

Tirature

'09

Milano-Napoli
Due capitali mancate

A CURA DI VITTORIO SPINAZZOLA

ilSaggiatore
Fondazione Arnoldo e Alberto Mondadori

www.saggiatore.it

www.fondazionemondadori.it
info@fondazionemondadori.it

Indice a cura di Patrizia Landi

© il Saggiatore S.p.A. / Fondazione Arnoldo
e Alberto Mondadori, Milano 2009

SOMMARIO

MILANO-NAPOLI DUE CAPITALI MANCATE

Milano

- La Milano implosa della poesia
di Paolo Giovannetti 10
- Nella città che ha nostalgia di futuro
di Giovanna Rosa 16
- Diventare grandi a Milano
di Vittorio Spinazzola 23
- I corrieristi in libreria
di Mauro Novelli 29
- La fucina dei fumetti
di Paolo Interdonato 35

Napoli

- Ipernapoli, Infernapoli, Eternapoli
di Mario Barenghi 43
- Fuori e dentro il cuore di mamma Napoli
di Gianni Turchetta 50
- Criminapoli
di Giuliano Cenati 59
- Cantanapoli
di Umberto Fiori 66
- «Con la sola lama della scrittura»
di Bruno Pischedda 70

GLI AUTORI

Alte tirature

- Leggere giovane. Scrivere giovane 78
di Giuseppe Strazzeri
- Lucarelli l'inquieto 84
di Federico Bona
- Gli ortaggi della Littizzetto 88
di Elisa Gambaro
- L'oro dei dialetti 94
di Maria Serena Palieri
- Le religioni evolvono per selezione naturale? 99
di Sylvie Coyaud
- Cherubini, Celestini, Checco Zalone:
 la canzone la sa lunga 105
di Umberto Fiori

Comprati in edicola

- The Italian Winx: un successo made in Italy 111
di Maria Sofia Petruzzi

Adottati a scuola

- Non solo testi. Per un'educazione al libro 118
di Bruno Falchetto
- Il Novecento irreperibile 125
di Alberto Cadioli
- La scrittura creativa di massa 129
di Laura Lepri

GLI EDITORI

Cronache editoriali

- «C'è sempre bisogno di fiuto.» 136
 Intervista a Elisabetta Sgarbi
di Roberto Carnero

Tante piccole librerie di strada <i>di Laura Cerutti</i>	141
Bestseller: best reader? <i>di Enzo Marigonda</i>	149
Il modello dell'Open Access per la pubblicazione scientifica <i>di Paola Dubini ed Elena Giglia</i>	155
Incontri ravvicinati con il pubblico <i>di Dario Moretti</i>	160
Italia-Spagna, due velocità <i>di Ilaria Barbisan</i>	167
Il castoro dalle molte vite <i>di Tina Porcelli</i>	172
Dal testo al libro	
La <i>Commedia</i> recitata <i>di Stefano Ghidinelli</i>	178
Le vie della promozione	
Quel mago di Oz. La pubblicità del libro a una svolta. Conversazione con Giuseppe Mazza <i>di Alberto Rollo</i>	183
Per una geopolitica della lettura <i>di Alessandro Terreni</i>	192

I LETTORI

Lettura sotto inchiesta	
Non è un paese per giovani <i>di Stefano Salis</i>	200
Incompetenze di lettura <i>di Giovanni Peresson</i>	207

Il pubblico delle biblioteche

Biblioteche digitali e diritto d'autore 214
di Piero Attanasio

Alleanza per la lettura cercasi. Prove tecniche 220
di collaborazione fra editori e bibliotecari
di Stefano Parise

MONDO LIBRO 2008

Calendario editoriale

28 ottobre 2008. L'algoritmo del libro futuro 230
di Raffaele Cardone

Le cifre del libro

La capacità di «tenuta» dei libri 243
di Paola Dubini ed Elena Raviola

Almanacco ragionato delle classifiche

Messaggi rassicuranti e torbide peripezie 249
di Giuseppe Gallo

Diario multimediale

Focus sulla digital generation 257
di Cristina Mussinelli

Indice dei nomi e dei titoli 267

MILANO-NAPOLI

DUE CAPITALI MANCATE

Milano

La Milano implosa della poesia
di Paolo Giovannetti

Nella città che ha nostalgia di futuro
di Giovanna Rosa

Diventare grandi a Milano
di Vittorio Spinazzola

I corrieristi in libreria
di Mauro Novelli

La fucina dei fumetti
di Paolo Interdonato

Napoli

Ipernapoli, Infernapoli, Eternapoli
di Mario Barenghi

Fuori e dentro il cuore di mamma Napoli
di Gianni Turchetta

Criminapoli
di Giuliano Cenati

Cantanapoli
di Umberto Fiori

«Con la sola lama della scrittura»
di Bruno Pischetta

MILANO

La Milano implosa della poesia

di Paolo Giovannetti

L'apparenza (la toponomastica) non inganni: Milano sta scomparendo dalla poesia. I molti «nomi» della città propiziano un immaginario (il mare, la storia) sempre più separato dalla materialità attuale; piazze e strade sono dette da voci fantasmatiche, che le cancellano. Ma non è sempre stato così, e anzi il Novecento ad altro ci aveva abituato: a movimenti e relazioni ferree che tuttavia potevano suggerire l'utopia. Vero è che dal basso delle periferie duemillesche vengono anche segnali leggermente diversi.

Qualche verso per cominciare, magari provocando un po': «A.A.A. cercasi killer nella tua zona, per questo arrivo da Ba-Ba-Barona. / Così è come la vera Milano suona, così è come la vera Milano suona»; ma anche: «I semafori cominciavano a lampeggiare arancioni. / Mi puoi spiegare il colore acciaio del cielo? / Le sfumature di grigio di cui ti parlavo, / del cielo berlusconiano di Milano? / Milano era veleno, / Milano era veleno». Da un lato un refrain – tratto da *Popolare* – del rapper milanese Marracash (al secolo Fabio Rizzo), di origini siciliane, peraltro fiero di sembrare (di essere bello come) un «marocchino», arrivato alla notorietà nell'estate 2008 con un pezzo, *Badabum Cha Cha*, magari orecchiabile ma tutt'altro che edificante o consolatorio. Dall'altro, i versi urlati da Le luci della centrale elettrica (in realtà, un solo interprete, il ferrarese Vasco Brondi), anche «loro» una novità dell'anno 2008, con l'album *Canzoni da spiaggia deturpata*, che contiene il citato *Nei garage a Milano nord*, dove è pure presente una rilettura disperata, espressionistica, di alcuni versi «da catalogo» di Rino Gaetano («Chi odia i terroni, / chi ha crisi interiori, / chi scava nei cuori» ecc.). Beh, se le si ascolta, queste canzoni, ci si accorgerà che la loro forza espressiva, magari letterariamente inge-

nua, suggerisce della Milano d'oggi molto più di quanto non sappia fare tanta poesia ufficiale degli ultimi o ultimissimi anni. Restando al rap, alcuni testi sono di una precisione sociologica quasi – troppo? – programmatica: e per esempio quando Marracash rappa certe parole («Darsi da fare, darsi da fare / Milano pesta, sgomito nella ressa / coi soldi in testa. / Levarsi da qui, una vita diversa / riesci ad immaginarla? / Sì, la mente gareggia! / Lotta per prevalere, per prevalere, / brucia e calpesta e se ti va male infesta le galere»), ci colpisce la consapevolezza in senso lato proletaria di chi sa che la smania dei milanesissimi *dané*, praticata dal basso, porterà quasi inevitabilmente *li* – alla criminalità e al carcere.

Appunto, altrettanto non può dirsi per molti poeti-poeti che parlano della Milano d'oggi. Volendo sintetizzare al massimo, le tendenze dominanti per un verso inducono una derealizzazione fantastica garantita da luoghi improbabili, *détournés*, e, per un altro, generano un distanziamento storico, anche se magari applicato a una storia minore, locale, e non remota nel tempo. Per il primo aspetto, penso per esempio a una delle ultime poesie di Giovanni Raboni, la *Piccola suite fluviale* (2004), il cui secondo movimento suggerisce che «Porta Venezia sia bella come un porto» e insieme che «oscuri relitti galleggino / verso Lima, verso Loreto...». Dunque, come spesso succede nella poesia più vicina a noi, l'immagine di un ossimorico *mare milanese* scatena un effetto smaterializzante che solo la buona coscienza ideologica di Raboni riesce a mantenere nei limiti della *boutade*, dell'ironia o sarcasmo polemico, ma che in altri autori diviene immediata dereferenzializzazione e – peraltro legittimo – desiderio di *fuga*, perseguimento dell'ultima utopia possibile al cittadino milanese. Sperare, insomma, che a Milano, nel centro di Milano, compaia il mare. Così come, poniamo, accade al ligure Giuseppe Conte, già studente dell'Università statale cittadina, il quale (in *Canti d'Oriente e d'Occidente*, 1997) si rivede intento a «capire in che direzione fosse il mare, al tramonto [...] / dove è ponente, ha senso dire ponente in Lombardia [...]?»). Quanto al *côté* storico, si può ricordare «il fiero don Giuseppe, el pret de Ratanà», una figura della Milano anteguerra, evocata da Maurizio Cucchi in *Per un secondo o un secolo* (2003) in relazione a un luogo periferico come la Cascina Linterno, che viene nobilitata peraltro da un ricordo petrarchesco. Certo, per esempio nella mi-

gliore poesia di Giampiero Neri, la storia diventa racconto di risentimenti e sconfitte (privati e pubblici), e pertanto risponde al bisogno di arrovellarsi sulle origini del male presente; nondimeno, colpisce che tale moto retrospettivo stia diventando un tic, una coazione ad arretrare.

E tutto ciò vuole insomma dire che una geografia fantastica e i ghiribizzi, le coincidenze bizzarre della storia sostengono l'*autonomia* della dizione poetica, permettono a un soggetto sempre più disciolto negli eventi molecolari della vita cittadina (l'Io esemplarmente dislocato e spossessato di tanta poesia secondonovecentesca) di individuare, se non una collocazione, per lo meno una precaria sponda alle proprie peregrinazioni *in nessun luogo*.

Né è il caso, credo, di interrogarsi sino in fondo sulla reale necessità di un simile percorso: cioè se la città possa darsi unicamente in forma di feticcio provvisorio, barlume di speranza *oltre o prima*, perché in essa di solido, di materialmente tangibile, sarebbe rimasto troppo poco; troppo poco per *quella* poesia, dico. Per dare una risposta si andrebbe lontanissimo, certamente, e si evocherebbero scenari postmoderni su cui altri e più approfonditi dovrebbero essere i discorsi. Vero è che, se si vuol trovare una qualche eccezione a tale presunta norma epocale, la si deve individuare in un poeta programmaticamente antico, «tragico», venuto da molto lontano, forte di una poetica moderna, se non premoderna addirittura, come Milo De Angelis. Difficile non provare qualche brivido leggendo *Cartina muta* (in *Biografia sommaria*, 1999): «nella nebbia della Comasina» si svolge il dialogo tra il soggetto dell'enunciazione e una donna un tempo amata, dentro una storia di droga e morte, dopo la conclusione della quale «Milano torna muta / e infinita, scompare insieme a lei, in un luogo buio / e umido che le scioglie anche il nome, / ci sprofonda nel sangue senza musica». Come se, insomma, solo l'emergenza del dramma, di un dramma di periferia, potesse conferire nuovo senso a una vicenda, quella di Milano, altrimenti muta e priva persino di nome. D'altronde, se le cose stessero in questo modo, la concordanza sarebbe davvero inaspettata. Un maestro della poesia italiana d'oggi e i reboanti, grezzissimi rapper della Barona convergerebbero sulla medesima diagnosi: è *vera* solo la periferia, mentre il resto dello

spazio appare un puro simulacro di flussi e relazioni prive di identità, o – più esattamente – portatrici di identità che però sono quelle del cittadino globale, della moltitudine.

Scriveva uno dei massimi poeti milanesi del Secolo, del secolo passato: «tra nere forme forma nera ho spazio»; ed eravamo solo nel 1913. Il Clemente Rebora dei *Frammenti lirici* in effetti evoca, anzi *discorre* con un inesausto flusso di parole in versi, la sua città: tuttavia non nominandone mai, esplicitamente, alcun luogo, non pronunciando toponimi urbani riconoscibili. Eppure, le *relazioni*, i rapporti tra parvenze, ingombri e motivi dell'agire cittadino tipicamente milanese sono lì, perfettamente attivi, operanti dall'interno delle parole e dei metri.

Che oggi, ormai un secolo dopo, una tale dialettica non funzioni più e che la città materiale, innervata di dilemmi storici, appaia solo episodicamente, nei cortocircuiti provvisori della parola che cresce sopra un vuoto di legami: tutto ciò, dico, non deve stupirci né meravigliarci. L'individuo postfordista vive altrove. E il cuore d'un mortale cambia più alla svelta, ahimè, della forma d'una città. Piuttosto, dovremmo ammirare, retrospettivamente, l'onda lunga di un certo modernismo milanese che è stato costruito poeticamente sia da autoctoni (quasi nessuno dei quali comunque «purosangue»: Clemente Rebora di origini genovesi, Vittorio Sereni luinese, Franco Loi dalle ascendenze liguri e parmensi ecc.) sia e magari soprattutto da forestieri, spesso immigrati dal Sud. Lo sappiamo tutti abbastanza bene: piazza San Babila è stata canonizzata dal lucano Leonardo Sinisgalli, il Monforte (piazza del Tricolore) dal salernitano Alfonso Gatto, la Milano bombardata sarà sempre soprattutto quella di uno scrittore nato a Modica, provincia di Ragusa, Salvatore Quasimodo. E che dire, in anni più recenti, del manzoniano *Miracolo a Milano* del veneto Andrea Zanzotto (*Dai campi dalle pietre – dalle stagioni labili*, in *IX Ecloghe*, 1962) e soprattutto della Porta Tenaglia del fiorentino Franco Fortini (*Paesaggio con serpente*, 1987), così paradossalmente in sintonia con gli «acidi» e le «vernici» cittadine?

Riducendo il discorso all'osso, e secondo una tendenza già attiva in Rebora, la modernità poetica di Milano, la Milano detta in versi nel Novecento (almeno fino alla crisi degli anni settanta), aveva giocato le sue carte intorno a due dinamismi: il rapporto cit-

tà/campagna e la verticalizzazione della boccioniana *città che sale*. Evidentemente, nessuno dei due temi può essere considerato solo novecentesco (basti fare un solo nome: quello di Giuseppe Parini; e basti ricordare – intorno al tema della metropoli che cambia – molti aspetti della poesia scapigliata); ma è indubbio che solo nel ventesimo secolo si sprigiona appieno il contenuto utopico immanente a tali modelli concettuali.

A leggere certe pagine poetiche degli anni trenta e (in parte) quaranta, in effetti, la sensazione è che la Milano degli ermetici riesca miracolosamente, almeno per un attimo, a saldare il gap con la campagna circostante: che le uscite e gli ingressi, i flussi e gli scorrimenti, possano quasi senza contraddizioni armonizzare il dentro e il fuori, il nucleo urbano e quella natura che, *oltre*, aspetta di entrare in contatto con la città, di farsi periferia. Appunto: le periferie di Gatto (ma anche, poniamo, di un'Antonia Pozzi) appaiono più come dei villaggi, liminari alla città-città, parti di una campagna che si prolunga, quasi senza discontinuità, fino al Duomo. Persino il paradigma ascensionale, derivante senza dubbio anche dall'enfasi aeronautica del futurismo, ma certo non privo di contatti con la suggestione primaria della cattedrale milanese, della sua Madonnina, continua ad agire nel tempo come speranza di riscatto e redenzione, storica e (se del caso) religiosa. Il fatto che (a proposito di un forestiero, un triestino, che Milano ha capito bene) in «Piazza / del Duomo [...] invece / di stelle / ogni sera si accendono parole» sembra rendere più familiare la bellezza tanto delle insegne pubblicitarie di palazzo Carminati quanto degli astri che stanno sopra tutti noi. Le due specie di luce, in fondo, secondo Umberto Saba modernamente si rincorrono e integrano.

Troppo facile, a questo punto, additare, tra la fine degli anni cinquanta e gli anni settanta, la progressiva crisi dei due paradigmi. Già nella *Ragazza Carla* di Elio Pagliarani – siamo nel 1960 – la periferia comincia a separarsi dal centro urbano (piazzale Lodi sembra costituire una barriera difficile da oltrepassare, segna un confine che mette in crisi la protagonista), mentre le ricostruzioni del dopoguerra, la nuova *crescita* della città, sono raccontate non senza criticismi polemici. E con *Se sia opportuno trasferirsi in campagna* di Giovanni Giudici (da *La vita in versi*, 1965, ma la poesia è del 1960) l'ironia demolisce in modo pressoché definitivo ogni

speranza di unire la metropoli alla campagna, agli spazi brianzoli. Ciò che sale, del resto, sono soprattutto file di case alienanti e brutte, in quelli che Sereni – attraverso Luciano Erba – dice «quartieri senza ricordo» (vedi del primo la splendida *L'alibi e il beneficio*, negli *Strumenti umani*, 1965): come per esempio può accadere anche in Giudici, che di una decentrata via Stilicone vede solo «Una fila di case e quasi niente / a confortarle dalla parte opposta» (da *Lume dei tuoi misteri*, 1984).

Assediata da opprimenti periferie, priva delle antiche speranze nate nel suo centro, Milano implode insomma su se stessa. Dalle *Case della Vetra* (di Raboni, 1966) in poi, la *pietas* per i luoghi si appunta sempre più su ciò che abbiamo perso, sulle virtualità spaziali di una città *senza*. E l'altrove tende a comparire fantasmaticamente, oniricamente: i tanti *revenants* cittadini di Sereni e Raboni ce l'hanno ricordato più volte. Lemuri, voci disincarnate, frammenti di discorso si manifestano in case vie quartieri illusoriamente familiari, e ne rivelano la natura fittizia. Non senza un sospetto di maniera, a me sembra, un eccesso di cinismo snobistico. «Questa volta ho sognato / che ci siamo persi in due / nell'incubo nebbioso, / accogliente, della periferia», scrive Cucchi in *Per un secondo o un secolo*. Ma in una città priva ormai di nebbie, e con periferie repellenti come quelle gridate dai rapper, ogni tanto sorge il dubbio che nutrire nostalgie non faccia troppo bene – né alla poesia, né a Milano.

MILANO
Nella città che
ha nostalgia di futuro
di Giovanna Rosa

Come nella miglior tradizione ambrosiana, il ritratto metropolitano è affidato a prospettive scorciate, poco rispettose dell'ampia orditura romanzesca. A generi ibridi come il graphic novel, si accompagnano rievocazioni memoriali condotte ora sul ritmo sincopato dell'underground, La Banda Bellini, ora sulle cadenze monologanti di un pretino di molta fede e poco acume, Per queste strade familiari e feroci. Nascosti sempre nei cunicoli del sottosuolo, i «misteri» di Milano diventano enigmi e si caricano di inquietanti risvolti politici, Catrame.

«**C**ara bellissima Milano...»

A fare l'elogio della metropoli è il narratore di un romanzo dedicato alla Banda Bellini del Casoretto, il gruppo che costituì il servizio d'ordine più militarmente attrezzato per la difesa dei cortei durante le manifestazioni del '68 (Marco Philopat, *La Banda Bellini*). Il ritornello musicale richiamato in sottofondo, «Sapessi come è strano sentirsi innamorati a Milano», suggerisce la paradossale disposizione di straniamento simpatetico con cui è schizzato il ritratto cittadino: su un ritmo ellittico e sincopato, note di metallica durezza si accompagnano a cadenze di pathos quasi struggente.

Dopo un periodo d'assenza, di Milano ti «manca l'aria sporca – quest'acqua acida – la polverina grigia che s'attacca sulle macchine – la gente che corre via – che non ha mai tempo – dove ti concentri su una cosa sola – il lavoro – o al massimo la progettualità – e tutto il resto è un optional – al massimo un hobby da mollare presto» (p. 108).

Ma soprattutto ne patisci la lontananza perché qui si gioca il futuro, tuo e degli altri: «si sta bene a Milano o meglio si sta così male che devi per forza sbatterti per star meglio – e se non vuoi fare la fine del cumenda – devi per forza alimentare il desiderio di

trasformazione – cucinare l’idea con i compagni – masticare i progetti per farli partire finalmente...». Giusto un secolo dopo i quadri di Boccioni, Marco Philopat ridisegna il profilo della «città che sale», virandolo però sui timbri della contestazione spavalda underground. L’osservatorio, lontano dalla Galleria salottiera ma anche dai vecchi pittoreschi Navigli, è collocato nelle anonime vie periferiche del Casoretto: «Via Porpora via Pacini via Montenevoso – via Mancinelli via Leoncavallo – piazza Durante» (p. 19). Sullo sfondo non ci sono né fabbriche né industrie; ancora nessuna traccia di ipermercati o call center; ad animare la vita del quartiere popolare è l’empito rabbioso di un gruppo di giovani che vuole cambiare il mondo, per cambiare la propria esistenza, in aperto e polemico confronto con le dinamiche di sviluppo della collettività urbana: «pure qui in centro questo schifo di Milano ci piace da morire» (p. 47). L’ottica bassa e decentrata rimodella le parole d’ordine dell’operosità frenetica, svelando un’ansia di futuro tanto più ricca di solidarietà generazionale quanto più miope per velleitarismo politico. La colloquialità provocatoria della voce narrante alterna agli slogan urticanti della militanza condivisa le inflessioni dolenti di una memoria ammaccata e ferita: «Non l’ho mai raccontata per intero questa storia, solo a episodi da Rattazzo, al Giamaica, o in qualche altro bar milanese all’ora dell’aperitivo, quindi aprite bene il cervello e quando alla fine vi chiederò: “Andiamo?” voi dovete rispondermi senza esitazioni: “Sì, andiamo!”» (p. 4).

Botta e risposta riecheggiano la celebre domanda retorica «why not?» del film-cult di Sam Peckinpah, *Il mucchio selvaggio* (1969). L’allusione all’esito di morte getta una luce livida sul viaggio intrapreso per conquistare la città: ma l’empito del racconto non concede tentennamenti o pause; la narrazione, recuperando il montaggio discontinuo e concitato della pellicola, chiede al lettore l’acconsentimento ruvido alle imprese dei ragazzi del Casoretto che, come il gruppo dei banditi, «si scagliano da soli contro un esercito intero, per fare la cosa giusta» (*ibidem*).

Anche *Tutta colpa del ’68. Cronache degli anni ribelli* di Elfo, al secolo Giancarlo Ascari, recupera quella lontana stagione di contestazione e rivolta, affidandosi ai moduli anticonvenzionali di una scrittura non letteraria che, mescolando parole e immagini, disegna un affresco cittadino insieme fosco ed euforico.

Pubblicato nel quarantennale dei moti operai e studenteschi, il *graphic novel* sceneggia la vicenda di Rinaldo, un universitario che appunto «fece il '68», senza molto comprendere, ma molto partecipando. Il titolo antifrastico fa argine all'onda dei ricordi che, in una progressione d'intreccio franta ma fluida, allinea le schegge dell'immaginario collettivo di una generazione, capace di aspirazioni generose e molto confuse.

La linearità regolare delle inquadrature non altera l'ordine seriale delle vignette; solo ariose sfasature temporali increspano l'andamento sinuoso della narrazione che poco o nulla concede alla violenza espressiva delle voci e dei graffiti di allora. Ad animare la scena è piuttosto il gioco delle sfumature del tratteggio in bianco e nero: l'alternanza di sequenze in interno esterno, notte giorno, dà spessore di profondità al ritratto metropolitano. Nel puzzle iconico, ricco di richiami filmici, grafici e musicali, la città «ingiusta ostile e noiosa» si trasforma, dischiudendo i varchi dell'avventura, ben più avvincente dei viaggi in oriente o delle allucinazioni per droga.

Due sole illustrazioni, piene e a doppia pagina, collocate al centro del racconto, chiariscono il focus prospettico e, in prolessi, l'esito conclusivo: un'affollata assemblea studentesca nell'aula magna della Statale, colta dall'interno e in prospettiva bassa, cui segue la panoramica dall'alto dell'imponente edificio del Filarete. Il commento scritto non lascia dubbi: al momento di massima socialità politica segue lo sfrangiarsi in mille rivoli che spazza via «l'illusione di un movimento grande, forte e unitario» (pp. 62-63 e 64-65).

Non so se queste *Cronache* siano «il famoso romanzo sul '68, che tanti scrittori hanno tentato» (Enrico Deaglio); ne dubito, troppo ingenuamente sprovveduto è lo sguardo del protagonista per rendere la complessità contraddittoria degli «anni ribelli». E nondimeno a Elfo va riconosciuto il merito di averci provato, mescolando l'allegrezza di allora al disinganno di oggi, senza mai cadere nel rimpianto recriminatorio di chi si sente colpevole per aver scommesso sul futuro. Al dilagante luogo comune che denuncia seriamente che è «tutta colpa del '68», il *graphic novel* risponde con lo sberleffo divertito di una citazione fumettistica: a fronteggiare la polizia assediante è uno studente simile al topo Ignatz di George Herriman: solo, sopra un muro, con un mattone in mano e lo sguardo perso nel cielo notturno della metropoli.

Il raccordo fra le tavole disegnate da Ascari e il libro di Philopat va rinvenuto non tanto nella consonanza generazionale fra Rinaldo e la banda del Casoretto, quanto nell'abilità compositiva e affabulante con cui i due autori restituiscono il clima di un decennio tempestoso e cruciale, proiettandone le tensioni sullo scenario di una città che poco ama l'autorappresentazione romanzesca.

L'artificio principe è l'adozione di un punto di vista interno al microcosmo raffigurato, capace, nondimeno, di allargarsi fino ad abbracciare squarci di vita collettiva: poco conta se a condurre il racconto è un narratore eterodiegetico o, come nella *Banda Bellini*, il protagonista stesso. A guidare il lettore nell'universo cittadino sono sempre le percezioni ravvicinate dei personaggi che si muovono lungo le strade familiari e feroci di una megalopoli disorientata, percorsa da smanie e turbamenti irrefrenabili. *Per queste strade familiari e feroci (risorgerò)* è il titolo, bello e coraggioso, dell'ultimo romanzo di Ferruccio Parazzoli. Accostare a Elfo e a Philopat il nome del non più giovane scrittore cattolico, importante dirigente editoriale, romano ma milanese d'adozione, può suonare azzardato. Eppure sin dalla copertina del libro – *Veduta di città* – scatta il cortocircuito che collega le storie dei gruppi sessantottini alla vicenda narrata da Parazzoli, ambientata fra oratori parrocchiali, stazioni della metropolitana e sobborghi operai di Sesto San Giovanni. L'immagine di un viale visto dall'alto richiama le sequenze in serie del *graphic novel*, quasi a suggerire la prospettiva più efficace per delineare il ritratto intero di Milano: l'ottica panoramica mostra la raggiera dei viali che dal centro conducono verso l'hinterland; solo qui, nei quartieri periferici, lo sguardo interno e rasoterra può percepire e cogliere il volto vero della collettività urbana, convulsa e affannata.

Piazzale Loreto, nei pressi di via Porpora e del Leoncavallo: da queste strade familiari e feroci, appunto, prende avvio il romanzo di Parazzoli. Il protagonista è don Ennio, in servizio presso la parrocchia del SS. Redentore al posto di don Lorenzo, partito missionario per il Perù. Il sacerdote appena ordinato non è né un ribelle né un contestatore, ma la sua fervida carità di fede lo avvicina ai ragazzi che si spendono ogni giorno per aiutare chi vive male in questa città, sempre più impaurita e diffidente.

Al dialogo muto con il corpo agonizzante di Paola, una giovane volontaria, picchiata e stuprata, il pretino alterna la rievocazione intenerita delle innumerevoli vicende che lo hanno condotto ad assisterla nella veglia di morte. Suddiviso in quarantotto brevi capitoletti, il racconto ha l'andamento spedito dello stile semplice e affabile, d'ascendenza manzoniana: sullo sfondo di una metropoli indaffarata e indifferente, ci sfila davanti una galleria di personaggi e figurine che, pur assommando i tormenti della quotidianità comune, non crollano sotto il peso dell'angoscia straziata. L'endiadi ossimorica del titolo e la certezza esultante del sottotitolo si rifrangono sulla narrazione che, grazie alla voce piana di don Ennio, evita le *pointes* dei recitativi tragici, alla Testori, per modularsi sui timbri candidi di una serena *pietas* dolente. A emergere è il volto della Milano che, negli anni settanta, soprattutto nelle parrocchie dell'hinterland, ha coltivato le ansie più sincere di rigenerazione religiosa; come per i moti studenteschi, l'empito energetico di una condivisa speranza collettiva si è poi perso nel vuoto di frustrazioni e fughe. Colpisce che anche in questo ritratto ambrosiano domini una strana, sotterranea nostalgia di futuro. Lo zelo palinogenetico del missionario don Lorenzo si è consumato nella missione fallimentare in Sudamerica; al giovane don Ennio, turbato dalla compassione amorosa per la moribonda Paola, non resta che il conforto delle parole ultime di don Pietro, il suo *starec* – la citazione dai *Fratelli Karamazov* è voluta: «Dio ci è lontano, eppure vicinissimo. Dio è la nostalgia che abbiamo di lui. [...] Tutto è dolore, tutto è un aspetto dello stesso enigma. Tutto è immerso nella stessa nostalgia...» (p. 248). La «nostalgia», che nell'opera di Parazzoli si raggruma e si ribalta nella sicura trascendenza del sottotitolo, diventa la cifra autentica di una metropoli stanca e vulnerata, priva di un progetto per il domani.

In questa atmosfera, densa di frustrazione asfissiante, vive e lavora Guido Lopez, il protagonista del libro d'esordio di Giuliano Genna, *Catrame*: commissario di polizia, di grande esperienza e intelligenza penetrante, ha il compito di indagare sull'evasione di un ex terrorista nero dal carcere di massima sicurezza di Opera. Per sciogliere un enigma che puzza di depistaggi e trame politiche, il narratore, simile ai vecchi «palombari sociali», si inoltra nel ventre della città dove, in cunicoli ammorbanti e cantine fetide, fervo-

no i traffici lucrosi di droga, prostituzione e pedofilia. Un mondo sotterraneo verminoso, i cui trabocchetti, però, sono nulla in confronto a quelli tesi dai Servizi segreti per occultare gli indizi e confondere le tracce. Il protagonista, classe '56, è l'unico che non si lascia depistare: a risolvere il caso lo aiutano non solo l'acume investigativo e la determinazione ferrea con cui lavora, ma l'intuizione lucida delle «trame» politiche, maturata negli anni di «gioia e sconforto» di una passata gioventù militante. Di quella lontana stagione, oltre i ricordi e i rimorsi, non resta che una soffocante «stanchezza scettica», intristita da una plumbea nostalgia. Certo, qui siamo sul terreno di un pessimismo laico che non conosce i conforti metafisici di don Ennio, ma lo sguardo sulle sorti della collettività ambrosiana è sorretto dalla riflessione sconsolata sulla «morte lenta stupidissima di una generazione intera» (p. 51), la stessa a cui appartengono lui, Guido, e l'amico fraterno, il brigatista «Stefano Fogli (una decina di omicidi a carico)». Il faccia a faccia tra i due, nel carcere di Opera, avvalorava la consapevolezza amara che il bandolo della matassa va sempre ricercato nel groviglio dei cupi anni settanta. «In questo Paese di merda, i terroristi sono ancora il nodo da sciogliere, la cattiva coscienza della nazione... Il memoriale Moro fa ancora male... I memoriali di Gelli, il memoriale scomparso di Mattei... Li hanno trovati nelle intercapedini, sotto le piastrelle» (p. 62).

Così capiterà nell'epilogo, quando, in un muro delle case popolari di Calvairate, il commissario Lopez scopre le pagine di un memoriale scritto nella primavera 1978, durante il sequestro Moro: giusto in tempo per consegnarle, sotto la minaccia di una pistola, al responsabile dei Servizi segreti che aveva ordito l'intera operazione, compresa la fuga e l'uccisione del terrorista dei Nar.

Catrame, ancora un titolo azzeccatto: non solo a rendere l'atmosfera vischiosa delle trame occulte di un minaccioso potere politico, ma soprattutto a suggerire il volto bituminosamente nero della metropoli che, nel suo ventre, nasconde e conserva gli enigmi, non più i segreti o i misteri, della storia nazionale recente. «Guardava i fasci luminosi e obliqui dei lampioni: luce fumigosa, l'immagine di sé realizzata nell'intrico minerale della circonvallazione. Vie perpendicolari, fari, baracchini e chioschi devastati dalla fauna che li nutriva. Fumo, negri. Verso l'esterno, verso la peri-

feria che si allargava in direzione dei capannoni. [...] Chiazze di catrame irregolare, come sangue nero, rappreso male. Catrame, più avanti, scavi lasciati aperti, ancora catrame» (p. 150).

Il montaggio rapido di sequenze tagliate cinematograficamente si accompagna a una scrittura altrettanto contratta, in cui secche frasi nominali scolpiscono comportamenti e scorci descrittivi di stralunata visionarietà: in un vorticare di inseguimenti notturni, nell'afa appiccicosa dell'estate, ecco sfilarci davanti i capannoni lugubri dell'Ortomercato, gli spiazzati deserti di Quarto Oggiaro, i meandri infidi della Questura in via Fatebenefratelli.

Che sia questa la strada più dritta ed efficace per entrare nel «corpo di Milano» e scoprirne il fascino torbidamente inquieto?

