

La larghezza di banda di una libreria.

Intervento di Richard Howorth alla Scuola per Librai UEM
Venezia – 28 gennaio 2011

Il grande poeta americano Charles Bukowski scrisse una poesia - poi pubblicata nella sua raccolta *You Get So Alone at Times, That it Just Makes Sense* (Black Sparrow Press, 1986) - che vorrei condividere con voi. Sospetto fosse stato invitato ad una PEN conference e abbia scritto questa poesia come un modo per declinare l'invito.

A proposito della PEN conference

*Porta uno scrittore via dalla sua macchina da scrivere
e tutto ciò che rimane
è
l'inquietudine che l'ha spinto
a battere sui tasti
in principio*

Data l'occasione, vorrei far mia questa poesia adattandola, per un uso personale, così:

A proposito della Scuola Mauri per librai

*Porta un libraio via dalla sua libreria
e tutto quel che rimane
è
l'inquietudine che l'ha spinto
a vendere libri
in principio*

Ora, il problema è che io - come il poeta - sono senza la mia libreria, la mia "macchina da scrivere", che si trova a novemila chilometri da Venezia. Quindi, per evitare la sensazione di "inquietudine" provata da Bukowski, e alla quale certamente soccomberei, vi parlerò un poco della libreria e mostrerò qualche diapositiva della libreria stessa e della comunità alla quale la mia libreria appartiene. E' un modo di incorniciare le mie considerazioni.

Prima di procedere, permettetemi di dar voce ad alcune delle grandi domande che tutti noi abbiamo in mente.

Cosa sta per succedere ai libri, alla lettura, agli editori e agli scrittori?

Davvero gli strumenti elettronici per la lettura fagociteranno completamente i libri? La pirateria digitale distruggerà la struttura dell'editoria generando introiti minori per gli scrittori, così com'è accaduto all'industria musicale e ai musicisti? Oppure si tratta - come qualcuno sostiene - di un'opportunità in più per gli scrittori di stabilire una connessione più diretta coi lettori, aggirando la funzione di intermediazione propria dell'editoria, ovvero dando margini più ampi agli scrittori?

Associare libri cartacei alle rispettive controparti digitali diverrà il nuovo standard, com'è recentemente

successo nell'industria discografica? La consegna digitale dei testi ai canali di print-on-demand diventerà un circuito editoriale popolare, e funzionerà come servizio per le vendite nelle librerie? Oppure i servizi di print-on-demand diverranno ubiqui - disponibili in grandi negozi, copisterie e caffè di quartiere? Scompariranno gli editori così come siamo abituati a conoscerli? E le librerie? Spariranno i libri? La lettura ne trarrà giovamento o ne soffrirà?

Sono domande radicali che solo dieci anni fa avremmo considerato assurde. In un ambiente sottoposto a tali cambiamenti abbiamo la tendenza a vedere le risposte a queste domande in termini radicali. E' logico concepire il collasso dell'editoria libraria e delle librerie, se non altro perché abbiamo assistito ad un fenomeno simile in ambito discografico e lo osserviamo accadere nell'industria dei giornali tutti i giorni, mentre ne parliamo.

Ci sono però buone ragioni per credere che non si tratterà di un collasso completo.

La musica sta attualmente vivendo una straordinaria rivincita nel formato dei 33 giri, specialmente fra i giovani consumatori. (Se qualcuno fra di voi ha un vecchio giradischi che non usa più da anni, conosco un ventenne interessato a comperarlo). Mentre per l'industria dei giornali è più difficile immaginare una risalita della china in termini di popolarità, sebbene le riviste sembrino aver eclissato il punto di massa critica. Non si conservano quotidiani per poterli poi dare agli amici, o metterli su di uno scaffale così come si fa coi libri, e molti apprezzano i libri come oggetti fisici, addirittura come oggetti d'arte; i libri sono piacevoli da guardare nelle case, rappresentano una specie di storia personale per i propri lettori, e non è raro che siano percepiti come "amici" dai loro \proprietari.

