

## Per la critica

Da “I troppi libri – Leggere e pubblicare in un’epoca di ‘abbondanza’” di Gabriel Zaid, edito da Jaca Book

# MEMORIA PER GLI SCRITTORI (CHE SI LAMENTANO)

(a cura di Diego Zandel)



La lettura di libri aumenta in modo aritmetico; la scrittura di libri aumenta in modo esponenziale. Se la nostra passione per la scrittura ci sfuggirà di controllo, in un prossimo futuro ci saranno più scrittori che lettori.

La razza umana pubblica un libro ogni trenta secondi. Supponendo uno spessore medio di 2 cm per libro, ci vorrebbero quasi 25 chilometri di mensole per l’aggiornamento annuale.

**Se leggessimo un libro al giorno, trascureremmo gli altri quattromila pubblicati nello stesso giorno. In altre parole, i libri non letti si accumulerebbero quattromila volte più rapidamente dei libri già letti.**

Un film necessita di centinaia di migliaia di spettatori per giustificare l’investimento. Qual è il destino dei film che non riuscirebbero ad attrarre un pubblico così ampio? Non vengono prodotti. Di conseguenza, **il numero di film prodotti in tutto il mondo non corrisponde nemmeno all’1 % del numero di libri pubblicati.**

I libri sono in genere così economici che, a differenza dei quotidiani, della radio o della televisione possono essere pubblicati senza pubblicità a beneficio di qualche migliaio di lettori interessati. Per finanziare pressoché qualsiasi libro, è sufficiente trovare tremila lettori disposti a pagare il corrispettivo di sei ore di lavoro stipendiato con una paga bassa. Naturalmente, se fosse possibile raggiungere 30 mila lettori, sarebbe possibile abbassare il prezzo – diciamo della metà. Ma non è facile raggiungere trentamila lettori. Non perché il prezzo inferiore sia ancora troppo elevato, **ma per un motivo che preferiamo ignorare: la maggior parte dei titoli pubblicati non interessa trentamila lettori – non riuscireste a diffondere tante copie neanche regalandole.**

**Man mano che la popolazione di un Paese cresce e diventa più ricca e istruita, paradossalmente pubblica più titoli con vendite minori: la varietà delle**

specializzazioni e degli interessi aumenta, e diventa più facile attrarre qualche migliaio di lettori interessati ad argomento molto specifici.

Ad ogni nuovo sviluppo è stata profetizzata la fine del libro, e ogni volta sono stati pubblicati più libri, con maggior facilità e su una gamma di argomenti più ampia. Ora i sistemi digitali di stampa a richiesta (prin-on-demand o POD) rendono efficaci in termini di costo tirature di cinquanta o cento copie. E questo cosa significa? **E' diventato possibile pubblicare libri che non interessano più di cinquanta o cento persone. Naturalmente ci sarà sempre qualche autore che, invece di apprezzare i vantaggi di tale sistema, dirà: "Com'è possibile che (il mio libro) abbia venduto solo cinquanta o cento copie! Ci deve essere una cospirazione contro di me.** Gli editori e i librai sono invischiati nella faccenda per questioni di denaro: non fanno che promuovere libri facili da vendere."

Sarebbe auspicabile che ogni anno venissero pubblicati solo alcuni libri, che potessero essere letti da ciascuna persona al mondo? Ognuno di noi sogna di avere tutta l'attenzione del mondo, di vedere tutti gli altri che tacciono per sentire quello che abbiamo scritto noi, e che rinunciano a scrivere per leggere quello che abbiamo scritto noi. Esiste la convinzione che alcune cose almeno dovrebbero essere lette da tutti. Ma che cosa c'è che potrebbe essere detto a tutti? (...) Immaginate un'agorà, un mercato, un ricevimento, in cui si svolgono molteplici conversazioni. Compare il microfono. I vari circoli diventano un unico circolo, le varie conversazioni diventano un'unica conversazione. **Tutto questo è positivo? E' un mito: un mito di trasparenza, della Torre di Babele sostituita da un Io totalitario (...) che riecheggia dal centro dell'universo. Risuona nei discorsi del Führer; nel Libretto rosso di Mao;**

**Tuttavia un lettore a tempo pieno non riesce a leggere più di duecento libri, uno su diecimila o quindicimila.**

Leggere è un lusso dei poveri, degli ammalati, dei prigionieri, dei pensionati, degli studenti. Man mano che gli studenti diventano giovani dirigenti con agende piene di impegni, e man mano che i loro stipendi aumentano, la lettura (se non è richiesta) diventa un lusso anche per loro.

