

ISSN: 2611-8378
ANVUR area 10

Publicato online www.rossocorpolingua.it il 27 marzo 2022
© Associazione letteraria Premio Nazionale Elio Pagliarani

N.d.R: Contributo del secondo seminario su “L’economia della poesia” organizzato dalla Biblioteca Elio Pagliarani, tenutosi il 20 gennaio 2022 presso la Casa dello scrittore a Roma

Una questione meno complessa di quanto si pensi: scrittura e distribuzione, due binari spesso paralleli

Daniele Poletti

[dia•foria è un progetto culturale-editoriale che nasce a Viareggio alla fine del 2010, per effetto di tre istigazioni principali.

Una di carattere privato, come reazione a un percorso creativo personale che giudicai chiuso.

La seconda riguardava la stagnazione culturale che già respiravo pesantemente al tempo, perciò mi fu di ispirazione il lavoro editoriale di Arrigo Bugiani, con i libretti di **Mal'aria**, una delle più originali e solide iniziative editoriali del Novecento italiano, opera del lavoro ultratrentennale di un solo uomo, supportato da una fitta comunità di lettori, autori, artisti e tipografi. In effetti le prime pubblicazioni di [dia•foria sono dei foglietti ripiegati in quattro, formato 7x16 e suoi multipli, distribuiti gratuitamente, con l'ambizione di “fare cultura dal basso” - come ebbi a dire fino da allora - cioè dalla provincia, con una rete di contatti ancora parzialmente da stabilire e con un impegno economico il più contenuto possibile, in quanto tutto in regime di autoproduzione.

L'ultima sollecitazione veniva, di conseguenza, dalla mia formazione su letteratura sperimentale e arte contemporanea: dunque da lì la spontanea volontà di veicolare contenuti di mio interesse (senza mai prendere in considerazione l'autopubblicazione, ma solo materiali e testi di altri), attraverso questo nuovo canale. Posso affermare che il progetto editoriale si è sviluppato per suggestione dalle esperienze militanti degli anni Sessanta e Settanta, soprattutto con riferimento al metodo produttivo dell'officina

culturale di Adriano Spatola.

Già con la plaquette di Augusto Biotto, del 2012, la direzione si approssimava alla forma-libro e con la decima uscita, nel 2014, arriviamo al primo vero libro e a un cambiamento di rotta importante. Infatti da quel momento in poi [dia•foria si è affidata, per gli aspetti formali, a editori già esistenti, al fine di ottenere quel minimo di collaborazione che ci permettesse di vendere le pubblicazioni, per rientrare delle spese e continuare lo sviluppo del nostro progetto. (In concreto [dia•foria, pur svolgendo interamente tutto il lavoro che riguarda il libro, non ha mai provveduto a costituirsi in una forma giuridica riconoscibile, e opera dunque come “collana” all’interno dell’editore di appoggio).

Seppure anche le prime uscite siano state un laboratorio di grafica, con il passaggio al libro si innesca una spiccata riflessione proprio sulla forma-libro, relativamente a contenuti, forma, grafica. Ogni pubblicazione è diversa dalla successiva, in un “fuori formato” continuo, e diventa un’occasione non solo per ripensare il “libro d’arte” (in ragione delle basse e bassissime tirature, che lo rendono per così dire “da collezione”, e di caratteristiche peculiari sempre differenti, seppure con stampa digitale), ma soprattutto di riflettere come una forma debba vestire un contenuto. Ogni autore, ogni testo hanno caratteristiche uniche, così deve risultare il libro, attraverso la scelta del formato, del carattere, del design. **Lezioni di fisica** di Pagliarani o **Serie ospedaliera** di Rosselli potevano esistere solo nella forma in cui sono stati pubblicati: in questo modo il concetto dell’autore viene accolto pienamente nella forgia del libro, non snaturato nella “riconoscibilità” della collana.

Fatta questa necessaria premessa, risulta già evidente da questi elementi che [dia•foria si colloca in una posizione quanto meno particolare, se non divergente. La sua riconoscibilità è data da un’apparente “irricognoscibilità” che non è altro, dal mio punto di vista, che la volontà di affermare il libro non come prodotto, ma come strumento estetico e conoscitivo; aspetto che naturalmente si inverte anche nella scelta dei testi, totalmente in controtendenza alla letteratura-lettura/consumo e con la specificità di un percorso improntato alla sperimentazione e alla complessità delle scritture.