Ogni giorno, quando leggo (sia i quotidiani che le notizie online) degli ultimi successi di Amazon o del più recente strumento tecnologico per leggere, vado alla libreria che ho aperto più di trent'anni fa e la trovo piena di gente, che curiosa, prende in mano i libri e li sfoglia, chiacchiera, beve un caffè, incontra amici e, sì, *compra* libri - e semplicemente non riesco a vedere questa gente, oggi o fra cinque anni, dire "Okay, posso cavarmela anche senza questa libreria". Raccolgo anche le testimonianze, ogni giorno, di persone che posseggono e-readers e strumenti per la lettura di libri elettronici e sostengono di preferire l'esperienza di leggere e possedere un libro cartaceo, rispetto a quella di leggere un libro elettronico. Si tratta di persone di ogni età, inclusi i giovani librai di Square Books appassionati di tecnologia, che frequentano e tengono blog, vanno su Twitter, e ciononostante sono devoti all'estetica della stampa, della carta e al design dei libri più di quanto non lo fossi io alla loro età. Oggi vendiamo più libri per bambini di quanto non abbiamo mai fatto nella nostra libreria. Questi bambini, come i loro genitori e i loro nonni, sono affascinati dai libri.

I movimenti "slow" e di negozi locali - fenomeni più naturalmente radicati nella cultura europea - stanno oggi giorno guadagnando forza in America. La gente comprende l'importanza di un'economia locale solida e la necessità di parteciparvi. Un articolo apparso recentemente sul New York Magazine puntava i riflettori sull'inaugurazione di una dozzina di nuove librerie indipendenti a New York, particolarmente a Brooklyn, e tutte queste librerie sono gestite da giovani. (1) Sono ben consapevoli dello sviluppo digitale dell'industria editoriale e vedono opportunità in mezzo al baccano che i media sollevano sulla "fine del libro".

Piuttosto che accogliere lo sviluppo digitale come il lupo alla porta, tuttavia, la maggior parte dei librai tradizionali vedono questo sviluppo come un ospite atipico, con cui fare conoscenza. Le librerie ancora attive, come la nostra, hanno usato internet come uno strumento di marketing per anni e sono sempre più avvezzi a un utilizzo sofisticato e utile di questo mezzo.

Molti possono vantare robuste attività di vendita su internet e Powell's Books ne è l'esempio preminente. Google e l'Associazione dei librai americani (A.B.A) per conto delle librerie indipendenti

stanno in questo momento completando negoziati per sviluppare transazioni coi testi digitalizzati che promettono di essere fluide ed efficaci come quelle offerte da Barnes & Noble e Amazon. Molti librai americani oggi stanno lavorando per trovare opportunità nello sviluppo digitale, piuttosto che cercare di opporre resistenza al cambiamento. Se non altro perché considerano questi cambiamenti inevitabili.

Molti fra di noi sono dell'opinione che, in ogni caso, rimarrà una larga porzione del pubblico dei lettori che continuerà a preferire i libri come un formato più soddisfacente di quello digitale. Un esperimento condotto nel 2009 in sette università americane per rimpiazzare i libri di testo con il Kindle è stato largamente considerato un fallimento (2), con l'ottanta per cento del campione degli utilizzatori presso l'Università della Virginia che ha detto che non avrebbe raccomandato l'esperienza ad altri studenti (3).

Un'analisi del 2010 (4) condotta sulle preferenze degli acquirenti di libri ha evidenziato alcune cose sorprendenti. L'analisi tendeva a individuare lettori "avidissimi" - quelli che leggono cinque ore o più ogni settimana. I lettori avidissimi comprano dieci libri o più ogni anno. Circa un terzo di questa fascia di lettori indicava le librerie di catena come negozio preferito per i loro acquisti. Un altro terzo sosteneva che le librerie indipendenti sono il loro negozio preferito, mentre le librerie online, la grande distribuzione e i club del libro si spartivano il rimanente terzo.