MILANO

Diventare grandi a Milano

di Vittorio Spinazzola

La lettura di un quartetto di Bildungsroman che si svolgono all'ombra della madonnina (a firma di Simonetta, Busi, Pischedda, Mari) consente di chiarire i caratteri del rapporto tra singolo e città. Che il destino dell'eroe giovane si compia in termini di conflitto o assimilazione, repulsione o consapevolezza grata nei confronti della metropoli lombarda, i romanzi di formazione «alla milanese» rispecchiano esemplarmente i fattori di evoluzione o involuzione, allargamento spregiudicato o restrizione elitaria che si sono accavallati: Milano è sempre Milano, ossia la capitale della modernità culturale. E i piccoli uomini crescono, nella città più città d'Italia.

La diagnosi romanzesca più cupa e inquietante sui rapporti fra i ceti e le generazioni nella Milano secondo-novecentesca la pubblicò Umberto Simonetta parecchi anni fa: il libro aveva un titolo innocente, *Lo sbarbato*. Era il 1961, l'epoca del benessere ottimistico, della massificazione incalzante, del post e antineorealismo. La sigla editoriale era quella di una piccola casa di sinistra, la Parenti. L'autore era un esordiente in campo narrativo, anche se il suo nome era ben noto nell'ambito dell'intrattenimento comico, sia teatrale sia radiotelevisivo. Ma proprio questa fama collaborò a far sottostimare anzi sostanzialmente ignorare la prova di talento dell'opera prima romanzesca, tutt'altro che ilare e leggera.

Lo sbarbato è un romanzo di formazione alla rovescia: racconta come un figlio di buona buonissima famiglia diventi adulto incanagliandosi, con un'evoluzione rigorosamente lineare. A casa, sua madre è capace solo di piangere e strillare; il padre è un ambrosianone borioso e miope; la scuola gli fornisce solo nozioni libresche. Il luogo di socializzazione del ragazzo sono i bar. Frequentandoli quando bigia le lezioni, comincia con l'imparare un linguaggio diverso dal suo, più spicciativo e colorito. A differenza dei

ragazzi di vita pasoliniani, qui l'italiano lo sanno tutti, anche se lo adoperano in chiave alquanto extraletteraria, mescolandolo col dialetto e ancora più con il gergo della piccola mala: giovani balordi, appartenenti non tanto al vecchio sottoproletariato, quanto a una nuova sottoborghesia, cinicamente asociale.

Il protagonista, che racconta in prima persona, si esprime come i personaggi ai quali ha voluto affratellarsi e dei quali emula le bricconate ai margini o fuori della legalità. Solo che loro le compiono per motivi pratici, spinti dal bisogno di far soldi, e stanno attenti a non incappare in crimini gravi: è il caso del grande amico, il sostituto paterno che Mario pensa di aver trovato nel famelico Mangia, uno che campa di furtarelli ma aspira al posto di fattorino con stipendio fisso. Lui invece, il protagonista, strafà, per dimostrare che non è un ragazzino dabbene ma un vero adulto, un duro. Così finisce per rendersi complice di un omicidio con rapina. Buon per lui che la polizia arresta un innocente: cosa di cui ci si può anche dispiacere un po', ma senza prendersela troppo, «è la legge del menga».

Congegnato narrativamente in modo impeccabile, l'apologo dello *Sbarbato* vede nella grande città un intreccio e un rimescolio di spinte psicosociali in cui è facile andare allo sbando: e gli immaturi corrono i rischi più ignobili, quando la generazione adulta è troppo deficitaria. La perfidia dello scrittore consiste nel dare quest'immagine repulsiva della milanesità ostentando di assecondare il punto di vista, deviato ma interno al contesto ambrosiano, di un giovane che per sottrarsi ai conformismi tradizionalistici diventa un delinquente irresponsabile.

La violenta provocazione del libro di Simonetta cadde però nel vuoto: e comunque non ebbe emuli. Per trovare un'immagine diversa del ruolo assolto dall'ambiente metropolitano lombardo nel passaggio delle nuove generazioni dall'adolescenza alla maturità, occorre aspettare oltre una ventina d'anni, sin quando, nel 1984, esce il *Seminario della gioventù* di un altro esordiente, Aldo Busi, presso il titolatissimo editore Adelphi: e le accoglienze cambiano. I processi della modernizzazione urbana hanno fatto intanto passi da gigante e Milano esercita un potere d'attrazione più che mai forte sui ragazzi di provincia.

Ecco in arrivo il piccolo Barbino dalle campagne bresciane, luogo dell'arretratezza economico-sociale, dove vige un familismo

autoritario a gestione matriarcale. Anche in questo libro il protagonista si autonarra, ma con un linguaggio complesso, impastato di sontuosità e arditezze spregiudicate, secondo le nervature di una sintassi soffertamente emotiva ma sorvegliata con lucidità da un'ironia puntigliosa. Il *Seminario* è una sorta di gigantografia dell'Io autoriale, accanitamente narcisistico, assorto nel culto della sua sensibilità ipertrofica, tra sensazioni meticolose e intuizioni brillanti.

Lo sfoggio di bravura letteraria è frutto di una conquista particolarmente ardua, condotta in solitudine: a casa di Barbino i libri li si bruciava. L'emigrazione dal chiuso localismo paesano all'orizzonte aperto cittadino conferisce un segno di piena vittoria al passaggio dall'infanzia alla maturità intellettuale. Ma in questo percorso, il soggiorno a Milano rappresenta solo una tappa non decisiva, cui è dedicato un numero ristretto di pagine. Eppure è qui che il personaggio sperimenta la durezza del rapporto di classe, in una condizione di lavoro dipendente, per non dire servile: il cameriere di un bar di lusso, frequentato da una clientela di bella gente che l'Io narrante sogguarda con disprezzo caricaturale. D'altronde, proprio qui viene per la prima volta a contatto con il mondo della miglior cultura letteraria: un ritrattino irriverente è dedicato nientemeno che a Eugenio Montale, bonariamente cordiale con lo svelto giovanotto ma per niente disposto a occuparsi dei suoi impicci.

Il punto è che il processo formativo di Barbino-Aldo subisce una torsione decisiva sul piano della sessualità: il personaggio è gay, molto gay, tutto gay. E per sviluppare con pienezza di orgoglio esibizionistico la sua scelta di vita, è meglio trasferirsi su uno scenario cittadinesco più rutilante e cosmopolita, più accogliente verso ogni forma di diversità. È a Parigi che si colloca la maggior parte del *Seminario*, che è anche la più originalmente spassosa. Il giovane emigrato italiano si trova infatti ad aver a che fare soprattutto con donne: una delle quali innamorata persa di lui. Il romanzo di costumi che procede da questa relazione/non relazione si svolge all'insegna d'un deprezzamento sfrontatissimo della femminilità. Ne nascono battute strepitose, come quella sui seni della ragazza «bellissimi, se mai si può parlare di bellezza per una cosa simile, nutritiva». Che è pure, a suo modo, un segno di piena fuoriuscita dal tradizionalismo erotico più accreditato.

Il classico contrasto fra città e campagna occupa per intero

il primo piano, una dozzina d'anni dopo, nel 1996, con un terzo libro d'esordio: *Com'è grande la città* di Bruno Pischcedda, editore Marco Tropea. E stavolta la metropoli lombarda assolve un ruolo pienamente salvifico nei confronti del paesano inurbato che funge da narratore e protagonista. Eppure a tenere la scena è la Milano dell'ultimissimo Novecento, la Milano da bere, quella di Mani pulite e dei cataclismi ideologici. Ma a dispetto di tutto ciò, Milano è sempre Milano, ossia la capitale della modernità culturale, sede non solo di grandi industrie editoriali, ma di istituzioni universitarie ad alto livello.

Per il giovane teppistello di basso cetο e incerta autocoscienza, proveniente da Cesate, l'approdo alla Facoltà di Lettere significa il gran salto di classe, e qualcosa di più: gli apre la consapevolezza delle contraddizioni fondamentali del nostro tempo, fra le spinte alla democratizzazione del sapere e i rischi di omologazione conformista dei prodotti intellettuali. Pischcedda ha voluto dare conto di un percorso di crescita interiore che ha esaltato sotto ogni aspetto la sua personalità etico-sociale. Ne è nato un libro singolare, di genere suggestivamente misto: da un lato narrazione autobiografica, dall'altro riflessione saggistica; su un versante la rammemorazione aneddotica godibilissima delle imprese fatte e patite da un Gian Burrasca di provincia, spavaldo e ribaldo; a controcanto, le considerazioni pensose dettate dall'attualità della vita pubblica e dal dibattito delle idee nel periodo di fine secolo.

La pienezza dell'adulità raggiunta dal Pischcedda di oggi rispetto a quello anni settanta si misura dall'atteggiamento di disincanto sobrio con cui sogguarda l'altro se stesso, al quale sente o crede di non assomigliare per nulla, anche se qualcosa deve pur essergliene rimasto al fondo dell'Io. Certo, non c'è traccia di nostalgia, nessuna concessione all'intenerimento elegiaco nei riguardi del ragazzo d'un tempo, con la sua strafottenza ma anche l'ingenuità, le gaffe, le balordaggini gratuite. Quel ragazzo non esiste più, come non è sopravvissuto il paesetto arretrato e meschino in cui era nato. E c'è persino da stupirsi, a ripensare come erano fatti: possibile mai tanta rozzezza, tanta asfitticità di vedute?

D'altra parte, l'attitudine criticistica acquisita nel frattempo chiede di essere esercitata anche e soprattutto verso il presente, sia quello dell'Io singolo sia della comunità urbana, moderna o

postmoderna che si voglia definirla. E allora l'identità del giovane intellettuale, figlio di «quella fase impetuosa dello sviluppo che aveva accostato cultura bassa e cultura istituzionale», appare tutt'altro che consolidata definitivamente. Il passato non c'è più ma il futuro è ancora nebbioso. La persuasione della sconfinatezza dei problemi incombenti sull'esistenza individuale e collettiva alimenta la vena di inquietudine assorta che pervade le pagine di *Com'è grande la città*, assicurando il coinvolgimento del lettore.

A un anno di distanza dal libro di Pischetta, una fisionomia ulteriore di narratore/protagonista, sempre con l'ottica dell'ex bambino, si affaccia a opera di Michele Mari in *Tu, sanguinosa infanzia*, editore Mondadori. Qui finalmente sono i ceti colti, coltissimi della metropoli ambrosiana a trovare un portavoce di alta raffinatezza espressiva. Mari riprende il mito dell'infanzia come stagione incantata, sorretta da una pienezza di vita fantastica che l'età adulta non potrà non deludere e disperdere. Ma la fanciullezza appare al nostro scrittore anche l'epoca degli sgomenti inorriditi, delle ferite inattese e immedicabili. Tutto è già accaduto sin da allora, e di tutto va custodito gelosamente non il ricordo, ma la presenza nell'Io.

Per adempiere questo compito, questa missione, la scrittrice dovrà essere la più adulta possibile, la più sofisticata, la più iniziatica. Il dono supremo dell'animo infantile è la ricchezza trepida della sensibilità, al primo affacciarsi sull'avventura del vivere. Ecco allora il letterato espertissimo che è Mari effondere il suo amore viscerato per i giornalini a fumetti, che diedero le prime indimenticabili sollecitazioni alle sue facoltà immaginative. Insieme a essi però si fanno avanti i grandi romanzi, i classici dell'avventura.

Mari organizza una gara singolarissima, allineando otto scrittori molto diversi fra loro, e molto dispari di livello: ciò che conta è solo l'efficacia degli appelli che rivolgono all'immaginario collettivo. I nomi sono Joseph Conrad, Daniel Defoe, Jack London, Henry Melville, Edgar Allan Poe, Emilio Salgari, Robert Louis Stevenson, Jules Verne. Al termine di una serie di eliminazioni, la palma viene assegnata all'autore di *Moby Dick*, «libro impuro che travolgendo le regole è nel contempo romanzo, trattato, poema, diario di bordo, tragedia, sacra rappresentazione, ballata, quel libro che interroga incessantemente la Morte incalzandola da presso come la lancia dei ramponieri incalza l'immensa bestia;

quel libro dello squarciamento e del colamento, dell'urlo e della demenza, del tormento e della dannazione».

La salvezza sta dunque nella dedizione a una sorta di libro totale, che dice tutto quello che c'è da dire nel mondo e sul mondo. L'intellettuale moderno giunge a questa meta suprema di sapienza artistica procedendo da Mandrake Gordon l'Uomo mascherato al capitano Ahab: sempre sorvolando la meschinità del vivere quotidiano, coi suoi problemi grettamente utilitari. E ciò vuol dire trascendere il linguaggio della volgarità discorsiva, per inventare un'elocuzione totalmente artefatta, in una mescolanza di ingredienti ai limiti dell'idioletto. Mari si colloca su una linea di estrosità espressionista che ha il suo capostipite nell'ottocentesco milanesissimo Carlo Dossi.

La capitale della narrativa d'intrattenimento più diffusa si conferma capace di ospitare i maestri di un aristocraticismo stilistico rarefatto, coi loro struggimenti vertiginosi, in contrapposizione alle facilonerie del vitalismo corrivo. L'intonazione profonda di *Tu, sanguinosa infanzia* è d'indole funerea, come di un'iscrizione tombale sull'infanzia defunta. E un sentore ancor più acre di decomposizione organica spira dal recentissimo libro di Mari, *Verderame*, da leggere come una rimembranza postuma degli incubi mortuari della puerilità. Ma alla letteratura spetta anche di ammonirci sempre che degli inorridimenti di un tempo *meminisse iuvabit*.

Sogguardato nell'insieme, il quartetto dei *Bildungsroman* più rappresentativi della milanesità contemporanea conferma che la struttura del romanzo di formazione porta a illuminare trasparentemente le dinamiche di ogni regime di convivenza associativa nel suo ganglio forse di maggior delicatezza. Viene infatti esaltata la problematicità del destino dell'eroe o antieroe protagonista, sia ascesa trionfale o disfatta clamorosa. Ma naturalmente, la vicenda individuale è sempre rapportata alle accoglienze che le generazioni adulte sono disposte a concedere alle nuove leve giovanili. E i romanzi di formazione «alla milanese» rispecchiano esemplarmente i fattori di evoluzione o involuzione, allargamento spregiudicato o restrizione elitaria che si sono succeduti o intrecciati nei processi di ricambio fra le classi d'età matura e quelle sopravvenienti, differenziando i cittadini doc dai paesani, gli eredi a pieno titolo dei ceti dirigenti dagli sbandati, i *déracinés*.

MILANO
I corrieristi
in libreria
di Mauro Novelli

Accanto alla sempiterna bandiera della modernizzazione in chiave liberale, negli ultimi anni il «Corriere della Sera» ha innalzato, grazie a Oriana Fallaci e Magdi Allam, il vessillo dell'identità italiana, da riformulare e difendere. Nel frattempo l'impressionante impatto sociale dei libri di Gian Antonio Stella e Sergio Rizzo testimonia l'ascesa in Italia di un'egemonia culturale fondata per la prima volta su valori di matrice ambrosiana, su cui vale la pena di interrogarsi. Né si ferma qui l'assalto alle librerie dei corrieristi, che anzi vanno cimentandosi un po' in tutti i generi, romanzi inclusi.

Che il «Corriere della Sera» continui a funzionare come un faro per le classi dirigenti e l'opinione pubblica italiana, ce lo ricordano da un lato gli sciami di falene attirati e inceneriti qualche estate fa, dall'altro le polemiche che nel 2006 accompagnarono il fondo nel quale il direttore, Paolo Mieli, si schierò a sostegno della coalizione di centrosinistra. Né allora né adesso, peraltro, la linea assunta dal giornale mise la sordina a un'orchestra di opinionisti esterni niente affatto unanime. Tuttavia sarebbe sbrigativo ridare lustro a etichette consuete, quali terzismo o cerchiobottismo. A uno sguardo più attento, che non si arresti alle contingenze della politica, risulta facile comprendere come buona parte degli editoriali diano vento alla bandiera tradizionale della testata, vale a dire l'impulso a una modernizzazione del paese condotta su idee di stampo liberale.

In quest'ottica, la fine della Prima Repubblica ha agevolato un fruttuoso recupero della funzione di pungolo, a fronte di un panorama ritenuto sconfortante. Proprio da qui trae vigore il secondo nucleo ideologico forte veicolato dal «Corriere della Sera», inteso a riformulare e nel contempo difendere l'identità nazionale. Non occorre scartabellare tra gli interventi di Ernesto Galli Della

Loggia per verificare il peso preponderante attribuito alla questione. Le vicende dell'Italia unita sono dilagate persino nelle risposte alle lettere, affidate a Sergio Romano, che non a caso ha intitolato *Il paese delle molte storie* la scelta della rubrica approntata per Rizzoli. Mentre nelle pagine della cultura tale atteggiamento si traduce in una sistematica rivisitazione del ventennio e del periodo postbellico, in sintonia con gli interessi del vicedirettore, Pierluigi Battista, autore tra l'altro di un volume dedicato al «silenzio degli intellettuali italiani dopo il fascismo», *Cancellare le tracce*.

Siamo con ciò nei pressi di un fenomeno da rimarcare. È in primo luogo grazie ai libri – a due libri, in particolare – che nell'ultimo decennio il tema dell'identità ha preso quota, rilanciando l'egemonia culturale del «Corriere della Sera» ben al di là delle sue colonne, tra settori di pubblico poco o per nulla avvezzi alla lettura del giornale. Alludo evidentemente a *La rabbia e l'orgoglio*, di Oriana Fallaci, e a *L'orda. Quando gli albanesi eravamo noi*, di Gian Antonio Stella, incentrato sulle umiliazioni subite dagli italiani appena l'altro ieri, quando in giro per il mondo passavamo per straccioni, astuti e violenti. Come tutti sanno, però, Stella è anche autore (insieme a Sergio Rizzo) della *Casta*, dove esercita il consueto puntiglio sul versante della mancata modernizzazione. Ed è proprio *La casta* l'opera da affiancare idealmente alle invettive della Fallaci: sono questi i più squassanti, sintomatici blockbuster italiani degli anni zero, vessillo l'uno della cosiddetta antipolitica, l'altro del pregiudizio antislimico. Libri «contro», che hanno saputo intercettare stati d'animo insorgenti dal basso, tanto che la loro mancata lettura viene sbandierata come sintomo dello scollamento tra élite e gente comune.

Che poi le ultime opere della Fallaci solletichino pulsioni bieche, rispolverando paradossalmente nei confronti degli arabi stereotipi a lungo adoperati negli Stati Uniti contro gli italiani (come documenta *L'orda*), o nella pianura padana per bollare i meridionali, non cambia i termini della questione, rilanciata dagli interventi di Magdi Cristiano Allam, assegnabili al medesimo filone del paventato avvento dell'Eurabia, a dissolvere i valori occidentali, con la connivenza dei troppi intellettuali cacadubbi. Argomenti, questi, che risuonano per esempio in *Viva Israele*, mescolandosi a una vena memoriale coinvolgente, fonte di vivide rievocazioni del

quotidiano nell'Egitto di Nasser. Francamente sconcertante appare invece *Grazie Gesù*, dove Allam racconta la propria conversione al cattolicesimo, spendendo in ringraziamenti oltre quaranta pagine. Certo sono comprensibili l'entusiasmo e il desiderio di legittimazione; un po' meno la disinvoltura con cui l'autore intreccia politica e religione, dopo essersi avvicinato a Ci grazie all'agente Betulla, alias Renato Farina. Su un altro piano, risalta l'incongruenza tra gli strali riservati ai laicisti, rei di affrontare il cristianesimo con le armi della ragione e della ricostruzione storica, e le pagine in cui – per provare l'incompatibilità tra Islam e diritti umani – Allam sciorina atrocità avvenute all'epoca di Maometto, o cita brani sanguinari del Corano, proprio come farebbe Odi-freddi con la Bibbia e l'Inquisizione... Non è il caso di insistere, se non per esprimere un moto di ammirazione dinanzi alla capacità di conciliare la «sacralità della vita umana», da proteggere a ogni costo, e la difesa a spada tratta degli interventi occidentali in Iraq e Afghanistan.

Allam non è l'unico giornalista del «Corriere della Sera» a occuparsi di «jihad della parola», su cui offre un panorama complessivo Guido Olimpio in *Alqaeda.com*, dove ricostruisce con acume tecniche e tattiche informatiche della lotta al terrorismo. Ne scaturisce un modello di quanto proficuamente si possa lavorare su materiali pescati in rete, senza rifugiarsi negli assemblaggi di luoghi comuni e fonti di quarta mano che occhieggiano sulla stampa italiana. In ogni modo, non bastano tali scorciatoie e il dilagare del giornalismo *embedded* per ritenere definitivamente conclusa, come vorrebbero in molti, la stagione dei classici reportage dal fronte: lo dimostrano a tacer d'altro le traversie patite da molti inviati, rapiti o addirittura uccisi, come Maria Grazia Cutuli. Se un vecchio leone come Ettore Mo si rivolge alla memoria, nelle briose pagine raccolte in *Ma nemmeno malinconia*, vale la pena di segnalare la spregiudicatezza con cui Andrea Nicastro ha raccontato i retroscena della missione italiana in Iraq, ricavandone un volume (*Nassiriya. Bugie tra pace e guerra*) al quale è allegato un dvd con filmati girati dall'autore stesso sul teatro delle azioni.

Guerre a parte, sarebbe arduo dar conto di tutte le penne solferinesche che negli ultimi anni hanno reso un contributo agli scaffali delle librerie. Cosa pensare di fronte a un tale diluvio?

Stando alle severe considerazioni espresse giusto un secolo fa da Benedetto Croce (in *Il giornalismo e la storia della critica*), dovrebbe trattarsi di roba improvvisata, per cui occorrono «pochi scrupoli mentali» e «scarsa sensibilità estetica»; efficace e saporita se letta in colonna, scotta e deludente se riletta in volume. In realtà, fatta salva qualche arlecchinata, la qualità media appare innegabilmente alta, sostenuta da approfondite ricerche d'archivio. Su di esse si fonda il metodo di Gian Antonio Stella, tanto nella filza di ritratti satirici della classe politica italiana (aperta nel 1996 dall'irresistibile *Dio Po*), quanto nella *Casta*, che ha messo in circolo nelle vene della nazione lo storico atteggiamento ambrosiano nei confronti delle istituzioni, da sempre noto nei corridoi del «Corriere della Sera», come si evince da una lettera scritta nel 1898 dal fondatore, Eugenio Torelli Viollier, a Pasquale Villari: «Il milanese e il lombardo in genere è in Italia il popolo che più facilmente s'accende per le questioni di moralità nella vita pubblica; anzi in questa materia è propenso a malignazioni e sospetti eccessivi. Ogni lira che si spende dallo Stato inutilmente, è da ogni milanese considerata come toltagli di tasca: non c'è altro popolo che abbia più vivo il concetto del rapporto che passa fra le spese dello Stato e le fonti dell'entrate». Nel frattempo, però, la religione dei *dané* è scesa sino a incontrarsi con la sciasciana «linea della palma»: di qui il sarcastico accanimento di Stella e Rizzo verso i politicanti lombardi.

Sotteso alla denuncia delle ruberie e degli sprechi rimane l'elogio del fare, fortissimamente fare, al minor costo e il prima possibile, che sale in primo piano nell'ultimo volume licenziato dal duo, ovvero *La deriva. Perché l'Italia rischia il naufragio*. Si tratta di un attacco frontale al pubblico impiego e al sistema sindacale (già sotto il fuoco incrociato degli editorialisti), presi a emblema di un'Italia che invecchia male. Tanto più eloquente dunque il silenzio sulla piaga del precariato, alla radice del mutamento dei rapporti di forza tra le generazioni. L'obiettivo del resto è un altro: deprecare alla luce del buon senso la foresta di lacci e lacciuoli che imbrigliano ogni settore dello Stato. «Sapete che c'è? Neppure in Papuasias troviamo una situazione simile...» Dalla scuola alla giustizia, dalle infrastrutture all'energia, dagli ospedali alla politica lo schema non prevede variazioni, e agisce per accumulo, più che in profondità, giovandosi di una valanga di numeri, classifiche e per-

centuali allarmanti. Capito l'andazzo, il lettore finisce col saltabeccare qua e là, in cerca di qualche iperbole da rivendere scandalizzato in ufficio o agli amici.

Povera Italia, insomma. Al di là del qualunquismo, però, emerge da queste dinamiche una costante del carattere nazionale, che ha dettato il titolo a un altro libro di Allam, *Io amo l'Italia: ma gli italiani la amano?* Se ci si appellasse a una delle più illustri firme del «Corriere della Sera», Indro Montanelli, la risposta sarebbe inequivocabile: «Gli unici veri italiani sono gli antitaliani, cioè gli italiani che con “quella” Italia, che poi è “questa”, non ci stanno, e anche se ci restano, ci restano da stranieri». Gli italiani, si sa, sono sempre gli altri: sopra la selva di ditini alzati sfolgorano le vette dell'ipocrisia; mentre la cara, vecchia satira dei benpensanti pare divenuta merce rarissima.

Oddio, a cercare bene qualcosa si può ricavare dai libri di Beppe Severgnini, dove meno inclina al buffetto bonario verso i parvenu, sul modello di *Alpinisti ciabattoni* dell'ottocentesco Achille Cagna. Pettinate più energiche movimentano i pezzi di Aldo Cazzullo, che non risparmia l'ironia nel raccontare le contraddizioni della penisola, dove un euro su tre è di provenienza illegale, nelle case si contano più animali che figli, i poveri ingrassano e la domenica piazze e chiese si svuotano: sono tutti all'outlet, spinti dal miraggio dell'affarone, dal gusto di gabbare il prossimo. Le cronache di costume e società riunite in *Outlet Italia. Viaggio nel paese in svendita* costituiscono un riuscito aggiornamento della maniera di Giorgio Bocca, specie laddove Cazzullo si inoltra negli abissi della provincia; mentre il capitolo sulle città, Torino a parte, si affida un po' troppo ai luoghi comuni. In effetti, non è dato trovare tra i libri recenti dei corrieristi (che pure – come si è visto – ne hanno trasfuso molti umori su scenario nazionale) ricognizioni persuasive sull'evoluzione e le prospettive di Milano; a fronte dell'attivismo manifestato dalla Fondazione Corriere della Sera, che in pochi anni ha saputo ritagliarsi un ruolo di primo piano tra le istituzioni culturali cittadine, promuovendo mostre, progetti e dibattiti cruciali.

Le argomentazioni di Cazzullo muovono da un presupposto oggi universalmente accettato, per quanto logoro: ci troviamo di fronte a un rapido deteriorarsi dei rapporti sociali, in virtù di

una mercificazione sempre più soffocante. Come già si predicava ai tempi del boom, del Sessantotto, dei paninari. E come sostengono puntualmente numerosi insegnanti intervistati da Marco Imarisio in *Mal di scuola*: un reportage che ha comunque il merito di scavare al di là dei risentimenti, per entrare nello specifico dei rapporti con studenti e genitori. I peggiori nodi da sciogliere, è chiaro, stanno in questi paraggi. Lo si comprende riprendendo in mano *La famiglia in bilico*, un'esemplare inchiesta di Paolo Di Stefano, che sul tema è tornato in diversi romanzi. L'ultimo, *Nel cuore che ti cerca*, trae spunto da un noto fatto di cronaca (la segregazione di una ragazza austriaca) per focalizzarsi sui pensieri, le speranze, i sensi di colpa della paternità. Viceversa, sono i guasti di un rapporto tra madre e figlia a innervare *Il digiuno dell'anima* di Pierluigi Panza, dove il dramma dell'anoressia manda in frantumi il rigido decoro borghese del dopoguerra.

La rassegna di romanzieri targati via Solferino potrebbe continuare a lungo. In particolare, è significativo notare come famiglie e comunità siano in genere rappresentate senza smancerie, anzi nel preciso intento di illuminare quei tarli della normalità che sfuggono all'interesse dei saggisti, con speciale riguardo alla condizione femminile. Accade per esempio nei libri di Isabella Bossi Fedrigotti, come pure in *La fabbrica delle donne* di Goffredo Buccini, incisiva rappresentazione del degrado in cui vegeta un immaginario paese campano, che alle giovani operaie straniere riserva soltanto disprezzo e soprusi. In quest'ambito, è difficile trattenere un sorriso nel rilevare come le eccezioni si debbano proprio alle due punte di diamante del reparto non fiction, Oriana Fallaci e Gian Antonio Stella: feroci inquisitori di questi tempacci cupi ma inclini nel narrare all'idealizzazione del passato, sotto forma di saga familiare in *Un cappello pieno di ciliege*, di consolante elegia sull'Italia di una volta – povera ma bella, coraggiosa e altruista – in *Il maestro magro* e *La bambina, il pugile, il canguro*.

MILANO

La fucina dei fumetti

di Paolo Interdonato

Narra la leggenda che Angela Giussani abbia avuto il primo spunto creativo per «Diabolik» osservando i pendolari in transito alla Stazione Cadorna di Milano, e intuendone i nuovi bisogni di lettura. Un'affinità elettiva, ancora prima che una scelta industriale, quella tra la città e le storie disegnate? Di certo c'è stato un tempo in cui la popolazione fumettistica ambrosiana era non solo numerosa e multiforme, ma anche frutto di una politica di prodotto innovativa fino alla spregiudicatezza: «Topolino», «Tex», «Linus» significavano Mondadori, Bonelli, Giovanni Gandini. Un'età dell'oro che però non sembra aver lasciato in eredità al ventunesimo secolo un formato autoctono capace di reggere l'avanzata di manga e graphic novel.

Milano, oggi, è la capitale economica e industriale del fumetto in Italia.

Questa affermazione potrebbe apparire talmente diretta e priva di compromessi da suscitare un feroce sospetto di vetero-lombardismo. Eppure uno sguardo allo stato dell'editoria a fumetti non può che confermarla.

Le edicole sono dominate dai prodotti delle milanesi Walt Disney Company Italia («Topolino», «W.I.T.C.H.» ecc.) e Sergio Bonelli Editore («Tex», «Dylan Dog» ecc.). A seguire quelli della romana Eura («Lanciostory», «Skorpio» ecc.) e delle meneghine Astorina («Diabolik») e Edizioni Paoline («Il Giornalino»).

Anche in libreria, gli editori con le vendite migliori hanno la propria sede a Milano: Mondadori e Rcs.

Le fumetterie, negozi specializzati con una rete di distribuzione dedicata, vendono prodotti con località di origine più capillarmente distribuita sul suolo nazionale (e con centri di eccellenza a Bologna, Milano e Roma). Va però detto che i volumi di venduto in questo canale, per quanto meritevoli di attenzione, sono sicuramente meno significativi rispetto a quanto avviene nelle edicole e nelle librerie.

Milano, dunque, è oggi la capitale economica e industriale del fumetto in Italia. Ma nessuno può trovare in questa affermazione la benché minima ragione per inorgogliersi all'ombra di un campanile (o di una madonnina). La città e gli editori che in essa vivono hanno conquistato questa posizione grazie a una strana parabola storica, i cui punti salienti meritano di essere messi a fuoco.

Una fucina di idee

Nel 1936 la casa editrice milanese Mondadori aveva rilevato dal fiorentino Nerbini la testata «Topolino». Una dozzina di anni dopo, l'editore aveva acquistato una macchina per stampare il mensile «Selezione del Reader's Digest». Il prezioso macchinario rimaneva inutilizzato per lunghi periodi e allora, per ottimizzarne l'uso e ammortizzare l'investimento, si decise di modificare il formato di «Topolino» perché si adeguasse a quello di «Selezione» e, soprattutto, alla macchina da stampa. Questa modifica di dimensioni produsse una sostanziale trasformazione nei modi di produzione e di fruizione. Innanzitutto le dimensioni inducevano a rimontare il materiale d'importazione statunitense: in originale le strisce quotidiane di «Topolino» erano costituite da quattro vignette affiancate orizzontalmente e le storie tratte dai *comic books*, grazie alle maggiori dimensioni degli albi, si sviluppavano su quattro strisce per pagina.

Accanto alle storie raccordate e rimontate per rispondere al nuovo formato, si diede progressivamente nuovo impulso alla produzione autoctona. Contemporaneamente il nuovo «Topolino», con il suo formato «libretto» assai più agevole del precedente «giornale», era divenuto oggetto facilmente gestibile che poteva essere letto ovunque, anche da un pubblico adulto. In edicola, l'approntamento di una sezione idonea a ospitare un periodico a fumetti di quelle dimensioni garantì uno spazio espositivo per altre pubblicazioni che iniziarono a emularne, oltre al genere e agli stilemi grafici e narrativi, anche dimensioni e paginazione.

All'alba degli anni sessanta, uscì il primo numero della serie di «Tex» ancora oggi in edicola (la collana «Tex gigante»). Il formato con cui si presentava l'albo non era una novità. Si trattava

del frutto di una serie di approssimazioni successive grazie alle quali la famiglia Bonelli (Gianluigi, l'ideatore di Tex, la moglie Tea, prima responsabile dell'azienda, e il figlio Sergio, ideatore di Zagor e Mister No e attuale direttore della casa editrice) aveva identificato il contenitore che meglio poteva accompagnare i lettori di un'Italia che aveva rialzato il capo dalle ristrettezze più cupe. Il formato striscia, diffusosi tanto per emulare il modulo con cui venivano prodotti e apprezzati i fumetti statunitensi, quanto per minimizzare il consumo di carta, non rappresentava più lo spirito dei tempi. Un albo, dalla carta spessa e porosa, con tempi di lettura significativamente più lunghi, consentiva di sincronizzare il bisogno dei lettori e il respiro dell'avventura seriale.