In relazione a queste scelte, che in parte sono matrice fondante del progetto, in parte si sono sviluppate e sono maturate nel tempo, [dia•foria può definirsi intanto come un “editore di progetto” e non come un editore generico o di varia, con una linea molto precisa, anche se mal perimetrabile, che tende ad esprimere, anche criticamente, un’idea di scrittura e di letteratura. Dunque il posizionamento all’interno del panorama editoriale italiano è da considerarsi non solo specialistico, ma per una nicchia assai ristretta di

fruttori. Facciamo parte della piccola editoria, ma addirittura in forma di collana e non come editori in proprio, le tirature vanno mediamente dalle 100 alle 200 copie, la scrittura che proponiamo (tutto compreso tra importanti ristampe, come l'Opera di Spatola, di Gianni Toti, di Mario Diacono, etc. e testi di autori viventi e ancora operanti) è rivolta a un pubblico per lo più di addetti ai lavori e di giovani studenti che operano nell'ambito della letteratura contemporanea (o meglio dal secondo novecento in poi, ma con puntate nei serbatoi "sperimentali" del passato, diciamo dal Quattrocento al Seicento. Si veda al proposito la nostra riedizione di una selezione di sonetti del Burchiello).

Detto questo e per arrivare al tema del dibattere, la distribuzione è un capestro per la media e piccola editoria, ma che non riguarda quasi per niente [dia•foria. Certo il sostegno del nostro attuale partner, nella figura di Stefano Mecenate, per la diffusione dei nostri libri è importante, ma la vendita di ciò che produciamo avviene attraverso altri canali, quelli della rete per lo più, a un pubblico mirato e a un certo numero di lettori che abbiamo fidelizzato negli anni. Più volte abbiamo invocato ogni genere di santi a causa del 55-60% del prezzo di copertina che il monopolio distributivo di MFlibri (o per fasce meno "fortunate" LibroCo), stacca dal lavoro enorme di produzione di un libro. E se da un punto di vista economico ciò rappresenta un salasso ingiustificato e un affronto, affidare operazioni come quella di [dia•foria o di Benway Series o di Tic Edizioni al distributore nazionale, è farsi obnubilare dall'illusione dello scaffale e servire malamente quegli autori che non possono per definizione competere con la scrittura tradizionale dominante (mainstream, ahimè, è arrivato il momento di usare il termine), e che perciò è giusto che trovino la loro collocazione con un lavoro sartoriale di promozione e distribuzione (militante). Oggi lo iato tra grandi e piccoli editori è diventato ancora più profondo, anche perché la grande editoria ormai coincide con la grande distribuzione: se la dicono e se la cantano. Ne è una dimostrazione il meccanismo delle "classifiche" librerie, strumenti che dovrebbero orientare il lettore, ma che altro non sono se non il risultato di un software, "Arianna" (di proprietà di Messaggerie Libri), installato in tutte le librerie di catena, che produce una classifica autoreferenziale, con l'aggravante di non riferirsi neppure ai titoli più venduti, ma a quelli che si vogliono spingere di più. Per ottenere questo risultato è sufficiente che Feltrinelli o Messaggerie distribuiscano nelle loro librerie 50.000 copie di un libro. E evidente quindi come in un sistema così adulterato non ci sia la possibilità reale di produrre cultura editoriale alta e di vederla diffusamente in tutte le librerie d'Italia. [Alcuni di questi dati sono stati ripresi direttamente da testimonianze sull'editoria di Maurizio Zitkowsky, libraio professionista di Roma]

Con questo vorrei affermare, una volta di più, che il lavoro dei piccoli e piccolissimi editori è importante sia come prerogativa di resistenza a un mercato che va sempre più inficiando la qualità della letteratura, sia nella misura in cui certi testi non vedrebbero la luce se non per opera di talune piccole realtà. Perciò ritengo che la profondità di quello iato, di cui sopra, è direttamente proporzionale al valore del lavoro di Editori che portano avanti un progetto preciso, curandosi **principalmente** della qualità e del valore dell'opera.

L'avverbio "principalmente" diventa per [dia•foria "esclusivamente", in quanto il nostro progetto editoriale nasce al di là di qualsiasi compromesso, sia esso commerciale, politico o di favore. La pubblicazione di un libro, con tutte le intime motivazioni che lo accompagnano, avviene per amore della letteratura, per mostrare un'idea di "alterità", per dare un servizio culturale. Non è previsto il lucro, rientrare delle spese di un libro ci permette di continuare l'attività editoriale e concettuale che portiamo avanti.