Attualmente le librerie indipendenti rappresentano una quota compresa fra il cinque e il dieci per cento del mercato. Questo evidenzia una certa differenza fra il posto in cui la gente preferisce fare i propri acquisti e quello in cui effettivamente spende i propri soldi. "Quota mentale" è la locuzione usata per descrivere il comportamento che una persona desidera avere in opposizione al proprio comportamento effettivo. Dalla stessa indagine emerge come i consumatori siano convinti che il miglior modo per colmare il divario esistente fra le quote di mercato e le "quote mentali" sia quello di incrementare le visite dei clienti, che è quello che io ho cercato di fare nella nostra libreria, offrendo nuovi modi e nuove ragioni per comprare da Square Books. L'approccio "sinfonico" al marketing - ovvero l'utilizzo congiunto di molti strumenti di marketing come newsletters, pubblicità, eventi speciali, copie autografate dagli autori, vendite, siti web, bollettini elettronici, eccetera - è risultato dalla stessa indagine come il più efficace, ciò che d'altra parte alcuni fra noi fanno da sempre.

Un altro dato di sicuro interesse emerso dall'indagine riguarda le attitudini alla lettura elettronica, con una quota leggermente superiore alla metà (il 52% del campione di quelli che hanno risposto) a ritenersi "assolutamente non propensi" all'acquisto di un dispositivo e-reader nel corso dell'anno seguente. Un'altra categoria sulla quale si è concentrata l'indagine è stata quella della pirateria elettronica, ovvero ciò cui editori, scrittori e librai dovrebbero prestare la massima attenzione, se pure non sia già troppo tardi. Quasi un terzo degli intervistati ha scaricato illegalmente libri da siti che ne allocano esemplari. Il problema potrebbe continuare a crescere, ed è uno dei principali fattori nel rapido declino dell'industria discografica (5), che in cinque anni ha visto dimezzare i suoi proventi (da sedici miliardi di dollari ad otto miliardi).

L'analisi tocca una quantità di punti, a molti dei quali ho accennato, ma la conclusione più significativa è che non abbiamo ancora raggiunto il punto critico nello sviluppo digitale dell'industria del libro, come tutti sappiamo.

La cittadina di Oxford, Mississippi, ha una popolazione di circa 20.000 persone che si concentrano

attorno all'Università del Mississippi e alla Piazza centrale dove si trova Square Books. Il Tribunale e la Piazza sono stati ricostruiti nel 1870, dopo l'incendio che li distrusse durante la Guerra Civile e occupano uno spazio rilevante nelle opere di un famoso scrittore nato a Oxford, William Faulkner. Oggigiorno la Piazza è un vivace centro di divertimento e di shopping, con una trentina di bar e ristoranti che si susseguono lungo il suo percorso, circondata da residenze che assomigliano a modesti cottage, nuovi condomini e piccole costruzioni di appartamenti.

Dopo aver lavorato per due anni in una vecchia libreria di Washington, D.C., Lisa e io ci siamo trasferiti nella mia cittadina d'origine e abbiamo aperto una libreria a Oxford. Il solo spazio disponibile e alla nostra portata fu l'affitto di uno spazio a un piano non sul livello stradale, senza visibilità e senza vetrine. L'affitto ci costava cento dollari al mese. Proprio a causa degli svantaggi di questa nostra sistemazione, decidemmo di chiamare la nostra libreria Square Books per motivi di ovvietà. Si sarebbe chiamata 'La libreria della Piazza' se fossi nato in Italia, cosa che mi auguro possa avvenire nella mia prossima vita. Sistemammo piacevolmente il nostro negozietto e sin dai primi mesi ospitammo letture da parte di scrittori, la maggior parte dei quali erano del Mississippi o delle vicinanze visto che a quei tempi l'usanza del 'tour dell'autore' era cosa ben diversa dall'attuale, almeno per quanto riguarda gli Stati Uniti.

Fin dall'inizio la libreria è stata fortemente sostenuta dalla comunità nonché sede dell'Università del Mississippi, il fiore all'occhiello dello Stato. Oxford non aveva mai avuto una libreria e la sua comunità, come il resto del Mississippi, essendo lo Stato più povera in assoluto degli Stati Uniti, aveva sopportato grandi difficoltà economiche durante tutta la sua esistenza. Aveva anche dovuto lottare notoriamente contro la segregazione razziale e la violenza. Nel 1962 un americano di origini africane, James Meredith, si era iscritto per frequentare l'Università e ci furono due giorni di disordini che sfociarono con la morte di due persone. Da allora sia l'Università che la città di Oxford vennero stigmatizzate come centri di fanatismo e odio razziale. Quella era l'immagine della città in cui ero cresciuto, quella che ancora si può ricavare vedendo il film *Mississippi Burning*.