Quel formato, pur producendo ritmi narrativi tradizionalmente legati alla struttura della striscia e inconsapevoli delle possibilità offerte dallo spazio della pagina intera, divenne popolarissimo e ci volle poco perché la covata iniziasse a dischiudersi.

Nel novembre del 1962 apparve in edicola il primo numero di «Diabolik», un albo per molti versi innovativo. Si trattava dell'invenzione di Angela Giussani, signora quarantenne, che aveva trascorso una quindicina d'anni osservando l'intemperanza imprenditoriale e la geniale cialtroneria del marito, l'editore Gino Sansoni. Da questa esperienza aveva tratto un'estrema consapevolezza del mondo dell'editoria, maturando la capacità di ideare un prodotto che meglio potesse esprimere l'Italia nel momento in cui il miracolo, che pareva inarrestabile e destinato a rendere il popolo italiano uniformemente più ricco, andava a infrangersi contro la congiuntura. La leggenda vuole che Angela Giussani avesse intuito, guardando i pendolari frettolosi che scendevano dai treni nella Stazione Cadorna, che non esisteva un prodotto editoriale specificamente pensato per loro. Per soddisfare questa esigenza inespressa, «Diabolik» nasceva come agile tascabile sul cui centinaio di pagine si sviluppavano storie cruente al ritmo di due vignette per pagina. Il disegno e le inquadrature erano sempre semplicissimi, spesso scontati. Ma il racconto metteva in scena un criminale privo di scrupoli che riusciva a mettere sotto scacco polizia e società. Dopo pochi mesi, nelle edicole iniziarono ad apparire i primi emuli di «Diabolik» e si scatenò una corsa – bilaterale – alle efferatezze e alle denunce.

Nell'aprile del 1965, nelle edicole italiane fece capolino una strana rivista. Il lettore che l'avesse presa in mano avrebbe immediatamente percepito quanto quel giornale fosse diverso da tutti gli altri esposti nel chiosco. Sulla copertina verde, occupata da un bambino seduto per terra che abbracciava una coperta e si ciucciava il pollice, si leggeva: «Linus, rivista dei fumetti e dell'illustrazione». La rivista, progettata e voluta dall'intellettuale e libraio milanese Giovanni Gandini, fu una rivoluzione, perché – per la prima volta – il fumetto e l'illustrazione erano collocati in una prospettiva critica, storica e sociale. Su quelle pagine, accanto al grande fumetto statunitense, si presentavano autori italiani e internazionali originali che avevano finalmente trovato uno spazio in cui esprimersi. Su quelle pagine si maturava uno sguardo che, pur mantenendosi affettuoso e appassionato, diveniva colto, consapevole della storia dei linguaggi e attento alle novità.

Tra gli anni sessanta e gli anni settanta, il «Corriere dei piccoli» – supplemento che il «Corriere della Sera» dedicava, dal 1908, ai lettori più giovani – attraversò una serie di trasformazioni. Nel 1965, il direttore Carlo Triberti guidò una metamorfosi del settimanale che consentì l'approdo di numerosi fumetti di scuola franco-belga («Gaston Lagaffe», «Michel Vaillant», «i Puffi», «Ric Roland» ecc.) e una libertà mai vista prima agli italiani Dino Battaglia, Mino Milani, Grazia Nidasio, Hugo Pratt ecc. A partire dal 1972, la rivista cambiò la propria testata (per poi riappropriarsene successivamente, garantendo un periodo di convivenza dei due titoli), diventando il «Corriere dei ragazzi», la migliore rivista destinata a un pubblico giovanile della seconda metà del ventesimo secolo.

«Linus» e il «Corriere dei ragazzi» erano le tappe preferenziali attraverso cui un adolescente poteva acquistare una fruizione colta e consapevole del fumetto.

Ancora a Milano, l'editore Andrea Corno e suo cognato Luciano Secchi gestivano una casa editrice che sembrava progettata appositamente per osservare la concorrenza ed emularne le innovazioni: sulla scia del successo di «Diabolik», l'Editoriale Corno aveva varato «Kriminal» e «Satanik»; osservando la composizione di «Linus», aveva allestito la rivista «Eureka». L'analisi di mercato attenta e vorace non era confinata ai soli chioschi nazionali. Poteva attraversare l'oceano. A partire dal 1970 la casa editrice iniziò a

presentare, per prima con continuità, le serie dei supereroi Marvel: «L'Uomo Ragno», «Devil», «Thor», «I Fantastici Quattro», «Capitan America» ecc.

Grazie a questa fucina di talenti editoriali capaci di sfornare prodotti diversissimi e innovativi e, con essi, di modificare la forma del mercato, Milano poteva dirsi realmente capitale del fumetto. Non era certo l'unico posto in cui se ne producevano (o se ne producevano di buona qualità), ma era la città in cui accadevano le cose importanti.

Poi, quasi inaspettati, arrivarono gli anni ottanta.

La ballata delle occasioni perdute

I due fenomeni commerciali che attraversano con maggior vigore il mercato del fumetto negli ultimi vent'anni sono l'importazione del manga, il fumetto giapponese, e il diffondersi del *graphic novel*, il romanzo a fumetti.

Le prime iniziative di pubblicazione sistematica e molto visibile di prodotti che afferissero a queste tendenze sono avvenuti a Milano e, come vedremo, con un anticipo sui tempi quasi affascinante: ma spesso si è trattato di occasioni mancate, nel senso che non hanno consentito all'editoria meneghina di trarre vantaggi consistenti e di lungo periodo.

Nel novembre del 1979 apparve in edicola, per le edizioni Fabbri, il primo numero del settimanale «Il Grande Mazinga». Si trattava di un albo spillato di 32 pagine al cui interno apparivano, colorate per il mercato italiano, le avventure di uno dei robot giganteschi più amati in Giappone e in Italia (grazie alla serie di cartoni animati). La corsa si interruppe venticinque numeri dopo, all'esaurirsi del materiale originale, nel luglio del 1980.

Il presumibile successo della testata fece sì che la pubblicazione di quel primo manga non rimanesse un evento isolato. All'inizio del settembre 1980, apparve in edicola il primo numero di un altro settimanale dedicato a una delle serie televisive più amate: «Candy Candy». Il formato, inizialmente, era identico a quello di «Mazinga»: nelle 32 pagine spillate si potevano leggere le puntate del fumetto giapponese adattato al mercato italiano e colorato per-

ché lo scollamento visivo dalla serie televisiva non fosse troppo forte. Dopo qualche mese, la foliazione del settimanale aumentò – arrivando a 48 pagine – e l’offerta per le giovani lettrici si arricchì di rubriche. Nel numero 77 fu pubblicato l’ultimo episodio della serie del manga, ma il successo del settimanale era ormai tale da indurre l’editore a non chiudere la testata. Da quel momento, sulle pagine del periodico iniziarono ad apparire nuove storie dell’eroina giapponese realizzate da autori italiani. A queste avventure inedite furono affiancati altri manga, adattati e colorati («Luna», «Georgie», «Lady Oscar» ecc.), e nuove rubriche: la foliazione del settimanale aumentò ancora. Il periodico rimase in edicola per oltre un lustro, modificando più volte contenuti, numero di pagine e testata (prima «Candy Candy TV Junior» e poi «Candy issima»). Chiuse, col numero 326, nel dicembre 1986.

La vicenda delle pubblicazioni Fabbri è una spia importante, sebbene spesso dimenticata, della parabola milanese dell’industria fumettistica. È interessante osservare come l’importazione di manga a opera di Fabbri fosse improntata alla volontà di assecondare i gusti di un pubblico che sentiva la fascinazione per i cartoni animati importati dal Giappone, grazie all’impetuosa offerta televisiva garantita dall’ingresso sulla scena delle emittenti private commerciali. Si trattava di un’operazione condotta con spirito squisitamente emulativo che traeva la propria linfa vitale dalla popolarità dei personaggi e non cercava in alcun modo di andare oltre la superficie: capire le formule narrative e la struttura del manga. L’operazione di Fabbri venne emulata da altri editori e le edicole iniziarono a riempirsi di albi che raccoglievano gli adattamenti autoctoni dei cartoni animati più popolari. Ma la tendenza finì per esaurirsi prima che gli anni ottanta si fossero conclusi.

Per avere una vera ondata di manga in Italia, si dovrà aspettare che la prima generazione di telespettatori di cartoni animati nipponici raggiungesse l’età sufficiente a varcare le soglie delle case editrici per progettare prodotti editoriali: albi destinati a un pubblico che, pur amando l’animazione, riconoscesse al manga autonomia espressiva. E ciò avvenne, fuori Milano e con un significativo punto di aggregazione a Bologna, all’inizio degli anni novanta.

Nel 1983, «Linus» era una rivista di piccole dimensioni che aveva perso la guida di Oreste Del Buono, allontanatosi dalla

Rizzoli nel luglio del 1981. Sul finire dell'anno, grazie all'attenta mediazione dell'agenzia Storiestrisce, venne allegato al mensile un albo spillato in bianco e nero. Si trattava della prima puntata di *Maus* di Art Spiegelman. L'edizione italiana fu la prima traduzione mondiale dell'importante opera dell'autore newyorkese. Fino a quel momento il racconto delle memorie paterne degli orrori nazisti, mascherato da fumetto di animali antropomorfi, era apparso solo su «Raw», la rivista che Spiegelman autoproduceva negli Stati Uniti. *Maus* sarebbe stato raccolto in volume solo nel 1986, anno in cui – grazie all'uscita di questo libro e del *Ritorno del cavaliere oscuro* di Frank Miller e al loro straordinario impatto estetico e commerciale – si può datare la nascita del *graphic novel* come classe merceologica.

Nonostante la lungimiranza dimostrata nell'intercettare il fenomeno nascente, «Linus» e Rizzoli non riuscirono a cavalcare il fenomeno e i volumi (numerosi e spesso di notevole qualità) pubblicati sotto il marchio Milano Libri continuarono a essere posizionati accanto al settore «satira e umorismo» e a essere venduti come fumetti o, nella migliore delle ipotesi, come strenne.

Per osservare progetti capaci di inventare una sezione dedicata al romanzo a fumetti nelle librerie italiane avremmo dovuto aspettare gli anni duemila e, ancora una volta, allontanarci da Milano.

Mercato e formato: una relazione sbiadita

Esauritosi il periodo in cui Milano riusciva a essere uno dei centri di progettazione dei formati editoriali e di produzione delle opere tra i più interessanti su scala mondiale, alla città è rimasto il dubbio beneficio di essere la sede degli editori commercialmente più rilevanti.

Il fatto che Milano abbia cessato la propria funzione di propellente ideativo del fumetto non ha prodotto – purtroppo – una traslazione altrove del motore delle idee. Oggi, in Italia, non esiste un'area geografica in cui si concentrino gli editori capaci di sperimentare, innovare e percepire i bisogni del pubblico del fumetto stampato (cioè quello per cui è ancora necessaria una sede fisicamente locata in una città – altro discorso e altre analisi meri-

terebbero i fenomeni di presenza digitale che stanno rendendo evanescente il concetto di centro produttivo).

Questa assenza è frutto di una traiettoria storica che ha portato l'Italia a non avere – come capita invece negli altri paesi in cui il fumetto ha un mercato consolidato – un formato nazionale capace di assecondare le esigenze dei pubblici più diversi.

Negli altri stati esistono formati dominanti che, nonostante la presenza di nuovi moduli commerciali (tipicamente l'albo manga e il *graphic novel*), riescono a offrire ancora oggi opere innovative e di successo (e, qualche volta, i due attributi riescono a convergere sul medesimo prodotto editoriale). E la ragione per cui questi formati non esauriscono la loro vitalità è che essi ospitano contenuti eterogenei: non esauriscono la loro funzione nell'ambito di un unico genere.

Il *tankobon* in Giappone, l'*album* in Francia e il *comic book* negli Usa sono pronti ad affiancare ai generi dominanti infinite variazioni, offrendo così agli autori, agli editori, ai commercianti e, soprattutto, ai lettori la possibilità di agire sui prodotti più diversi, capaci di toccare corde e sensibilità individuali distantissime.

In Italia un formato nazionale con quelle caratteristiche non esiste. Quasi tutti i moduli editoriali progettati nella seconda metà del ventesimo secolo o sono scomparsi («Corriere dei ragazzi») o sono collassati su un'unica testata («Topolino» e «Diabolik»). L'unico formato che è ancora visibilmente presente in edicola è il «bonelliano», bramato e imitato ma anche sempre meno seguito dai lettori. Ed è estremamente interessante osservare l'omogeneità del racconto che esprime. Quel formato – cui afferiscono stilemi narrativi, processi produttivi e modi di consumo assai codificati – è vittima di se stesso. È capace di raccontare solo le storie per cui i suoi ideatori originari lo hanno progettato: l'avventura alla maniera di Gianluigi Bonelli arricchita dalla mescolanza di generi della letteratura popolare in accordo agli insegnamenti di Sergio Bonelli.

E questo anche quando il marchio in copertina non è quello dell'editore milanese.

NAPOLI
Ipernapoli,
Infernapioli, Eternapioli
di Mario Barenghi

All'ombra del Vesuvio e alle spalle del Golfo, Napoli ha una natura ctonia, tellurica, viscerale: ogni viaggio al centro della città presuppone l'immersione e l'inabissarsi. Il confronto romanzesco con le profondità della vita partenopea può declinarsi come testimonianza oggettiva o come racconto espressionista, ma mantiene in ogni caso le sue radici di inevitabilità. Le impennate fantastiche, trimalcionesche e funerarie che cadenzano la narrativa visionaria dei romanzi di Montesano trovano un inatteso corrispettivo nella tetralogia degli addii firmata da Rea, in cui l'inchiesta trascolora nella fiction mano a mano che si confronta con l'infernale e il sotterraneo.

Nei titoli della narrativa italiana contemporanea nessun aggettivo, nessun sostantivo ricorrono con la frequenza di «napoletano» e «Napoli». Napoli è la città più fatale d'Italia. Per un verso o per l'altro, l'esservi nato o cresciuto viene vissuto come un destino: come una circostanza con la quale occorre fare i conti, anzi, con cui non si è finito di fare i conti mai, che si decida di rimanervi, di andarsene, ovvero di farvi sia pur provvisoriamente ritorno. A giudicare dagli ultimi sessant'anni, un romanziere può essere milanese, romano, toscano, perfino veneto, quasi per caso – cioè senza avvertire il bisogno di mettere direttamente a tema la propria provenienza. Napoletano (o siciliano) no. Certo, c'è anche chi prova a ridurre Napoli a un contesto urbano normale, a una scenografia non inerte ma nemmeno imprescindibile: così per esempio il Massimiliano Virgilio di *Più male che altro* (uno degli esordi più interessanti del 2008). E può capitare che uno scrittore, dopo essersi lungamente misurato e starei per dire accapigliato con la napoletanità, cerchi in qualche misura di affrancarsene: il caso più istruttivo è quello di Peppe Lanzetta. La norma, tuttavia, è che a Napoli non ci si sottrae facilmente. Non si sfugge dall'ombra del Vesuvio, dal respiro del Golfo (o del «mare guasto»), per ci-

tare un titolo di Maurizio Braucci), e ancor più dagli influssi segreti del suolo e del sottosuolo, che emanano da promiscue sedimentazioni storiche, psicologiche, urbanistiche, piroclastiche. Sia pure per amor di paradosso, si può insinuare che Napoli in verità non sia una città marina: lo fece Anna Maria Ortese con il suo libro più celebre e seminale (*Il mare non bagna Napoli*, 1953), a modo suo l'ha fatto di recente Ermanno Rea, che in *Napoli Ferrovia* parla a lungo di un «furto del mare», simboleggiato dallo sfregio edilizio che negli anni cinquanta precluse a piazza Mercato la visuale del porto. Ma che Napoli sia una città ctonia, tellurica, e perciò viscerale e sibillina, è fuori discussione: la profondità, in tutte le accezioni possibili, è l'attributo che la contraddistingue. Lo aveva ben imparato a proprie spese Andreuccio da Perugia, eroe d'una delle più note novelle del *Decameron* (II, V), che casca giù nel chiassetto, viene calato nel pozzo, entra dentro l'arca – e non vede il mare. Ogni vera esplorazione della realtà partenopea esige che ci si immerga o ci si inabissi.

In prima approssimazione, chi lo fa sceglie fra due possibili equipaggiamenti. Il primo comprende tutto l'armamentario del resocontista, dal taccuino degli appunti al registratore, e mira a documentare una serie precisa di fatti o un ambito spaziale definito. Il secondo si identifica con l'abito del *flâneur*, che non ha un obiettivo preciso ma vaga e osserva, senza programmi, esercitando l'acume del suo sguardo su quanto gli capita davanti. Da queste due attitudini derivano altrettante strategie stilistiche, due opzioni di gusto, che interpretano in maniera diversa una medesima istanza realistica. Il fine è uno: rappresentare Napoli. Le vie – almeno in prima approssimazione – divergono: da un lato la cronistoria oggettiva, l'inchiesta sociologica in forma di testimonianza vissuta, dall'altro il racconto a forte coloritura espressionista, l'interpretazione in chiave umoristico-grottesca, a volte spinta ai limiti dell'iperbole visionaria. Gli autori che meglio esemplificano queste due tendenze sono, rispettivamente, Ermanno Rea e Giuseppe Montesano. A Rea, ormai felicemente approdato alla soglia degli ottant'anni, dobbiamo quattro opere che compongono una sorta di tetralogia degli addii: *L'ultima lezione*, *Mistero napoletano*, *La dismissione* e *Napoli Ferrovia*, che raccontano, nell'ordine, la misteriosa scomparsa dell'economista Federico Caffè, il suicidio del-

la cronista dell'«Unità» Francesca Spada, lo smantellamento dell'acciaieria di Bagnoli e la breve amicizia con uno straniero che guida lo scrittore alla scoperta della «sua» (e non più sua) città. Ognuna di queste storie presenta un enigma da risolvere, un distacco da consumare, un lutto che non viene elaborato. E se il rapporto ambivalente con il luogo natale è un dato originario e un *leitmotiv*, man mano che il tempo passa si direbbe che il coinvolgimento dell'autore cresce, fino al culmine di *Napoli Ferrovia*.

Rea nasce giornalista, e il genere narrativo che pratica è quello del romanzo-documento, del *non fiction novel*. Stando alle sue dichiarazioni (ma non si fatica a credergli), nulla di quanto racconta è inventato. In questo modo è riuscito a scrivere quello che è da considerare uno dei non moltissimi esempi di «letteratura industriale» di sicura durata. *La dimissione* è il resoconto della fine del sogno industriale di Napoli, scritto in prima persona da un tecnico dell'Ilva incaricato di smontare la colata continua dell'acciaieria, dismessa appunto, e acquistata dai cinesi. L'uomo, appassionato del proprio mestiere, legato a quei macchinari come può esserlo solo chi ha coltivato l'etica del lavoro come una rivendicazione orgogliosa di identità in opposizione ai luoghi comuni, ai pregiudizi, ai vizi atavici veri o inventati (Bagnoli come «controcortina» di Napoli), ottempera alla penosa incombenza con lo scrupolo di sempre; e, paradossalmente, compie così il proprio capolavoro professionale. In una breve prefazione l'autore spiega la genesi del libro: una lunga serie di colloqui con un tecnico dell'Ilva, rielaborati in forma di narrazione «vagamente epistolare» in cui il protagonista, Vincenzo Buonocore, gli racconta la vicenda. In *Napoli Ferrovia* la dimensione dialogica acquista invece un rilievo strutturale, anche perché tema del racconto non è più un evento di oggettiva rilevanza sociale ed economica, cronologicamente e cronisticamente circoscritto, bensì qualcosa di più vago e sfuggente: l'identità della zona di Napoli adiacente alla stazione, dove cova, impercettibile agli sguardi distratti, la natura profonda della città. Il narratore, che vi ha abitato in anni lontani, torna ora a esplorarla sotto la guida di un venezuelano soprannominato Caracas, figlio di emigranti, rientrato in Italia all'età di sedici anni. Caracas, che viene presentato a Rea come un naziskin, professa idee di destra, tra cui un tenace e virulento antisemitismo. Tuttavia nutre sentimenti

di sincera solidarietà nei confronti degli emarginati, degli stranieri, dei «vinti»; tant'è che decide di convertirsi all'Islam per condividere la fede dei diseredati e degli esclusi.

Una strana coppia, senza dubbio. Ma fra l'intellettuale politicamente orientato a sinistra («una cariatide comunista»), fuggito da Napoli cinquant'anni prima, e il rinaturalizzato partenopeo dalla testa rasata che fraternizza con i derelitti e idoleggia Yukio Mishima, si stringe un singolare sodalizio. «Scendo con lui nell'inferno, e lui me lo spiega, mostrandomelo come lo vede con i suoi occhi: senza rancore per nessuno, disprezzo per nessuno, gelosia per nessuno.» Caracas è il Virgilio ideale per scoprire l'essenza segreta di Napoli: «Questa è una città-spugna, capace di apporre il proprio sigillo su ogni importazione, di ridurre alla propria misura chiunque la scelga per casa; questa è una città che inghiotte, metabolizza fingendo di farsi essa straniera via via che integra lo straniero, lo divora. Perciò la mia piazza di oggi non è troppo dissimile da quella di ieri, perfino le voci si rassomigliano, e può accadere anche che il nigeriano gridi al nigeriano – “ma tu che cazzo vvuo'?” – con una inflessione di parlata, una voce, come provenisse diretta dalle viscere della città». Ma al riconoscimento di permanenza («Napoli in fondo è sempre la stessa») si alternano considerazioni di segno diverso: un sentimento di soggettiva estraneità («Ormai io sono uno straniero, anzi un rinnegato che si è fatto straniero»), e soprattutto un'imputazione oggettiva di stravolgimento. Man mano che la confidenza aumenta, i due si raccontano la propria vita. Se l'esistenza di Caracas è stata segnata dal disperato amore per una ragazza inghiottita dall'eroina, quella di Rea è la storia di una famiglia appartenente alla piccola borghesia cittadina (il padre aveva un negozio di vernici) che ha visto Napoli defraudata della sua antichissima vocazione commerciale e marittima: il furto del mare di cui sopra si diceva, dovuto in massima parte all'installazione a Napoli della Sesta flotta americana.

Anche il regime discorsivo è contraddistinto da una tensione fra due poli. L'istanza documentaria è contrastata dalla tendenza a filtrare la realtà attraverso ricordi, evocazioni, associazioni. Nel candore e nell'afflato umano di Caracas il narratore ravvisa i tratti dell'amico Luigi Incoronato, morto suicida nel 1962, e autore di un libro, *Scala a San Potito*, che da parte sua appare ormai

consustanziato a quel dettaglio del paesaggio cittadino. Alla realtà presente di Napoli si sovrappongono dunque le rappresentazioni della città stratificate nella memoria personale e collettiva: la profondità spaziale si riproduce nella profondità del tempo. L'acme visionario viene raggiunto quando lo scrittore si convince che suo padre, vecchio comunista, scomparso da molti anni, ha in qualche modo incontrato il mite e cocciuto naziskin, ed è riuscito a intendersi con lui. Ma lo scarto più vistoso avviene nel finale. Raccolto tutto il materiale che gli occorre, Rea lascia di nuovo Napoli e comincia a inviare a Caracas quanto scrive. Dopo l'entusiasmo iniziale Caracas non solo cessa di rispondere, ma sparisce (come Federico Caffè) senza lasciare traccia. «Caracas aveva deciso improvvisamente – per disgusto o paura o vergogna, chissà – di dissociarsi dal racconto, di uscire dal gioco, trasformando un libro-verità in un libro-fantasia se non in un libro-menzogna.» L'inchiesta è diventata un romanzo: la persona in carne e ossa è diventata un personaggio letterario, e con lui il poligono della Ferrovia, piazza Garibaldi, Napoli tutta.

Romanzi, senza dubbi di sorta, sono i libri che hanno imposto Giuseppe Montesano come uno dei narratori più validi della generazione che ha esordito negli anni novanta. Montesano mette in scena vicende inventate e personaggi dalla fisionomia quasi caricaturale: così per esempio il gruppo di trentenni sfaccendati di *Nel corpo di Napoli* che discettano di poesia e filosofia illudendosi di essere sulla via per scoprire «la verità» e nel frattempo si fanno mantenere dai genitori, sempre più insofferenti per la scioperataggine dei figli («'e ppatane so' bbone cotte», le patate sono buone cotte, ripete sarcastico il padre d'uno di loro). «Nel corpo di Napoli», ossia nel sottosuolo, nelle fognature, li conduce uno scalcinato esoterista/teosofo, marito di una specie di donna-cannone dalle virtù medianiche, per scoprire il luogo misterioso, presso la fossa comune della pestilenza del 1656, dove si è venuta accumulando nei secoli successivi tutta l'«energia della sopravvivenza» che la città ha sprecato. Ovviamente la ricerca non va a buon fine, e una volta dissipato in banchetti luculliani il denaro di un'inattesa eredità i protagonisti si riducono ad accettare ogni sorta di compromessi, rinunciando alle velleità intellettuali e sottomettendosi alla dura legge della necessità economica. Ne usciran-

no trionfatori in due: un prete torbido e manesco, che capeggia un gruppo di cattolici reazionari, e un amico senza scrupoli, connivente con la criminalità organizzata e titolare di un'impresa di costruzioni funebri. Fra i suoi progetti, la creazione di una necropoli sotterranea profonda centodieci metri, sovrastata da un centro residenziale: i vivi sopra, i morti sotto, massimo risparmio possibile di spazio. Ancora più sbrigliata l'invenzione che ispira *Di questa vita menzognera*, titolo tratto da una poesia di Blok. Anche qui torna la figura del presuntuoso dandy intellettuale, regolarmente e crudelmente ridicolizzato; ma ora in primo piano è la genia dei vincenti, una famiglia camorrista di ricchezza, arroganza e volgarità egualmente smisurate, che mette mano al progetto di trasformare Napoli in una specie di teatro permanente – «Eternapoli» – dove la città mette in scena se stessa, storia, tradizioni, cliché. Particolarmente efficace la scena conclusiva, con uno sparuto manipolo di dissidenti in fuga, durante un indiavolato delirio carnascialesco, tra il Tempio dei Dioscuri ricostruito con il frontone in plastica e Ferdinando di Borbone che mangia gli spaghetti al sugo con le mani, tra i seguaci di Masaniello in rivolta e i sanfedisti che impiccano (per finta?) Eleonora Fonseca Pimentel, mentre la città, violentata da mille dissennati cantieri, comincia a sprofondare nel sottosuolo.

Eppure al fondo di questo tumultuoso e sghignazzante incubo c'è pur sempre il desiderio – l'ossessione – di afferrare la realtà della Napoli com'è oggi. Una città degradata e caotica, che rischia di dissolversi in un'indistinta e immemore conurbazione dilagante fino a Salerno, fino a Caserta – e allora i tesori d'arte, definitivamente avulsi dall'identità urbana, potrebbero davvero essere svenduti ai malviventi facoltosi, come ipotizza *Di questa vita menzognera*. Nessuna soluzione di continuità, insomma, tra le impenate fantastiche, trimalcionesche e funerarie dei romanzi di Montesano (dove un ruolo cruciale è sempre giocato dal cibo, dai rifiuti e dai cadaveri) e l'operazione di *Napoli assediata*, firmata da Montesano stesso e da Vincenzo Trione: una raccolta di testi, immagini e racconti dedicati all'Asse mediano, il raccordo autostradale che attraversa da ovest a est la periferia napoletana attraversando i comuni a più alta densità camorristica. In particolare le immagini del gruppo degli Underworld, tratte da una videoinstallazione allestita intenzionalmente con telecamere amatoriali, pro-

pongono la stessa emulsione di allucinazione e realtà delle pagine più cupe di Montesano. Una sterminata e oscena Ipernapoli, che presto, se niente cambierà, «sarà solo, tutta, una immensa Infernapoli». Dunque, uno slittamento speculare a quello dei libri di Rea: una narrativa visionaria in cui l'impressione di irrealtà altro non è che un effetto della fissità sgomenta dello sguardo sul mondo.

NAPOLI
Fuori e dentro
il cuore di mamma Napoli
di Gianni Turchetta

Gli scrittori napoletani sembrano avere un rapporto insieme controverso e irriducibile con la propria identità geografica e culturale. Ma per le scrittrici questo legame è ulteriormente complicato dalla tendenza a fare della città una madre simbolica, con cui è impossibile non identificarsi, ma che spesso si vorrebbe rifiutare. Parlare di Napoli significa parlare anche della condizione della donna meridionale: una condizione che resta molto difficile, tanto più negli ultimi anni di accelerato, drammatico degrado. Voci molto diverse appaiono così accomunate dall'esigenza di una ferma critica del presente; ma pure riaffermano, con la vitalità della propria città, la forza della speranza.

La napoletanità, comunque vissuta, è una dimensione a cui è particolarmente difficile sfuggire. Non importa più di tanto che si continui a vivere a Napoli, o che si viva altrove, magari proprio per fuggire da Napoli; e non importa tanto neppure che si scelga di rappresentare Napoli, o di parlare d'altro, che Napoli resti sullo sfondo o che la si ponga al centro della rappresentazione: dovunque si vada, comunque la si metta, Napoli è sempre lì, spunta da tutte le parti, e non la si può ignorare. Il rapporto intenso e controverso con la propria identità, del resto ribadita a ogni passo, si manifesta anzitutto nell'intreccio fra la diffusa, irresistibile voglia di scappare e l'insopprimibile spinta a restare, o almeno a continuare a raccontare Napoli anche e proprio perché la si è lasciata. Molti sono quelli che se ne sono andati, spesso ancora giovani: penso, fra gli scrittori delle generazioni recenti, a Erri De Luca o a Elena Ferrante. Senza contare che, negli anni tremendi che ci troviamo a vivere, proprio chi resta è costretto a parlare di una Napoli impoverita, invivibile e declinante: con il conseguente paradosso di ritrovarsi a raccontare Napoli con nostalgia lacerante proprio mentre ci si continua a vivere. Peraltro, accanto a questa tensione di fondo si può aggiungere il disagio con cui viene quasi

sempre vissuta proprio l'etichetta di «scrittore napoletano», che peraltro postula (cosa tutt'altro che scontata) l'esistenza di una letteratura napoletana. Non ne parlerò ora; ma vorrei segnalare almeno un denso volume, pubblicato da un piccolo editore salernitano, dedicato proprio alla rappresentazione di Napoli da parte degli scrittori, napoletani e non solo: Mario Prisco, *La città verticale. Napoli nella letteratura dagli ultimi decenni dell'Ottocento al nuovo millennio* (2006).

Per le scrittrici di sesso femminile il rapporto con la città si complica ulteriormente, e di molto. Anzitutto, è chiaro che la città natale si configura come il luogo primario di attualizzazione di un'antichissima, mai superata subordinazione della donna al dominio maschile, percepito con risentimento al tempo stesso atavico e modernissimo. Non a caso, quasi tutte le scrittrici napoletane rievocano, con amara ironia, il senso di frustrazione dei loro padri napoletani quando apprendono che nascerà una figlia: che fatalmente si ritroverà, prima inconsciamente poi consapevolmente, a conquistare la propria identità a partire da un senso di inadeguatezza, da un'insicurezza gravida di bisogno di rivalsa. Ma l'amore impossibile verso la città/patria si sovrappone all'identificazione simbolica, quasi sempre del tutto esplicita, con la città/madre: un'identificazione elevata al quadrato, e caricata di ulteriori ambivalenze, dal fatto che la scrittrice può essere a sua volta madre. Mi limiterò a citare poche battute dall'*Ipotesi di intervista laconica* (2003, edizione ampliata 2007) non rilasciata dalla Ferrante ad Annamaria Guadagni: «È sbagliato pensare che la madre dell'*Amore molesto* fa tutt'uno con Napoli?». / «Credo di no.» / «Lei è fuggita da Napoli?» / «Sì» (in *La frantumaglia*, 2007).

Un'analogia duplicità di sentimenti, tra invincibile fastidio e quasi fatale dipendenza, si ripropone, significativamente, anche nel rapporto con il dialetto: non a caso, molto spesso le scrittrici napoletane sottolineano le ragioni, viscerali o argomentate, per cui i loro personaggi (specie le protagoniste femminili) scelgono di usare o non usare il dialetto. Inoltre, come e più dei loro colleghi maschi, si mostrano ossessionate dall'esigenza di rifiutare la Napoli mitizzata, cioè mistificata, della tradizione, irrigidita nella micidiale congiunzione di comicità e sentimentalismo, per dare corpo e spazio a una Napoli senza illusioni, spesso programmatica-

mente sgradevole, persino insopportabile (Ortese *docet*). La contrapposizione fra *Le due Napoli*, per riprendere ancora il titolo di un saggio giustamente celebre su don Mimì Rea, è insomma più che mai attuale.