**L'ostacolo principale alla circolazione dei libri non è costituito dal prezzo, bensì dagli interessi diversi dell'autore e del lettore,** dalle caratteristiche del testo e dalle difficoltà insite nella lettura e nella scrittura. Anche supponendo che ogni persona al mondo sia interessata alla metallurgia o al surrealismo, ci sarebbero libri sul surrealismo e sulla metallurgia che alcuni non riuscirebbero a seguire senza determinati studi preliminari. Queste difficoltà riducono enormemente il numero di lettori di un libro, anche quando abbia un prezzo molto contenuto.

**Salvo poche eccezioni, il mondo dei libri non ha alcun legame con gli indifferenziati mercati di massa; si basa, piuttosto, su clientele segmentate, su nicchie specializzate e sugli entusiasti membri delle varie associazioni.** Ma non tutti gli editori, librai e bibliotecari colgono l'importanza insita nel dare forma a questi club; nello stilare l'elenco dei lettori potenziali; nell'accogliere e favorire il contatto diretto; nel tenere conto dei gusti e delle opinioni dei partecipanti; nell'organizzare conversazioni coerenti e vivaci. Il successo ottenuto secondo questa impostazione da molti editori di piccole e medie dimensioni conferma la convinzione che organizzare il mondo dei libri equivalga a organizzare una conversazione.

**I libri costano così poco che la loro movimentazione comporta costi sproporzionati rispetto alle dimensioni della transazione.** Il costo dell'attenzione prestata a un singolo titolo o a una singola copia può essere maggiore dell'entrata prevista. Questo può spiegare il desiderio di trattare solo titoli oppure ordini che generano un grande volume; tuttavia la soluzione pratica consiste nel gestire transazioni adatte a ordini limitati. Ciò vale per ogni processo, dalla progettazione al prestito da parte di bibliotecari. Si considerino ad esempio la promozione e la pubblicità: se ipotizziamo che a loro sia destinato il 4% delle

vendite, che cosa è possibile fare per la maggior parte dei titoli? Non molto. Il vostro budget equivale a 120 copie ogni 3000 da vendere. Dopo aver distribuito le copie per le recensioni e le copie saggio vi resta ben poco. Spendere molto denaro in promozione e pubblicità ha senso solo per i best-seller – se si è sicuri di averne uno per mano.

Quanti libri trovano spazio in una libreria? Qualche migliaio in un negozio piccolo; ventimila in un negozio di medie dimensioni; centinaia di migliaia solamente in pochissimi negozi di dimensioni enormi. Tutto considerato, una piccola percentuale della quantità totale posta in vendita.

**La maggior parte dei libri non viene mai recensita, mai tradotta, mai ristampata. I libri vengono venduti (ammesso che vendano) in quanto novità; ma a una piccola vendita iniziale non segue una sconda ondata di vendite. Essi si trovano (ammesso che si trovino) nelle biblioteche degli amici, o sul bancone di qualche libreria remainder, o ancora in qualche elenco bibliografico – non negli Annali della Storia. E, tuttavia, continuiamo a scrivere libri.**

**Scrivere, pubblicare o distribuire un libro è come mettere un messaggio in una bottiglia e lanciarla in mare: la sua destinazione è sconosciuta. Ciò nonostante, di tanto in tanto accade un miracolo: un libro trova il suo lettore, un lettore trova il suo libro.**

**Stampare centomila copie affinché ogni punto vendita disponga di una copia sarebbe assurdo per la maggior parte dei titoli: una gran parte della tiratura tornerebbe indietro sotto forma di rese e verrebbe destinata alle librerie remainder.** La maggior parte dei libri viene venduta solo in punti vendita selezionati, e non raggiunge mai la vendita media massima di una copia per punto vendita alla settimana. Come fare in modo che si trovino al posto giusto nel momento giusto senza l'intervento di qualche indovino? E' questo il problema. Le risposte sbagliate portano a conseguenze costose per l'editore, il venditore, il lettore e l'autore. Mettere una copia qui e nessuna lì; decidere se riordinare un libro quando ne vendete una copia, o se rendere la copia rimasta invenduta. Moltiplicate queste decisioni per migliaia di titoli e migliaia di punti vendita, e finirete per trovarvi con la consueta confusione: qui il libro non trova alcun lettore; là il lettore non trova il libro. In ciascun punto vendita la domanda è minima e del tutto imprevedibile.

