

Ci sono più scrittori che lettori...

Circola ormai da anni il mantra litanico "**ci sono più scrittori che lettori!**" (che viaggia in coppia con "oggi tutti scrivono!"), non lontano dalla realtà dei fatti, ma che andrebbe analizzato con più attenzione perché l'esperienza storica ci insegna che spesso gli slogan, quando sono inflazionati da un uso improprio, rischiano di perdere il loro potenziale comunicativo ed "educativo", se ne hanno uno. Nell'analizzare tale slogan, cercheremo parallelamente possibili soluzioni al problema evidenziato dallo stesso e formuleremo riflessioni, a volte ironiche, che ci aiutino a capire un po' di più l'articolato universo dei libri e dei loro fruitori.

1. chi usa lo slogan "ci sono più scrittori che lettori", nella maggior parte dei casi, è **il primo a non leggere**; ma usare questa frase a effetto, soprattutto in consessi pubblici, *fa figo* perché tanto chi andrà a controllare quanti libri effettivamente ha letto il fine dicatore di slogan? Se chi si lamenta del *surplus* di scrittori, e sono in tanti, cominciasse a **leggere veramente i libri che consiglia agli altri**, non solo provocherebbe un'**inversione di tendenza nelle vendite**, e quindi nell'alterato rapporto scrittori/lettori di cui si lamenta, ma acquisirebbe un **senso critico** tale (derivante dalla capacità di confronto che un **lettore forte** svilupperebbe leggendo le opere di diversi autori) da scoraggiare, operando una selezione e una scrematura durante i successivi acquisti, l'attività di autori già pubblicati o addirittura la nascita di nuovi. Ma come vedremo più avanti la responsabilità non è solo dei lettori o dei non lettori.
2. chi usa a sproposito lo slogan che dà il titolo a questa riflessione, invece, nell'effettuare le sue già scarse scelte in qualità di lettore, si lascia guidare non dal senso critico auto-acquisito a cui si accennava, bensì da un *book marketing* adulterato, "pompatò", programmato in base a logiche discutibili che hanno come obiettivo la sola **sopravvivenza economica di una certa editoria**, e non la crescita delle capacità critiche dei lettori. Poiché il lettore medio non ha gli strumenti per dirigersi verso opere letterarie non "pompatate" dal marketing, si avventerà sull'autore "piacione", sullo scrittore-opinionista che durante le dirette dimostra al popolino di possedere alle spalle una densa libreria nonostante i suoi leggeri prodotti di successo, su quello che va sei giorni su sette in tv e che organizza eventi di piazza, sul libro che titilla le sue zone *egoiche*, sul testo [facile](#), predigerito, che accarezza pance (come quello di **Vannacci**), che non mette a pensare troppo e lascia in pace i neuroni nel tempo libero... In un mondo in cui i calciatori sono diventati più importanti degli intellettuali, molti scrittori hanno scelto di ottenere la stessa visibilità dei divi sportivi e delle star hollywoodiane (vedi i vari Murgia, Saviano, Gramellini, Arminio, Mughini, Scurati, la *new entry* Maurizio De Giovanni... ma l'elenco è lungo). La **polemica** che rende visibili (e quindi acquistabili) è più importante dei reali contenuti letterari; il personaggio costruito viene prima dell'autore: è la "gente" che lo chiede, è la nuova comunicazione interattiva che lo esige. Un modo per sperimentare l'**underdogging** in ambito editoriale, per combattere l'anonimato in un mondo che non legge.