In modo esplicito o implicito, fa continuamente riferimento a Napoli *La Via* (2008), l'ultimo romanzo (ma ce n'è un altro incompiuto) di Fabrizia Ramondino, scomparsa tragicamente nel giugno 2008 nel mare che aveva sempre tanto amato. In prima approssimazione, *La Via* è tutto imperniato sulla figura del suo anonimo narratore, un marinaio, convalescente e zoppicante dopo un misterioso incidente, che trascorre qualche mese di convalescenza ad Acraia, immaginario paese dell'entroterra meridionale, quasi un Macondo del Sud Italia. Se l'uomo di mare è figura di sradicamento, cioè di solitudine ed emarginazione, ma anche di libertà, di una mancanza di legami che è mancanza di vincoli, il mondo di Acraia, carico di residui arcaici e al tempo stesso stravolto da un forsennato processo di modernizzazione, rimanda esplicitamente a Napoli, ma vuole soprattutto farsi simbolo di una più generale condizione meridionale, che non smette di alludere all'Italia *tout court*. La Ramondino dedica una costante, strenua attenzione alla materialità della vita, a una quotidianità nella quale il mangiare e la convivialità rivestono un interesse decisivo. Il percorso del narratore, claudicante *flâneur* di una città che non riesce a essere davvero una città, si costella così di incontri a pranzo o a cena, nei quali saranno gli altri personaggi a prendere volta a volta la parola, dando vita a una piccola folla di narratori orali di secondo grado, che trasmettono non soltanto storie, ma esperienze di vita: proprio come ci ricordava Benjamin, nel suo memorabile saggio sul *Viaggiatore incantato* di Leskov. Le voci dei narratori si sovrappongono senza sosta le une alle altre, e il flusso continuo delle storie va a stipare la pagina quasi senza soluzione di continuità. *La Via* appare così anche come un'apoteosi del narrare, tempo privilegiato di una possibile verità, se non addirittura della rivelazione, tempo della pausa e dell'incontro, sottratto alle convulsioni di un'esistenza sempre più incanalata in un movimento frenetico: quello della Via, appunto.

La curiosità del narratore, o la petulanza importuna di chi vuole raccontargli storie anche quando lui è stanco e annoiato, dà

così luogo per certi versi a una vibrante elegia per un mondo che non c'è più, e per l'impossibile epica che potrebbe narrarlo: lo testimonia, fra le altre cose, l'esibito arcaismo dei nomi dei personaggi (Teodosio, Onofrio, Orso, Eusebia, Bartolomeo), che ribadisce quello, implicito nell'evidente anagramma, o quasi, del luogo: Acraia, arcaica. I personaggi lamentano in continuazione la pochezza arida e approssimativa del presente, a fronte di un passato dove tutto poteva essere arte, anche il furto. D'altro canto, *La Via* mette in scena una società ancora familistica e patriarcale, in cui rigide regole di esclusione e di controllo consentono tuttavia, o piuttosto creano, clientelismi, imbrogli, vendette: siamo, insomma, di fronte a un mondo violento e ingiusto, per il quale non è possibile avere indulgenza. Forse passato e presente continuano a manifestare una stessa legge di violenza, cui parrebbe rimandare il susseguirsi senza interruzione delle guerre, dalla battaglia di Cassino, che i protagonisti hanno vissuto direttamente e ossessivamente ricordano, a quelle della ex Jugoslavia. L'intrecciarsi consapevolmente disordinato delle storie trova un suo centro di gravità in una misteriosa figura femminile: donna Rosita, con la quale tutti hanno a che fare, ma che nessuno è ben sicuro di avere visto (neanche chi ci è andato a letto insieme...). Donna Rosita si è creata un enorme potere sfruttando il proprio fascino femminile, e ha dedicato tutta la vita a fare degli uomini «burattini» nelle sue mani; ma lo ha fatto per vendicarsi del padre, deluso dal fatto che gli fosse nata una figlia femmina: «Mamma non ha sgarrato certo, ma quando sono nata io, dopo parecchi anni di matrimonio... mio padre, mi hanno raccontato, le diceva sempre "manco a fare un figlio sei buona" ... e così, quando finalmente sono nata io, lui che le ha detto? "E ora una femmina mi hai fatto?" ... Questo le ha detto! Come se fossi stata un mostro, un animale...».

L'ossessione della maternità, e del rapporto madre-figlia, è al centro dell'opera di Elena Ferrante, dal folgorante esordio di *L'amore molesto* a *La figlia oscura* (2006), che la riconferma tra gli scrittori di maggior personalità della nostra narrativa recente. Nessuno come la Ferrante mette in scena l'ambivalenza verso la propria città, e verso la propria nazione: di lei sappiamo ben poco, ma è certo che ha lasciato Napoli presto, che vive all'estero da molti anni, che si occupa di letterature straniere. Con straordina-

ria consequenzialità, e non comune coraggio, la Ferrante è stata capace di spingere il proprio disagio verso una possibile identità, napoletana o quant'altro, fino al punto di cancellare la propria identità biografica: facendosi forte della convinzione (invero assai fondata) che «i libri non abbiano alcun bisogno degli autori, una volta che siano stati scritti» (*Il dono della Befana*, in *La frantumaglia*). In *La figlia oscura* la narratrice, un po' come il marinaio della Ramondino, va in vacanza, ritrovandosi senza vincoli e in qualche modo spaesata: ma proprio la condizione di estraneità favorirà il riconoscimento inatteso di una somiglianza, di una parentela esistenziale. Per essere più precisi, la narratrice e protagonista ricostruisce in analesi una vicenda recente, al tempo stesso drammatica e insensata, tanto da sfiorare il grottesco, o meglio il «quasi buffo». Leda, questo il suo nome (più o meno anagramma della Delia di *L'amore molesto*), è una madre che si ritrova lontana dalle figlie, ormai più che ventenni, che vanno a vivere con il padre: pensa di soffrirne, ma si ritrova invece, con sua sorpresa, «leggera», e decide di andare per un po' al mare. Sulla spiaggia nota una giovane madre che sta vicina alla propria figlia di pochi anni: in Nina, la giovane donna, Leda rivede se stessa madre, ma nella bimba (che si chiama Elena, come l'autrice, o meglio come il suo doppio pubblico) rivede se stessa figlia; inoltre, la bimba ha una bambola, nei confronti della quale assume evidentemente atteggiamenti materni. Il cerchio così si chiude, o piuttosto si moltiplica e riproduce all'infinito. Leda si riconosce in Nina anche perché la vede «anomala», non integrata con la folla invadente, amorosa e gelosa, chiassosa e rissosa, dei suoi parenti, guarda caso napoletani: una folla da cui Nina vorrebbe, forse, scappare.

Ancora una volta, il meccanismo di identificazione s'intreccia con il riconoscimento, sì, di una condizione materna e filiale, ma anche, visibilmente, di una comune napoletanità: evidentemente rifiutata e pure non meno evidentemente irriducibile. E ancora una volta il rapporto controverso con la propria identità s'intreccia con la questione del dialetto: nel libro ci sono infatti molte osservazioni che rimandano all'uso, o al non uso, o all'uso corretto del dialetto napoletano. Né possiamo dimenticare fino a che punto la Ferrante sia sensibile al nesso tra nomi e identità, sia

pure nascosta: ce lo mostra, in *La figlia oscura*, l'autentico labirinto ecolalico, calcolatamente confusivo, delle somiglianze e sovrapposizioni tra nomi, soprannomi, vezzeggiativi, deformazioni dei nomi stessi: Nina, la madre; Elena, Lenù, Lenuccia, la bimba; Nani, Nena, Nennella, Nile, la bambola di Elena; e infine Mina, mammina, mammuccia, la bambola di Leda da piccola. In un seratissimo, rigoroso gioco di slittamenti, che rimescola identità e differenze, appartenenze e separazioni come in una matriska narrativa infinitamente reversibile, le madri che scappano o che vorrebbero scappare, o che (come scopriremo) erano scappate s'intrecciano con le figlie perdute e ritrovate, e si condensano metaforicamente nella bambola, a sua volta perduta sulla spiaggia, poi ritrovata e sottratta e restituita. Tanto più che la bambola stessa, simbolica figlia della figlia, apparirà a un certo punto come se fosse «incinta», anch'essa madre «oscura», gravida di una «spruzzaglia bruna mista a sabbia» che si confonde con la «feccia poltigliosa» del corpo della figlia che cresceva nel corpo di Leda madre. In modo conturbante, analoghe immagini di opaca, greve mescolanza di liquido e solido caratterizzano il ricordo che la narratrice ha della propria infanzia a Napoli, della sua passata «vita acquitrinosa dentro cui a tratti scivolava ancora». L'ossessione simultanea della condizione materna e filiale si ritrova peraltro anche in *La spiaggia di notte* (illustrazioni di Mara Cerri, 2007), racconto per bambini in cui la Ferrante, con evidente analogia tematica, dà voce narrativa a una bambola, Celina, che, perduta dalla sua bimba/mamma, Mati, vive e racconta la notte angosciosa trascorsa sulla spiaggia. La bambola non teme solo la solitudine e la morte, ma anche che le vengano rubate le parole, che il Bagnino Crudele cerca di strapparle: «Faccio appena in tempo a serrarmi in bocca l'ultima che mi è rimasta: mamma». Ma le parole, conservate gelosamente, poi perdute e infine ritrovate, rimandano al Nome, che è tratto costitutivo dell'identità; quando Celina viene riportata a casa dal gatto Minù, educatamente si presenta e gli chiede come si chiami: «Sono così felice di aver ritrovato il mio Nome che riesco a essere contenta persino del suo».

La costante ma non rassicurante sensazione di ritrovare se stessa, e la propria identità, proprio nei luoghi di Napoli («È la sensazione del riconoscimento che mi sposta, mi mette a disagio»)

è al centro di *Napoli sul mare luccica* (2006) di Antonella Cilento, che sfrutta felicemente l'occasione offerta dalla collana «Contromano», tutta fatta di estrose (ma non sempre persuasive) «guide» d'autore a città. Genere a parte, la personalissima guida della Cilento è un libro vero, che muove da un amore verso Napoli forse senza ambivalenze, o dove quanto meno ogni possibile ambivalenza mette radici in un'identità non dubbia, irriducibile. Faremmo peraltro torto alla Cilento se dimenticassimo la lucida, durissima critica che della realtà napoletana aveva fatto pochi anni fa in *Non è il paradiso* (2003). Anche la Cilento, del resto, è energicamente impegnata a sfatare i luoghi comuni della napoletanità, nella scrittura così come nell'attività di conferenziera, e sa benissimo quanto questi luoghi comuni siano duri a morire: in molti passi, infatti, ricorda, con affettuosa ironia, come i primi a fabbricare gli stereotipi della napoletanità siano i napoletani stessi, ai quali non hanno mai fatto difetto né la capacità di ridere delle proprie disgrazie, né una pericolosa, invincibile autoindulgenza.

Come in una cosmogonia mitica, *Napoli sul mare luccica* delinea, a partire dagli elementi archetipi, fuoco, acqua, terra, aria-luce, una geografia molto concreta, e tuttavia sempre reinventata con la fantasia: a cominciare da Santa Lucia, punto di partenza del viaggio attraverso la città, annunciata dall'incomprensibile e ridevole «cirelonda» che dà il titolo al primo capitolo, deformazione infantile di «placida è l'onda», terzo verso della celeberrima canzone *Santa Lucia* (difficile non pensare ai molti spassosi analoghi equivoci infantili di Meneghello, dai «vibralani» ai «marsoni»). Il volumetto, che a suo modo conserva i caratteri di una guida alla città, trova un equilibrio insieme solido e suggestivo tra giornalismo e invenzione fantastica (di nuovo *docet* il grande esempio della Ortese, più volte evocata), passione e humour. Forse è la stessa coscienza delle tragedie in corso a imporre la ferma esigenza di non precipitare in pessimismi troppo consolatoriamente apocalittici, come se la Cilento scommettesse sulla possibilità di combattere al tempo stesso la mistificazione e l'acredine. Ancora una volta, Napoli viene vissuta, in modo del tutto esplicito, con la carnalità di un autentico rapporto amoroso: «Sempre diciamo che lasceremo Napoli o che ne saremo lasciati. Lo dicevo che i discorsi di chiusura sono in realtà discorsi di prosieguito...». Così, anche se sempre

più incombono camorra e miseria, speculazione edilizia e globalizzazione distorta, immigrazione selvaggia e poco meno disperata fuga dalla città, Napoli si accampa, secondo un'immagine cara a molti scrittori napoletani, come un immenso corpo materno, ferito a morte e tuttavia immortale, inesorabilmente degradato eppure sempre sacro, anche per chi quotidianamente lo vede violato.

Non è al centro del discorso, ma pure costituisce uno sfondo irrinunciabile, la Napoli di *Lo spazio bianco* (2008), primo romanzo di Valeria Parrella, che si conferma come una delle voci più intense della nostra giovane narrativa, dopo il felice esordio dei racconti di *Mosca più balena* (2003) e poi di *Per grazia ricevuta* (2005). *Lo spazio bianco* forse non è un romanzo vero e proprio, ma è un libro che non può lasciare indifferenti, per come prende di petto, e a muso duro, il tema della maternità. La narratrice e protagonista Maria, docente di lettere nelle scuole serali, rimasta incinta di un compagno irresponsabile e già assente, dà alla luce Irene, che, nata troppo prematura, deve restare nell'incubatrice finché non sarà in grado di respirare da sola; ma potrebbe anche non farcela: «Il fatto è che mia figlia Irene stava morendo, o stava nascendo, non ho capito bene». Per quaranta giorni, Maria vive così in un angoscioso tempo sospeso, insopportabile per chiunque, ma ancora di più per lei, che non è «buona ad aspettare». Disperatamente protesa nello sforzo di trovare un senso a ciò che sta vivendo, Maria ripercorre la propria storia, soprattutto rivede il suo rapporto con i genitori, ricordandosi figlia proprio mentre sta diventando madre, forse... Intorno a lei si staglia una Napoli atroce, che non offre nessun varco alla consolazione: «Entrai in una nuvola gialla, che è l'atmosfera luminosa di Napoli quando si riflette nell'umidità del mare, e lì capii che ricordavo male: la città non finiva negli spazi contenibili», ma «continuava, continuava sempre lungo una serie di lotti immobili nel niente», fra «cavalcavia i cui svincoli servivano solo a buttarci frigoriferi vecchi e mobili sfasciati», «sterrate senza negozi e senza fermate d'autobus», quartieri controllati dalla camorra, o magari «l'ex Italsider, un mare mai bonificato, la sabbia radioattiva». Eppure Maria, che non è «mai stata indulgente» verso «le cose buone della vita», finisce per scoprire che una vita normale è ancora possibile: Irene respira, piano piano impara a mangiare; e Gaetano, cinquantasettenne operaio, che ha perso sot-

to una pialla tre dita della mano destra, sta scrivendo il tema che gli darà la licenza media, «in faccia al padre che lo aveva mandato a lavorare a otto anni». Proprio nel suo tema, e nell'ultima pagina del libro, lo «spazio bianco» della scrittura diventa emblema di un ricominciamento possibile, nonostante tutto: «Lascia una riga in bianco e ricomincia sotto». Anche se al momento i segnali sono decisamente infausti, si fa fatica a non aderire a questo brusco, inequivocabile invito alla speranza.

NAPOLI
Criminapoli
di Giuliano Cenati

Nel giallo e nel noir napoletani l'intrattenimento letterario, pur sempre votato allo svago e alla distensione mentale, conduce il lettore a una distanza ravvicinata dalla violenza autentica della camorra. L'exasperazione dell'illegalità organizzata trova rispecchiamento nell'oltranza fantastica del Kriminalroman, e viceversa ogni inverosimiglianza iperbolica dello stesso Kriminalroman diventa più credibile a fronte dell'oggettiva abnormità camorristica. La coazione del vero allo stereotipo fittizio appare perfettamente compiuta, mentre la presunta convenzione narrativa rinnova le proprie risorse di significato.

L'immagine di Napoli desumibile da una produzione giallistica e noir alquanto nutrita ne conferma il ruolo di capitale della delinquenza che le viene abitualmente assegnato dai mezzi di comunicazione di massa: o, per meglio dire, questo ruolo è assunto in letteratura quale condizione ambientale pressoché scontata. Compete al noir, piuttosto che al poliziesco, delineare i panorami più sconsolati e truci: illuminare un'umanità abbruttita dalla sopraffazione e dalla precarietà assoluta, un consorzio cittadino regredito a compagine tribale che si regge sulla violenza e sulla corruzione continuate. Bandita ogni traccia di una cultura millenaria, di una storia stratificata e ammirevole, non restano che degrado e rovine. La *monnezza*, assai prima di ogni emergenza igienico-demagogica, appare ordinario arredo urbano e suburbano. Accanto, blindate e sorvegliatissime, le residenze lussuose dove i padroni del crimine conducono una vita da talpe. Quella modernità mancata sul versante del positivo sviluppo economico-civile viene raggiunta per negazione proprio nell'ambito delle attività delittuose: la capacità di intrapresa e la complessità organizzativa del malaffare tratteggiano una parodia dell'industrializzazione e del capitalismo legalizzati, che trova ra-

dicamento precisamente nei luoghi più segnati da un'arretratezza rusticana premoderna.

Nanni Balestrini offre un affresco disperante di tutto ciò in *Sandokan. Storia di camorra* (2004): l'epopea nera dei vari Bardellino, Nuvoletta e Schiavone muove appunto dal contado campano, dal borgo innominato di San Cipriano d'Aversa, ma non assurge ad alcuna mitizzazione poiché la parola del racconto – agglutinata in lasse di mezza pagina, cruda, estranea a qualunque omertà o commiserazione – appartiene a un figlio di agricoltori che trova nello studio e nel lavoro da emigrato un compenso sia pur modesto all'alienazione civica patita nelle terre d'origine. L'effetto del parlato ridondante e fluviale, nutrito di cliché giornalistici, privo di interpunzione e povero di colore idiomatico, vi convive per paradossale con un accurato impianto documentario-testimoniale, di tenore saggistico, e con una sicura cognizione etico-politica della fenomenologia criminale.

Attraverso l'affresco dell'antisocietà camorristica il noir napoletano propone una sorta di apoteosi del male moderno. I connotati della Napoli più convenzionale, «pizza e mandolino», tendono a svanire al pari di ogni sfondo monumentale o mitezza mediterranea, per lasciare campo alla sequela febbrile di azioni che compongono l'abietta consuetudine dell'illegalità metropolitana, senza troppe differenze rispetto ad altre latitudini e continenti: abuso di droghe, traffici clandestini, sessualità coartata, falsificazioni, aggressioni, inseguimenti, ammazzamenti. Nei libri di Giuseppe Ferrandino, Andrej Longo, Angelo Petrella, Luigi Romolo Carrino prevale una visione cupa e unilaterale delle relazioni interpersonali, dove le istituzioni e la società civile non hanno alcun titolo di rappresentanza. Se mai si concede spazio narrativo ai corpi ufficiali dello Stato, è per verificare il grado di corruzione cui essi medesimi soggiacciono. L'estremo di tetraggine in questo senso è raggiunto dal romanzo breve di Angelo Petrella *Cane rabbioso* (2006), dove prende voce un ufficiale di polizia, tossicomane compulsivo, implicato in una cupola di membri devianti delle strutture poliziesco-militari. L'indifferenza feroce e la coordinazione maniacale del racconto rendono efficacemente l'avvitarsi ineluttabile di esistenze consumate. Nella stringatezza del testo, peraltro, non si capisce bene come un poliziotto impegnato senza sosta a «farsi» e

a far fuori il prossimo, nonché a scampare alle trame dei compari, abbia il tempo e la lucidità necessari a comporre libri di discreta fama e occupare un ruolo direttivo in un partito dove si canta *L'Internazionale*. Per inscenare il sovvertimento degli abituali criteri di bene e male, tornerebbe utile in alcuni snodi decisivi una caratterizzazione più motivata.

Nonostante la mancanza di ogni prospettiva di legalità e convivenza dignitosa, permangono nel noir napoletano i segni di un'umanità residua, tanto più preziosa perché maturata al di là di qualunque perimetro istituzionale, su un piano di elementarità sensibile. La narrazione o il baricentro prospettico sono sovente assegnati agli stessi attori e protagonisti di vicende criminose, a personaggi marginali avviluppati dalla rete dell'illegalità: a loro si riconosce anche un ruolo di vittime, senza che ne venga sminuito l'ottundimento coscienziale. Anzi, proprio calandosi nel modo di sentire e vedere della manovalanza camorristica più subalterna, è possibile tentare la comprensione dei meccanismi della soggezione mentale e dell'angustia etica che sembrano escludere ogni facoltà di cambiamento. Viene così ripresa e sviluppata la lezione di Attilio Veraldi, che mentre declinava già negli anni settanta il modello dell'*hard boiled* secondo un iperrealismo dalle sfumature caricaturali, poneva al centro dei propri romanzi traffichini e mezze cartucce del sottobosco delinquenziale. Si trattava di pesci piccoli presi tra pesci molto più grossi e famelici di loro, come Sasà Iovine, aspirante commercialista e tangentista fallimentare in *La mazzetta* (1976), o Ciro «Naso di cane», guappo motorizzato in *Naso di cane* (1982), che tenta di realizzare un suo sogno d'amore in barba al codice malavitoso (i romanzi di Veraldi sono stati riproposti negli ultimi anni dall'editore Avagliano).

Ferrandino si appropria nel modo migliore dell'esempio di Veraldi, abbassando la levatura sociale e lo stesso grado di consapevolezza dei suoi protagonisti/narratori, Pericle il Nero nel romanzo omonimo (Granata Press, 1993; Adelphi, 1998) e Pino Pentecoste nel successivo *Il rispetto (ovvero Pino Pentecoste contro i guappi)*, del 1999: l'uno, picchiatore della camorra, letteralmente «fa il culo alla gente» per supremo oltraggio e inconsapevole automortificazione, sino a diventare capro espiatorio in conseguenza di un accordo tra clan; l'altro, detective specializzato in affari di corna, precipita vo-

lente o nolente in un turbine di relazioni pericolose, tra killer professionisti, ladri di cavalli, maneschi commissari di polizia, senza di fatto muoversi dal proprio ufficio. Rispetto a Veraldi, si estremizza la carica grottesca dei personaggi e delle situazioni; soprattutto, viene meno un intrigo delittuoso che venga ricostruito in modo più o meno attendibile. Al contempo, si accresce l'incidenza della parlata dialettale, a cui la morfosintassi sgangherata del racconto si avvicina per calco diretto o simulazione pseudogergale; l'apparato idiomatico e la retorica figurativa si fanno pittoreschi, grossolani e sanguigni, sino a esiti di espressionismo ruspante.

L'enfasi stilistica in *Pericle il Nero* appare più misurata e funzionale alla storia di fuga, deriva ed eventuale salvazione di un energumeno quasi inemotivo; viceversa, la maniera ferrandiniana si addensa e si intensifica con *Il rispetto*, a beneficio della sua inclinazione comico-farsesca e in conseguenza della stessa stanzialità dell'azione, più favorevole all'espansivo monologare di Pino Pentecoste. Malgrado gli opposti caratteri dei personaggi centrali, ambedue sono soggetti alla concatenazione degli eventi che capitano loro intorno, senza possibilità di orientarli e neppure comprenderne pienamente i nessi. Pericle si dispone alla registrazione di sensazioni, discorsi, spostamenti, azioni, senza fornire commenti o ipotesi interpretative al di là di qualche ragguaglio sul contesto camorristico. Eventi di violenza ferina sono da lui sofferti o compiuti, e poi raccontati, con scarso lume di ragione: sono infilati uno via l'altro, lasciando che sia il lettore a desumere i possibili risvolti psicologici e morali dell'accaduto. Sullo sfondo, la commistione deleteria fra politica, criminalità e superstizione religiosa si identifica nell'immagine ambivalente e corpulenta di Signorinella, boss al femminile e capo delle oranti di san Gennaro. Come è senza meta la fuga intrapresa da Pericle, così non sembra avere un senso conclusivo la successione di informazioni che vengono allineate sulla pagina, senza apparenti increspature emozionali. Senonché Pericle si guadagna l'ospitalità e la comprensione di Nastasia, operaia polacca con figli a carico: una figura marginale quanto lui, con la quale non gli sembra impossibile intraprendere una nuova vita all'estero, dopo aver maturato a poco a poco coscienza dello svilimento sofferto a causa della mentalità camorristica.

Tanto Pericle il Nero risulta condannato a una peregrinazio-

ne dal domani incerto, quanto Pino Pentecoste s'insedia al centro del proprio mondo: anzi, del proprio ufficio e del proprio palazzo. Circondato dal voci di un quartiere popolare, egli è ben deciso a rimbeccare i visitatori più equivoci che si succedono con ritmo sostenuto e teatrale alla sua porta, arrecandogli minacce, insinuazioni, proposte, violenze e attentati. L'unità di spazio e tempo viene mantenuta in proporzione diretta al dinamismo frenetico dei dialoghi e degli incontri, intervallati dalle riflessioni petulanti e filosofiche del protagonista. I tasselli della vicenda, insieme ai moventi dei vari personaggi, vengono palesandosi e incastrandosi attorno al fulcro immobile di Pino Pentecoste, cui non resta che incassare e resistere, nonostante le velleità di «occhio privato» che sa il fatto suo. Quel «rispetto» da lui inteso come criterio fondamentale di condotta, che andrebbe difeso a ogni costo, se pure sopravvive agli affronti della guapperia e del vicinato, viene duramente messo alla prova dalla disparità tra intento e risultato del suo stesso resoconto.

Parvenze di monologo attualizzante assume anche *Acqua storta* di Luigi Romolo Carrino (2008): qui però la centralità di un narratore protagonista radicato nel sistema camorristico dà luogo a un racconto teso, dalle rilevate nervature liriche, dove l'accensione memoriale convive con la cronaca spietata della violenza. Il conflitto non si esplica tanto tra elementi sociali difformi, quanto piuttosto germina e s'insedia nella coscienza individuale di Giovanni, figlio di un boss. Una struttura di racconto scalarmente retrospettiva illumina a poco a poco la natura omosessuale del suo legame con Salvatore, quindi la soluzione omicida cui Giovanni perviene nel tentativo dapprima di nascondere lo scandalo, poi di sanare l'offesa inferta all'onore della famiglia. La sovrapposizione tra atavismo patriarcale e codice camorristico fa capo a obblighi sanguinari, che devastano il tessuto dei rapporti interpersonali più intimi. Il *topos* romantico di amore e morte trova una realizzazione inedita e ribassata, ma tradizionalmente poetica, nel cuore stesso dell'industria criminale contemporanea. Non per nulla, il cimitero delle Fontanelle è una delle poche sedi sicure d'incontro per i due giovani, tra i teschi degli antichi appestati: ritualità arcaica e snaturamento criminale del giudizio etico appaiono perfettamente solidali.

Mirato sin dal titolo a denunciare un analogo capovolgimento di ogni moralità antropologica è *Dieci* di Andrej Longo

(2007), che raccoglie sotto le insegne di un elementare decalogo dell'antisocialità napoletana altrettante *tranches de vie* illustrate dai rispettivi protagonisti. Sono racconti brevi e autonomi di mere vittime o piccoli sbandati, immersi nel medesimo contesto di rassegnata consuetudine e abbandono: narratori improbabili ai limiti dell'analfabetismo, che acquistano con la capacità di raccontare anche un motivo di dignità e considerazione. Una patina dialettale si stende sulla sintassi coordinativa e approssimativa propria del parlato incolto. Il narrato si svolge in maniera ellittica, non contiene premesse o spiegazioni, ma lascia che il singolo episodio si delinei gradualmente, sino a sottintendere lo svolgimento di un'intera esistenza. Quand'anche gli atti della guapperia non siano oggetto diretto di rappresentazione, essi si avvertono per cenni come contorno ineluttabile e soffocante. La qualità della convivenza si è tanto deteriorata, anche solo rispetto a un passato recente, che l'unica speranza è riposta spesso nell'emigrazione, o comunque in una sistemazione lontano dai luoghi nativi. Viceversa chi si lascia accalappiare dai miraggi di successo e ricchezza facile sopravvivrà nella consunzione o nell'incubo della morte violenta. I risultati di realismo scabro e puntuto prodotti con *Dieci* sono alquanto distanti da quelli dell'opera precedente di Longo, *Adelante* (2003), che muove dai contorni verosimili di un concentrato microcosmo paesano per virare poi sui toni della stilizzazione iperbolica. Nel raffigurare lo scontro tra due famiglie, quella di Domenico Coccozza, pizzaiolo di estrazione operaia, e quella del Piragna, malfattore incontrastato, *Adelante* chiama in causa i rapporti tra adolescenti e adulti, uomini e donne, idealismo e rassegnazione. I temi evocati sono complessi, ma la dinamica d'intreccio si svolge secondo schemi nell'insieme semplificati, atti a valorizzare lo spessore unidimensionale dei personaggi e i procedimenti di amplificazione coloristica.

Con l'Andrej Longo anteriore a *Dieci* (già esordiente, lui pure, presso Meridiano Zero: *Più o meno alle tre*, 2002), il versante noir della narrativa napoletana di tema criminale si avvicina a quello giallistico: dove quanto più l'intreccio è costruito come risoluzione di un caso particolare, tanto più sembrano dilatarsi e insieme compendiarsi le implicazioni di ordine sociopolitico. Bruno Coppola, Massimo Siviero e Goffredo Buccini costruiscono gialli a enigma incentrati su procedimenti più o meno formali di *detection*:

ma il singolo evento delittuoso offre l'opportunità, se non di svelare intrighi internazionali, di ostacolare almeno progetti criminosi che potrebbero compromettere le sorti di un'intera città e gli stessi ordinamenti della vita associata. A prevalere è il modello di un inquirente pacato e ironico ma risoluto, che sa certo affrontare momenti di pericolo diretto, ma perlopiù è chiamato a districarsi tra colloqui investigativi dagli esiti ambigui e l'interazione imprevedibile di apparati, organizzazioni, interessi politico-economici ingenti. Bruno Coppola declina al femminile una tale figura con il ciclo romanzesco dedicato alla giovane Clotilde, sotto gli occhi della quale i misteri di una Napoli antica e sotterranea si incrociano con le macchinazioni dell'affarismo globalizzato: a rischio di incappare nel pericoloso stereotipo del «terrorismo internazionale» (*Clotilde e il segreto di San Rocco*, 2003). Massimo Siviero in *Vendesi Napoli* (2005) prende le mosse, in modo emblematico, dall'omicidio del soprintendente alle Antichità: è l'intero patrimonio monumentale di Napoli, e con esso la memoria storica collettiva, a rischiare di essere privatizzato e svenduto. Senza raggiungere il parossismo allegorico di Siviero, anche Buccini persegue una cifra di stilizzazione grottesca: nondimeno, conferisce al suo *Canone a tre voci* (2000) un assetto enunciativo polimorfo e articolato. Attraverso procedure di rovesciamento a sorpresa della prospettiva, nel romanzo si viene imponendo la rotondità sagace del capitano Vitalizio Ronsisvalle, carabiniere brillante e tenero compagno omosessuale, custode di una giustizia appannata da conformismi e doppiezze inaudite. Un panorama criminale meno complottistico, ma di resa letteraria altrettanto efficace, si prospetta nei gialli di Ugo Mazzotta imperniati sul commissario Prisco. I disegni delittuosi avranno qui un profilo più modesto, ma appaiono tanto più inquietanti perché sono proiettati sullo sfondo di un Appennino abruzzese dipinto come un piccolo paradiso naturale (*Il segreto di Pulcinella*, 2004). La squadra investigativa è una sorta di colonia partenopea (*La Bella Napoli* recita il primo titolo della serie, 2002): la dislocazione montana esalta le doti migliori del carattere cittadino, in una miscela di arguzia, intelligenza e arte d'arrangiarsi, ma non consente a nessuno, tanto meno al commissario Prisco, di sottrarsi ai fantasmi sempre incombenti della civiltà urbana.

NAPOLI

Cantanapoli

di Umberto Fiori

La canzone moderna è nata a Napoli. Se è vero che a metà Ottocento, con un milione di copie vendute, lo spartito di Funiculi funiculà è stato un vero bestseller da hit parade, pure al giorno d'oggi la canzone napoletana resta l'unica produzione in dialetto che sia riuscita a imporsi stabilmente a livello nazionale, superando barriere linguistiche e pregiudizi culturali. Con una fisionomia composta, che contempera la canzone d'autore seria che ci fa struggere d'ammore e il repertorio comico parodistico, i neomelodici (maggiori e minori) e Checco Zalone, ma trova spazio anche per il rap di denuncia civile contro la camorra.

«**A**disen la canzon la nas a Napoli / e certament g'han minga tutt'i tort», concede a denti stretti Giovanni D'Anzi in *Madonina* (1937), «manifesto» della scuola milanese dai toni bonariamente sciovinisti. Quando dice «canzone», D'Anzi pensa naturalmente alla nostra tradizione moderna, a quella che fino agli anni settanta del secolo scorso si è chiamata «canzonetta». Di quella tradizione, Napoli è la capitale indiscussa: all'ombra del Vesuvio – prima e meglio che altrove in Italia – germoglia l'innesto fra melodramma e canto popolare che costituirà a lungo un modello per l'intera produzione nazionale. Fin dall'inizio dell'Ottocento, la festa della Madonna di Piedigrotta costituisce una sorta di laboratorio in cui composizione «colta» e gusto popolare, arie d'opera e melodie da strada, si incontrano e si intrecciano.

A Napoli conosce un notevole sviluppo, negli stessi anni, l'editoria musicale, dalla quale si svilupperà più tardi l'industria italiana del disco. Già nei primi decenni del XIX secolo sono attivi in città i ginevrini Girard, i francesi Cottrau e decine di altri stampatori di «copielle», fogli volanti che diffondono testo e spartito delle canzoni più famose (di *Te voglio bene assaje*, erroneamente attribuita a Donizetti, nel 1835 se ne vendono 180.000; cinquan-

t'anni dopo, *Funiculì funiculà* ne venderà un milione). La canzone napoletana dell'Ottocento lascia progressivamente cadere i caratteri della produzione folklorica che le sta alle spalle, ma sempre più nettamente si distingue anche dalle arie d'opera e dalle «romanze da salotto», sue parenti nobili: è ormai la «canzonetta», un prodotto sempre più organicamente legato all'industria dell'intrattenimento («dal vivo» o su disco) e rivolto a un pubblico che include avvocati e muratori, erbivendole e nobildonne. L'espansione del mercato della musica attira a Napoli anche capitali stranieri; dalla Germania arrivano quelli che nel primo Novecento contribuiscono a fondare una succursale partenopea della casa discografica Poliphon Musikwerke. A dirigerla, nel 1911, non è un manager qualsiasi: è Ferdinando Russo, canzonettista dei più celebrati; tra i propri dipendenti, la Poliphon può vantare un altro popolarissimo autore, il poeta Salvatore Di Giacomo, stipendiato per fornire alla casa una dozzina di canzoni l'anno. Napoli è anche questo connubio tra mandolini e imprenditoria.