**Una buona libreria di carattere generale che disponga di trentamila titoli non tiene in magazzino nemmeno 1% di tutti i libri disponibili.**

Il servizio perfetto può essere garantito in due modi: tenendo in magazzino ogni libro del mondo, oppure ricorrendo a un indovino. Il vantaggio dell'indovino è l'estremo opposto, che rasenta il ridicolo: il libraio avrebbe bisogno di tenere a portata di mano solo il numero di libri che verranno richiesti quel giorno. Il cliente scoprirebbe che ogni cosa che si accinge ad acquistare (o che ha l'impulso di comprare) è lì che lo attende, e negli scaffali non c'è nemmeno un libro che non sia di suo interesse. **Dal momento che queste soluzioni sono impossibili, di fatto il libraio cerca in parte di avere tutto (o quanto meno tutto ciò che si presta a un certo profilo) e in parte di indovinare, con risultati terribili sia per il venditore sia per il lettore.**

E' per questo motivo che **vendere libri è un mestiere difficile.** Se il libraio compra un libro che si vende rapidamente, e così di seguito, la libreria entra in un circolo virtuoso di espansione e servizio: il libraio fa soldi, migliora la propria scelta di libri, aumenta il numero di incontri fortunati. Ma se compra un libro che non vende, anche se ha il diritto di renderlo all'editore, il ciclo diventa vizioso: non soltanto il libraio non vende il libro in questione, ma nessun altro libro che avrebbe potuto vendere nei cicli successivi (...) con conseguenze negative per tutte le figure coinvolte: lettore, autore, editore.

Si vende meno, ma i costi non diminuiscono; la merce ridotta che, in realtà, muove e genera entrate, deve sostenere l'invenduto e finisce per esserne schiacciata; le entrate diventano insufficienti per rinnovare il magazzino, spendere i costi e coprire i debiti.

In una buona libreria, la domanda e l'offerta sono fortuite, ma non caotiche: hanno una fisionomia, un'identità riconoscibile, come le costellazioni. La probabilità di trovare un particolare libro aumenta a seconda della chiarezza della focalizzazione del negozio, della diligenza e della scaltrezza del libraio, e delle dimensioni della sua attività.

Una libreria specializzata con tremila titoli in magazzino necessita di una focalizzazione più chiara e di un obiettivo più preciso rispetto a una libreria generalista che abbia in magazzino trentamila titoli.

L'obiettivo più preciso in assoluto si rende necessario una volta che l'insieme sia definito (come nel caso del libraio-mentore) non in rapporto a un singolo argomento, bensì a una comunità di lettori.

**Preso singolarmente, un libro è talmente economico da non riuscire ad assorbire granché delle spese sostenute per pubblicizzarlo o per cercarlo; o per farlo arrivare oppure spedirlo; o delle spese di confezionamento, immagazzinaggio, spedizione, apertura di conto, fatturazione, carico, raccolta delle rese; o delle spese necessarie per informare i lettori e per informarsi. I costi di una transazione così limitata possono essere sproporzionati.**

Nella maggior parte dei casi, il pubblico naturale di un libro si limita a qualche centinaio o a qualche migliaio di persone cui esso ha qualcosa da dire. Queste persone sono così poche che sarebbe possibile stilare un elenco. Tuttavia, nessuno sa come trovarne i nomi, stampare il numero esatto di copie del libro, distribuire queste copie in tutto il pianeta e avvertire i lettori giusti. Questo libro è stato scritto per te: eccolo, adesso leggilo. Gli intermediari umani (le case editrici, i distributori, i librai, i bibliotecari, i critici, gli insegnanti, i genitori, gli amici) fanno quello che possono. La storia del libro è costellata di sforzi tesi ad agevolare questi incontri.