Quando affermo che la comunità sostenne 'fortemente' la libreria, intendo dire che molti, e fra questi la mia famiglia, erano convinti che non tutti gli abitanti di Oxford fossero razzisti ignoranti. Va detto che un terzo della Facoltà abbandonò la città dopo il 1962 ma molte persone colte e civili rimasero a lottare per raggiungere quella che era stata a lungo la visione di molti che guidarono l'Università fin dai suoi inizi, cioè di farne una 'Harvard del Sud'. Queste erano le persone che compravano i libri da me e non solo perché volevano leggere un libro, cosa che in fondo era vera, ma perché sapevano che una libreria vitale e finanziariamente prospera sarebbe stata anche la dimostrazione di una città intellettualmente ed economicamente prospera, l'opposto, se volete, dell'immagine che dominava in quel periodo.

A questo forte modo di sentire si aggiungeva e si aggiunge ancora oggi l'eredità letteraria del Mississippi. Non vi è un altro Stato che possa vantare così tanti scrittori dell'era modernista quali Faulkner, Eudora Welty, Tennessee Williams e Richard Wright, nonché, più recentemente scrittori quali Larry Brown, Donna Tartt, John Grisham, Barry Hannah e Richard Ford (questi ultimi scrittori in un certo momento hanno tutti vissuto a Oxford). Un anno dopo l'apertura della libreria, vale a dire nel 1980, uno scrittore di nome Willie Morris si trasferì a Oxford. Morris era un giornalista di primo piano, era stato direttore dell'*Harper's Magazine* durante gli anni Sessanta, e molti scrittori che lui conosceva, fra i quali William Styron, Peter Matthiessen e Goerge Plimpton, quest'ultimo fondatore della *Paris Review*, visitarono la città e la libreria appena dopo la sua apertura.

Ci trasferimmo dai locali al piano superiore quando comperai e sistemai una vecchia costruzione a due piani nel 1984. Sistemammo un caffè all'interno della libreria con un distributore automatico per l'espresso, il primo nella storia della città e rimase anche l'unico per i dieci anni successivi. (Una volta venne un visitatore a Oxford e mi disse di aver chiesto a una persona del posto dove fosse possibile comprare un espresso. L'uomo l'aveva guardato senza espressione, disse, poi gli aveva chiesto: "Si tratta di un **pesce**?"). Nella nuova libreria ampliammo il nostro inventario, allungammo l'orario di apertura, aumentammo il personale e le vendite raddoppiarono immediatamente.

Gli autori continuarono a venirci a trovare: Alice Walker, Allen Ginsberg, Toni Morrison. Già nel 1992 non ci stavamo più in questa costruzione così aprimmo una dipendenza lungo la stessa strada che chiamammo Off Square Books dove abbiamo i libri usati e il remainder e facciamo gli eventi con gli autori. Fin dal 1997 abbiamo pure uno spettacolo radiofonico dal vivo con musicisti, scrittori e trasmettiamo sulla radio pubblica dello stato. Nel 2003 abbiamo aperto una terza libreria per bambini, sempre sulla Piazza, la Square Books, Junior.

Oggi operiamo come una unica libreria in tre costruzioni diverse sulla Piazza che distano una trentina di metri l'una dall'altra. (Ho imparato a sistemare le mie attività a piano terra ma non riesco a pensare come sistemarle sotto a un unico tetto).

L'Università del Mississippi è cresciuta e ha prosperato dagli anni sessanta in poi. Attualmente gli studenti al campus di Oxford sono 16.000. Un libro recentemente apparso (6) sulla riforma del sistema universitario americano elenca una serie di colleghi che fanno bene il loro lavoro e ha messo nell'elenco l'università del Mississippi come la prima e 'più attraente' nella sua lista delle prime dieci università. Gli autori ritengono che offra una educazione secondaria di ottimo livello e che si è fatta paladina della riconciliazione razziale. Oggigiorno c'è la statua di James Meredith al centro del campus.