La canzone napoletana riesce a realizzare un miracolo anche sul piano della lingua: è l'unica produzione in dialetto a imporsi stabilmente a livello nazionale, superando barriere linguistiche e pregiudizi culturali. La si canta in Piemonte come in Sicilia, a Modena come a Campobasso: i suoi successi sono dei classici che tutto il pubblico italiano sente propri. Da un certo momento in avanti, il napoletano non viene più avvertito come un idioma legato a una determinata cultura locale, ma come una sorta di *koiné* canzonettistica. In questo napoletano «nazionalizzato» sono scritti, negli anni cinquanta del secolo scorso, i primi successi di quello che viene considerato l'iniziatore della moderna canzone «d'autore» italiana, il pugliese Domenico Modugno: *Resta cu'mmé*, *La sveglietta*, *La donna riccia*, *Strada 'nfosa*. In tv, negli anni sessanta, la cremonese Mina interpreta – in napoletano – i pezzi più memorabili. D'altra parte, bisogna ricordare che a quella in dialetto si affianca a Napoli una produzione in lingua non meno importante: classici come *Fili d'oro*, *Signorinella*, *Balocchi e profumi* e addirittura la nazionalissima *Leggenda del Piave* sono stati scritti da autori napoletani.

Oltre che della canzonetta, Napoli può essere considerata la culla della sua variante «di qualità», di quella che molti anni do-

po si chiamerà «canzone d'autore». A Napoli trova il proprio capostipite anche la figura del cantautore: è Michele Testa, in arte Armando Gill (1878-1945), autore di *Come pioveva*, primo a interpretare personalmente le proprie canzoni, di cui scrive testo e musica. Non è tutto: nei *café-chantant* napoletani, a fine Ottocento, Ferdinando Russo e Nicola Maldacea inventano un genere – la «macchietta» – dal quale si sviluppa un filone apparentemente minore e marginale, in realtà centralissimo, della canzone italiana, un filone variamente «comico» animato da artisti come Ettore Petrolini, Renato Rascel, Renato Carosone, ma anche Fred Buscaglione, su su fino a Enzo Jannacci, Paolo Conte, Elio e le Storie Tese, Checco Zalone. Napoli, che ha generato la melodia strappalacrime, genera anche il suo rovescio: lo sfottò in musica, lo sberleffo, la parodia. A Napoli nasce il mélo, «e la barca tornò sola», e la sua memorabile antifona carosoniana: «E a me che me ne 'mporta...». La canzone «seria» ci fa struggere di luna e d'*ammore*, ma solo la macchietta riesce a entrare nel respiro internazionale della cartolina, solo lei fa cantare l'anima globalizzata del commerciante partenopeo «in nero» che – con toni quasi padani – evoca *I cinesi* (Checco Zalone): «Sono arrivati i cinesi e non zi vende più niente / Sono arrivati i cinesi e nui chiudimm battendi / I v cacciav a tutti se ero presidente / Ripristiniamo i dazi ca se nò so cazzi / Sono arrivati i cinesi e che me tocca fà / Me tocca je a rubbà».

Nel corso della sua storia, la canzone napoletana ha conosciuto stagioni di crisi e di rinnovamento, si è mescolata di volta in volta con le musiche del momento, dal jazz al rock al cha cha cha, ha riscoperto e riproposto le proprie origini più antiche e popolari (la Nuova Compagnia di Canto Popolare di Roberto De Simone), ha cercato – attraverso il blues – la strada della canzone d'autore (Pino Daniele). Ci sono stati anni in cui il bel canto dei Nunzio Gallo, degli Aurelio Fierro, sembrava destinato a tramontare per sempre; invece, il genere «melodico» ha continuato a rinascere dalle proprie ceneri e si è perpetuato fino ai giorni nostri. La «sceneggiata» di Mario Merola ha giocato un ruolo importante, ma c'è dell'altro. C'è una Napoli «sotterranea» che ancora oggi acclama i suoi idoli locali e stralocali, i cantanti cosiddetti «neomelodici», da Maria Nazionale a Ciro Ricci, da Lisa Castaldi a Fabrizio Ferri. La loro notorietà (con l'eccezione di Gigi D'Alessio) non si spinge ol-

tre i confini della provincia, a volte del singolo quartiere, ma il legame con le subculture urbane è profondo e fortissimo. Qualche anno fa (dicembre 2006) Giuliano Amato, allora ministro dell'Interno, fece assurgere questi artisti alle cronache nazionali accusandoli – testi alla mano – di fungere da propagandisti della camorra, di celebrare boss e latitanti, addirittura di farsi dettare i versi dai capiclan (qualcuno elencò allora tra i neomelodici Mariano Apicella, che per le sue canzoni conta su un paroliere «napoletano» d'eccezione: Silvio Berlusconi; gli esperti si affrettarono a precisare che Apicella non rientra nella categoria incriminata; la destra si scagliò contro la censura illiberale ai danni dell'arte). Più avanti (aprile 2008), Napoli canzone e camorra tornavano a fare notizia: Lucariello, voce degli Almamegretta, cresciuto a Scampia, presentava un rap, *Il cappotto di legno*, in cui si metteva in scena la (immaginarìa) uccisione di Roberto Saviano da parte di un killer della camorra (l'interessato – chiamiamolo così – aveva dato il suo consenso a questa «esecuzione» musicale). In poco più di un secolo, dagli idilli di Salvatore Di Giacomo agli ammazzamenti rappati, la canzone napoletana ha fatto un bel po' di strada.

NAPOLI «Con la sola lama della scrittura»

di Bruno Pischèdda

Napoli come epicentro di un neomodernismo barbaro. Luogo diffuso in cui economia e delinquenza camorrista si saldano senza residui. E un giovane che, a cavallo di una Vespa, scruta ogni mossa dei clan, ne evoca i massacri, disposto a fare i nomi, rendendo il proprio dire un'arma che non si concede prigionieri. Gomorra e la moglie di Lot, colei che ha saputo voltarsi per contemplare la rovina. Queste le immagini e le strategie civili adottate da Roberto Saviano, non senza ansie e dubbi esistenziali, ma certo che i modelli a cui attinge consentono di diffondere con il massimo scandalo la verità.

Testimoniare senza reticenze, condividere, esplorare con occhio vigile: sembrerebbero questi i fattori decisivi per un libro potente e inquieto come *Gomorra* (2006). I viaggi che vi si contemplano, e che il sottotitolo richiama, si snodano entro un perimetro ristretto, domesticamente ribadito nei giorni di mas-sacro camorristico quanto nelle pause meditative, necessarie a comporre un'ansia viscerale con opportune strategie di resistenza: «attraversavo con la mia Vespa questa coltre di tensione»; «mi è sempre piaciuto girare con la Vespa nelle straducole che costeggiano le discariche». Solo la perlustrazione diuturna, la consuetudine con un habitat devastato del malaffare consentono il monito più caratteristico delle pagine savianesche, capire cioè «come funzionano le cose», «farne parte», una volta assodato che la «neutralità e la distanza oggettiva» altro non sono se non camuffamenti intrisi di astrattezza condiscendente. Ma soprattutto capire, comprendere, cogliere «l'alito del reale», nel solco di un profetismo semireligioso e magari anche titanistico, romanticheggiante, a cui il narratore e palombaro sociale si affida d'altronde in spirito sottomesso, quasi si trattasse di un ufficio imposto.

Confesso di aver incontrato qualche difficoltà nell'assume-

re appieno i valori civici che questo napoletano nemmeno trentenne mi veniva proponendo. Un primo assaggio di lettura era fallito dinnanzi al capitolo di esordio, stucchevolmente infarcito di colori giornalistici e di immagini a sensazione: cadaveri stipati «come aringhe in scatola», navi da carico che si accostano alla darsena «come cuccioli a mammelle», il porto «come un ano di mare che si allarga con gran dolore degli sfinteri», il golfo antistante come «un'enorme vasca di percolato». A pagina 25 avevo messo il segno, poco convinto di una gergalità consunta, di una sintassi franta e americaneggiante che proprio nell'eccesso di ornato lasciava trasparire le troppe mani editoriali intervenute a conforto di una scrittura altrimenti piatta e aridamente comunicativa.

Poi, in altro tempo e per un rimorso professionale, l'esame era ripreso, rivelando più della cronaca e delle sue crudeltà mozafiato la corposità problematica del personaggio cronista. Non che egli dica molto di sé: nulla sul piano degli affetti, quasi nulla dell'ambito lavorativo. Ma di là da un'origine mediocrementemente borghese, e da una cultura umanistica che non si nasconde e non si compiace, due momenti topici ce ne rendono ragione. Il trauma della violenza cittadina, vissuto in età ancora adolescente, e la figura paterna, appena emersa tra la folla romana eppure didascalicamente compiuta nel suo grumo di frustrazioni e di velleità virili. E più in dettaglio: il membro eretto del cadavere incontrato per via, lo sputo sprezzante del carabiniere, la passione per le armi di un padre oltraggiato dalla camorra, la sua assenza di autorevolezza dinnanzi a una nuova moglie e a un nuovo figlio.

Episodi sparsi, richiamati con parsimonia dall'Io narrante, ma utili a suggerire da quale fondo reattivo emerge il suo atteggiamento di persona civilmente partecipe. A quale urgenza di sublimazione intellettuale obbedisca il conflitto che egli muove al proprio tempo; preda com'è di una solitudine certamente attivistica e agguerrita, ma niente affatto esente da nevrosi olfattive e tattili (l'odore delle donne camorriste percepito ai processi, i polpastrelli delle dita che si muovono sulle vetrine maculate dalla mitraglia). Molti, in realtà, sono i luoghi che piegano il discorso su una china ansiosa e impreveduta. Alla notizia di un'ennesima vittima sul lavoro, lo sdegno del protagonista è veemente, quasi patologico: «con la morte di Iacomino mi si innescò una rabbia di quelle che

somigliano più a un attacco d'asma piuttosto che a una smania nervosa»; «una vera perversione» lo accompagna nei moti di quotidianità più banale: «non riesco proprio a scordarmi come funziona il ciclo del cemento quando vedo una rampa di scale». E lo stesso impegno a testimoniare in prima persona la strage che si va compiendo della legalità e della buona convivenza non è scevro di coloriture autodistruttive: «nell'inutile battaglia in cui sei certo di ricoprire il ruolo di sconfitto, c'è qualcosa che devi preservare e sapere. Devi essere certo che si rafforzerà grazie allo spreco del tuo impegno che ha il sapore della follia e dell'ossessione».

È evidente lo stato psichicamente sovraccitato di colui che scende nell'inferno camorrista, il suo dominio malsicuro delle pulsioni etiche che sta suscitando. Tuttavia non i disturbi emotivi affollano la pagina, non i proclami furenti, bensì gli sforzi di conoscenza e il costante appello alle risorse di una ragione indagante. Nel nesso tra testimonianza diretta, analisi saggistica e racconto, è ben vero che affiora una didattica dei casi più atroci: il Lazzaro di Miano, le morti innocenti di Gelsomina Verde e Annalisa Durante, le torture inumane che si infliggono gli affiliati dei clan contrapposti. È però un insieme di accorgimenti documentari a renderne autorevole la voce, non l'indulgere a una retorica del macabro e dell'efferato. Le verità che egli si incarica di testimoniare si fondano su esperienze dirette e notizie ufficiali; ai testimoni di cui resta traccia orale (il gruista del porto, Xian Zhu, l'ex sarto Pasquale) si assommano più numerose le dichiarazioni dei pentiti, le intercettazioni, le risultanze della Direzione nazionale antimafia, della Procura napoletana; le analisi condotte da enti privati come l'Osservatorio sulla camorra, il Gruppo Abele, le stime di Legambiente sullo smaltimento illegale dei rifiuti. La mozione sia pure negativa degli affetti, e lo stesso sovraccarico sensibilistico e artificioso dei tropismi, sempre paiono controbilanciati dall'esattezza delle statistiche, delle quantità in gioco. Viene chiamato in causa un sapere complesso, ma non specialistico, anzi a disposizione di chiunque voglia sul serio «sapere»: unico rimedio per non soccombere a un disordine abissale, a un diffuso senso di morte che il sistema criminoso alimenta senza sosta.

Forte di simili strumenti, il cronista savianesco si inoltra nei territori della napoletanità profonda, tra «aziendalisti violen-

ti», «samurai» del conflitto economico e «manager killer». Con ardimiento dissimulatore visita Las Vegas, il triangolo sinoamericani- sta a nord del capoluogo dove si coltiva «il sogno orizzontale» di un postfordismo rapace; landa fantasmatica in cui le fabbriche cinesi in Italia entrano in diretta concorrenza con le fabbriche cinesi in Cina, emarginando i comparti tessili di Prato, di Roma, delle tante Chinatown sparse lungo la penisola. Una modernizzazione brutale si viene rappresentando in queste pagine, ma sempre frutto di una filogenesi sociostorica anziché di un salto inatteso. Lo stesso irraggiamento tentacolare dei clan camorristici oltreconfine trae spunto da logiche più antiche, dai magliari, dai «venditori che dopo la Seconda guerra mondiale avevano invaso mezzo mondo macinando chilometri». Tradizione e innovazione selvaggia si corrispondono in modo inquietante, facendo dell'area partenopea l'apice estremo nel tragitto verso il neomoderno. Non già luogo dell'eterno folclore, anzi breccia casalinga tramite cui penetra ciò che ci ostiniamo a considerare «lontano», le genti dell'Asia, le loro merci, i loro costumi appartati e inassimilabili.

Uno, invero, è l'assunto categorico: l'inestricabile frammi- schiarsi di illegalità delinquente e fervore d'impresa; quasi che i principi di Adam Smith e del libero mercato abbiano avuto un'applicazione massima proprio nei territori in maggior debito di sviluppo. E con una fondamentale ricaduta sul piano di una società opulenta diffusa, giacché i «prodotti che prima erano appannaggio della borghesia medio-alta» divengono, «attraverso l'importazione della camorra napoletana, accessibili a un pubblico più vasto». Allo stesso modo va per la cocaina, «in passato droga d'élite», e ora «grazie alle nuove politiche economiche dei clan assolutamente accessibile al consumo di massa».

Si potrà discutere sulla modernità, sulla primazia italiana e addirittura continentale di un potere che si basa sul cemento, sull'edilizia, sugli appalti. Ma limpidissimo e più volte ribadito è l'orgoglio del centro: «qui – scrive Saviano, forse sedotto letterariamente da Conrad – è il cuore d'Europa. Qui si foggia la maggior parte dell'economia della nazione». Davanti alle rovine civili di Secondigliano, «molti cronisti credono di trovare il ghetto d'Europa, la miseria assoluta. Se riuscissero a non scappare, si accorgerebbero di avere dinnanzi i pilastri dell'economia, la miniera na-

scosta, la tenebra da dove trova energia il cuore pulsante del mercato». E non senza un moto politico di sconforto, di virile e compartecipe disincanto al pensiero dei gregari e delle vittime adolescenti, giacché tutti «erano cresciuti nella Napoli del Rinascimento, nel percorso nuovo che avrebbe dovuto mutare il destino degli individui».

Difficile stabilire quanto vi sia di *postpolitico* e quanto di *prepolitico*, di preparatorio, nell'accorata perorazione savianesca. Certo è che in assenza di prospettive a breve o a medio termine più alta si leva una protesta fondata sulla parola pubblica, di cui il cronista/narratore fa uso instancabile e che insieme celebra con romanticismo inorgogliato. «Pensavo – scrive – alla priorità della parola. A quanto fosse davvero incredibilmente nuova e potente la volontà di porre la parola al centro di una lotta contro i meccanismi di potere»; e ancora, lungo una medesima linea di protagonismo accorato: «riflettere senza vergogna sulla possibilità della parola», e per suo tramite «inseguire come porci da tartufo le dinamiche del reale», aggredendone i nodi occulti e le risultanze più atroci «con la sola lama della scrittura». Il conforto massimo che una simile attitudine gli garantisce è senz'altro la consapevolezza, il pregio del riconoscimento, e non solo di sé, di sé nel rapporto con gli altri, ma dell'evo tragico in cui l'Io viene collocandosi. Giacché in terra di camorra «conoscere i meccanismi di affermazione dei clan, le loro cinetiche d'estrazione, i loro investimenti significa capire come funziona il proprio tempo in ogni misura e non soltanto nel perimetro geografico» entro cui tocca di vivere.

È tuttavia spiccatamente esistenzialistico il fine a cui lo sforzo intellettuale e scrittorio di Saviano mette capo. L'urgenza di conferire un senso alla propria inchiesta, di trascenderla a favore di un *ethos* magari umile ma robusto, si addensa in brani di dubitazione continua e insoddisfatta. «Non capivo davvero perché avevo ancora una volta scelto di andare sul posto dell'agguato. Di una cosa ero certo: non è importante mappare ciò che è finito, ricostruire il dramma terribile che è accaduto. È inutile osservare i cerchi di gesso intorno ai rimasugli dei bossoli che quasi sembrano un gioco infantile di biglie. Bisogna invece riuscire a capire se qualcosa è rimasto. Questo forse vado a rintracciare. Cerco di capire cosa galleggia ancora d'umano; se c'è un sentiero, un cunicolo scavato dal verme dell'esistenza che possa sbucare in una soluzione, in una

risposta che dia il senso reale di ciò che sta accadendo.» L'umano, l'esistenza, il cunicolo che dà accesso ai fatti e a un loro decorso diversamente orientato; di qui discende l'obbligo di una parola, e di una scrittura, evangelicamente intesa allo scandalo ma mai soddisfatta di se stessa: «Mi tormentavo, cercando di capire se fosse possibile tentare di capire, scoprire, senza essere divorati, triturati. O se la scelta era tra conoscere ed essere compromessi o ignorare – e riuscire quindi a vivere serenamente».

Di là dai rinvii multiculturali che pure affiorano nelle pagine, due sono i modelli espliciti per un civismo tanto tormentato; e forse un terzo, di cui Saviano difficilmente ha potuto ignorare l'esistenza. Anzitutto Pasolini, non «un santino laico, né un Cristo letterario», ma un testimone incomodo e tuttora implacato alla cui tomba il cronista si reca come già il poeta delle *Ceneri* presso quella di Gramsci. Il momento è delicatissimo: in un accesso di rabbia vendicativa, accanto a lui si è profilata l'ombra di Bianciardi e della sua *Vita agra*, eco di un attivismo anarchico e dinamitardo pronto alla sconfitta. «Mi rimbombò nelle orecchie l'“Io so” di Pasolini come un jingle musicale che si ripeteva sino all'assillo. E così invece di setacciare palazzi da far saltare in aria, sono andato a Casarsa.» Solo in extremis la polemica fondata sulla parola pubblica prevale dunque sulle tentazioni pure latenti di estremismo velleitario. Ed è allora, con curioso, implicito, apologetico ribaltamento, che prende massimo rilievo la strategia nominalistica, la più coraggiosa e gravida di conseguenze per il giovane scrittore. Con studiaticissima retorica, nel celebre pezzo corsaro dedicato allo stragismo nazionale Pasolini dichiarava ossessivamente di sapere i nomi dei responsabili e dei politici conniventi, ma di non avere le prove, e dunque di non poterli fare. Saviano, mentre richiama alla memoria dei concittadini il modello indomito del casarsese, ne mutua sì gli artifici verbali di ordine anaforico, ma ne capovolge senza esitazioni gli esiti reticenti. In *Gomorra* i nomi ci sono eccome, tutti quanti, perché «io so e ho le prove. E quindi racconto»; «io so e ho le prove. E le prove hanno un nome»; «perché io so. Ed è una perversione»; «io so e ho le prove. Non faccio prigionieri».

Ciò avviene d'altronde in forza di un secondo e più cogente *exemplum* di polemico civile, fornito stavolta da don Peppino Diana, parroco di Casal di Principe assassinato a trentasei anni.

Lui il vero esempio di un fare verbale ma non verbalistico, concreto, trascinate; lui l'artefice di una parola anch'è consacrata ma risolutamente a ridosso del secolo, «necessaria come una secchiata d'acqua sugli sguardi imbrattati». Una parola al cui centro, chissà se per una reminiscenza di Vonnegut e del suo *Mattatoio n. 5*, sta la figura della moglie di Lot, colei che nonostante una promessa di morte ha saputo voltarsi verso Gomorra in procinto di essere distrutta. «Dobbiamo rischiare di divenire di sale – ammoniva don Peppino dal pulpito –, dobbiamo girarci a guardare cosa sta accadendo.» Lo stesso atto compiuto da Giancarlo Siani, giovane cronista del «Mattino» ucciso dalla camorra nel 1985, e di cui il napoletano Antonio Franchini ha esumato la figura nel romanzo verità dal titolo *L'abusivo*. Sta qui il terzo, possibile modello per Saviano: una riflessione non accomodante sulla scrittura e sul suo potere di intervento presso una realtà inaccettabile. Non una scrittura in genere, ma una scrittura civile, da opporre alla vanagloria della prosa umanistica, luogo in cui si celebra «l'inutile sensibilità delle parole, la fatua ermeneutica alla quale fin da ragazzo mi volevo dedicare e che vivendo ho in qualche modo patito, appreso, desiderato spiare». Così scriveva Franchini, e se anche Saviano si congeda da noi con la più effettistica e cinematografica delle formule, «Maledetti bastardi, sono ancora vivo!», non è detto che non abbia saputo farne tesoro.

GLI AUTORI

Alte tirature

Leggere giovane. Scrivere giovane
di Giuseppe Strazzeri

Lucarelli l'inquieto
di Federico Bona

Gli ortaggi della Littizzetto
di Elisa Gambaro

L'oro dei dialetti
di Maria Serena Palieri

Le religioni evolvono per selezione naturale?
di Sylvie Coyaud

Cherubini, Celestini, Checco Zalone:
la canzone la sa lunga
di Umberto Fiori

Comprati in edicola

The Italian Winx: un successo made in Italy
di Maria Sofia Petruzzi

Adottati a scuola

Non solo testi. Per un'educazione al libro
di Bruno Falcetto

Il Novecento irreperibile
di Alberto Cadioli

La scrittura creativa di massa
di Laura Lepri

ALTE TIRATURE
Leggere giovane.
Scrivere giovane

di Giuseppe Strazzeri

Crossover, Ya (acronimo di Young Adults): sono sigle ormai consuete da qualche anno nell'ambito dell'editoria internazionale, volte a indicare il territorio, non nuovo ma oggi come non mai promettente, della narrativa rivolta a quel pubblico proteiforme, per lo più inafferrabile eppure massicciamente gregario, dei giovani che vanno dalla primissima adolescenza alla soglia dei trent'anni, che, a dispetto della loro giovane età, sembrano considerare il libro come uno dei mezzi migliori per trascorrere il tempo libero.

Volendo prestare ascolto alle numerose ricerche sulla lettura, in Italia ma non solo, si dovrebbe ritenere perlomeno temerario l'editore che intenda dedicarsi a inseguire con sistematicità l'audience giovanile. Quando si parla di adolescenza e di prima maturità in termine di target editoriale, si intende infatti un pubblico scarsamente fidelizzabile, incline alla lettura in maniera perlomeno discontinua, in costante messa in discussione di modelli e consuetudini, quindi sostanzialmente imprevedibile nei gusti e nei comportamenti. Quali sono i modelli di riferimento dunque, ammesso che ne esistano, per chi desideri cimentarsi in un'impresa a rischio imprenditoriale assai alto ma che allo stesso tempo ha dimostrato di portare risultati, in caso di successo, di tutto riguardo?

A ben guardare, in realtà, il passato editoriale del nostro paese non è per nulla scevro da successi editoriali che potremmo definire a buon diritto «crossover»: come altro considerare, da questo punto di vista, opere come *Siddharta* di Herman Hesse, *Il giovane Holden* di J.D. Salinger, o *Il profeta* di Kahlil Gibran? Se a questi titoli affiancassimo poi *Il gabbiano* di Jonathan Livingston di Richard Bach, *Il piccolo principe* di Antoine de Saint-Exupéry e

L'amico ritrovato di Fred Uhlman, ci troveremmo di fronte a un solido gruppo di opere che in realtà a tutt'oggi gioca un ruolo per nulla secondario nella formazione della classifica dei titoli di narrativa più venduti in Italia, con una forte compartecipazione di pubblici di ogni età. Magari con una specificazione: che nei casi testé citati, al di là delle differenze di esiti e di orizzonti stilistico ed estetico, un tratto si palesa come accomunante: il fatto cioè che si tratta di narrazioni in cui una forte componente gnomico-formativa viene resa accettabile, anzi godibile, da un impianto narrativo avvincente, secondo una classicissima ed evidentemente riuscita applicazione del ben noto principio del *docere delectare movere*.

Avvicinandoci maggiormente al presente, tuttavia, tra gli anni ottanta e l'oggi sono forse tre le opere che in Italia hanno svolto di fatto un ruolo cruciale nel fornire un modello per la creazione di forme narrative di ampio riscontro, dal taglio dichiaratamente generazionale e identitario: in ordine cronologico si tratta di *Noi, i ragazzi dello zoo di Berlino* di Christiane F. (1980), *Jack Frusciante è uscito dal gruppo* di Enrico Brizzi (1994) e *100 colpi di spazzola prima di andare a dormire* di Melissa P. (2003). Senza dimenticarci magari, opera di qualche anno prima eppure frutto di un'Italia così profondamente diversa, di *Porci con le ali* di Rocco e Antonia (1976). Nel primo caso ci troviamo di fronte a un'opera che forse per la prima volta ha identificato (fatto acuito dalla potenza dell'apparente anonimato della sua autrice) il mondo adolescenziale nella matura civiltà dei consumi come radicalmente «altro», sollecitando forti controversie e un'adesione da parte del target di riferimento che dura fin qui. Nel caso del romanzo di Brizzi, invece, è oggi fuori di dubbio che ci troviamo di fronte a un testo che, a distanza di quasi quindici anni dalla sua apparizione, si propone ancora come uno snodo cruciale per la narrativa nazionale, per il suo essere stato possibilità incarnata anche in Italia di un romanzo testimoniale di appartenenza a una generazione. Nel caso di Melissa P., infine, protetta anch'essa, e anch'essa esaltata da quell'anonimato che anziché affievolire esalta il dirompente scandalo del messaggio, si è assistito nuovamente – in un modo non dissimile in fondo da Christiane F. – a polemiche proporzionali al grande riscontro del pubblico, messo di fronte all'inquietante celebrazione della vertiginosa libertà di

azione e di scelta di un'adolescente contemporanea a dispetto dell'attonito e straniero mondo degli adulti.

È di certo a partire da questi modelli che si assiste oggi a un imponente dispiegarsi di narrativa e iniziative editoriali che hanno come oggetto e come orizzonte il mondo dei giovani variamente intesi e trattati, anche se in pochi anni la tastiera dell'offerta sembra essersi allargata a dismisura. Vi sono innanzitutto autori che, particolarmente sagaci o intuitivi nel rappresentare il mondo dei ragazzi, hanno cominciato a segnare notevoli successi, talora inaspettati, sia presso il pubblico giovanile sia presso quello generalista, proprio in virtù di questo sguardo. È il caso per esempio di Giulia Carcasi, che con il suo *Ma le stelle quante sono* proponeva un'agile e avvincente narrazione da leggere fronte-retro, lungo il punto di vista prima di Alice e poi di Carlo (i giovani protagonisti della vicenda), siglando un successo confermato dal successivo *Io sono di legno*. Non privo di una sua freschezza e felicità narrativa si è rivelato poi il recente *Mi piaci così* di Francesco Gungui, che prendendo le mosse da un classicissimo topos della letteratura giovanile, le vacanze estive, illustra speranze e desideri di un trio di adolescenti italiani. L'editore Fanucci sembra credere parecchio nella non occasionalità del successo di questo tipo di narrativa, tanto da inaugurare una vera e propria collana dedicata, dall'inequivocabile titolo «Teen»: tra gli autori inclusi si potrebbe segnalare per esempio Valentina F., interessante da un lato per la reiterazione ancora una volta dell'escamotage dell'anonimato, nonché per il titolo del suo primo libro, *TVUKDB*, che di fatto ratifica un taglio generazionale tra chi partecipa della sinteticità della comunicazione dell'era digitale (si tratta dell'acronimo di «ti voglio un kasino di bene») e chi invece ne è tagliato fuori. Altro caso interessante è rappresentato poi dalla coppia di autori Loredana Frescura e Marco Tomatis, che a partire dalla storia d'amore di Angelo e Costanza di *Il mondo nei tuoi occhi* hanno dato vita a un mondo adolescente che si dipana ormai in più romanzi di buon successo.

Gli esempi fatti non possono ovviamente non far venire in mente quello che senza ombra di dubbio è il caso più eclatante e allo stesso tempo più complesso di narrativa «crossover» all'italiana, ossia Federico Moccia, il quale, nato editorialmente come

brillante *repêchage* da parte di casa Feltrinelli (come è noto *Tre metri sopra il cielo* aveva da tempo un'entusiasta circolazione «clandestina» nella capitale), forte di una serie di impressionanti successi, si presenta oramai come solidissimo franchising che, passando dalla pagina stampata al medium cinematografico, si è radicato in modo duraturo nell'immaginario giovanile, dando vita anche a una vera e propria modalità editoriale che in modo non gerarchico può procedere dal libro al film o viceversa. Casi esemplari in questo senso sono rappresentati per esempio da *Notte prima degli esami* di Luca e Claudia, *tie-in* del fortunato film di Fausto Brizzi, seguito dall'altrettanto fortunato *Notte prima degli esami oggi*. A dimostrazione ulteriore della maturazione di questo particolare segmento editoriale sta del resto anche il fatto che il mondo della televisione, da sempre più vicina e attenta alle audience giovanili, ha recentemente dimostrato di non disdegnare affatto il medium librario, segnando per esempio dei vistosi successi con il duo Chicco Sfondrini e Luca Zanforlin, autori del popolare programma *Amici* e che cofirmano ben due notevolissimi successi legati in qualche modo alla trasmissione, il primo intitolato *A un passo dal sogno* e il secondo *Fra il cuore e le stelle*. Mentre a latere del serial tv *I liceali* ha recentemente trovato la sua strada nei banchi della libreria l'omonimo romanzo, a opera della sedicente coppia Elena & Daniele.

Se il panorama italiano sul fronte della narrativa «cross-over» è decisamente vivace, anche sul piano della letteratura di importazione le cose sembrano muoversi. È in base al suo potenziale di trasversalità generazionale che si può spiegare infatti il grande successo in Italia dei libri di Stephenie Meyer la quale, partita come autrice per ragazzi, ha esordito quest'anno per Rizzoli con *L'ospite*, suo primo libro dichiaratamente «per adulti» che ha però chiaramente trascinato con sé folte schiere di lettori dei suoi libri precedenti. Va peraltro sottolineato che l'autrice, con la sua trilogia *Twilight*, aveva esordito da noi con un genere (la *vampire story*) tradizionalmente non ritenuto di grande appeal presso il pubblico generalista, ma che aveva invece già conquistato i ragazzi, grazie forse anche a fortunate serie televisive, prima fra tutte *Buffy l'ammazzavampiri*. Come nel caso della Meyer, poi, è inevitabile pensare che siano sempre gli adolescenti, pubblico

potente e invisibile, refrattario e istintivo, almeno in parte alla base di alcuni successi di libri di autori stranieri non necessariamente destinati a loro e che fino a ieri non sarebbero stati per nulla ovvi sul nostro mercato. È stato certo il caso della scrittrice francese Delphine de Vigan, autrice di *Gli effetti secondari dei sogni* (storia di amicizia tra una studentessa parigina e una senzatetto), ma anche per *L'eleganza del riccio*, vera deflagrante novità nel campo della narrativa straniera del 2007/2008, sorge inevitabilmente il sospetto che la vicenda della portinaia Renée e della dodicenne Paloma rechi in sé un notevole potenziale «crossover».

Questo succinto panorama di una produzione ancora non organica eppure ormai nutrita non potrebbe essere minimamente esauriente se non tenesse in considerazione un particolarissimo segmento narrativo che, in quanto «narrativa di genere», ha in parte patito e in parte goduto di un carattere intrinsecamente transgenerazionale e che oggi sembra mutuare proprio da questo elemento nuova linfa e potenziale. Stiamo parlando del fantasy che, a partire dai grandi indiscussi maestri J.R.R. Tolkien e C.S. Lewis, ha trovato negli anni in autori come Terry Brooks, George R. Martin e Marion Zimmer Bradley dei validi continuatori, per arrivare poi a contaminarsi con altri generi e filoni che oggi vedono in autori come Neil Gaiman e Christopher Paolini due autori di punta, a lato del vero e proprio fenomeno a sé rappresentato ovviamente da J.K. Rowling, geniale inventrice di Harry Potter. Se è vero da sempre e per tutti questi autori che la loro opera gode del favore di lettori di ogni età, è forse più sintomatico e rivelatorio che, probabilmente per la prima volta nella storia della bestselleristica italiana, il fantasy annoveri un'autrice nostrana, e proprio in un momento in cui i generi più vitali sembrano quelli che dimostrano il maggior potenziale di attraversamento tra generazioni. È a partire dal 2004, infatti, anno di pubblicazione del primo volume delle *Cronache del mondo emerso*, che Licia Troisi, giovane astrofisica dedita alla scrittura, ha dato vita a una serie che oggi supera le centinaia di migliaia di copie vendute e che ha trasformato il fantasy da terreno di acquisizione editoriale dall'estero in inedita fonte di vendita diritti.

