DOPPIOZERO

Social festival reading

Oliviero Ponte Di Pino
27 Giugno 2014

Erano più di settanta i festival e i saloni letterari italiani chiamati a raccolta dal Centro per il Libro e per la Lettura a Roma il 9 gennaio 2014 per la giornata dedicata alle “Città del Libro”. La formula del festival culturale continua a piacere: secondo Nomisma/Festival of Festivals, in totale in Italia saremmo a quota 927, con oltre seicento manifestazioni che si tengono in estate. Altre iniziative stanno nascendo, anche se si avvertono anche segnali di crisi, non sul fronte del pubblico ma su quello delle risorse: negli ultimi cinque anni il budget è diminuito del 20-25%, e non solo a causa delle difficoltà degli enti locali, visto che in media il 60% delle spese è coperto da finanziatori privati.

In principio erano i festival musicali e teatrali. I prototipi sono quello wagneriano di Bayreuth (inaugurato con *L'oro del Reno* nel 1876) e quello mozartiano di Salisburgo (dal 1877). Poi sono nate le rassegne nei teatri antichi, per ridar loro vita e riaprire il dialogo con la classicità (in Italia con i cicli di spettacoli classici dell'INDA). Tra le due guerre hanno preso piede il Maggio Musicale Fiorentino (dal 1933) e la Biennale veneziana (con l'edizione del 1934), con l'obiettivo di sprovincializzare la cultura italiana. Tra le rovine della seconda guerra mondiale, in un'Europa che vedeva nella cultura un necessario strumento di riscatto e crescita civile, nacquero tra il 1947 e il 1948 le grandi kermesse di Avignone e di Edimburgo, con l'off e il fringe, e di Aix-en-Provence; e in Italia nel 1957 il Festival dei Due Mondi a Spoleto. L'obiettivo era culturale, ma anche accrescere la riconoscibilità di una città o di una regione, attraendo flussi turistici. Rapidamente la formula ha proliferato: già nel 1959 il genio di Ennio Flaiano poteva burlarsi di “Festivalia”.

I libri sono arrivati dopo, nel 1988, con il Salone Internazionale del Libro di Torino; e nel 1997, con la lungimirante invenzione del Festivaletteratura di Mantova, che ha rilanciato e perfezionato la formula già sperimentata nella cittadina gallese di Hay-on-Wye (dal 1988). Accanto ai capostipiti, sono ormai centinaia le manifestazioni legate al libro e disseminate nella penisola, accolte spesso con uno straordinario successo di pubblico (diverse manifestazioni raccolgono oltre 100.000 persone in ogni edizione), ma lasciando anche una scia di questioni irrisolte, sulle quali indaga da anni Corrado Guerzoni. I festival fanno leggere di più? Creano nuovi lettori? Fanno vendere più libri? Qual è il loro impatto economico? Per i pessimisti, visto che gli indici relativi alla lettura in Italia sono statici o declinanti, questa proliferazione è inutile (perché i festival culturali tendono a coinvolgere solo i lettori forti o fortissimi, senza crearne di nuovi), o addirittura dannosa (perché l'incontro con lo scrittore rischia di sostituire l'incontro con il libro, e il mezzo diventa il fine). Sottolineano che manifestazioni destinate a esaurirsi nell'arco di pochi giorni creano pochissimi posti di lavoro stabili.

Per gli ottimisti, l'indotto economico è invece significativo: secondo alcuni osservatori, ogni euro investito in cultura ne genererebbe 7 di indotto (ma gli studiosi più attenti avvertono che ridurre al cultura all'impatto economico è una chiave riduttiva). Grazie a questa “eventizzazione” (e alle folle che attrae), la lettura occupa uno spazio maggiore nella mediasfera, consentendo di riaffermare il valore della cultura. Nell'incontro sulle

“Città del Libro”, Giuseppe De Rita ha sottolineato il rapporto virtuoso di queste manifestazioni con il territorio che le origina: si attivano energie locali e si moltiplicano le possibilità di riconoscersi e creare contenuti. Nello “strapaese globalizzato”, i festival culturali (ma anche le 18.000 sagre che si tengono ogni anno, con 5 milioni di frequentatori regolari ai quali si aggiungono 21 milioni di visitatori saltuari) dimostrano che nell'Italia delle cento città si continuano a cercare “occasioni di stare insieme”. Ma non sono gli unici processi virtuosi: nella sua recente analisi sul Festival della Mente di Sarzana, Guido Guerzoni suggerisce che tra i giovani volontari si rafforzi la propensione alla lettura, proprio in seguito all'attività all'interno del festival.