Questo stato di cose naturalmente è sostenibile, perché l'editoria non è il lavoro che mi campa, è un'attività parallela, potremmo dire di studio e investigazione, che cerco di svolgere in modo professionale.

Non dovendo riporre aspettative di guadagno dal lavoro editoriale, è sicuramente più semplice portare avanti un ragionamento di questo tipo ma, al di là delle plausibili critiche, ciò non può giustificare comunque le operazioni, diffusissime, di quei piccoli editori (qui per niente virtuosi) che pubblicano a pagamento opere insignificanti o peggio abominevoli, abdicando completamente al ruolo per cui l'editore è vocato. L'effetto che si produce - oltre a saturare il mercato di paccottiglia - è quello di illudere migliaia di persone che chiunque può essere uno scrittore, con un riflesso anche sul gusto medio dei lettori e dunque con il conseguente progressivo e inarrestabile abbassamento dei contenuti e della "funzione dell'arte".

L'etica culturale dell'editore è stata sostituita a tutti i livelli da un manageriato più o meno strutturato, l'autore è stato sostituito dagli editor, il libro è stato sostituito dal prodotto.

La situazione della poesia e della "scrittura" in rete pone problematiche simili a quanto scritto in questo ultimo scorcio.

Da un lato la rete ha permesso una diffusione su ampia scala di contenuti prima inaccessibili o sconosciuti, seppure di grande livello, ma la democraticità del mezzo ha creato, per contro, un'indifferenziata produzione di materiali da parte di chiunque, col risultato che la "poesia", negli ultimi venti anni, è proliferata come un tumore, rafforzando esponenzialmente la vuotezza della parola e del concetto (che avevano già perduto senso

almeno 30 anni fa), in favore di una vaghezza superficiale che scambia “poesia” con “poetico”, “poetico” con “romantico” e “lirico” magari con “bucolico-idillico”.

Perciò la distribuzione immateriale di “scrittura” così come l’autopubblicazione pongono altre questioni delicate che, se affrontate come ho appena fatto a volo di rondine, rischiano di essere tacciate di “soggettivismo tirannico”. Ma su queste problematiche ci sarebbe una maggiore sensibilità e un arginamento di buon senso, non solo se gli editori facessero il loro vero lavoro, ma anche se i critici facessero lo stesso, evitando di incoraggiare operazioni di scritture epigonali, inutili o solo **à la page** e cercando di salpare dal recensionismo alla critica integrale.

Diverso è il discorso per le riviste in rete o le testate giornalistico-letterarie, che hanno invece mediamente un livello molto alto, anche se spesso funzionano secondo dinamiche di corte e perciò gli **outsider** rimarranno sempre **outsider**.

Per concludere sul tema “l’economia della poesia”: non esiste un’economia della poesia, perché **si dice** almeno da quarant’anni che la poesia non vende, da sempre che la poesia è morta. La scrittura è uno strumento di conoscenza e di godimento che contribuisce, insieme alle altre arti, a raffinare e, se possibile, migliorare l’esistenza. È necessario che ci siano spazi che possano accogliere certi materiali, come è successo in passato, è necessario che ci sia una critica che osservi le nuove scritture, è necessario anche l’intrattenimento, purché non solo di quello si parli e si abbia notizia.

Se si declina “economia” rispetto alla poesia, come rete articolata di scambi, contatti, proposte e cortocircuiti, allora il paesaggio cambia: ci sono risorse e disponibilità insperate in Italia. Ma il lavoro da fare è ancora molto, è necessario svecchiare le Accademie, il gusto liofilizzato ed eterodiretto, ricostruire un sostrato culturale e intellettuale ripartendo proprio dall’Istruzione, polverizzata, almeno dagli anni Novanta in poi, dall’illusione di facili edonismi.

Riguardo alla distribuzione, per cui [dia•foria rimane per definizione fuori mercato (o quasi), ciò che accade oggi in Italia è il frutto di una inveterata tradizione che si poggia sul conflitto di interesse e appare come una disfunzione ipertrofica del capitale - legata a tutti gli ambiti commerciali - che tende sempre più a conglobare e rendere omogeneo il tessuto articolato del reale, in favore di un unico leviatano che possa contrattualmente dettare la verità.