

Scaffali

Tutti a scuola. Il mestiere del libraio è in continua e rapida evoluzione. A questo e altri temi legati al mondo del libro, delle librerie e del mercato editoriale è dedicato il seminario

di perfezionamento, organizzato a Venezia, presso la Fondazione Cini dal 24 al 27 gennaio, dalla Scuola per Librai Umberto e Elisabetta Mauri, che dal 1984 forma generazioni di librai

La forza della carta

di Enrico Franceschini, fotografie di Simone Lezzi

I libri non sono in crisi e stanno vivendo una fase di rinascita. Lo racconta Stephen Page, numero uno di Faber and Faber, storico marchio dell'editoria britannica. «Siamo pronti per una nuova rivoluzione, dove chi legge incontra autori e critici grazie alle librerie tradizionali e ai social. Così si formano club e grandi comunità di appassionati»

«Il libro non è mai stato così bene». Se lo dice Stephen Page, presidente e amministratore delegato di Faber and Faber, la più raffinata e storica casa editrice britannica, bisogna crederci. In quasi un secolo di esistenza, la Faber, come viene abitualmente chiamata, ha pubblicato i maggiori autori di lingua inglese, da T.S. Eliot, che è stato anche il suo primo direttore letterario, a Samuel Beckett, James Joyce, George Orwell, William Golding, Sylvia Plath, Harold Pinter, fino ad Alan Bennett e Kazuo Ishiguro. Negli ultimi due decenni è sopravvissuta a quelle che Page definisce «le cinque rivoluzioni dell'editoria» e ora, dalla sua sede appropriatamente di fianco a un'altra istituzione culturale, il British Museum di Londra, guarda il futuro con entusiasmo, «aspettando la sesta».

Vuole riassumere le prime cinque, mister Page?

«La prima rivoluzione è stata l'esplosione delle catene di librerie, negli anni Ottanta, un'età d'oro per l'editoria. La seconda è quella che ha permesso ai rivenditori di stabilire il prezzo, aprendo la strada a sconti massicci in luoghi dove prima non si vendevano libri come i supermarket. La terza è stata Amazon, la libreria digitale, con sconti ancora più grossi e il conseguente declino delle librerie nelle strade. La quarta è recente, kindle e l'e-book, che sembravano dover portare alla morte del libro di carta».

Che tuttavia non è morto.

«No, ha subito solo una temporanea flessione, si è ripreso e ha continuato a crescere. Portandoci alla quinta rivoluzione, che stiamo vivendo: con un ritorno al passato, la carta che tiene e le librerie reali che si riorganizzano; e un ritorno al futuro, Amazon sempre più forte e i social network che diventano una cinghia di trasmissione del libro in tutte le sue forme, un nuovo formidabile strumento di comunicazione e di marketing».

Ora ce ne sarà una sesta, di rivoluzione del libro?

«È dietro l'angolo: creare una comunità di lettori, critici, autori ed editori, utilizzando tutte le piattaforme disponibili. A cominciare dalla libreria tradizionale, che però tradizionale non è più, è luogo di incontri, presentazioni e dibattiti, talvolta con caffè e ristorante, molto attenta nei rapporti con la clientela, non un supermarket impersonale ma quasi un'associazione di amanti del libro, una biblioteca privata dove si va per acquistare un volume ma anche per incontrare persone, ascoltare storie, ricevere stimoli».

Mentre sul versante digitale cosa accade?

«La trasformazione delle case editrici, con l'aiuto dei social network, in qualcosa di simile a un club. Noi abbiamo centomila follower su Twitter e diecimila iscritti al sito della Faber, per i quali organizziamo eventi gratuiti, ai quali diamo l'opportunità di dialogare fra loro, con noi e con i nostri autori, e a cui offriamo prezzi ribassati. In sostanza, per la prima volta permettiamo alla gente di entrare, digitalmente se non letteralmente, in una casa editrice, dunque nel mondo dei libri e degli scrittori. Tra la vecchia libreria rinnovata e la rivoluzione digitale, con il supporto dei media di carta o digitali, mettiamo in moto una conversazione su libri e lettura come non c'era mai stata. Immaginiamo se fosse esistito qualcosa di simile al tempo di

Hemingway, di Jane Austen, di Shakespeare! Le possibilità potenziali che abbiamo di fronte sono illimitate. Non c'è mai stato un momento migliore per fare l'editore».

Quali altri cambiamenti hanno modificato l'editoria odierna?