E' uno snodo centrale, un indizio di possibili cambiamenti profondi nei meccanismi della lettura e in generale dei consumi culturali. Anticamente la lettura non era la pratica solitaria e silenziosa che ci è familiare, sulla base della nostra esperienza personale ma anche perché sedimentata in un'ampia iconografia. Prima di Ambrogio e Agostino, e poi ancora a lungo nei refettori dei conventi e altrove, si sapeva leggere solo ad alta voce. Nell'antichità, lo schiavo leggeva al padrone, eventualmente analfabeta.

Oggi, dopo secoli di lettura silenziosa e solitaria, lettura e letteratura tornano spesso a essere esperienze condivise. A partire dagli anni Cinquanta, a partire dagli Stati Uniti hanno iniziato a diffondersi i *gruppi di lettura*, dove i partecipanti scelgono di leggere alcuni testi per poi discuterne insieme. Ma si stanno sviluppando forme di condivisione, approfondimento e dibattito che non comprendono solo la lettura di un testo ad alta voce e relativo commento. La maggiore richiesta di partecipazione e condivisione riflette e ingloba le possibilità offerte dalla rete 2.0, costruita sulla collaborazione degli utenti. Alla modalità *top-down* (da un unico soggetto emittente ai numerosi destinatari: dall'attore agli spettatori, dall'autore ai lettori) grazie al web si affiancano numerose possibilità di comunicazione “da molti a molti”, senza gerarchie, che offrono inedite forme di interazione.

Una delle prime forme di partecipazione e condivisione attivate in rete è stato il *Project Gutemberg*, concepito nel 1971 da Michael Hart, un progetto *open source* che ha coinvolto un'ampia comunità, con l'obiettivo di digitalizzare e rendere disponibili online decine di migliaia di testi: un precursore sia di Wikipedia (nelle modalità) sia di Google Books (per l'obiettivo). Ma la forma più immediata e diffusa di partecipazione sono le *recensioni* che scrivono e pubblicano gli utenti delle *librerie online*: è stato uno dei fattori determinanti per il successo di Amazon.com (fondata nel 1995 da Jeff Bezos), che ha anticipato i sistemi di rating di ristoranti e hotel. Il flusso di interazioni dei grandi siti genera un'enorme quantità di dati, utilizzati per efficaci strategie di marketing. Un analogo meccanismo di scambio di pareri e di schede di lettura (cui si somma la registrazione degli autori e dei volumi presenti nella biblioteca degli iscritti) alimenta i *social network dedicati alla lettura*, come Goodreads o Anobii; raffinati algoritmi misurano il grado di “affinità” tra gli iscritti-lettori, e dunque la compatibilità dei loro gusti letterari: si possono creare così microcollettività “omofile”, che condividono per esempio l'interesse per un genere o per un autore. Fenomeno imponente sono diventanti negli ultimi anni i *blog letterari*, che si sono affiancati alle tradizionali forme di critica e di informazione: questo “passaparola digitale” è ormai responsabile di una quota significativa degli acquisti di libri e infatti molte case editrici cercano l'attenzione di blogger per recensioni e interviste online.

