

## terza pagina >>>> **Uno per tutti, tutti contro Amazon**

Dietro la polemica tra i maggiori gruppi editoriali del mondo e il colosso della distribuzione online non c'è solo in gioco il valore culturale dei libri ma anche la spartizione di un mercato sempre più dominato da interessi commerciali.

di Letizia Gatti

In quest'estate funestata dal mal tempo una nuova pioggia di fulmini si è abbattuta contro la creatura famelica di Jeff Bezos: prima la casa editrice Hachette, poi il gruppo svedese Bonnier, col sostegno di una folta schiera di scrittori più o meno noti, hanno lanciato un durissimo *j'accuse* contro il colosso mondiale dell'*e-commerce*. I termini della controversia sono noti: Amazon vorrebbe imporre su tutti gli ebook distribuiti sulla propria piattaforma un prezzo unico di 9,99 dollari, trattenendo per sé il 30% dei diritti; Hachette intende invece continuare ad applicare ai propri titoli prezzi variabili, che oscillano tra i 12,99 e i 19,99 dollari. A questo punto l'azienda di Seattle mette in atto una serie di strategie per boicottare l'editore insubordinato: tempi di consegna ritardati, blocco delle prevendite, cancellazione dei titoli dalla lista dei consigli di lettura. Il 10 agosto novecento scrittori si schierano in difesa di Hachette e dell'editoria tradizionale pubblicando sulle colonne del *New York Times* una lettera di denuncia che nel giro di poche ore rimbalza sulle pagine dei maggiori quotidiani internazionali, sui blog e sui social network, aprendo un vivace dibattito sul futuro dell'editoria. Altri mille scrittori – tedeschi, austriaci, svizzeri – in un comunicato diffuso in rete accusano Amazon di manipolare le liste dei suggerimenti di lettura del gruppo Bonnier. Scoppia un caso internazionale che coinvolge i protagonisti del settore e molti esponenti politici, chiamati a mettere ordine in un libero mercato sempre più minacciato dall'assalto vorace di un solo asso pigliatutto.

Non è la prima volta che Amazon finisce al centro delle polemiche: oggi è per la spregiudicata politica commerciale del prezzo unico, più in generale perché promuove una "forma di capitalismo predatorio" che sta rivoluzionando il mondo della vendita e della distribuzione di merci, decimando occupazione "buona", creandone di meno e di "cattiva" (ci riferiamo in particolare alle inchieste della "Bbc" e del "The Observer", che poco meno di un anno fa svelavano le indecorose condizioni di lavoro all'interno di alcuni magazzini inglesi di Amazon – ma qualcuno osa mai tirar fuori la polvere da sotto il tappeto di *prestigiosi* gruppi editoriali?).



È certamente doveroso prendere posizione contro Amazon, ma è significativo che a invocare l'intervento di un'autorità sovranazionale contro il colosso americano siano quei gruppi editoriali che detengono a loro volta posizioni di domino sul mercato. Contro la minaccia di un monopolio, l'oligopolio, insomma, fa quadrato; i vecchi e puri paladini della Qualità del Libro si uniscono in difesa del Bene Comune: fuor di un anticonformismo ipocrita, il proprio interessucolo.

Tagliati fuori dal gioco delle grandi concentrazioni verticali (produzione-distribuzione-vendita), i piccoli e medi editori indipendenti, invece, continuano a fare ciò che meglio sanno fare: promuovere opere di cultura senza badare al profitto immediato. A costo di tirare la cinghia e chiudere i battenti. La buona notizia è che sono in molti a non averli ancora chiusi.

Certo, l'editore è un giano bifronte che nel tentare di portare avanti un'autentica politica culturale deve sempre guardare a quanto esce e a quanto entra nelle proprie tasche. Ma c'è modo e modo di abitare la zona grigia. C'è modo e modo di essere *anche* un'industria culturale.

Una testimonianza feconda di idee su cui riflettere ci viene raccontata da Sandro Ferri, fondatore e editore di E/O, in *Fare libri. Come cambia il mestiere dell'editore*, un meritevole almanacco edito da Guanda nel 2012 che tenta di fare il punto sullo stato di salute dell'editoria e sui cambiamenti epocali cui il settore deve far fronte. In anticipo sui tempi – o, per meglio dire, poiché i tempi erano già maturi –, Ferri mette in guardia editori e lettori dalla grande mistificazione della "cultura low cost" affrontando il discorso in direzione ostinata e contraria, con un occhio vigile rivolto agli aspetti economici e materiali, con l'altro sempre fisso sulle finalità culturali del proprio mestiere.

Pubblichiamo qui un estratto del suo intervento, con l'auspicio che la partigiana resistenza alla mercificazione della cultura non si limiti soltanto a una caccia allo squalo intentata con malcelata ipocrisia da pochi, intimoriti, pescioni maleodoranti.

È in corso l'assalto alla diligenza, l'assalto alla qualità. [...] i libri che occupano sempre più le vetrine e i banchi principali di supermercati e librerie, ma anche le pagine dei giornali e – ancora peggio – il tempo della gente, sono sempre più scadenti. E non per colpa del livello letterario «medio», perché invece in giro ci sono parecchi bei libri che nessuno vede e di cui nessuno parla. Ma i posti al sole sono quasi tutti occupati da libri scadenti.

