

EDITORIA • Stralci di un intervento alla Scuola per librai

Nel rapporto tra libri e lettori un fuoco da mantenere vivo

Jamie Byng

Sono sempre stato un piromane. Sin dalla più tenera età, crescendo in campagna, ho nutrito un fascino reverenziale per il fuoco, in casa e fuori. Mio padre lavorava all'aria aperta, i falò hanno fatto parte della mia infanzia e ben presto anch'io ne ho acceso con gli amici, senza adulti a sorvegliarci. Così mi sono fatto una solida esperienza su come si accende, si alimenta, si sorveglia un fuoco, e a volte anche su come se ne perde il controllo. Il fuoco ha nutrito la mia immaginazione di bambino, e lo fa tuttora.

L'editoria dovrebbe somigliare alla cura del fuoco. Il lampo della fantasia di uno scrittore combinata con la scintilla del linguaggio può creare una fiamma che è tuttavia destinata a estinguersi presto se non è alimentata dai lettori. Un romanzo come *Le braci* di Sandor Marai, che scomparve letteralmente di vista per decenni, fin quando Roberto Calasso lo ripubblicò nel 1998, è un buon esempio di questa analogia. Calasso soffiò su quelle braci, rimaste inattive a lungo, soffiò sulle ceneri e aggiunse carta fresca, ed esse si trasformarono rapidamente in un fuoco vivo, perché centinaia di migliaia di persone in tutto il mondo ripresero a leggere questo grande libro.

Più lettori sono attratti da un libro, maggiore è il carburante di cui esso si nutre. Ecco perché un romanzo come il *Gattopardo*, uscito per la prima volta in Italia nel 1953 da Feltrinelli, brucia da allora, e con ogni probabilità arderà finché ci saranno esseri umani in giro. O prendiamo Larsson e il modo in cui i suoi romanzi si sono diffusi a macchia d'olio perché milioni di lettori in tutto il mondo si sono passati il testimone con il passaparola. Per non parlare di Shakespeare: il fuoco che circonda il più grande scrittore inglese è enorme perché i molti testi

che ha creato sono stati letti, ascoltati, discussi e reinterpretati da milioni di persone. (...)

Leggere o non leggere, questo è il problema. Come industria, è nostro dovere, privilegio e necessità nutrire i libri con i lettori. E nutrire i lettori con i libri. Il rapporto tra libri e lettori è simbiotico, e l'importanza di questo rapporto è grande per i librai quanto lo è per gli editori. I librai aiutano a diffondere il fuoco nel modo più intimo possibile – attraverso gli occhi e il contatto fisico. Il passaggio di mano in mano è il modo più bello per vendere un libro, perché rientra nel rapporto intimo che un lettore ha con il libro stesso. Ma non è l'unico modo. La vendita online sta trasformando la vendita di libri, e questa trasformazione accelera insieme alla crescente importanza dell'editoria digitale. Per certi aspetti sembra che tutto sia cambiato con l'emergere della grande distribuzione online. Eppure, sebbene in altri modi, è come se i principi fondamentali dell'editoria siano rimasti gli stessi di sempre. (...)

L'importanza di coinvolgere i lettori resta fondamentale, e le opportunità per farlo sono paradossalmente maggiori e insieme minori rispetto al passato. Nel Regno Unito le librerie di quartiere lottano per sopravvivere. La vendita di libri tradizionale è minacciata, e si dovrà adattare. Ma le opportunità multimediali sono enormi e emozionanti. Oggi è possibile costruire una comunicazione diretta con le lettrici e i lettori. Due iniziative in cui sono personalmente coinvolto, Canongate TV e World Book Night, si basano appunto sul principio di comunicazione diretta. E grazie a World Book Night ci siamo accorti di poter coinvolgere il pubblico nella promozione del libro, fornendogli le munizioni per farlo: libri in omaggio grazie ai quali potranno condividere il loro amore per un particolare testo.

Traduzione di Enrica Crivello