3. venendo ad abbassarsi in tal modo il livello qualitativo delle opere presenti su un mercato già di per sé veloce, "liquido", modaiolo, **gli autori furbi stanno bene attenti a non presentarsi dal loro editore con testi complicati**, ibridi, di difficile collocazione editoriale, non accettati dalla massa che vuole roba semplice, storielle per il dopocena trasposte in *fiction* con l'attore o l'attrice preferiti. Da qui il [pullulare narrativo, prim'ancora che televisivo](#), di carabinieri, preti, commissari di polizia, suore... e altre figure familiari e rassicuranti (la guardia di finanza non ha preso tanto piede nelle fiction perché la si associa all'idea di tasse, di fatturazione, di controlli fiscali... ecc. e quindi è un "prodotto" narrativo e televisivo che venderebbe poco tra una popolazione in cui l'evasione è ancora un simbolo in equilibrio tra furbizia e capacità di resistere a uno Stato ladrone!). Abbassando così la **soglia di accesso autoriale al mondo della scrittura**, e contemporaneamente diminuendo sempre più il numero di lettori distratti da altre forme di comunicazione e di interazione immediate, si arriva alla concretizzazione delle conseguenze sintetizzate dallo slogan "ci sono più scrittori che lettori". Se la domanda del pubblico si abbassa dal punto di vista qualitativo, anche la risposta del mercato si abbasserà per seguire il pubblico nelle sue esigenze di pancia e di agile consumo. Perché ostinarsi a proporre "testi complessi" se le richieste del pubblico vanno nella direzione opposta?
4. dall'altra parte, chi ripete continuamente questo mantra in realtà denuncia la sua **incapacità di scrittore** e quindi per **ridimensionare o mitigare il proprio disagio in una società invasa da scrittori e scrittrici**, pensa bene di affermare con piglio emergenziale che ce ne sono troppi. È un po' come se uno senza patente di guida affermasse che in giro ci sono troppe automobili. L'affermazione corretta, invece, dovrebbe essere: "anche se non guido, non posso impedire agli altri di spostarsi in auto... ma pretendo un modo di guidare attento e rispettoso del pedone!". L'**alfabetizzazione** non può diventare all'improvviso un problema dopo che in Italia si è combattuto l'analfabetismo per decenni con tutti i mezzi, persino attraverso il tanto vituperato mezzo televisivo e le ormai leggendarie lezioni del maestro **Alberto Manzi**. Alfabetizzazione che evidentemente non ha fatto di tutti noi degli scrittori. O forse sì? E non ha fatto di tutti noi nemmeno dei buoni lettori, a quanto pare! Imparare a leggere non significa saper leggere: significativi sono alcuni "**corsi di lettura creativa**" (provocatoriamente alternativi a quelli di scrittura disseminati in ogni dove) organizzati da chi ha registrato una serie di paurose lacune nel mondo dei lettori. Se uno scrittore del calibro di **Borges** afferma: "Che altri si vantino delle pagine che hanno scritto, io sono orgoglioso di quelle che ho letto...", vuol dire che la "**febbre**" da pubblicazione può essere spenta solo dalla creazione, o meglio dalla ri-creazione di un nuovo pubblico di lettori forti in grado di scegliere, selezionare, distinguere (perché tutti teoricamente sappiamo leggere, ovvero siamo in grado di "far scorrere gli occhi" sulle lettere stampate in un libro, ma abbiamo dimenticato il **sapore del significato**: da qui il fenomeno dilagante del cosiddetto "**analfabetismo funzionale**"). E quindi di autocensurarsi in qualità di scrittori. Chi legge, e legge veramente, non si abbandonerà mai alla **pubblicazione selvaggia**; e se anche ha pubblicato in passato sconsideratamente, man mano che la qualità delle sue letture aumenterà, in maniera inversamente proporzionale diminuiranno (almeno per

pudore!) le sue pubblicazioni. È chiaro, dunque, che **per diminuire il numero degli scrittori è necessario "allevare" una nuova razza di lettori.**