Alla luce di quanto detto, resta chiaramente aperto il problema della definizione di una strategia organica nei confronti di

una nuova tipologia di prodotto, nata in ragione di una nuova tipologia di pubblico. Da una parte il massiccio successo di alcuni testi qui elencati dà chiaramente conto dell'esistenza di un'audience meno restia di un tempo, a dispetto della giovane età, a considerare il libro come valida modalità di impiego del proprio tempo libero. Allo stesso modo è evidente che l'editoria, in modi non dissimili rispetto a forme narrative più solidamente professionalizzate, sta cercando di acquisire in tempi rapidi un know-how anche in questo settore. Si tratterà a questo punto di capire se il segmento generazionale dei «giovani adulti» italiani sia sufficientemente maturo da trasformarsi, da pubblico tradizionalmente riotto e occasionale, in ceto di lettori con aspettative e richieste consapevoli, tali da innescare un meccanismo virtuoso di domanda e offerta.

ALTE TIRATURE
Lucarelli l'inquieto
di Federico Bona

C'è qualcosa di nuovo nell'ultimo Lucarelli, anzi d'antico. L'ottava vibrazione non è un giallo, ma un romanzo storico ambientato nella colonia d'Eritrea di fine Ottocento (però ci sono detective e delitti) e propone un istituzionalissimo narratore unico onnisciente (però le diverse vicende sono intrecciate, interrotte, zoomate con un uso spregiudicato dei tempi verbali). Lo scrittore ormai esperto insegue la letterarietà alta, dall'alto delle sue quattrocentocinquanta pagine; l'autore «blu noir» sperimenta le inedite possibilità di un nuovo ibrido tra saggistica investigativa e narrazione, il real novel.

Sarà l'avvicinarsi dei cinquant'anni, sarà l'inedefessa vocazione a non ripetersi, ma questa volta Carlo Lucarelli l'ha fatta davvero grossa. E non può essere solo un caso, qualcosa che è successo così, senza che se ne sia quasi reso conto: *L'ottava vibrazione*, il suo ultimo romanzo, conta quattrocentocinquanta pagine. Il punto è, per dirla senza giri di parole, che dopo quasi vent'anni di produzione vastissima, attraverso mezzi e linguaggi diversissimi (letteratura, teatro, cinema, tv, radio, videoclip, fumetti), questa è la sua prima opera che non sia un giallo.

Difficile dire se sia una vera e propria svolta oppure l'ennesima punta sperimentale di una carriera irrequieta. Certo è che lo scrittore parmigiano, uno dei padri del moderno giallo all'italiana, non ha mai sofferto nel considerarsi un autore di genere, tutt'altro. E altrettanto certo è che non c'è nulla, nell'*Ottava vibrazione*, che non fosse già nei precedenti libri. Tanto da permettere a Einaudi di riportare in quarta di copertina le parole «detective» e «delitti», forse per rassicurare i «serial reader» lucarelliani. Eppure qui tutto è intrecciato in modo diverso, tutto è spinto un po' più in là del solito, e la percezione di trovarsi su un territorio nuovo si afferma subito, iniziando a leggere. Non per nulla

Lucarelli sente il bisogno di scrivere una postfazione che non è solo un elenco ragionato di ringraziamenti, ma anche una lucida presa di coscienza della complessità del suo romanzo. E forse, questo sì, è un punto di non ritorno.

Lottava vibrazione è un romanzo d'ambientazione storica, quasi un ritorno dell'autore bolognese alla prima maniera. Si svolgeva nell'immediato dopoguerra il suo libro d'esordio, *Carta bianca* (1990), come pure il sequel *L'estate torbida* (1991) e quel *Via delle Oche* (1996) che, alcuni anni e altrettanti romanzi dopo, completava la trilogia delle avventure del commissario De Luca. Un piccolo salto indietro, fino al Ventennio, e ci troviamo dalle parti di *Indagine non autorizzata* (1993) che, tra l'altro, quando verrà sceneggiato per la televisione cambierà protagonista e diventerà un'altra indagine di De Luca, e di *L'isola dell'angelo caduto* (1999). Sono tutti romanzi, tranne l'ultimo, in cui il clima storico, oltre a dare colore alla vicenda, contribuisce allo scioglimento dell'intreccio, che vede sì la soluzione dell'enigma, ma non il classico ritorno dell'ordine. Il primo Lucarelli, infatti, tematizza l'impossibilità di far emergere la verità, regolarmente inquinata o insabbiata dai poteri forti, e l'atmosfera politica dei periodi prescelti lo aiuta a rendere il tutto più consequenziale, oltre a permettergli di metaforizzare, in modo piuttosto esplicito, l'attualità. Ben diverso è il caso dell'*Ottava vibrazione*, dove forse è possibile leggere in filigrana, nell'Eritrea di fine Ottocento lasciata allo sbando da un governo assente, la critica a un'Italia in cui si vive di espedienti, guardando solo ai propri interessi, meglio se futili. Però in questo libro la messa in scena storica è talmente prepotente da prendere il sopravvento su qualsiasi lettura allegorica. Intanto, ci troviamo lontani dall'Italia, anche se siamo in una colonia, e in un'epoca abbastanza distante da non permettere a nessuno di conservarne ricordo diretto. Perciò contesto e atmosfere hanno bisogno di maggior sostanza, di descrizioni più dettagliate. Poi le vicende narrate sono quasi interamente calate nella situazione storica. Mi spiego meglio: se nei primi romanzi l'intreccio poliziesco potrebbe senza troppe difficoltà essere trasposto in un'altra epoca, qui l'operazione risulterebbe, se non impossibile, quantomeno complicata. Siamo insomma in pieno romanzo storico e non, come nei libri precedenti, in una «narrazione in costume», a semplice sfondo storico.

Ma *Lottava vibrazione* esibisce anche un elaborato mecca-

nismo stilistico. Pure in questo, niente di completamente nuovo: quando passa a raccontare vicende ambientate ai giorni nostri, inchieste metropolitane e storie di serial killer, Lucarelli comincia a costruire schemi narrativi sempre più complessi, a stratificare voci e a sperimentare scelte linguistiche non convenzionali. Con le avventure di Coliandro (*Falange armata*, del 1993, *Nikita*, la prima, ma uscita in volume solo nel 1997, e *Il giorno del lupo*, del 1994), debutta, a dire il vero ancora timidamente, il doppio narratore; ma soprattutto, Lucarelli, favorito dai modi caricaturali del protagonista/narratore, dà sfogo a una vertiginosa mimesi del parlato. Non sarà mai più altrettanto sfrenato nelle scelte lessicali, ma la strada per una lingua più spregiudicata è aperta. *Lupo mannaro* (1994) prosegue nell'utilizzo di due narratori e due focalizzazioni (esterna onnisciente, al tempo passato; interna in presa diretta) e lo affina, anche solo perché mette in scena un narratore meno egotico. Ma il vero spartiacque è *Almost Blue* (1997), ancora oggi il libro più facilmente associato all'autore parmigiano, dove la moltiplicazione delle voci manifesta effetti davvero evidenti: tre narratori, incluso l'assassino, che tra l'altro permette a Lucarelli di sperimentare un linguaggio più sincopato, metaforico, emotivo, e di lavorare per associazioni nel tentativo di rendere il delirio della mente del serial killer. Un percorso che tocca il suo apice in *Un giorno dopo l'altro* (2000), dove il montaggio delle voci (e degli eventi che costruiscono l'intreccio) è ancora più disinvolto e contribuisce a intensificare l'atmosfera thriller della narrazione.

Rispetto a questa evoluzione stilistica, *L'ottava vibrazione* costituisce insieme un passo indietro e uno (un po' più lungo) in avanti. Se a livello di voce, infatti, Lucarelli torna al narratore unico onnisciente, a livello di storia, invece, sceglie di portare avanti in un intreccio parallelistico più personaggi, più eventi, uno solo dei quali vagamente poliziesco, giusto per la presenza di un investigatore a caccia di un assassino (di cui però conosce già l'identità, come accadrà ai lettori ben prima dello scioglimento). In più, il senso di corallità del romanzo viene amplificato dalla focalizzazione, vicinissima ai personaggi. La novità più clamorosa del libro, però, si riscontra sul piano stilistico. La spiega lo stesso Lucarelli nella sua postfazione: «Discutendo con Simona Vinci, che scrive al presente, e con Eraldo Baldini, che scrive soprattutto

to al passato, e poi con Deborah Gambetta e con Giampiero Rigosi, e non sapendo io che parte prendere visto che tutti mi sembravano aver ragione – tempo della modernità, tempo della storia –, mi è venuto in mente di provare a metterceli dentro tutti, i tempi verbali, a seconda delle mie esigenze, per fermare, muovere, rallentare, accelerare, anche zoomare su qualcosa». Ora, sull'efficacia di questa tecnica all'interno del romanzo si può probabilmente discutere: a tratti sembra infatti sfuggire di mano all'autore, che già mostra qualche difficoltà nel mantenere alta l'attenzione portando avanti più storie insieme. Ma l'idea è di quelle ambiziose, e chiarisce bene il punto a cui Lucarelli è approdato. Niente più stratagemmi a effetto, in passato applicati anche un po' meccanicamente: tutto è al servizio di una maggior complessità, della ricerca di uno standard di letterarietà più istituzionale.

Nel frattempo, l'instancabile scrittore parmigiano ha aperto un altro fronte, quello del *real novel*, il racconto di fatti e personaggi della cronaca attraverso le modalità della fiction, e ha dato vita, insieme al criminologo Massimo Picozzi, a interessanti incroci tra saggistica investigativa e narrazione. Un genere di cui, ancora, Lucarelli può essere considerato uno dei padri, e che negli ultimi anni ha attratto diversi autori, con esiti felici sia sul piano della riuscita letteraria sia su quello delle vendite. È proprio questo filone ad aver impegnato maggiormente l'ultimo Lucarelli, che ha saputo trasporlo efficacemente anche in televisione, con la serie *Blu notte*, usando un linguaggio diretto e una costruzione narrativa di grande ritmo, punteggiata da stilemi ricorrenti che gli hanno procurato, tra l'altro, una popolarissima imitazione in tv. La capacità di tratteggiare un'ambientazione o un personaggio in poche parole, l'utilizzo inedito di veri e propri brani letterari, il riuscito alternarsi di documenti e ricostruzioni hanno garantito il successo del programma e, ancor più, imposto e reso riconoscibile la voce di Lucarelli. Il pericolo è che proprio qui l'autore parmigiano rischi l'impasse, arenandosi in una formula ormai un po' logorata dagli schematismi. La sfida potrebbe essere quella di portare la consapevolezza esibita nell'ultimo romanzo al servizio dei fatti di storia, sempre più complessi, affrontati dal programma. Potrebbe essere una nuova svolta. O almeno potrebbe aiutarci a definire meglio dove sta andando l'inquieto Lucarelli.

ALTE TIRATURE

Gli ortaggi della Littizzetto

di Elisa Gambaro

Da più di un quinquennio, i libri di Luciana Littizzetto continuano a ottenere un vastissimo consenso tra i lettori, non solo grazie alla popolarità televisiva del personaggio. Rivolte a un pubblico soprattutto femminile, le provocazioni della comica torinese trovano il loro punto di forza nell'arguta trasfigurazione umoristica dei minimi fatti dell'esperienza quotidiana e nell'impiego di modalità stilistiche cordialmente prive di sussiego. L'agilità di lettura, la maneggevolezza d'impianto e lo schietto carattere di intrattenimento di questi testi non impediscono d'altronde efficaci incursioni nel dibattito dei temi civili più attuali.

Nell'ormai affollato panorama delle opere di comici televisivi, le prove di Luciana Littizzetto hanno riscosso fin dal 2001 un clamoroso successo di vendite. Pubblicati in un primo tempo nella «Biblioteca umoristica» Mondadori, i libri che compongono la scanzonata «Trilogia della verdura», ovvero *Sola come un gambo di sedano* (2001), *La principessa sul pisello* (2002) e *Col cavolo* (2004) sono entrati tutti a far parte della collana «Oscar Bestseller», superando abbondantemente il milione di copie vendute. I dati editoriali indicano che non si è trattato di una popolarità effimera: anche il seguente *Rivergination* (2006) ha ripetuto l'affermazione delle opere precedenti, con una seconda edizione nei «Miti Mondadori» l'anno successivo e una posizione stabile in testa alle classifiche dei libri più letti.

Il pubblico non sembra insomma essersi stancato delle provocazioni facete della comica torinese, manifestando verso gli esperimenti libreschi il medesimo gradimento notoriamente riservato al suo lavoro in tv. Non c'è dubbio che le apparizioni settimanali dell'artista sul piccolo schermo contribuiscano molto ad assicurare la longevità del fenomeno: sarebbe sciocco negarne l'efficacia promozionale. A sfruttare editorialmente l'onda lunga

del successo televisivo ha d'altronde provveduto l'ultimo *Che Litti che Fazio. I duetti più divertenti di «Che tempo che fa»* (2008), che nella collaudata doppia formula di libro con dvd ripropone senza variazioni di sorta gli spettacoli domenicali su Rai Tre.

Come sempre in questi casi, tuttavia, anche per la Littizzetto la visibilità mediatica non è di per sé sufficiente a motivare gli exploit sul fronte del mercato librario, tanto più che la comicità di tipo cabarettistico si avvale di mezzi espressivi che in parte esulano dalla comunicazione verbale, quale può essere veicolata dalla parola scritta. In altre parole, non è affatto detto che un personaggio televisivo si tramuti automaticamente in autore di successo: per raggiungere i lettori, è necessario mettere a punto una formula testuale che si dimostri editorialmente efficace.

Il percorso della Littizzetto come autrice è da questo punto di vista esemplare. L'artista ha iniziato la sua fortunata carriera interpretando numerose macchiette dotate di un effetto comico irresistibile: la strepitosa Sabbry, rozzissima giovane della periferia di Torino, Lolita, l'adolescente assatanata, Nives, l'improbabile pianista, Ciaociciu, la frenetica cameriera di un ristorante cinese. Solo la figura di Sabbry, tuttavia, si è felicemente adattata alla doppia veste di tormentone televisivo e personaggio di carta: poco dopo il debutto nel 1993 nella trasmissione *Cielito Lindo*, Sperling & Kupfer pubblica *L'agenda di Minchia Sabbry*, che ripercorre le avventure della strampalata eroina. Ma il vero successo in libreria la Littizzetto lo ottiene nel 2001, con *Sola come un gambo di sedano*, significativamente scritto durante un periodo di lontananza forzata dal piccolo schermo. Smessi i panni altrui, qui la voce di chi narra è agevolmente identificabile con quella dell'autore in carne e ossa: una soluzione che ha il pregio di semplificare il patto con il lettore, e che soprattutto consente una fruizione autonoma del prodotto librario. Anche l'individuazione dei destinatari si fa più selettiva: se le parodie sperimentate in tv si rivolgevano a un uditorio tendenzialmente generalista, le pagine della «Trilogia della verdura» s'indirizzano di preferenza alle lettrici. In nome della sorellanza e di un'esibita affinità esistenziale sarà così possibile mettere in scena una spassosa psicopatologia dei rapporti tra i sessi, dove l'affannosa ricerca dell'uomo ideale si scontra con le tragicomiche pochezze dei maschi reali. Da que-

sto punto di vista, il pubblico dell'artista torinese è in parte assimilabile a quello della cosiddetta *chick literature*: donne fra i trenta e i quarant'anni, mediamente colte, propense a identificarsi nelle peripezie della ricerca del principe azzurro a patto di poterne sorridere con autoironia. Mentre il modello tipico di *chick lit* tende tuttavia a rappresentare con divertito realismo le vicissitudini delle protagoniste e dei loro inadeguati partner, nei libri della Litizzetto l'intensificazione della *vis* comica finisce spesso per virare sui toni dell'iperbole caricaturale, specie quando a essere ritratti sono esemplari maschili da incubo: «I Sapientini sono quelli che se devono comperare un paio di scarpe mandano alla neuro i commessi. Io ci ho avuto un fidanzato così. Il castigo del cielo acquistava le scarpe e poi le rodava in casa tutto il giorno successivo per verificare l'effettiva comodità del prodotto. Ma per non sporcare la suola foderava il pavimento di fogli di giornale». A stimolare questo vivace antagonismo nei confronti dell'altro sesso è del resto una consapevolezza di sé tanto assertiva quanto baldanzosa; nessun vittimismo sulla condizione donnesca, semmai una reiterata e mordace rivendicazione di autonomia: «In confidenza. Da imbecille a imbecille. Care Sheherazade che non avete ancora trovato uno straccio di sultano a cui raccontare uno straccio di storia che vi faccia passare la notte, non disperatevi. Smettete di affogarvi in cisterne di fiori di Bach e datemi retta. Quando vi sentite sconfittamente single, quando la malinconia di essere sole vi blocca il gozzo e non riuscite più a mandar giù neanche un goccio di succo di frutta, fate così. Guardate i fidanzati o i mariti delle vostre amiche. Guardateli bene. E poi domandatevi se c'è ancora da piangere perché siete sole».

Se ridere delle magagne degli uomini è senz'altro un ottimo metodo per rafforzare la complicità con il pubblico delle lettrici, non meno efficaci sono le riflessioni semiserie sull'ordinaria fatica dell'essere donna; occasione immancabile di verve umoristica è la presa in giro degli stereotipi e dei modelli estetici a cui l'universo femminile è invitato a conformarsi: «Facciamocene una ragione. Gli uomini sono più fortunati. Possono tenersi i peli, farsi crescere i baffi, stare spettinati come lo Yeti, guardarsi in faccia e continuare a parlare mentre fanno pipì negli orinatoi delle stazioni e perfino trasudare come provole stagionate di Batti-

paglia perché tanto l'omo ha da puzzare. E non di bergamoto. Per noi è il contrario. A noi tocca essere fighe sempre». Un altro terreno assai fertile per sviluppare i modi dell'esagerazione parodica sono le contingenze minime della quotidianità; anche in questo caso, è l'adozione di un punto di vista femminilmente connotato a far scattare il sorriso: «C'è un segnale inequivocabile. Un'azione apparentemente innocua. Un piccolo gesto che annuncia che... ok, hai cominciato a prendere la tua vita tra le mani. È quando riesci a dire al tuo parrucchiere che il taglio che ti ha fatto fa schifo. Che persino la cavia peruviana di tua cugina è pettinata meglio. Che la frangia non te l'ha scalata, te l'ha mozzata come la coda di un mulo e che, per non dare nell'occhio, non ti rimane che metterti a tagliare». A rafforzare nei destinatari l'impressione di un dialogo tra pari, improntato a un atteggiamento di amichevolezza disinvolta, concorrono poi le scelte stilistiche: il registro adottato è vistosamente informale, dalle forti tinte oraleggianti, dove le concessioni al turpiloquio, più che a un intento dissacratorio, obbediscono alle esigenze di mimesi del parlato corrente e di una comunicazione allegramente disinibita. Ciò non significa affatto che i monologhi della Littizzetto manchino di inventiva linguistica: al contrario, l'effetto comico è garantito proprio dalla briosa profusione di associazioni buffe o irriverenti, per lo più scatenate da oggetti e fatti quotidiani. Una delle tecniche privilegiate è una sorta di accumulazione iperbolica, dove il medesimo concetto è replicato attraverso una serie di immagini sinonimiche via via più esilaranti: «Ho un desiderio. Profondo. Almeno una volta nella vita poter vedere un film dell'orrore in cui l'eroina non sia una demente. [...] In una pellicola classica il mostro assassino comincia a perseguitare la disgraziata dopo pochi secondi. E noi, senza essere discepoli di Lombroso, lo identifichiamo già dal primo fotogramma. Lei invece, l'ottusangola, non se ne accorge. E dire che non è difficilissimo. Il maniaco, combinazione, ha tre mani, le sopracciglia cespugliose come il Parco della Rimembranza, due canini esagerati e quasi sempre sanguinanti, ha amici licantropi e sviene ogni volta che sente pronunciare il nome di Maria».

La radice del meccanismo umoristico risiede insomma nella trasfigurazione faceta delle esperienze generazionali più ordinarie; se le proverbiali incomprensioni nei rapporti tra i sessi

offrono gran parte del materiale comico, l'ironica messa a fuoco dell'universo dei consumi e della comunicazione mediatica può regalare vere e proprie perle, come quella che conclude questa nostalgica riflessione sull'infanzia: «Io ci avevo la Tanja al posto della Barbie. Un mostro castano pettinato come Nicoletta Orsormando».

La sintonia empatica con un pubblico assai ampio non si fonda solo sulla risonanza condivisa dei temi trattati: ad appianare i meccanismi di lettura provvede anche una drastica semplificazione della compagine narrativa. Frutto di un atteggiamento comunicativo cordialmente disimpegnato, a metà tra la confessione e la chiacchiera, i monologhi della Littizzetto si strutturano in capitoletti molto brevi, due o tre pagine al massimo, liberamente disposti secondo un criterio di eterogeneità fortuita, così che ogni capitolo svolga un apologo umoristico a sé stante. Un impianto di questo tipo presenta parecchi vantaggi: la brevità delle sequenze facilita la concentrazione e il frazionamento dei tempi di lettura, mentre la casualità del montaggio, mutuata dalla rapida successione degli sketch televisivi, favorisce un consumo del prodotto librario sciolto da obblighi di consequenzialità. Ma l'adozione di una costruzione aperta e priva di intreccio ha anche il pregio di prestarsi a una serialità virtualmente illimitata: tutte le opere della Littizzetto presentano la medesima struttura, configurandosi come compendi ampliabili all'infinito di microstorie, scenette e battute.

Il rischio di usura è insito semmai in un repertorio tematico fatalmente circoscritto: non a caso, gli ultimi libri affiancano alle consuete riflessioni sui guai della vita di coppia significative prese di posizione su argomenti di attualità civile, specie sulle questioni controverse dei diritti e della laicità dello Stato. Così suona un'ottimistica esortazione al governo di centrosinistra: «E poi occupatevi dei Pacs. Spiegate bene che non sono una minaccia per la famiglia. Pacs significa Patti civili di solidarietà. Son tre belle parole, patti, civili e solidarietà. Anche abbastanza in disuso. Non è che Pacs vuol dire "Pronti al casino sempre" o "Porcelli amanti come sposati" o "Pisquani ammonticchiati a schifo"». Più che di satira politica, si tratta della naturale evoluzione di una vena comica da sempre nutrita di combattivi umori post-

femministi. Proprio la sostanziale estraneità dell'intrattenitrice torinese alla tradizione della comicità politicamente impegnata ha permesso una diffusione assai ampia di argomentazioni e parole d'ordine capaci di raggiungere anche il pubblico meno attento e meno informato.

Così anche le variazioni nella struttura delle performance non ne intaccano l'efficacia comunicativa: nell'ultimo libro i dissacranti monologhi dell'attrice sono intervallati dalle obiezioni fintamente scandalizzate di Fabio Fazio, che assume il classico ruolo di spalla, con l'effetto di enfatizzare le pungenti canzonature della classe dirigente e dei ricchi e famosi. Nutrita di un solido buon senso di fondo, l'irriverenza della Littizzetto coglie quasi sempre nel segno: di qui il successo di una comicità tanto arguta quanto largamente accessibile.

A dimostrarlo basterebbero i lusinghieri dati di vendita di *Rivergination*, che in quarta di copertina reca una strepitosa foto dell'autrice bambina vestita da prima comunione, o le prese in giro del cardinale Ruini, presto diventate un tormentone, di fatto una delle pochissime voci contro le ingerenze ecclesiastiche che abbiano avuto spazio sul piccolo schermo. E, di questi tempi, non è poco.

ALTE TIRATURE L'oro dei dialetti

di Maria Serena Palieri

I dialetti sono una delle ultime scommesse del mercato editoriale e, a guardare le classifiche, rivelano un alto indice di redditività. In principio fu Camilleri, con il suo siciliano vigatese usato come grimaldello con cui convincere i lettori dell'accesso a un mondo appartato di sapori, usanze, ritualità, segreti. Poi toccò a Salvatore Niffoi usare termini e giri sintattici propri della sua terra per dipingere situazioni, atmosfere, sentimenti che in italiano non troverebbero espressione. La vivacità delle isole è contrappuntata da altre enclave linguistico-tematiche, e da un diverso uso del dialetto come strumento di caratterizzazione espressiva.

«**C**ome si dice in sardo, “libbru” o “liburu”?» si chiedeva, alla Fiera del Libro 2008, il direttore della trasmissione radiofonica *Fahrenheit* Marino Sinibaldi. Si dice «libbru» in gallurese, sassarese e tabarchino e «liburu» in campidanese, logudorese e nuorese e, «libbru» o «liburu», significa libro. Alla Fiera del Libro di Torino lo stand degli editori sardi esponeva i dizionari dei diversi dialetti dell'isola, guide necessarie per entrare a pieno titolo in volumi, appunto, che si fregiavano di titoli come *In su cielo siat* (traduzione non ostica, dal «Padre Nostro») di Anna Castellino, oppure *Ocros e Caratzas* (*Occhi e Maschere*) di Giovanni Dettori e Roberta Sotgiu. Opere di nicchia? In tal caso, non per vocazione, perché i dialetti sono, semmai, una delle ultime scommesse del mercato editoriale.

In principio fu Camilleri... Risale a quindici anni fa, con *La forma dell'acqua*, il primo dei romanzi editi da Sellerio, l'entra in scena del commissario Montalbano e l'apparizione di Vigata, il paese immaginario che sta a Camilleri come Macondo sta a García Márquez e l'ideale Obaba sta al basco Bernardo Atxaga. Quindici anni dopo, dieci milioni di copie vendute dall'oggi ottantatreenne scrittore di Porto Empedocle. Città che, per render-

gli omaggio, dal 2003 ha aggiunto al proprio nome quel «Vigata» con cui è ribattezzata sulla pagina scritta.

Se a Camilleri è toccato in sorte di cambiare da vivo la geografia, per via toponomastica, come succede in genere *post mortem* – vedi il San Mauro di Romagna diventato San Mauro Pascoli vent'anni dopo la scomparsa del poeta – è certamente grazie alla serie tv con Luca Zingaretti, insomma grazie alla potenza della televisione. Ma il suo successo in termini di copie vendute è dovuto – molto – al suo uso del dialetto siciliano, il grimaldello con cui convince noi lettori che, leggendolo, ci sta facendo entrare in un mondo appartato, un forziere di sapori, usanze, ritualità, segreti. Tesori propri della Sicilia, non rinvenibili in altri luoghi. È vero dialetto quello che Andrea Camilleri usa? Lui stesso spiega che la sua è una lingua d'invenzione, plasmata su quella parlata dai siciliani emigrati in America, forgiata sull'agrigentino, tra gli idiomi siciliani il più simile all'italiano, e duttile, cioè più chiusa in sé quando scrive romanzi storici, più aperta alla lingua nazionale quando scrive gialli, per lettori cui interessa anzitutto la trama.

La maestria con cui il coltissimo Camilleri padroneggia lo strumento che l'ha fatto diventare un re del bestseller, diviso oggi tra Sellerio e Mondadori, dice già in sé parecchio sull'attuale «redditività» delle lingue un tempo parlate dai ceti diseredati.

Dall'isola Sicilia, torniamo all'altra isola, la Sardegna. Chissà se è un caso che in un'altra regione circondata dal mare sia maturato l'altro botto editoriale, quello di Salvatore Niffoi. Nato a Orani, dove tuttora risiede, provincia di Nuoro, Barbagia, classe 1950, ex insegnante di scuola media, esordio con una casa editrice locale, Solinas, poi alcuni titoli pubblicati con un'etichetta fucina della nuova narrativa sarda, Il Maestrale, infine assunto nell'empireo Adelphi. È con *La vedova scalza*, romanzo che vince nel 2006 il premio Campiello, che Niffoi raggiunge il suo top di copie vendute, centoquarantamila. A differenza del bonario Camilleri, Niffoi non ammette di usare il dialetto come esca per il lettore. Lui, spiega, usa termini come «lados», «leppa», «cosinzos», ma anche dei giri sintattici tipici del parlato della sua terra, per dipingere situazioni, atmosfere, sentimenti che a suo dire in italiano semplicemente non troverebbero espressione. Bravo Roberto Calasso, allora, a fiutare che certi scenari insulari feroci, e

questa lingua in teoria criptica per chi barbaricino non è, sarebbero stati in grado di trasformarsi in oro. Anzi, in «oru».

Per costume le regioni sono presenti in forze, coi propri stand, alla Fiera torinese. I metri quadrati, al Lingotto, costano cari, e i soggetti istituzionali spendono con meno oculatezza e meno ansie dei privati. Ma nel 2008 la Regione Sardegna ha effettuato un'operazione espositiva tutt'altro che burocratica. Lo stand, infatti, era accompagnato da una vistosa campagna pubblicitaria sui quotidiani: a tutta pagina, fotografia multicolore di una pila di romanzi e un «Grazie» ai relativi autori che in ordine alfabetico, da Francesco Abate a Bachisio Zizi, sono cinquantaquattro. Slogan: «Sardegna. L'isola dei libri».

Ora, non tutti gli scrittori elencati puntano sulla propria «sardità»: per una Milena Agus, un Flavio Soriga, un Salvatore Mannuzzu, un Niffoi appunto, che dalla «sardità» partono, in modo più stentoreo o più autoironico, nella pila si annidava, poniamo, un Nicola Lecca che – classe 1976 – da Cagliari è scappato e si è rifugiato nientemeno che in Islanda. Da dove scrive pagine in cui un termine come «cosinzos» sembrerebbe un refuso tipografico.

Ciò che è interessante, però, è il connubio «sardità»-cultura, individuato come parola d'ordine dalla Regione. È un binomio che l'isola sta esplorando a tutto campo: da Gavoi a Seneghe a Berchidda vi cresce il numero di festival dedicati al racconto, alla poesia, alla musica, mentre l'esordio nella fiction di Enrico Pitzianti e il film di Paolo Virzì *Tutta la vita davanti*, ispirato a una storia di Michela Murgia, hanno fatto titolare i giornali – esagerando – su un «Nuovo cinema Sardegna».

La «sardità», cioè il sapore regionalista espresso col ricorso al dialetto, si intreccia poi con altri filoni economicamente propizi: il noir, per esempio, che Mannuzzu, ma anche Marcello Fois, Giulio Angioni, Giorgio Todde, declinano a proprio modo, come strumento per indagare una realtà isolana misteriosa, in modo da far salutare da alcuni – ne scriveva a gennaio 2008 «Librando», periodico della Carlo Delfino editore – l'avvento di una scuola sarda del noir.

Questo genere ci porta su un'altra pista regional-dialettale: il giallo bolognese, fiorito nuovamente dentro il «Gruppo 13»

di Carlo Lucarelli, alla cui fortuna, negli anni passati, ha contribuito insieme ai nebbiosi scenari padani la tipica pastosità linguistica locale.

Che, al di là dei singoli autori e singoli testi, esista un filone, si deduce, in genere, da una controprova: se altri cercano di imitarlo. Ecco i genovesi Fratelli Frilli che tentano il successo con i «Noir liguri», collana nei cui titoli abbondano termini come «creuza» e simboli evidenti, come «focaccia» e «basilico».

Diverso il caso d'un dialetto che, per antonomasia, viene da considerare lingua letteraria, il napoletano. Esso, citato con levità, contribuì al successo, negli anni settanta, della serie di Bellavista di Luciano De Crescenzo. Ma, sia perché sdoganato allora, attraverso De Crescenzo anche in televisione, sia perché già di per sé popolarissimo, grazie al teatro di Eduardo e alla tradizione melodica, il napoletano non sembra, ora, in grado di aprire forzieri di segreti appetibili dal grande pubblico.

Esso è protagonista piuttosto di un altro fenomeno che tocca i dialetti: di stile anziché di cassetta. Cioè il loro ritorno sulla pagina grazie a scrittori che, però, di essi non si fanno un marchio: sono l'abruzzese usato da Dacia Maraini in *Colomba*, l'italo-albanese che conquista una forma scritta nei romanzi di Carmine Abate, l'avellinese impiegato da Emilia Bersabea Cirillo nell'*Ordine dell'addio* e, appunto, il napoletano in forma di mitraglia trascritto da Elena Ferrante nell'*Amore molesto* e da Domenico Starnone in *Labilità*. In questi casi il dialetto (o vera lingua, come l'arbëresh di Abate) è uno dei tanti strumenti e, nel testo, segnala un'epoca, un luogo, un'età, cui lo scrittore ha accesso solo usando un altro idioma.

Sono passati vent'anni non inutili da quel 1988 in cui, in sede di premio Viareggio, Giorgio Caproni e Giovanni Giudici contestarono l'assegnazione del riconoscimento a Raffaello Baldini, perché i suoi versi scritti in romagnolo erano a parere del primo scritti «in una lingua ignota» e a parere del secondo dopati, artificiosi, come se il poeta «avesse nuotato con le pinne».

Il mercato ha voglia di Commedia dell'Arte. Appetirebbe un Balanzone e un Pulcinella, una Colombina e un Capitan Spaventa, tante fortunate maschere – insomma scrittori in dialetto –

quante sono le nostre città? Gli editori hanno una miniera in cui cercare: l'Italia, certifica Tullio De Mauro, è il paese con il più alto indice di diversità linguistica nativa, ha una presenza ancora viva dei dialetti entro il 60% della popolazione e ha quattordici minoranze linguistiche di antico insediamento. Anticorpi potenti contro la lingua televisiva e l'inglese da computer. E allora noi stiamo qui, pazienti: aspettiamo il prossimo bestseller scritto in ciociaro.