Naturalmente Square Books non è responsabile di tutto ciò ma ha sicuramente contribuito per molti versi ad aprire la strada di questo cambiamento, assieme all'Università e ad altri componenti della comunità. Il grafico delle nostre vendite mostra una graduale ma costante tendenza all'aumento che continua fin dall'apertura della libreria nel 1979. Se esistesse un diagramma per descrivere il progresso culturale in genere e lo sviluppo economico della comunità troveremmo sicuramente una forte correlazione.

Gli ultimi trent'anni di Square Books sono stati buoni e continuano ad essere tali. Abbiamo più incontri con gli autori oggi di quanti non ne abbiamo mai avuti prima e la comunità è molto partecipe al nostro modo di operare. Gli anni futuri non saranno facili ma saranno stimolanti e i molti interrogativi posti dall'era digitale daranno forma ai cambiamenti che consentiranno a Square Books di adattarsi e aver successo per i prossimi trent'anni.

Per ritornare e concludere con 'le grandi domande' considero l'avvento della lettura digitale e la vendita dei contenuti digitali come forze inarrestabili. Allo stesso tempo non credo neppure nella scomparsa dei libri e delle librerie. Ci sarà probabilmente del disorientamento, una disordinata evoluzione dei due paralleli con affermazioni mutevoli alla ricerca di un modo soddisfacente (che mi auguro avvenga durante la mia esistenza) che colleghi i libri digitali a quelli stampati; diminuiranno le grandi librerie la cui struttura finanziaria sta già rivelandosi un modello obsoleto; un declino generale

nelle vendite di libri meno drammatico ma simile a quello verificatosi nell'industria della musica; ci saranno più libri in virtù della popolarità della letteratura originata in digitale con una tendenza inversa all'attuale, che vede i libri passare dalla carta stampata al digitale: molti più libri passeranno dal digitale al cartaceo (7); la possibilità di una pubblicità più vasta per quelle librerie che hanno una potente e ampia forza di marketing proporzionalmente superiore al proprio volume di vendite; librerie che venderanno su commissione; un vivace mercato per le stampe limitate e le edizioni raffinate; la crescita e l'innovazione della tecnologia del print-on-demand farà aumentare le vendite; le effettive vendite dei libri digitali unitamente a una funzione distributiva offerta dai librai indipendenti li renderà competitivi con Amazon; la fusione fisica delle librerie coi siti internet per creare una fisicità di mercato come pure altri scenari.

Le librerie che, con perspicacia commerciale, cercano di trarre vantaggio dalle opportunità offerte dalle innovazioni digitali, che si tratti del print-on-demand piuttosto che dei libri elettronici, saranno quelle che avranno successo negli anni a venire. Ora non è certo il momento di chiudere le porte delle librerie tradizionali, o di cessare la tradizionale pubblicazione dei libri o di impegnarsi in un rapporto esclusivo che l'amante digitale quando ancora il vecchio partner può risultare un compagno migliore.

Su un articolo pubblicato dalla Technology Review (8) pubblicato dal MIT, uno scrittore osserva: "siamo attornati da tutti i segni di una gigantesca bolla di sapone, la maggior parte dei quali sono sotto forma di una irrazionale esuberanza" gran parte della quale, aggiungerei, è stata creata da coloro che hanno interessi finanziari nelle piattaforme digitali, principalmente azionisti e dipendenti di Amazon, unitamente a una manciata di tecno-anarchici la cui zelante fiducia in un mondo prettamente digitale è simile al fervore di quelli che loro stessi aborriscono, vale a dire i detrattori del digitale o luddisti, che hanno un parere opposto. Lo stesso scrittore continua affermando che soltanto il 6% del totale dell'editoria è attualmente disponibile in digitale; che gli editori hanno reso difficile prendere in prestito o rivendere libri digitali che potrebbero 'causare la diminuzione della volontà da parte della clientela all'acquisto di nuovi libri – perché non c'è la possibilità che possano recuperare parte del costo vendendo o condividendo il libro'; non esiste un sistema facile per convertire in libri elettronici il proprio stock di libri mentre i libri elettronici possono facilmente tramutarsi in libri stampati; le librerie vengono accantonate quando basta possedere un libro elettronico e il suo lettore, e non la pura alfabetizzazione, per prendere in prestito un libro e, da ultimo 'I libri hanno una specie di fruibilità che, per la maggior parte della gente, non sarà scalfita dalla preoccupazione borghese per la portabilità: i libri sono il solo mezzo che ci rimane dove troviamo contenuto tutto quello che ci vuole comunicare.