«Uno è il self-publishing, il libro fai-da-te, fenomeno che sarebbe un grave errore ignorare e merita l'attenzione di lettori, critici, librai ed editori. L'altro sono gli agenti letterari, cresciuti in modo incredibile, portando un contributo essenziale alla conversazione di cui dicevo prima. Non si occupano solo della commercializzazione di un libro, ma lavorano con l'autore alla ricerca del libro giusto, lo aiutano a scriverlo e a migliorare il testo. Il dialogo a tre fra autore, agente ed editore può non essere sempre facile, suscitando anche contrasti, ma sono conflitti che fanno bene al libro e largamente positivi».

Cosa deve fare un autore sconosciuto per farsi pubblicare?

«Faber ha pubblicato due testi non sollecitati in cinquant'anni. Se un autore sconosciuto vuole trovare un editore per il suo libro, gli darei un solo consiglio: trovarsi un agente. Ora più che mai, sono gli agenti il veicolo per scoprire nuovi talenti e indirizzarli verso l'editore appropriato». **Ma quale è il segreto di un libro di successo?** «Non c'è un segreto. C'è chi prova a escogitare un algoritmo, una formula magica, ma i grandi best-seller sono spesso delle sorprese. E per quanto gli editori, come i produttori cinematografici o i discografici, cerchino di ripetere il successo imitandolo, le imitazioni non sono mai all'altezza dell'originale».

E quale è il compito di un editore?

«Andare in cerca dell'originale. Dell'autore con la forza e il coraggio di dire qualcosa di nuovo in modo nuovo. O meglio ancora, dell'autore capace di rinnovarsi di libro in libro. Come Ishiguro, il primo che mi viene in mente».

Un diffuso lamento è che i giovani non leggono più: concorda?

«L'editoria per l'infanzia va a gonfie vele: i bambini leggono tanto. Il problema è conquistare lettori tra i ragazzi, distratti da tante sollecitazioni digitali, concentrati sul proprio smartphone. Per attirarli alla lettura bisogna sfruttare quella grande conversazione a cui accennavo, puntare sulla sesta rivoluzione del libro: sedurli attraverso i social, far loro capire che la letteratura passa anche dal telefonino. Perciò è importante avere, in una casa editrice, giovani che parlino sui social con il linguaggio dei loro coetanei. Detto questo, il libro non è un paese per vecchi. A differenza di altri media, non viene percepito come qualcosa che appartiene al passato. Basta prendere il metro a Londra per convincersene: è pieno di ventenni e trentenni con un libro in mano».

Magari un tascabile. Perché, in conclusione, il libro di carta non tramonta?

«Il kindle è una nicchia di rilievo, svolge una sua funzione, in circostanze particolari, per esempio in viaggio. Ma il libro di carta funziona perché è un oggetto tangibile, qualcosa che puoi sentire tuo, carezzare con lo sguardo nella libreria di casa o anche con la mano, andando a cercarci dentro al volo una frase sottolineata, un biglietto lasciato fra le pagine, un ricordo. Lo davano per malato o moribondo, invece mi sento di predire che vivrà per sempre. Il libro non è mai stato così bene».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

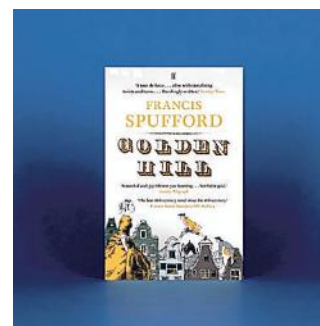
Le copertine da sfogliare



CATEGORIA: CLASSICI

TITOLO: LOOK BACK IN ANGER

AUTORE: JOHN OSBORNE



CATEGORIA: ROMANZI

TITOLO: GOLDEN HILL

AUTORE: FRANCIS SPUFFORD



CATEGORIA: POESIA

TITOLO: THE WASTE LAND

AUTORE: T.S. ELIOT



CATEGORIA: RAGAZZI

TITOLO: PODKIN ONE-EAR

AUTORE: KIERAN LARWOOD



CATEGORIA: COLLEZIONISMO

TITOLO: MY NAME IS RED

AUTORE: ORHAN PAMUK

Le immagini

01 - L'ufficio di Stephen Page, presidente e amministratore delegato della Faber and Faber, a Londra

02 - Il palazzo della Faber in Great Russell Street

03 - Stephen Page mentre legge nel suo ufficio

04 - La statua di Ezra Pound nell'archivio della casa editrice londinese

05 - I responsabili dell'ufficio produzione e design al lavoro

06 - Un altro momento della giornata di lavoro alla Faber