ALTE TIRATURE
Le religioni evolvono
per selezione
naturale?

di Sylvie Coyaud

La religione è un'esclusiva dell'uomo, proprio come il linguaggio simbolico. Però non porta uguali benefici, al contrario rischia di scatenare conflitti violenti. Allora, perché resiste da millenni? La fede scoraggia le cattive azioni più di quanto faccia la morale laica? O forse la fede dipende dall'abbondanza di un neurotrasmettitore? Duecento anni dopo Darwin, una ricerca finanziata dalla Commissione europea cerca una spiegazione. Mentre gli autori continuano a dividersi tra chi interpreta dati, misure, misteri della fede e modelli scientifici da un punto di vista religioso o laico.

Nel 2009 si festeggiano il bicentenario della nascita di Darwin e i 150 anni dalla pubblicazione dell'*Origine delle specie*. Usciranno altri saggi pro e contro la teoria dell'evoluzione e, speriamo, una vigorosa difesa del creazionismo da parte di un autore italiano. Di sicuro, non sarà nemmeno lui – è un'arte tutta maschile – un ricercatore praticante. In biologia, come nelle altre scienze, i ricercatori si dividono in credenti, atei e tutte le sfumature comprese tra le due categorie, ma durante le ore di lavoro sono tutti laici. Escludono di descrivere o spiegare un fenomeno ricorrendo a sacri testi, perché se il risultato è stato scritto in precedenza da qualcuno, la ricerca è superflua, i posti di ricercatori anche. Nel tempo libero, ognuno invece sceglie sotto quale stendardo schierarsi nella «Kulturkampf che prosegue con alterne vicende ormai da due secoli», come dice Paolo Costa in *Un'idea di umanità. Etica e Natura secondo Darwin* (2007). Nel caso delle conseguenze economiche, sociali, culturali, morali della scienza applicata, ogni scelta è lecita. Ma, dall'inizio del secolo, si tende a interpretare i dati, le misure, i modelli, la materia grezza insomma, da un punto di vista religioso o meno. All'acquirente servirebbe una corretta etichettatura del prodotto.

Talvolta il punto è precisato in quarta di copertina, in modo da evitare i malintesi. Chi compra l'ironica e colta *Pregghiera darwiniana* (2008) di Michele Luzzatto è avvisato che non si tratta di un inno al Signore scritto da Charles ai tempi in cui studiava teologia. Darwin viene paragonato a «Giacobbe e a Giobbe [...] e chi si scaglia contro Darwin finisce paradossalmente col trovarsi piuttosto distante da Dio, se c'è un Dio». Il titolo *La fisica del cristianesimo. Dio, i misteri della fede e le leggi scientifiche* (2008), di Frank J. Tipler, induce a pensare che l'autore usi le leggi per smentire i misteri. In quarta, si legge che «dobbiamo accettare le implicazioni delle leggi fisiche, qualunque esse siano. Se le leggi fisiche implicano l'esistenza di Dio, allora Dio esiste». Ma la implicano? Lo promette il risvolto: «Dalla verginità di Maria, all'incarnazione, alla resurrezione, l'autore ci dimostra come gli assunti in apparenza meno plausibili del Cristianesimo si fondino, o possano fondarsi, su leggi fisiche certe [...] e trovare conferma nei più recenti studi di laboratorio». Tipler non lo dimostra affatto. Usa una versione personale dell'Antico e del Nuovo Testamento che associa liberamente a «recenti studi». È vero che alcune specie di lucertoline sono vergini di madre in figlia e che in zoo inglesi due enormi varani di Komodo hanno fatto un uovo e un figlio maschio a testa, senza aver mai avuto rapporti con un varano, ma in nessun laboratorio un ovulo è mai stato fecondato dallo Spirito santo.

Nessuna avvertenza sulla copertina di *Teoria dei quanti* (2008). Un altro fisico matematico, John Polkinghorne, racconta com'è nata la concezione probabilistica dell'elettrone, così distante da quello che noi intendiamo per realtà. «È l'intelligibilità, più che l'obiettività, la traccia della realtà [...] un'idea, sia detto per inciso, che ha origine nel pensiero di Tommaso d'Aquino» scrive a pagina 81, anche lui verso la fine del saggio. L'inciso ci informa sul pensiero di Polkinghorne, ordinato diacono della Chiesa anglicana nel 1981: per i dettagli rimando alla sua autobiografia *From Physicist to Priest* (2007). E ci disinforma sul pensiero dei fisici, di rado cristiani o lettori di Tommaso d'Aquino. Per loro, quella traccia ha origine nelle equazioni di Dirac, Heisenberg, Feynman, e descrive la realtà perché, obiettivamente anche se banalmente, le equazioni funzionano e fanno funzionare i dispositivi elettronici.

Lascia incerti sul contenuto del volume anche la citazione sul retro di *Una fortuna cosmica. La vita nell'universo: coincidenza o progetto divino?* dell'astrofisico Paul Davies (2007): «Io prendo sul serio la vita, la mente e la finalità, e ammetto che l'universo quanto meno sembra progettato con un elevato livello di ingegnosità. Non posso accettare questi aspetti come uno scrigno di meraviglie che ci sono soltanto per caso, che esistono senza una ragione». Qui va colto che l'ingegnosità del progetto è un richiamo all'*Intelligent Design* dei neocreationisti americani, e che la ragione astutamente contrapposta al caso non è la causalità, bensì la volontà divina. Per Davies, gli universi sono molti e compongono un «multiverso», un'ipotesi più plausibile e condivisa di quelle immaginate da Tipler, la cui fantasia aumenta insieme alla distanza dalla disciplina in cui è competente. È plausibile, perché gli astrofisici hanno imparato la lezione: un secolo fa, era accertata un'unica galassia, la nostra, oggi se ne contano a miliardi; nel 1995 si conoscevano soltanto i pianeti del nostro sistema solare, da allora ne sono stati censiti più di trecento attorno ad altre stelle. Quindi Davies la pensa come la maggioranza dei colleghi. Però ritiene che «la vita e la mente [umane, N.d.R.] siano impresse in profondità nella struttura del cosmo, forse tramite un oscuro pensiero vitale appena intravisto». Davvero? E su quale deduzione, inferenza, calcolo, osservazione si basa? Be', ecco, «per essere onesto devo ammettere che questo punto di partenza è qualcosa che avverto più nel cuore che nella testa. Così può darsi che sia soltanto un'ordinaria convinzione religiosa».

Pochi mesi prima e sul versante laico, lo stesso editore aveva presentato *L'illusione di Dio. Le ragioni per non credere* (2007), come una blanda autodifesa: «L'ateismo è un'aspirazione non soltanto realistica, ma anche nobile e coraggiosa. Si può essere atei felici, equilibrati, morali e intellettualmente appagati». Sotto la copertina, invece, Richard Dawkins attaccava le religioni monoteiste, denunciava l'indottrinamento dei pargoli, le crociate sanguinarie e altri misfatti. Dichiarava le proprie intenzioni *d'emblée*: «Se questo libro avrà l'effetto da me auspicato, i lettori religiosi che lo apriranno saranno atei quando lo chiuderanno».

Non so se Dawkins abbia raggiunto l'effetto auspicato, però la bagarre gli è piaciuta e negli Stati Uniti, dove gli atei si

sentono perseguitati, e ancora di più se sono biologi e quindi evolucionisti, ha suscitato vocazioni. Il movimento dawkinsiano organizza convegni e mira a ottenere che l'eletto alla Casa Bianca si dichiari per la separazione tra Stato e Chiesa, in un paese dove un ateo non ha la minima chance di farsi eleggere governatore nemmeno nel Maine, men che meno presidente dell'Unione. Nella baraonda seguita alla pubblicazione del libro, due capitoli – «Le origini delle religioni» e «Le origini dell'etica» – sono passati inosservati, eppure contenevano ipotesi sull'evoluzione delle religioni per selezione naturale. Dawkins individuava i vantaggi da esse conferiti all'individuo e al gruppo in termini di fitness, aumentando il tasso di sopravvivenza e di riproduzione dei credenti.

Dawkins seguiva il modello degli studi sull'evoluzione del senso morale, che costringe anch'esso a rinunce e sprechi di energia svantaggiosi per il fitness, già avviati negli animali umani e non. Si veda per esempio *Menti morali* di Marc Hauser (2007), *I neuroni specchio. Come capiamo ciò che fanno gli altri* di Marco Iacoboni (2008), *L'evoluzione della mente*, una raccolta di saggi curata da Telmo Pievani (2008), *Primati e filosofi. Evoluzione e moralità* di Frans de Waal (2008). Tutti libri di autori laici. Ci sono cristiani fra i genetisti: Francis Collins, fino a pochi mesi fa direttore del Progetto genoma umano, scrive che i geni parlano il linguaggio di Dio (*sic*, in *The Language of God*, 2006), ma nessun neuroscienziato fa altrettanto per i neuroni. In privato, qualcuno dice che la coscienza sta nell'anima la quale, essendo priva di basi biologiche, è inaccessibile con il metodo scientifico. È quindi turbato dal fatto che ricercatori in neuroscienze biologiche, cognitive e comportamentali stiano indagando il «fenomeno religioso», un attacco più pericoloso di quello di Richard Dawkins.

Cerco di riassumere la questione perché nei media italiani non ha trovato spazio e forse i lettori non sono al corrente. Ai ricercatori si presenta così: la religione è un'esclusiva della specie umana, presente in varie forme in tutte le culture proprio come il linguaggio simbolico. Però non porta uguali benefici – per chi ha in mano *Tirature*, quelli del linguaggio, della scrittura, della lettura sono evidenti – pur consumando molte risorse individuali e col-

lettive. E, diversamente dal linguaggio, scatena conflitti violenti. Allora perché resiste da millenni?

Dalla domanda ne discendono altre alle quali cercare le risposte. Esistono meccanismi mentali e cerebrali che rappresentano una divinità onnisciente? Quali sono, e dove? La sua rappresentazione funge da «sorvegliante» e scoraggia le cattive azioni più di quanto faccia la morale laica? I credenti godono di maggior fiducia e facilitano imprese cooperative da cui traggono profitto insieme al proprio gruppo? Se è così, il livello di cooperazione varia da una setta o denominazione all'altra? Dove i riti sono più frequenti, i profitti sono maggiori? E così via.

Arrivano i primi dati e aumentano le ipotesi, cioè le domande. Negli Stati Uniti, i malati di Parkinson, nel cui cervello circola poca dopamina, risultano statisticamente meno religiosi della popolazione sana. La fede dipende dall'abbondanza di un neurotrasmettitore? In Canada, si è scoperto che soltanto nei credenti il versetto di un salmo suscita un'attivazione dei neuroni in aree della corteccia parietale e frontale, che si pensava fossero dedicate al ragionamento. La fede mobilita le facoltà cognitive superiori? Invece il *God Spot* (un gruppo di neuroni nel lobo temporale che si attivano in circostanze particolari) si è rivelato un'illusione. Identificato nel cervello di pazienti affetti da crisi epilettica e mistica insieme, non si vede in quello di suore cattoliche e di monaci buddhisti mentre pregano sotto il casco della tomografia a emissione di positroni. In Israele, la cooperazione e l'equa spartizione dei beni sono praticate con la stessa frequenza da uomini e donne fra i *kibbutzim* laici; fra quelli credenti, invece, gli uomini sono equi, le donne molto meno.

I dati preliminari generano confusione. Per mettere ordine, nel settembre 2007 è stata inaugurata «Explaining Religion» (Exrel), una ricerca triennale finanziata con due milioni di euro dalla Commissione europea. Ci collaborano neuroscienziati, biologi, economisti, sociologi, antropologi, teologi ecc. di quattordici università, nessuna delle quali italiana. Gli evolucionisti atei o agnostici sono maggioritari, per loro va da sé che il laicismo è un adattamento, una novità positiva: la razionalità prevale sulla superstizione e svincola da divieti e norme infondate la potenza della mente umana. A prima vista, con Exrel rischiano l'autogol.

Sotto il profilo del fitness, i credenti sono messi meglio: non praticano il controllo delle nascite, non bevono, non fumano e se la fede allevia lo stress, come sostiene Dawkins, devono per forza vivere sani a lungo e lasciare molti discendenti. Mentre i laici che fanno un figlio, al massimo due, e si danno ai bagordi sarebbero destinati a una rapida estinzione. I lettori atei si rassicurino, non è detto. Per Darwin nel 1859 come per gli evoluzionisti nel 2009, adattamento e fitness non sono assoluti, ma dipendono dall'ambiente: che è cambiato parecchio da quando sono comparse le religioni.

ALTE TIRATURE
Cherubini, Celestini,
Checco Zalone:
la canzone la sa lunga
di Umberto Fiori

Una campagna stampa per il nuovo album travestita da lettura critica, recensioni entusiastiche, fino alla consacrazione nei libri scolastici: davvero nei testi di Lorenzo Cherubini/Jovanotti «c'è più eccitante saggezza che in tutta la cultura accademica»? L'indicazione esegetica più puntuale ci viene da una parodia di Checco Zalone, che con la presa in giro ne restituisce il livello di pacificazione pop dei conflitti. Diversa l'austerità della denuncia sociale di Ascanio Celestini: l'impegno incarnato nelle figure di precari, partigiani, matti non lascia spazio ai pensosi vagheggiamenti personali.

Mia figlia Cecilia – seconda media – deve studiare a memoria una poesia. Mentre la cerchiamo insieme sull'antologia (*Il quadrato magico*, 2007), tra un sonetto di Saba e una novella di Verga mi blocco: ma questo signore a pagina 438 è nientemeno che Lorenzo Cherubini, in arte Jovanotti. A rappresentare la sua opera un passo da *Il grande Bob!*, uscito qualche anno fa da Feltrinelli. Immagino che la curatrice lo abbia inserito per aggiornare la proposta didattica, per avvicinarla ai gusti dei giovani. «Hai visto, Ceci?» dico «Nel tuo libro c'è anche Jovanotti!» Mia figlia mi guarda perplessa. «E chi è?» «Ma come? Non lo conosci?» «Perché? Dovrei conoscerlo?»

A dire il vero, neanch'io lo conosco tanto bene. In questi giorni, però, le mie lacune stanno per essere colmate, grazie a un diffuso sistema educativo che va ben oltre le antologie scolastiche. Sul «Venerdì di Repubblica» (18/1/2008) Luca Valtorta firma una recensione a cinque stelle dell'ultimo disco, *Safari*, dalla quale apprendo che ultimamente è mancato il fratello dell'autore. Che dire? Mi dispiace. Lorenzo – mi informa Valtorta – è fortificato dal lutto. Anche suo padre è malato. E io non ne sapevo niente.

Sulla vasta copertina di un altro supplemento di «la Repubblica», «XL», ecco di nuovo il Cherubini in un disegno a colori: barbuto, aria serissima da eroe solitario, un machete in mano; accanto a lui, una tigre. È (lo scoprirò più tardi) una riproduzione integrale, versione extra large, della copertina del disco. All'interno si annuncia «un diario molto intimo» in cui l'autore di *Safari* racconta – con parole e disegni – «come è diventato adulto tra viaggi, una figlia e il dolore di una perdita». Qualcuno potrebbe chiedersi in che senso faccia notizia l'approdo di un uomo di quarantadue anni all'età adulta; il fatto è che Lorenzo, avendo sfondato a quattordici come alfiere di una gioventù spensierata e «paninara», ancora oggi fatica a scrollarsi di dosso quell'immagine. Eccolo infatti, meditando, sulla copertina di «I viaggi di Repubblica» (21/2/2008), davanti a un mare livido. A cosa starà pensando? L'intervista ha per argomento i viaggi che, a quanto pare, hanno ispirato *Safari*. Qual è il frutto delle pensose peregrinazioni del Cherubini?

«Mi sono immerso in luoghi che hanno influito molto nel [sic] mio ritmo», racconta il cantautore a Ernesto Assante. «Viaggiare è come creare. [...] Senza esagerare potrei dire che è una maniera di comporre canzoni attraverso i piedi...»

Mentre ancora rifletto su questa estrosa immagine, giorni dopo, la grinta cheguevaresca del maturo teenager torna a fissarmi da ogni edicola. Stavolta è sulla luccicante copertina di «GQ» («Gentlemen's Quarterly»). Nelle pagine interne: Jovanotti intervista Vasco e Bono, Jovanotti infangato versione *enduro* con Valentino Rossi, Jovanotti in bicicletta (abito di Calvin Klein), Jovanotti di profilo e di scorcio, Jovanotti in guardia a pugni nudi, Jovanotti casual con giacca di lamé, e così via.

La poliedricità del personaggio un po' mi disarmo. Che cosa fa veramente, Jovanotti? Il motociclista? L'indossatore? Il guerrigliero? Il *globetrotter*?

Finalmente, ancora da un supplemento di «la Repubblica», «TuttoMilano» (7-13/2/08, sezione «Cultura», p. 61), Franco Bolelli mi apre gli occhi. *Jovanotti canta la saggezza*, decreta il titolo di un suo fervente trafiletto dedicato a *Safari*. In questa «nuova appassionante opera», garantisce Bolelli, «c'è più eccitante saggezza che in tutta la cultura accademica». Il giudizio è corroborato

to da lampi del Jovanotti-pensiero. Eccone uno: «La vita è molto più vasta di una definizione». Devo ammetterlo: nella cultura accademica è raro incontrare intuizioni tanto ardite.

A questo punto, la mia propedeusi è completa. Prima che *Safari* venga recensito anche nella rubrica gastronomica del femminile di «la Repubblica», devo procurarmi la nuova appassionante opera. La trovo alla Libreria Feltrinelli sotto casa, con lo sconto del 20% (in mancanza di sussidi pubblici, il mio aggiornamento culturale può giovare di quelli privati). La prima cosa che mi cattura, all'ascolto, è il ritornello di *Fango*, che solo ora mi rendo conto di avere già sentito mille volte senza volere (o, diciamo, senza averlo richiesto) alla stazione, al bar, in taxi: «Io lo fo che non fono folo / anche quando fono folo». Salto qua e là, di traccia in traccia, alla ricerca del Jovanotti «impegnato», dei viaggi di esplorazione critica del mondo globalizzato di cui ho sentito parlare; mi imbatto in una canzone intitolata *A te*: «A te che non ti piaci mai e sei una meraviglia [...] / A te che sei, semplicemente sei, sostanza dei giorni miei». Mentre insisto nello zapping, mi si affacciano alle orecchie le più svariate reminiscenze: da De Gregori (*In orbita*) a Gino Paoli (*Innamorato*), da Battiato (*Antidolorificomagnifico*) a Claudio Baglioni (*Come musica*). Dolcissime serenate dedicate a una dolcissima ragazza. Qua e là spunta un «filo spinato», la città è «un film straniero senza sottotitoli, un cartello di sei metri dice è tutto intorno a te / ma ti guardi intorno e invece non c'è niente». Il libretto allegato al cd mi presenta l'autore mentre urla, mentre ruggisce (*grrr*), ma di tutta questa rabbia, nei testi, non trovo traccia. Qualche pagina più avanti, un Jovanotti in tenuta da aborigeno, con tanto di zagaglia a tracolla e collana di zanne, si domanda: «Riuscirò a fare un disco che assomiglia a questo vulcano che sento nella pancia?». Non so quale vulcano ribolla nella pancia del selvaggio Cherubini; a me il magma che ne è uscito, più che pietra infuocata, sembra gelato alla fragola. L'«eccitante saggezza» magnificata da Bolelli, con tutta la buona volontà, non sono riuscito a reperirla. Ci dev'essere qualcosa che mi sfugge. Forse sono troppo anziano per capire le sottigliezze di questo pop-filosofo.

Di lì a pochi giorni, un soccorso mi arriva; non dalla critica, ma da un collega di Jovanotti, Luca Medici, in arte Checco Zalone, il

«cantante neomelodico» reso popolare in tv da *Zelig*. Nel suo nuovo disco (*Se ce l'o' fatta io... ce la puoi farcela anche tu*) un pezzo composto e interpretato in perfetto stile Cherubini, *Fiducia nel prossimo*, offre una mirabile sintesi del Jovanotti-pensiero: «Io penfo che nel mondo ci fia un filo conduttore / che va da Che Guevara fino a Flavio Briatore / e li dallo Fri Lanka giù alle valli del Congo / paffa in Cafà Bianca fino a Monfignor Milingo / unisce tutti quanti in una torre di Babele / Carlo Azeglio Ciampi con Vittorio Emanuele / Lo dico apertamente fenza tanti fronzoli / viva quefta gente, viva padre Cionfoli!».

Nella migliore tradizione dell'avanspettacolo, Checco Cherubini punta su una rima oscena evitata: «Quando non ti fenti vivo e non penfi pofitivo / quando guardi la tua moto e c'hai un fenfo di vuoto [...] / Quando un raggio di fole fa crescere l'ortica / quando hai perfo le parole e ogni gefto è una fatica / Basta un po' di fi... / ducia nel proffimo / perché se c'è la fi... / ducia nel proffimo / si aggiunge altra fi... / ducia nel proffimo».

Potenza del comico, che in pochi tratti riesce a illuminarti, a mostrarti ciò che tu solo confusamente riuscivi a formulare. Di Jovanotti, del pop-pensiero e in genere della canzone italiana il disco di Checco Zalone rivela molto più di quanto riescano a fare mille saggi e mille articoli di giornale. Le sue irresistibili parodie di Carmen Consoli (*Stitica/Zio Santuzzo*), Vasco Rossi (*Va be'*), Eros Ramazzotti (*Grandissima storia*), Simone Cristicchi (*Mi piace quella cosa*) sono esilaranti studi critici, analisi lievi e penetranti che si spingono – come nessuno scritto potrebbe – fino al cuore della canzone, alla voce, al corpo del cantante, e dell'idolo ci esibiscono l'ineffabile, l'impensato, l'impresentabile.

Ascoltato dopo i ricchi arrangiamenti del *Safari* di Jovanotti e delle parodie di Checco Zalone, il nuovo disco di Ascanio Celestini, *Parole sante*, suona ancora più asciutto, addirittura austero: ci si riconosce la lezione della canzone politica degli anni d'oro, da Paolo Pietrangeli a Giovanna Marini, con forti echi anche di Gianni Rodari e Sergio Liberovici. All'«impegno», qui, non si gira intorno: tutto il disco è all'insegna della protesta, della denuncia sociale, della rabbia. Si parla di padroni, di precari, di partigiani, di matti. La barba fratesco-mefistofelica dell'artista, in

copertina, è agli antipodi dello stile neohemingway di Cherubini. Attore prima ancora che cantautore, Celestini costruisce le sue canzoni a partire da un personalissimo *recitar cantando*, senza farsi ingabbiare dai limiti e dalle convenzioni; invece di scorrere buoni buoni nei binari della melodia, i versi spesso s'impennano e si sgranano a raffica, d'un fiato, come scioglilingua: «Vistoeconsideratochenonnepotevanopiùdellaloromalasorte / incominciaronoaaggirarsicomesiaggiròquelfamosospettroperl'Europa» (*La rivoluzione*). Ai pezzi cantati si alternano variazioni sul tema «Il popolo è un bambino», parlate, che fanno pensare a un Gaber meno ironico, meno ammiccante, più decisamente didascalico: «Il popolo è un bambino. Vuole sempre avere ragione. Allora chi governa il popolo gli deve dire che gli altri c'hanno sempre torto. Gli altri sono atei miscredenti, pervertiti omosessuali, zozzi meridionali, negri puzzolenti...». Il messaggio sembra chiaro, l'informazione esauriente. Alla fine, però, rimane più di una lacuna. È sposato, Celestini? È divorziato? Ha figli? È maturato, ultimamente? Dove ha passato le vacanze? Quale stilista ha firmato la sua maglietta? E la sua famiglia, come sta?

Un amico insiste perché io legga i versi di un poeta «davvero fuori dal comune», di cui non vuole rivelarmi il nome «per non condizionarmi». Il titolo della raccolta è *Di sogni e d'amore*. Cerco una scusa per esimersi dalla corvée, ma non c'è niente da fare: l'amico sta già accusandomi dei più torvi pregiudizi. Cedo al ricatto, sfoglio qua e là. Ecco gli inevitabili versicoli ungarettiani: «Dentro / non ho niente / da dire / [...] / provo lontanamente / poca voglia / di vivere». Passo oltre: «Quando la penombra è spezzata / e il giglio / ha preso il colore / del mirto / e il mirto / del girasole / ed altre / altre finestre / ha acceso / Edison / in pigiama / non è il caso / di prendersela / da morire». Santo cielo. Che cosa ho fatto di male perché mi si costringa a pensare qualcosa di questa roba? E c'è persino l'autocommento storicizzante: «La quinta stagione è uno stato d'incontentabilità, o – per essere più precisi – di delusione. Il determinismo di ogni specie, cristiano, laico, naturalistico, viene ripudiato». Presentando una poesia dedicata alla madre, l'autore la definisce «una composizione che ritengo un gioiello» e subito precisa: «Sono molto restio di solito

a giudicare gioielli le mie poesie, e chi mi ha seguito fin qui se ne sarà accorto». In alcune fasi della propria opera riscontra «un menefreghismo nei riguardi della perfezione. Criticamente più che di incomunicabilità (cara sacra vecchia parola) in *Bottiglie* è di scena pienamente il contingentismo qua e là affiorato in *Fossili d'aria...*».

A questo punto, mi sembra di aver fatto ben più del mio dovere. Pretendo che mi si riveli l'identità del poeta. Il mio amico mi porta il volume, edito da Frassinelli: *Di sogni e d'amore. Poesie 1960-1964*. In copertina, il popolarissimo sogghigno del professor Roberto Vecchioni.

COMPRA TI IN EDICOLA
The Italian Winx:
un successo
made in Italy
di Maria Sofia Petruzzi

A dispetto del falso anglicismo che le denomina e dei tratti grafici di chiara ispirazione «manga», le Winx non sono né americane né giapponesi, ma italiane. Ideate da Iginio Straffi e prodotte dalla Rainbow, fondata a Loreto nel 1995, le fatine adolescenti intraprendenti e coraggiose hanno decretato il successo del «made in Italy» in un settore, quello dei cartoni animati, abitualmente dominato dalle produzioni americane o nipponiche. Il segreto del successo? Un sincretismo onnivoro, e la capacità di coniugare spirito d'avventura e narcisismo civettuolo.

Dagli Appennini... all'Europa, e persino agli Usa: il magico incanto delle Winx, il cartone animato ideato nel 2000 da Iginio Straffi e prodotto dalla Rainbow, la casa di produzione da lui fondata nel 1995 a Loreto (con sedi oggi anche a Roma, in Olanda e a Singapore), ha davvero bruciato le tappe. Dal piccolo centro dell'entroterra marchigiano al successo planetario, le Winx sono state protagoniste di un'avventura straordinaria: le serie animate ispirate a loro, infatti, sono state trasmesse in più di centotrenta reti televisive e diffuse in novanta paesi. Un bel risultato per le fatine alate che, a dispetto del falso anglicismo che le denomina (Winx deriva da *wings*, ali) e dei tratti grafici di chiara ispirazione «manga», non sono né americane né giapponesi, ma italiane.

Non meno clamorosa l'avventura della casa di produzione, a cominciare dalla vicenda personale del fondatore: Iginio Straffi, imprenditore coraggioso, approdato alla produzione in proprio di cartoni animati dopo una primitiva attività di disegnatore bonelliano di fumetti e alcune precedenti esperienze come operatore nel settore dell'animazione in Francia e in Lussemburgo.

Nata come azienda fornitrice di servizi agli operatori nel settore dell'intrattenimento per bambini, la Rainbow compie pre-

sto un salto ambizioso di qualità, trasformandosi in una casa di produzione indipendente. Oggi l'azienda di Straffi, vera e propria «sfida» italiana alla Disney, vanta la capacità di gestire in proprio tutte le fasi della lavorazione dei cartoni animati: dalla riproduzione alla produzione vera e propria, inclusa la complessa attività di animazione con grafica bidimensionale e tridimensionale, alla scelta del cast per il doppiaggio e della colonna sonora. Insomma un lancio audace del «made in Italy» proprio in un settore, quello dei cartoni animati, in larga misura dominato dalla produzione americana e nipponica.

Nell'ultimo decennio, grazie soprattutto al successo delle Winx, la property più popolare dell'azienda, la Rainbow si è imposta con decisione nel settore dell'intrattenimento per l'infanzia, ispirandosi, come si legge in un opuscolo informativo diffuso dalla stessa azienda, a «un modello di business flessibile e integrato verticalmente, capace di gestire dall'interno tutte le attività tipiche del settore», dalle analisi di mercato sino al controllo della commercializzazione e della concessione dei diritti nel canale delle reti televisive, del cinema e nel merchandising. Nel 2006, per esempio, i diritti di sfruttamento commerciale sono stati concessi a più di centocinquanta licenziatari, tra cui spiccano partner di prestigio, da Mattel a Clementoni fino a Giochi Preziosi. Il repertorio proposto è assai vasto e in questo caso alimentato copiosamente dal target femminile della serie Winx: si va dalle bambole agli accessori per la scuola, ai capi di abbigliamento, alle calzature per passare poi alle riviste a fumetti, ai libri, agli album per la raccolta di figurine e al materiale audiovisivo.

Un giro d'affari colossale che l'azienda dichiara ampiamente in attivo: si parla di 16,8 milioni di euro di ricavo nel primo semestre 2007, per citare l'ultimo dato disponibile.

Se il successo delle Winx è, quindi, il risultato di un'attività pianificata e organizzata in tutte le fasi, non è, tuttavia, un fenomeno privo di aspetti sorprendenti e non facili da spiegare, soprattutto se lo si esamina alla luce di un'analisi delle caratteristiche intrinseche del prodotto proposto con tale significativa fortuna di pubblico.

Non si può certo dire, innanzi tutto, che i cartoni delle Winx si impongano per l'originalità del soggetto e delle scelte

grafiche operate: anzi, su entrambi i versanti rischiano di sfiorare la citazione sospetta, sino ai limiti del plagio vero e proprio. Scoperte, in primo luogo, le suggestioni del manga trasposto in serie animate assai note e diffuse nelle reti televisive italiane: quanto ai temi e alla grafica siamo nell'ambito di una sorta di «manga italiana», sia pure elaborato con una certa abilità.

Lo conferma, per esempio, la struttura del racconto, vera e propria saga planetaria tra fantasy e fantascienza, incentrata, immancabilmente, sul tema dell'eterna lotta tra le forze del bene, in questo caso le fatine alate, coraggiose e intraprendenti, e le forze del male, incarnate da streghe e stregoni di varia provenienza. A dare avvio alla complessa macchina narrativa è la vicenda di una delle fatine, Bloom, in origine principessa del pianeta Domino, distrutto dall'attacco delle terribili streghe antenate, responsabili della morte della sorella Dafne e dei suoi genitori. Allevata sulla terra da genitori adottivi, Bloom si accorge per caso di possedere poteri magici, quando un giorno interviene istintivamente a difendere la fatina Stella, casualmente incontrata in un parco, dall'attacco di un troll.

Scoperta la vocazione magica, la nostra aspirante fatina ottiene dai genitori adottivi il permesso di recarsi sul pianeta Magix a frequentare con Stella la prestigiosa scuola di magia di Alfea. È questa l'occasione per incontrare le altre fatine apprendiste che faranno parte del Winx Club.

Naturalmente, trattandosi di fatine adolescenti, al tema della lotta contro le forze antagoniste, non sempre risolto, peraltro, in situazioni narrative avvincenti, si intreccia il motivo, tutto cuoricini e stelline, dei vari flirt amorosi: le Winx hanno, infatti, dei fidanzati, gli Specialisti, fedeli aiutanti nelle imprese avventurose ma anche compagni di feste, ricevimenti, momenti di svago. Le vicende delle varie coppie di innamorati si alternano al resoconto della vita scolastica e cameratesca di una comunità femminile, quella delle fatine iscritte alla citata scuola di Alfea. Anzi, si ha l'impressione che la valorizzazione delle relazioni di amicizia tra fanciulle, le aspiranti fatine, appunto, prevalga sul rilievo attribuito ai rapporti sentimentali tra i sessi. L'appello ai destinatari è sapientemente articolato: si tratta di alimentare la curiosità precoce del pubblico di bambine e preadolescenti nei confronti della

dimensione dell'eros, ma di offrirgli anche l'opportunità dell'immedesimazione rassicurante in un universo di relazioni femminili tenacemente solidali.

Va detto, tuttavia, che l'ispirazione tutta femminile dell'universo Winx e l'individuazione di un target mirato (il pubblico di bambine comprese nella fascia d'età tra i cinque e i dodici anni) non sono una novità nell'ambito della produzione e della destinazione dei cartoni animati.

Già nelle serie animate ispirate ai manga giapponesi si trovano esempi di produzioni destinate a un pubblico di bambine e ragazzine. Non è certo un caso che le tematiche proposte in tali serie richiamino da vicino i tratti salienti del magico mondo Winx: la convivenza tra dimensione magico-avventurosa e intreccio sentimentale, il tema della scoperta del possesso di poteri magici da parte delle protagoniste inteso come metafora della crescita, la stessa attenzione al look delle figure femminili.

Non brilla poi per originalità neppure la trovata centrale del cartone di Straffi, l'idea cioè di privilegiare la dimensione del gruppo, esaltandone l'intraprendenza e lo spirito di collaborazione. Neppure in questo caso mancano dei precedenti, tanto nei manga quanto nelle produzioni nostrane: basta pensare ai tanti fumetti e cartoni che puntano sull'iniziativa avventurosa di vere e proprie task force di fanciulle, dotate, naturalmente, di poteri magici, da Sailor Moon alla serie italiana delle W.I.T.C.H. prodotta dalla Disney su soggetto di Elisabetta Gnome.