Nelle forme più elementari, il desiderio di condivisione può assumere la modalità dello scambio, come nel *flash swapping* (un raduno improvvisato convocato con il passaparola o via web per scambiarsi libri) e nel *bookswap* (un baratto di libri più allargato, favorito da social networks dedicati, che assegnano “crediti” per

ogni libro messo a disposizione degli altri, con i quali si possono acquistare i volumi desiderati). Allo scambio si può preferire il dono: il *bookcrossing* consiste nell'abbandonare un libro in un luogo pubblico, nella speranza che possa trovare il suo lettore, mentre alcuni social networks cercano di seguire il percorso dei volumi. “Regala un libro” è il gesto che sottende due manifestazioni a sostegno della diffusione del libro e della lettura che si celebrano entrambe il 23 aprile: *El Día de Sant Jordi* a Barcellona (“Regala un libro e una rosa”) e la *World Book Night*, evoluzione del *flash mob* che occupa Trafalgar Square a Londra. Il *crowdfunding* prevede la raccolta di fondi – in genere con piccole quote *pro capite* – per finanziare la pubblicazione di un'opera: i partecipanti consentono la realizzazione di un progetto che ritengono meritevole e lo fanno conoscere; in cambio possono ottenere benefit come la lettura di capitoli in anteprima, incontri con l'autore, uno sconto sul prezzo del libro (e magari di una copia personalizzata), e in alcuni casi addirittura un guadagno, in caso di successo commerciale.

Un'altra forma di condivisione della lettura è il *book date*, una girandola di brevi incontri a due, in cui un “uomo libro” (o una “donna libro”) racconta in pochi minuti il romanzo o il personaggio preferito a un ascoltatore-lettore, nel tentativo di affascinarlo, prima di passare all'appuntamento successivo.

La condivisione può anche prendere la forma del gioco e della competizione, con intento pedagogico: nelle scuole degli Stati Uniti e di altri paesi sono molto diffusi tabelloni dove sono indicate le diverse letture che i concorrenti devono completare in un certo arco di tempo, organizzate per generi. La trasmissione televisiva *Per un pugno di libri* (Raitre) vede in ogni puntata due classi di liceali sfidarsi rispondendo a domande incentrate su un classico della letteratura.

Il gioco sui libri si può ulteriormente teatralizzare. Nel *poetry slam* i concorrenti si sfidano recitando le loro poesie e sottoponendo la propria performance al giudizio del pubblico. A queste tenzoni poetiche si sono affiancati più di recente i *translation slam*, gare dove i traduttori si sfidano nella versione dello stesso brano. Si praticano diverse modalità di *literary contest* o *boxe letteraria*: due concorrenti (o squadre) si sfidano in qualità di rappresentanti-portavoce di altrettante opere (o autori), di fronte a un pubblico che partecipa dando il proprio verdetto; le modalità di scontro e di giudizio vengono regolate da diversi format, con modelli che vanno dall'incontro di boxe o al processo penale. Sono stati convocati anche *flash mob letterari*, in cui si chiede ai partecipanti di portare un libro, per mostrarlo e/o leggerne un brano: un dispositivo utilizzato anche da Armando Punzo in una scena del suo spettacolo *Mercuzio non deve morire* (2012), attivando il coinvolgimento del pubblico.

A volte la semplice lettura si spettacolarizza attraverso un'eventizzazione di stampo sportivo già nella terminologia: nella *maratona di lettura*, numerosi lettori più o meno eccellenti si producono nella lettura integrale di un'opera, un passo a testa.

Sono disponibili anche piattaforme di *bookmarking* online, che permettono di annotare i libri che si stanno leggendo, condividendo glosse e commenti e permettendo ai lettori di conversare tra loro.

In altri casi, alla lettura si accompagna (o sostituisce) la scrittura. Le *cover letterarie* consistono in sessioni di riscrittura dei classici antichi e moderni (ma in teoria anche di film o canzoni), da parte di autori più o meno affermati. Queste esperienze rientrano nel più ampio filone della *fan fiction*, le opere ispirate da libri, film, telefilm di successo: il genere attira sempre più seguaci e ha prodotto qualche successo editoriale, a partire dal megaseller *Cinquanta sfumature di grigio*. Un aspetto significativo è che gli autori possono far tesoro dei consigli dei lettori, magari quando l'opera è ancora *in progress*. Si praticano da tempo varie forme di *scrittura collettiva*, che hanno i loro prototipi nel futurismo e nel surrealismo (il gioco del *cadavre exquis*). La rete rende queste collaborazioni più facilmente praticabili, magari attraverso i social networks e l'ibridazione con le *forme brevi* della *microletteratura* e della *twitterfiction*. La scrittura collettiva si avvale di ulteriori opzioni se utilizza le risorse della multimedialità, avvalendosi di fotografie, tracce audio o video.