5. se "ci sono più scrittori che lettori" la colpa è anche un po' dell'**editoria** e nello specifico di un certo tipo di editoria (e non mi riferisco solo all'EAP ma anche all'"editoria seria"). Spesso gli editori giustificano certe scelte di qualità medio-bassa affermando che **la pubblicazione di prodotti di qualità inferiore**, ma che vendono, permette non solo la sopravvivenza dell'editoria in sé ma soprattutto la pubblicazione di testi più "complessi" e per loro natura poco appetibili sul mercato. Ma chi ha permesso questo "sorpasso" in libreria se non la stessa editoria e le sue scelte discutibili che hanno rappresentato sempre più il **livello culturale medio dell'utenza** e ad influenzarlo a sua volta creando così un circolo vizioso da cui sembrerebbe difficile uscire? La "razza" di nuovi lettori a cui si accennava non potrà essere allevata adoperando un "fieno" di scarsa qualità.
6. infatti qualcuno potrebbe obiettare: "se i lettori sono meno degli scrittori, come possono influenzare le scelte editoriali?". Una certa editoria si è "prostituita" spontaneamente nel tentativo di **conquistare i non lettori** ancora a piede libero; e il circolo vizioso di cui sopra è diventato sempre più vizioso.
7. chi pensa ancora che le scelte editoriali siano influenzate dalla **letterarietà di un'opera**, o è un ingenuo o fa finta di esserlo per continuare a scrivere per se stesso anche se non riuscirà a pubblicare...
8. "bloccare" i *social* e la tv potrebbe essere un modo per aumentare il numero di lettori? Oltre che antidemocratica, fantascientifica e inutile, si tratterebbe di una soluzione sciocca: attraverso questi *media* non viaggia solo robbaccia, ma anche tanti buoni consigli di lettura... Chi ha veramente intenzione di leggere, spegne tutto e si mette a leggere; e le **strategie per invogliare alla lettura** sono solo delle pie illusioni (con buona pace di insegnanti ed educatori). Forse gli *input* che sono venuti a mancare in quest'epoca di benessere superficiale sono: l'**urgenza della lettura** e il bisogno "fisiologico" di **cercare risposte alla vita** attraverso il pensiero scritto. Altra scelta draconiana altrettanto scomoda, ma già un po' più sensata sotto certi aspetti, potrebbe essere la seguente: escludere dalla lettura tutti gli **autori coevi** e — come si dice in gergo — "buttarsi sui classici"; ovvero chiudere i rubinetti dell'accesso autoriale, in qualità di lettori, all'esercito di scrittori contemporanei. Semplicemente ignorarne l'esistenza e vivere in una bolla temporale primordiale fatta di soli autori passati a miglior vita! D'altronde un certo successo non arriva quasi sempre dopo la morte di uno scrittore nel corso di una **rivalutazione autoptica**? Anche la proposta di una "[moratoria](#)" si è rivelata di non facile applicazione: la propria opera, nel panorama editoriale, chissà perché è sempre la più meritevole di esistenza.
9. se il mondo va a rotoli, devo andarci anch'io? Assolutamente no. La scelta di cosa leggiamo non è dissimile dalla scelta riguardante la nostra **alimentazione**: può starci il giorno folle in cui ci tuffiamo in un barattolo di nutella che ci appaga momentaneamente, [ci consola, ci](#)

[coccola e ci salva dalla "depressione"](#), non curanti di calorie e diete; ma prima o poi, per sostenerci e restare in buona salute, dovremo ritornare ai legumi, alle verdure, al pesce, alle carni bianche, alla frutta... Se il corpo sa tutto questo, lo sente istintivamente e cerca di auto-guarirsi, perché non dovrebbe accadere lo stesso con la nostra mente? Perché non dovremmo andare *naturalmente* verso un certo tipo di libri? Forse perché la mente, a differenza del corpo, è influenzata da meccanismi che ancora non conosciamo perfettamente; forse perché la vanità che suggerisce una dieta equilibrata per ottenere una certa forma fisica obbedisce a logiche più semplici rispetto a quelle che influenzano la lettura. Forse perché la vana gloria nel diventare scrittori è più forte della soddisfazione per una dieta riuscita.

10. ma è sensato insistere, proponendo una nuova generazione di lettori in una società dove l'**immagine**, e non più la parola, è diventato **veicolo primario di informazione**? Non sarebbe più "evoluzionisticamente" coerente, oltre che facile, ammettere che l'"intasamento" da libri non è altro che il sintomo da accettare di un'estinzione in atto? Ovvero che quando le strade saranno invase da montagne di carta stampata che nessuno sarà in grado di leggere, si sarà semplicemente realizzata l'ultima fase di una trasformazione che ricorda quella di una futura umanità fatta di **Eloi**, ovvero di esseri vuoti, primitivi, belli ma senza memoria, "divorati" dai **Morlock** del guadagno, del marketing, del controllo socio-culturale, come nel romanzo "*La macchina del tempo*" di **H. G. Wells**?