Costano poco, sempre meno, in omaggio al supremo culto della nostra epoca, quello dell'idolo-consumatore; portano sempre più spesso in copertina il nome di pochi autori lanciati in televisione o da fatti di cronaca; sono pieni di refusi, sono scritti male, sciatti, non elaborati, non corretti, banali, ripetitivi, copiati; portano titoli che hanno ormai toccato il ridicolo con la sinfonia di fiori cannelle profumi gioielli segreti e via sviolinando in un trionfo lezioso; fanno uscire la lacrimuccia ma non mettono sul serio in crisi il lettore, non lo interrogano e non lo spiazzano, bensì lo emozionano leggermente per non disturbarlo; non fanno alcuno sforzo per trovare nuove strade, riflettono come specchi la realtà esterna [...].

Soprattutto l'assalto alla qualità – che ci vede tutti responsabili in prima linea per avere il nostro piccolo raggio di sole, il nostro ombrellone in prima fila non fosse che per una giornata – è guidato dalla distribuzione. Non la distribuzione in senso tecnico di magazzini che spediscono libri e delle librerie che li offrono ai clienti, ma la Distribuzione-Liberalizzazione-Marketing. Queste ultime parole erano, fino a pochi anni fa, bestemmie impronunciabili nel mondo dell'editoria. Ora anche il più scalcinato piccolo editore fa riunioni su riunioni di marketing, si scervella per fare sconti (altra parola divenuta sacra nel rito in omaggio alla felicità del Consumatore), abbassa i prezzi dei propri libri risparmiando sulla qualità di carta, allestimento, bozze, editing, promozione, selezione dei titoli. La distribuzione s'inventa i modi più fantasiosi per vendere gli spazi migliori nelle librerie ai prezzi più alti. L'imperativo di tutti è fare arrivare il libro – orrendo ma a prezzo basso – nei primi posti delle classifiche e negli ingressi delle librerie e nelle pagine dei giornali.

Non parlo dell'esigenza, che è sempre esistita, di cercare di vendere il più possibile il proprio prodotto. Parlo della tendenza a scassare il prodotto, volgarizzarlo, banalizzarlo, impoverirlo, per conquistare gli spazi sempre più esigui che la Distribuzione garantisce ai libri. [...] Il libro è così stritolato tra un prezzo di vendita che deve essere sempre più basso e dei costi di produzione e marketing sempre crescenti. Il Mercato ha messo a punto un'implacabile tenaglia che da una parte abbassa i prezzi di vendita a livelli insostenibili per i produttori, dall'altra fa pagare a questi stessi produttori dei costi di marketing altrettanto insostenibili. Chi ci va di mezzo

naturalmente è la qualità, la cura, la selezione, la ricerca, l'originalità.

Sappiamo che il mondo sta cambiando, anzi è cambiato: [...] c'è soprattutto il più insidioso degli attori della Liberalizzazione-Globalizzazione-Distribuzione: il computer dentro casa – anzi nelle nostre menti. Basta accenderlo (o meglio, è sempre acceso) e possiamo acquistare ogni cosa nel modo più comodo e al prezzo più basso.

Il Campione di questa rivoluzione tecno-khmera è Amazon, il gigante «buono» customer-friendly (ossia amico dei consumatori).

[...] Sempre Amazon ha messo su un'agile struttura «editoriale», formata da quattro gatti che scelgono libri (chissà se ne hanno mai letto uno?), niente non-sense di revisioni-editing o balle del genere, con un'offerta mirabolante di royalty all'autore: Amazon si tiene il 30% e all'autore va il 70%. [...] L'equazione è semplice: via gli intermediari parassiti, i sensali, i librai e gli editori magna a ufo e spartiamoci la torta tra il gigante buono (che si accontenta del 30% - per ora!) e l'Autore Finalmente Libero.

Che figuraccia sto facendo! Quella del reazionario che vuole fermare il treno del progresso e che difende i privilegi di un'aristocrazia di lettori ostile alla lettura per tutti a basso prezzo. Nemico del consumo di massa e della democrazia!

Ma io penso che in letteratura la democrazia non dovrebbe esistere, se non nella forma della meritocrazia: è giusto che tutti abbiano l'opportunità di creare ma solo pochi – i migliori – dovrebbero poter pubblicare e soprattutto ottenere il giusto risultato di essere letti. Il tempo dedicabile alla lettura è una risorsa scarsa così come sono scarse altre risorse necessarie a pubblicare libri. Perciò bisogna scegliere, fare selezione e sarebbe meglio scegliere la qualità. Invece la tendenza attuale va in senso inverso: tutti possono scrivere, anche grazie alle nuove tecnologie (internet, blog eccetera), tutti possono pubblicare (self-publishing, di nuovo internet), tutti hanno il diritto di acquistare e leggere qualsiasi porcheria (basta che costi poco). La democrazia letteraria è un'utopia (una distopia?) che penalizza la selezione della qualità, il raffinemento del gusto, il faticoso apprendimento e miglioramento degli autori. Il sogno della società senza editori, con il grande fratello Amazon che recapita libri (in qualsiasi formato) direttamente a casa per pochi spiccioli, non potrà avverarsi se non nella forma dell'incubo della moltiplicazione della mediocrità, della confusione, della rinuncia a leggere.

[...] Oggi parliamo di strangolamento della letteratura creata e pubblicata seriamente, con cura, con impegno. A questo dobbiamo cercare di opporci, rivendicando la qualità del lavoro contenuto nei libri che pubblichiamo, rifiutando le svendite, combattendo i rischi di monopolio su un settore che invece necessita di pluralismo.