Rientrano nel filone forme come l'*extreme reading* (un concorso fotografico che premia chi si fa immortalare mentre legge nelle situazioni, nei luoghi, nelle posizioni più insolite); e le *recensioni facciali* (si tratta di sintetizzare il proprio giudizio su un libro in un'espressione del viso, immortalata e diffusa in genere con un *selfie*). Il *bookshelf porn* consiste nel diffondere il rete immagini degli scaffali dei propri libri. Gli sviluppi multimediali possono essere facilitati con il posizionamento di *videobox* (nei quali rispondere eventualmente ad alcune domande predeterminate) o l'uso di app che “compongono” i contributi degli utenti in un *wall* (testi e/o immagini), in uno *storify*, in un *tweetbook*, o in un filmato: cioè in forme di narrazione che nascono da sedimentazioni dell'esperienza online...

I festival letterari stimolano inoltre la produzione di altri *paratesti digitali*: la presentazione di un volume o l'incontro con lo scrittore possono generare un flusso di tweet, una *diretta streaming* (audio o video), un *booktrailer* o un *videoclip*, oppure un filmato. Inserito nell'archivio della manifestazione, il documento si può visionare online in qualunque momento, o può eventualmente essere commercializzato.

Queste bizzarre locuzioni definiscono vari esempi di lettura e scrittura partecipata. Accanto a forme di interazione più tradizionali (la presentazione, l'intervista, il dibattito, la lettura...), stanno arricchendo la tavolozza dei festival letterari, consentendo di sperimentare nuove forme di interazione e partecipazione del pubblico. Queste manifestazioni rispondono già alle linee guida dell'Unione Europea per i prossimi anni, concretizzate nei bandi Europa Creativa (2014-2020), che hanno individuato tra le priorità l'*audience development*, ovvero il lavoro sul pubblico e con il pubblico, che dev'essere coinvolto nelle dinamiche della progettazione culturale e della creazione artistica.

Queste attività di lettura condivisa si affiancano alle tradizionali funzioni della critica letteraria: accrescere la competenza del lettore, formare il gusto del pubblico, orientare i consumi culturali. Hanno ancora un forte elemento umano, a differenza di quello che sta accadendo con operatori che utilizzano i big data: “Quando Amazon ha effettuato un test in cui si comparavano le vendite prodotte dagli editor umani con quelle stimolate dai contenuti generati in automatico, i risultati apparivano profondamente disallineati. Il materiale estrapolato automaticamente dai dati generava molte più vendite. Il computer non sapeva perché un cliente che leggeva Ernest Hemingway avrebbe voluto leggere anche Francis Scott Fitzgerald. Ma evidentemente contava poco. Quel che contava erano i profitti. Alla fine è stata comunicata agli editor la percentuale precisa delle vendite a cui doveva rinunciare Amazon quando metteva le loro recensioni su Internet, e la redazione è stata sciolta”, come raccontano Viktor Mayer-Schönberger e Kenneth Cukier nel loro *Big Data. Una rivoluzione che trasformerà il nostro modo di vivere e già minaccia la nostra libertà* (Garzanti, Milano, 2013).

L'interazione tra l'affollata realtà dei festival e la rete è un'opportunità straordinaria, anche tenendo conto dei rischi, comprese la deriva demagogica e la “dittatura del dilettante”. Affiancare alla virtualità della rete la compresenza dei diversi attori della filiera del libro (autori, editori, critici, lettori...), spesso mischiando le diverse funzioni, può spingere a ricercare interessanti modelli di comportamento... e persino qualche utile antidoto.

da Pretext *di giugno*

Se continuiamo a tenere vivo questo spazio è grazie a te. Anche un solo euro per noi significa molto.
Torna presto a leggerci e SOSTIENI DOPPIOZERO