso a Michelstaedter, che non a caso è autore direi del più sconvolgente libro di retorica della tradizione italiana moderna, penso per certi aspetti a Renato Serra, a questo tipo di testimonianze.

Santini, *Singapore* di Remo Guerrini), la vendita è risultata di alcune migliaia di copie superiore alla vendita media per titolo (*A volo di Falco*, 311 mila copie contro le 28 di media per *Segretissimo* di quel periodo). E il rapporto tra autore e redazione appare senz'altro diverso da come si configura in altri segmenti della più ampia area d'affari dalla Narrativa italiana: "Quando ho portato in visione alla redazione le prime 30 cartelle di *Singapore*, — spiega Remo Guerrini, — la critica è stata che il mio Walfrido appariva troppo asesuato. E di comune accordo abbiamo introdotto nella trama un paio di incontri galanti". Certo si tratta poi di chiedersi quanto conta questa maggiore attenzione a un gusto più "smagliato" del pubblico dei lettori, la conoscenza e la valutazione della giusta dose di erotismo da inserire nel *mix* narrativo, per far vendere un numero di copie almeno pari a quella di più affermati colleghi stranieri.

Ma è sul segmento rappresentato dalla Narrativa contemporanea d'au-