Molti sostenitori dello sviluppo della lettura elettronica sostengono che non faccia differenza rispetto al leggere i libri stampati; che la lettura è la cosa principale, non il formato in cui viene proposta; che, se si ottengono le stesse informazioni o esperienze dalla lettura con iPad come dalla lettura dei libri, allora non fa alcuna differenza. Potrà anche essere vero ma non sono convinto che l'esperienza sia la stessa. *Kindle* non è un libro, assomiglia molto di più a uno schermo o a un televisore. Contrariamente a uno schermo elettronico, a un giornale, a un disco in vinile, il libro è una delle poche invenzioni perfette da parte dell'uomo. Il libro, come la barca a vela o la bicicletta è senza tempo e essenzialmente non suscettibile di miglioramenti. Allo stesso modo è impossibile che possano esistere delle librerie online e la gente ne è consapevole. Recentemente un analista ha detto: "Affermare che le librerie cesseranno di esistere perché Wal-Mart e Amazon vendono i libri è come dire che chiuderanno tutti i ristoranti in Italia perché facciamo la salsa in scatola per gli spaghetti" (9). L'industria del libro sta certamente vivendo un periodo agitato ma allo stesso tempo stimolante, di opportunità e innovazioni positive.

Ho intitolato questo mio intervento ‘La larghezza di banda di una libreria’ perché anche se si mettono sullo stesso piano i libri digitali con quelli tradizionali, le vendite elettroniche e quelle al dettaglio, ritengo impossibile riprodurre l’esperienza di una libreria. La libreria è un luogo dove si acquista un libro, indubbiamente, ma offre anche particolari valori fisici, estetici e di esperienza sociale. Se prendete l’esempio della vostra libreria, oltre che un luogo in cui si vendono libri, è anche un’attività che offre servizi di marketing del libro unici che danno valore all’industria al di là della vendita effettiva, danno uno specifico apporto culturale ed economico importante per la comunità, come succede a tutte le librerie indipendenti. E’ un servizio che non si può scaricare dal computer. Anche se voi cercaste di farlo, la risposta sarebbe “Errore: il file è troppo largo”.

Richard Howorth, Oxford, Mississippi, 13 ottobre 2010

(traduzione a cura di Matteo Baldi e Franca Crespi)

Note:

1. *New York Magazine*, Aug. 1, 2010, "Indie Bookstores Rising," by Joe Keohane
2. *The Chronicle of Higher Education*, "Kindle Failed Tests at Several Colleges," by Jeff Young, May 19, 2010; *Daily Princetonian*, Sept. 28, 2009, "Kindles Yet to Woo University Users"; *Seattle Times*, May 23, 2010, "Amazon.com's Kindle Fails First College Test," by Amy Martinez
3. www.darden.virginia.edu, May 11, 2010, "Darden Shares Results of Kindle Experiment"
4. <http://www.versoadvertising.com/beasurvey/>, April, 2010, "2010 Survey of Book-Buying Behavior," by Jack McKeown
5. *New York Times*, January 21, 2010, "Music Industry Counts the Cost of Piracy," by Eric Pfanner
6. *Higher Education?: How Colleges Are Wasting Our Money and Failing Our Kids -- And What We Can Do About It*, by Andrew Hacker and Claudia Dreifus, Holt Publishing, 2010
7. *New York Times*, January 20, 2008, "Thumbs Race as Japan's Best Sellers Go Cellular," by Norimitsu Onishi
8. *Technology Review*, September 21, 2010, "The Death of the Book has Been Greatly Exaggerated," by Christopher Mims
9. *Houston Post*, August 12, 2010, "Booksellers Buck E-trend," by David Kaplan, quoting Michael Norris of Simba Information