D'altra parte la versione «rosa» del fantasy è, nella letteratura per l'infanzia, un genere in piena affermazione (si pensi alla serie di romanzi *Fairy Oak* della stessa Gnome), quasi a suggerire l'ipotesi che la dimensione magica sia la grande metafora dell'aspirazione tutta femminile e insieme adolescenziale a coniugare il gusto per l'iniziativa individuale con lo spirito complice e solidale del gruppo. Va riconosciuto forse alle Winx di Iginio Straffi un potenziamento deciso della dimensione femminile, cioè l'intento deliberato di puntare su un protagonismo muliebre quasi assoluto. Nel magico mondo Winx le figure maschili appaiono deboli e scialbe, poco convincenti sia quando svolgono il ruolo di aiutanti/spalla (gli Specialisti fidanzati delle Winx sono bambolotti accompagnatori, incapaci di dare spessore all'intrec-

cio sentimentale), sia quando fungono da antagonisti, coperti di ridicolo e immancabilmente sconfitti dalle fatine alate. In tale contesto tutto rosa persino l'interesse per il look, vera e propria prerogativa delle Winx contro cui hanno puntato il dito educatori e pedagogisti, sembra esplicitarsi più all'insegna del narcisismo compiaciuto che della seduzione maliziosa. La strategia di fondo del cartone si risolve così nell'intento di sollecitare il pubblico delle bambine sul duplice versante del gusto per l'avventura fantasy e dell'attrattiva per un mondo «trendy», popolato da eroine coraggiose ma spoglie di mantelli e ridicoli cappelli da strega, anzi abbigliate alla moda, con minigonne, short, top vertiginosi e scarpe con la zeppa, interessate al trucco, allo shopping e alla cura delle acconciature. E se l'attenzione ad abbinare spirito avventuroso e cura del look può apparire qualche volta inverosimile e goffa agli occhi del pubblico adulto, conquista invece le piccole spettatrici, ammiratrici convinte di eroine un po' fatine, un po' veline come appunto le magiche Winx.

D'altra parte l'universo del Winx Club non solo esalta la dimensione femminile, ma anche quella adolescenziale, conferendole un protagonismo altrettanto assoluto e onnipotente. Il mondo di Magix e dei pianeti che lo circondano si rivela una sorta di «isola che non c'è», uno spazio in cui l'adolescenza domina incontrastata e ha la meglio sul mondo degli adulti. Le figure adulte si rivelano, infatti, fragili e prive di spessore, incapaci di incarnare con autorevolezza il proprio ruolo: i genitori delle varie fatine sono spesso assenti, in lite tra di loro o vittime di incantesimi, bisognosi, talvolta, del soccorso delle stesse figliole. Persino le insegnanti, da Faragonda, direttrice di Alfea, a Griselda, sua vice, sono ben lontane dal prestigio e dal carisma, per esempio, di alcuni personaggi di Hogwarts, la nota scuola di magia di Harry Potter.

Il richiamo all'ambientazione dei romanzi della Rowling non è casuale, tanto più che la suggestione della saga potteriana è ammessa dallo stesso Straffi: ancora una volta, a favorire l'immedesimazione del pubblico infantile gioca un ruolo importante il riferimento al mondo della scuola.

Alfea è inequivocabilmente una sorta di accademia di Hogwarts in versione «rosa» e le serie animate delle Winx aspira-

no a diventare la risposta italiana e femminile al mondo dei maghetti della Rowling. Manca però, nell'universo delle Winx, il tratto più originale della saga potteriana: il contrappunto ironico tra dimensione della realtà, spesso grigia e mediocre, e dimensione magica, sensibile e aperta alle suggestioni della fantasia. La scoperta della vocazione magica di Bloom non genera, per esempio, né tensioni né conflitti nella sua famiglia terrestre che, a differenza degli zii «babbani» di Harry Potter, accetta di assecondarla con comprensione.

Se la materia narrativa delle Winx pesca, dunque, in un repertorio assai vasto di fonti peraltro identificabili, la grafica del cartone attinge con altrettanta disinvoltura a moduli già codificati.

Riconoscibile è l'ispirazione alla grafica delle serie giapponesi, non senza qualche concessione al gusto per la leziosaggine disneyana. Le figure slanciate e longilinee, i volti sproporzionati e tondeggianti, gli occhi troppo grandi e lievemente allungati, le capigliature curate all'insegna dei tagli «trendy», sfrangiati, scalati o geometrici: sono questi i contrassegni grafici che assimilano il disegno delle fatine alla fisionomia tipica delle eroine manga. Sulla stessa linea l'opzione per la sproporzione tra la figura in primo piano, di solito una delle protagoniste, e l'inquadratura di sfondo. Scontate anche le soluzioni adottate per rappresentare le scene di combattimento: fasci luminosi, esplosioni incandescenti, nubi fluorescenti e riproduzioni sonore delle onomatopee. Forse l'aspetto più originale sotto il profilo della grafica è l'uso del colore: le singole inquadrature scartano la soluzione del contrasto cromatico e puntano invece sull'accostamento di colori complementari o sul monocromatismo sapientemente sfumato. A far da stacco, talvolta, l'effetto di contrappunto prodotto dalle capigliature delle protagoniste in primo piano (la chioma rossa di Bloom, per esempio). Gli scenari abbinano le forme geometriche e squadrate del repertorio fantascientifico, utilizzate nella raffigurazione di astronavi, basi spaziali, cabine di comando e computer, alle linee curve e tondeggianti dei moduli del paesaggio fiabesco, tra castelli pieni di cupole e dimore principesche ornate di fregi e di volute. E, a parere di buona parte della critica, il passaggio alla grafica in 3d, utilizzata nella realizzazione del film *Il segreto del regno perduto*, vero e proprio evento dell'anno 2007 nella filmografia

per l'infanzia, non ha aggiunto nulla di più, anzi, ha evidenziato i limiti di una produzione frettolosa e ambiziosa: lentezza delle sequenze, scarsa sincronia tra sonoro e video sono i difetti più diffusamente imputati al lungometraggio della Rainbow.

Eppure, mentre i critici cinematografici storcono il naso e i pedagogisti esprimono riserve moralistiche, le Winx se la cavano benissimo, anzi, si riproducono, generando fatine mignon, amiche e protettrici: le Pixie, la nuova property su cui punta il futuro dell'azienda. Il segreto del successo? Forse proprio la rinuncia dimessa all'originalità in nome di un sincretismo onnivoro, che utilizza fonti riconoscibili senza neppure farsi scrupolo di occultarle, anzi le esibisce con spregiudicatezza quasi spudorata. Forse ancora la capacità di cogliere e contribuire a forgiare la nuova fisionomia del pubblico delle bambine, sollecitandone assieme l'aspirazione al protagonismo avventuroso e l'inclinazione al narcisismo civettuolo.

ADOTTATI A SCUOLA
Non solo testi.
Per un'educazione
al libro

di Bruno Falchetto

Lo spazio della letteratura è affollato, plurale, ricco, percorso da echi continui, in un dialogo perenne degli scrittori con la tradizione e le attese del pubblico. Ma alle opere si accede attraverso la fisicità delle edizioni, nella concretezza degli ambienti del libro (venduto in libreria, conservato in biblioteca): ecco perché è essenziale una didattica del libro, che insieme a comunicare il gusto della lettura fornisca gli strumenti per accostarsi all'oggetto libro. Con sguardi sul mondo extrascolastico della produzione, diffusione, ricezione. L'orientamento critico si esercita (e si impara) anche con uno sguardo ben allenato alla realtà materiale di testi e paratesti.

Due molteplicità

Inizio questo ragionamento da una citazione calviniana, poco nota ma affascinante, che mi sembra illumina in modo esemplare uno dei tratti decisivi dell'esperienza culturale nella modernità, la «molteplicità dei libri»: «Voglio cercare di analizzare le sensazioni che provo ogni volta che visito una grande esposizione del libro: una specie di vertigine nel perdermi in questo mare di carta stampata, in questo firmamento sterminato di copertine colorate, in questo pulviscolo di caratteri tipografici; l'apertura di spazi senza fine come una successione di specchi che moltiplicano il mondo; l'attesa d'una sorpresa che può venirmi incontro da un nuovo titolo che m'incuriosisce; l'improvviso desiderio di veder ristampato un vecchio libro introvabile; lo sgomento e insieme il sollievo di pensare che gli anni della mia vita basteranno appena a leggere o rileggere un numero limitato dei volumi che si stendono sotto i miei occhi. / Sono sensazioni diverse, si badi bene, da quelle che dà una grande biblioteca: nelle biblioteche si deposita il passato come in strati geologici di parole silenziose; in una fiera del libro è il rinnovamento della vegetazione scritta che si perpe-

tua, è il flusso delle frasi appena stampate che cerca d'incanalarsi verso i lettori futuri, che preme per riversarsi nei loro circuiti mentali. [...] / I libri sono fatti per essere in tanti, un libro singolo ha senso solo in quanto s'affianca ad altri libri, in quanto segue e precede altri libri. Così è stato fin da quando i libri erano rotoli di papiro che s'allineavano sugli scaffali delle biblioteche schierando i loro cilindri verticali come canne d'organo, ognuno con la sua voce grave o delicata, baldanzosa o melanconica. La nostra civiltà si basa sulla molteplicità dei libri; la verità si trova solo inseguendola dalle pagine d'un volume a quelle d'un altro volume, come una farfalla dalle ali variegata che si nutre di linguaggi diversi, di confronti, di contraddizioni» (*Il libro, i libri*, conferenza tenuta alla Fiera del Libro di Buenos Aires, 1984).

Conta – ci ricorda la scrittura tersa, analitica e icastica di Calvino – non solo la molteplicità dei testi, dei destini di carta e delle invenzioni verbali, ma anche quella delle realizzazioni librarie che le hanno portate di volta in volta ai loro lettori. Lo spazio della letteratura è affollato, plurale, ricco, interconnesso, percorso e modellato da echi, riprese, risposte, in un continuo dialogo degli scrittori con la tradizione e con le attese del pubblico. E alle opere si accede – sempre – attraverso la fisicità delle edizioni, nella concretezza degli ambienti del libro venduto o fatto circolare senza fini di lucro, grazie al mercato e alla biblioteca. Dare il senso di questa «doppia molteplicità», comunicarne il gusto e insieme fornire gli strumenti per affrontarla e sfruttarla è un compito didattico essenziale, un obiettivo chiave dell'educazione letteraria, che nelle riflessioni sull'insegnamento della letteratura non è affatto ancora in piena luce. Chi si occupa di didattica della lettura a scuola tende, mi sembra, a ragionare quasi esclusivamente di testi. Quando si parla di saper leggere, di sviluppo delle competenze di lettura, si parla di comprensione linguistica, di «strumenti critici», di esperienza, di piacere, arrivando anche a indicare in modo articolato e duttile le componenti principali del dialogo testo-lettore, ma lasciando troppo sullo sfondo l'orizzonte materiale, pratico, in cui dovranno muoversi i «buoni lettori» formati dalla scuola, trascurando il primo passo, tutt'altro che banale, della caccia al libro, dell'individuazione del titolo e del suo reperimento. Insomma,

l'educazione letteraria relega un po' troppo nelle stanze della servitù l'«educazione libraria».

L'immagine di Calvino ci ricorda, dunque, come l'incontro con le opere avvenga in un regime di pluralità e concretezza. Invita a non adagiarsi in una concezione astratta della lettura, pensata come una storia a due in uno spazio vuoto, nella quale la scelta e il reperimento del testo restano in ombra, quasi rimossi. Alla doppia domanda «quanto questi due tratti dell'esperienza culturale e letteraria sono presenti, sono vivi, percepiti, affrontati nell'ambiente scuola? Quanto entrano nell'idea di formazione alla lettura messa a fuoco dai documenti istituzionali italiani ed europei?» credo si debba rispondere: troppo poco. E questo nonostante l'attuale quadro di civiltà mostri un ulteriore intensificarsi della molteplicità dell'offerta e della varietà delle forme materiali, delle «vesti comunicative», attraverso le quali i testi si presentano ai lettori e dunque richieda sempre più capacità di orientamento forti e duttili.

Tendendo al «buon lettore»

Nella concezione di formazione alla lettura veicolata da manuali e antologie, dai loro articolatissimi, affollati, nutrienti apparati – in particolare dalla tipologia delle attività suggerite sul e a partire dal testo – permane una visione in parte idealizzante che si manifesta nella tendenza a pensare quel testo svincolato da un uso determinato, effettivo, da una precisa finalità di lettura e soprattutto da un concreto contenitore editoriale. Permane a dispetto della trentennale lezione degli studi di storia del libro e dei meccanismi della lettura letteraria, nonostante il lavoro di studiosi come Roger Chartier e Donald McKenzie, che hanno mostrato quanto «le forme attraverso cui un testo è trasmesso (manoscritta o a stampa, orale o scritta, tipo di edizione, impaginazione, scelta del carattere e del formato, assenza o presenza di illustrazioni) non siano neutre, ma condizionino profondamente il processo di costruzione dei significati» (così Lodovica Braida in un intervento alle giornate di studio 2006 di Apice, documentate ora in *Testi, forme e usi del libro. Teorie e pratiche di cultura editoriale*, 2007).

Lo rivela la modestissima visibilità, la quasi totale assenza nei manuali scolastici del mondo librario contemporaneo, al cui interno pure il libro di testo nasce e verso il quale dovrebbe guidare i giovani lettori. Le fonti editoriali da cui si cita spesso sono relegate in uno spoglio elenco in fondo agli indici; le informazioni lì riportate di solito tacciono la collana, quando non sono ancora più lacunose; se alle indicazioni viene concesso un maggiore risalto grafico, collocandole in coda al brano, restano comunque dato inerte, atto dovuto al rispetto dei diritti, ma di cui non si sa immaginare nessuna valorizzazione in aula.

Nei libri di testo d'italiano va facendosi strada, non senza difficoltà, la consapevolezza di quanto sia opportuno dare un'idea delle principali vicende testuali che stanno dietro un'opera. Non per una preoccupazione erudita, beninteso, ma come antidoto all'idea di una testualità assoluta, lontana, immobile, e dunque indiscutibile, fascinosa forse ma essenzialmente estranea dal divenire delle cose, dalla storia e dal presente. Per dar corpo invece a un'immagine dei testi come realtà dinamica: non dati (chiusi, statici, autosufficienti), ma prodotti, aperti e mobili, frutto di un processo creativo di cui l'autore è il protagonista ma non l'unico attore. È naturalmente questa una delle vie maestre attraverso le quali si potrebbe sviluppare una coscienza dell'effettivo mondo della vita del libro.

Molto apprezzabili, ma piuttosto isolati, sono alcuni affioramenti della concreta realtà editoriale e libraria (che inoltre nella proposta didattica formulata restano tutto sommato marginali). Penso, per il biennio, a *I diritti del lettore* di Guido Armellini e Adriano Colombo che, nel presentare un ventaglio di possibili letture, accompagnava la descrizione/invito al testo con una riproduzione fotografica della copertina; per il triennio agli inserti fotografici commentati che tratteggiano uno spaccato grafico dell'editoria novecentesca in *Testi nella storia* di Cesare Segre e Clelia Martignoni.

Il punto è che si stenta ancora, mi pare, a individuare bene quale sia il profilo di lettore formato, o sulla via di una formazione soddisfacente, che ci si attende al termine della scuola secondaria superiore. Più precisamente si fatica a trarre tutte le conseguenze dall'individuazione di alcuni generalissimi traguardi

formativi. Io credo si dovrebbe lavorare per un «cittadino consapevole» e un «buon lettore», o meglio un giovane che abbia capito di dover continuare a crescere in quelle due direzioni. Sottoscrivo volentieri, per esempio, le parole di Luperini che ha in mente un giovane che, attraverso lo studio del linguaggio letterario e l'interpretazione dei testi, grazie all'acquisizione degli strumenti «dell'argomentazione logica e della problematizzazione culturale», perviene alla «conquista di una mentalità critica e di un atteggiamento dialogico e democratico»; in un itinerario di formazione che persegua un potenziamento delle capacità cognitive, immaginativa e critica.

Il cittadino consapevole è tale anche perché è un «buon lettore». Ossia: ha una consuetudine non precaria (meglio se robusta) con la lettura; ha familiarità con generi diversi e con testi di differenti epoche e con una varia serie di modalità di lettura.

Ma se si punta davvero a preparare un «buon lettore» (con il gusto della lettura, libertà e adeguata consapevolezza nel cosa e nel come leggere), si tratta di fornirgli anche gli strumenti per la conoscenza dell'*orizzonte concreto* nel quale si svolge l'esperienza letteraria (e più in generale di lettura) *fuori della scuola*; ovvero del circuito comunicativo, molto articolato, all'interno del quale chi legge dovrà/vorrà trovare le proprie letture (identificarle/selezionarle e poi procurarsele, attraverso l'acquisto o no). Nella storia extrascolastica dei lettori il libro non è già lì, scelto e disponibile: deve invece perlopiù essere selezionato e recuperato. Una ricca e autonoma esperienza di lettura richiede la capacità di muoversi con una certa sicurezza nel mondo del libro e della comunicazione culturale, richiede dunque competenza letteraria e libraria.

Conoscere dalle cornici

Si tratterebbe insomma di pensare a fondo il libro nel suo ambiente reale, dando da un lato (a partire dall'insieme) visibilità al contesto di circolazione in cui si colloca, dall'altro (a partire dal singolo testo) sviluppando una percezione non distratta della veste editoriale. Il primo ambito sul quale dovrebbe essere eserci-

tata questa sensibilità verso i contesti è quello scolastico: perché a ostacolare l'affermarsi della prospettiva di azione didattica di cui sto provando a parlare sta la peculiarità dell'ambiente librario e letterario abituale nella lettura per la scuola. Un ambiente segnato, come si sa, dal dominio del manuale, uno spazio in cui il materiale librario con cui pressoché esclusivamente si lavora è costituito di oggetti che per alcuni principali tratti di struttura (mole, complessità d'impianto, assetto grafico affollato-frastagliato) si staccano, e tanto, dal libro «normale». Non lo ricordo per suggerire abolizioni, piuttosto per favorire una coscienza lucida delle effettive condizioni di percezione del libro e del testo letterario in classe, condizioni che dovrebbero essere chiarissime sempre a tutti gli insegnanti e che rendono necessaria una decisa apertura sul fuori, sul mondo extrascolastico della produzione, diffusione, ricezione della letteratura e della cultura. Senza bisogno di stracciare i manuali, ma adottando un atteggiamento di uso reattivo, che li aiuti a dimagrire un poco e apra spazi al loro fianco per farli funzionare meglio (più come ponti che come box), spingendo i lettori a scuola a fare esperienza più spesso dell'intero e del molteplice.

A ostacolare la prospettiva che mi sta a cuore c'è poi (o prima) l'idea che il supporto materiale sia qualcosa di secondario, accessorio, facilmente, anzi opportunamente resecabile. Al contrario, la veste comunicativa dell'opera, la sua fisionomia editoriale, la rete di scelte paratestuali che la percorrono – frutto di un'interazione forte fra volontà d'autore e contesto di produzione e circolazione – concorrono a costituirne e precisarne l'identità testuale. Sono dati più esterni, liminari, ma non estranei, né subalterni. Gérard Genette e Philippe Lejeune ci hanno mostrato che il lettore giunge all'opera innanzi tutto attraverso un primo contatto guidato dal paratesto. I testi messi in pubblico sono avvolti da una rete di dispositivi collocati sulle soglie, sono forniti di «vesti strutturanti» che aiutano in maniera importante i lettori reali a orientarsi, a ipotizzare inizialmente e riconoscere il genere testuale, a indirizzare il proprio atto di ricezione.

Non soltanto. La forma materiale fornisce uno dei primi indizi dell'autorevolezza che la comunità culturale attribuisce a quel determinato testo. Il contenitore che lo ospita (sito, volume, canale radiofonico o televisivo) ha firme e responsabili con diver-

si gradi di attendibilità, ha caratterizzazioni (specializzazioni tematiche, orientamenti ideali o linee operative, selezioni di linguaggio e opzioni di pubblico) di cui si deve essere informati e consapevoli. Per l'orientamento critico insomma non serve solo la visione profonda, le capacità di penetrazione analitica, di discussione serrata, di slancio immaginativo, ma anche una rapidità attenta di sguardo, un occhio materiale, una prima vista ben allenata, una consapevolezza e padronanza delle cornici.

(Non ho poi qui modo di argomentare per esteso, ma voglio ricordarlo lo stesso per inciso, quante siano le potenzialità didattiche del paratesto, anche in chiave di sviluppo di una comprensione matura delle procedure rappresentative messe in atto dall'autore/opera).

Per fare esperienza più spesso, nella lettura a scuola, dell'intero e del molteplice c'è uno strumento importante, forte, e purtroppo con bassissimo indice di visibilità nelle riflessioni pubbliche (soprattutto in quelle mediatiche) sulla cultura: la biblioteca. Per la «competenza libraria» sono decisive – su un piano materiale, concreto, operativo – le sorti delle biblioteche scolastiche, che sole possono consentire un accesso *vicino* alla molteplicità dell'universo editoriale (va da sé, in sinergia con le biblioteche locali e cittadine). Ma la rete bibliotecaria di cui dispone la nostra scuola è fragile, lacerata, mal supportata. Non è una faccenda di settore, un problema di nicchia: è una questione collettiva, vitale. Che richiede investimenti, non tagli.

ADOTTATI A SCUOLA Il Novecento irreperibile

di Alberto Cadioli

Chi l'ha visto – in tempi recenti – un volume di Enrico Pea in libreria? E di Loria, Bonsanti, Delfini, autori su cui è vivace il dibattito critico della contemporaneistica, ma i cui testi non sono più disponibili? E come è potuto succedere che Massimo Bontempelli e Gianna Manzini – nel ventesimo secolo autori di punta del catalogo Mondadori – escano oggi sotto le insegne di benemeriti ma poco visibili piccoli editori? La spiegazione sembra avere la brusca franchezza di un algoritmo: se pochi devono essere i lettori, tanto vale che a essi si rivolgano gli editori di nicchia, e che i pochi lettori interessati si diano da fare per cercarsi i libri che a loro interessano.

Negli ultimi anni non sono mancate collane librarie specificamente dedicate alla riproposta di opere italiane (per lo più di narrativa) della seconda metà dell'Ottocento e del Novecento, da tempo assenti dal mercato, e non sono stati pochi i titoli pubblicati qua e là in forma isolata. Si dovrebbe poi aggiungere che la collezione dei «Meridiani» della Mondadori ha contribuito a dare un corpo alla letteratura italiana novecentesca, peraltro ponendosi come istituzione canonizzante, più che come collana di opere canonizzate in quanto «classici»: lo si può vedere sia dal catalogo degli autori sia dalla selezione dei testi (quando sono state proposte raccolte di alcuni tra i tanti libri di uno scrittore).

E tuttavia – considerando anche il fatto che i «Meridiani» sono rivolti più allo studio che alla lettura (e che comunque vengono acquistati da un lettore desideroso di accostarsi a un singolo titolo, non a opere complete o a una raccolta) – sono numerose le difficoltà per trovare testi non entrati nel numero di quelli la cui presenza in libreria si è ormai consolidata. E a volte l'acquisto di certi romanzi e racconti è impossibile, sebbene la memoria della maggior parte degli scrittori novecenteschi continui a essere viva (come dimostrano i tanti studi in volume e in rivi-

sta), ancorché per lo più presso il non alto numero dei resistenti cultori degli studi, di coloro cioè che si ostinano a considerare la cultura un bene non esclusivamente economico (e l'università qualcosa d'altro da un parcheggio in vista di una formazione dai tempi allungati).

Prima di ogni considerazione, e per non lasciare l'impressione di condurre un discorso del tutto generico, può essere opportuno portare alcuni esempi, scelti del tutto casualmente tra gli scrittori attivi tra gli anni venti e cinquanta, precisando che la verifica della disponibilità dei vari titoli è stata condotta alla fine di giugno 2008, con la consultazione delle più importanti librerie online, alle quali ormai si può dare ampio credito di attendibilità per i libri in commercio.

Delle opere narrative di Enrico Pea, per cominciare con un esempio significativo, nessuna è disponibile sul mercato (anche se viene segnalato in pubblicazione, senza altri dati se non il titolo, presso Elliot edizioni, *Il romanzo di Moscardino*, insieme di testi usciti con questo titolo, in una discutibile edizione, solo nel 1944), e questo nonostante la perdurante attenzione critica nei confronti dello scrittore versiliense, confermata da varie monografie e dalla recente pubblicazione di alcuni squarci della sua corrispondenza (l'ultima, del 2007 presso Pacini Fazzi, propone il carteggio con Ezra Pound, che fu traduttore di *Moscardino*: ma *Moscardino* non si trova più).

Stessa situazione per Arturo Loria: vari saggi critici testimoniano l'interesse per il narratore, del quale, tuttavia, non si trova sul mercato alcuna opera. Non ci sono più tracce dei testi di Alessandro Bonsanti, scrittore molto attivo dagli anni venti agli anni sessanta, collaboratore e promotore di importanti riviste letterarie, come «Solaria» e «Letteratura» (anche se nel 2003 è stata pubblicata la bibliografia completa dei suoi scritti e nel 2004, in occasione del centenario della nascita, è stato organizzato sulla sua figura un convegno, i cui atti sono stati raccolti nel 2005). Sono pochissimi (e spesso risalenti a molti anni fa) i testi disponibili di Antonio Delfini, e, facendo una puntata anche più avanti nel tempo, è difficile trovare i romanzi dell'impegnato scrittore cattolico Luigi Santucci (l'ultima edizione del più noto, *Il velocifero*, è del 1999).

A queste osservazioni occorre aggiungerne altre: molti titoli sono stati recentemente ripubblicati da case editrici minori o minime, che, benemerite per le loro iniziative, spesso non hanno la forza necessaria per distribuirli nelle librerie. Indipendentemente dalla specificità e dalle differenze delle singole case editrici, suscita meraviglia scoprire che le opere di Massimo Bontempelli (autore di punta, nei decenni a cavallo della Seconda guerra mondiale e oltre, del catalogo Mondadori) sono pubblicate da Liberilibri (la raccolta *Realismo magico e altri scritti sull'arte* è invece edita da Abscondita), o che la pubblicazione delle opere di Gianna Manzini, tra le grandi scrittrici del secolo scorso, si divide tra Via del Vento e Libreria dell'Orso. Alcuni dei libri più interessanti di Mario Puccini sono stati recentemente stampati dalla Fondazione Rosellini di Senigallia.

Sono solo pochi esempi, ma di rilievo: se da un lato spingono a sottolineare il merito di chi si è assunto l'onere della pubblicazione, dall'altro confermano la scarsa presenza sul mercato degli scrittori novecenteschi: anche in questo caso il criterio del grande editore sembra essere quello della potenzialità del pubblico da raggiungere. Se pochi devono essere i lettori, tanto vale che a essi si rivolgano i piccoli editori, o, per dir meglio, tanto vale che i lettori interessati vadano a cercarsi i libri che a loro interessano.

Questa osservazione, un po' schematica, non dà conto, naturalmente, di situazioni più sfumate e complesse, ma sta di fatto che, anche per la narrativa italiana (come, con una situazione ancora più difficile, per la poesia, e occorrerebbe aprire un capitolo particolare per la saggistica letteraria), non sempre è possibile indicare una bibliografia che non sia reperibile solo in biblioteca: fatto tanto più significativo se si pensa a quanti sono ormai gli insegnamenti di letteratura italiana contemporanea in numerosi corsi di laurea triennale e magistrale, nelle facoltà di lettere e di comunicazione. Molti programmi, si potrebbe dire, sembrano costruiti in funzione della disponibilità sul mercato dei libri da adottare.

È necessario introdurre un'ulteriore riflessione: per molto tempo trascurata (quasi che le pagine di contemporaneistica da portare a un esame fossero equiparabili a recensioni militanti...), merita invece di essere posta in primo piano: la «condizione

testuale», cioè lo stato di correttezza del testo che si offre alla lettura e allo studio. Se infatti, da un lato, un filologismo esasperato e poco produttivo (rivolto più ai concorsi universitari che ai lettori) ha favorito la crescita di edizioni corredate da impegnativi commenti per opere dal valore tutto sommato modesto, dall'altro la facilità con cui è possibile aprire una collana (e una casa editrice), stampando con costi relativamente bassi, ha moltiplicato l'uscita di edizioni prive del necessario controllo testuale, così che la proposta di titoli da tempo assenti ha spesso assunto quasi solo il valore della *trouvaille*.

La descrizione fin qui condotta, per altro, non vuole concludersi con una ricetta che sarebbe davvero presuntuoso suggerire. Gli editori fanno il loro mestiere e, giustamente, guardano con attenzione ai dati di vendita: non c'è bisogno di molte argomentazioni per dimostrare l'impossibilità di tenere in un catalogo vivo tutti i titoli pubblicati nel ventesimo secolo. Quanto qui detto non vuole quindi invitare assurdamente gli editori a pubblicare tutto; vuole piuttosto sollecitare una riflessione sia sulla possibilità di prevedere forme alternative nel rapporto tra lettori e editori (per esempio attraverso l'utilizzo congiunto della stampa digitale e dei nuovi canali di comunicazione), sia sulla consapevolezza – in gran parte ancora da acquisire dai lettori più sensibili e dai docenti di letteratura – dei problemi sopra indicati. Quest'ultimo spunto può avvalersi di una significativa osservazione già avanzata negli anni sessanta da uno dei grandi bibliografi statunitensi del Novecento, Fredson Bowers, che scriveva (in *Textual and Literary Criticism*, 1996): «If the public, or students and their professors, will not demand good texts, publishers will not offer the means for textual scholars to provide them». Come dire che anche i lettori dovrebbero essere consapevoli di ciò che deve esser chiesto e della sua bontà e, di conseguenza, dovrebbero trovare gli strumenti adatti sia per porre domande agli editori, sia per avere da loro risposte.

ADOTTATI A SCUOLA

La scrittura creativa di massa

di Laura Lepri

In un paese in cui ci sono più aspiranti autori che lettori praticanti, si capisce la fortuna editoriale arrisa ai manuali di scrittura creativa. Per un Pontiggia che non ha mai voluto cristallizzare il proprio insegnamento sulla pagina, decine di proposte librarie hanno puntato a rispondere al diffuso bisogno di comprensione dei meccanismi e metodi di costruzione di una storia narrativa. Molteplici declinazioni della creative writing statunitense hanno invaso il mercato, frastagliandosi in prodotti autoriali o a carattere miscelaneo, di respiro teorico o più decisa impronta manualistica: dal professore di Carver, fino al corso di scrittura a dispense venduto in edicola.

Un curioso paradosso sopravvive in quella fetta di mercato editoriale che riguarda la didattica della scrittura creativa: Giuseppe Pontiggia, il più illustre fra i pionieri italiani di questa disciplina, nonostante le molte insistenze degli editori, non ha mai voluto essere autore di alcun manuale di scrittura. Non voleva essere normativo – sosteneva –, credeva nella relazione diretta con gli iscritti ai suoi corsi e, attraverso quelle lezioni, o perfino con una serie di trasmissioni radiofoniche, insomma con una «pratica» di cui ha sempre salvaguardato il carattere precipuamente orale, voleva *solo* «disseminare una serie di stili, di indicazioni, di esempi che potessero essere utili a chi scrive nel momento in cui affronta da solo il problema, [...] lasciare alcune tracce che possano essere orientative». Magnifico *understatement* di un maestro di stile.

Verso la metà degli anni novanta, poco prima che Pontiggia si congedasse dai suoi corsi tenuti per oltre un decennio in un teatro milanese, con il gorgoglio della polla di petrolio finalmente raggiunta dalla trivella, in Italia scoppiava il boom dei manuali di scrittura e dei libri che tematizzavano tale argomento. Per oltre un lustro, fino ai primi anni del Duemila (poi il fenomeno è andato scemando, avendo riempito in abbondanza anche gli in-

terstizi della nicchia di lettori a cui si rivolgevano questi titoli), è stato un vero e proprio ribollir dei tini editoriali, dove alle traduzioni di classici americani e inglesi si sono mescolate produzioni nostrane, alcune improvvisate, altre più sistematiche; ma tutte avvolte da un gioioso alone di freschezza e di incantata scoperta di una materia la cui didassi, da noi, era ancora tutta da mettere a punto, mentre nelle università americane si insegnava fin dai primi decenni del Novecento.

Insomma, l'apparizione di quella gragnuolata di titoli ci diceva che finalmente potevamo cominciare a emanciparci dall'aristocratica e romantica idea della scrittura come folgorazione divina. Forse non solo gli eletti potevano scrivere una «storia», forse chiunque poteva entrare in possesso di una strumentazione tecnica. Oh, certo, il talento non si poteva insegnare, il genio non era costruibile a tavolino, c'era il rischio che sarebbe stato il mercato di prodotti preconfezionati ad averla vinta, si ammetteva con i Savonarola di turno. La verità è che ormai stava crescendo nel paese anche il numero delle scuole di scrittura creativa – qualcuna cautamente inserita perfino nelle università, magari velando la traduzione dell'originaria etichetta di *creative writing* – e quindi si imponevano, di necessità, testi utilizzabili a lezione. Quanto ai detrattori di scuole e corsi, Pontiggia ha sempre tagliato corto: «Ne parlano male solo quelli che non ci sono mai stati invitati».

Fin dall'apparire dei primi titoli, comunque, erano sostanzialmente tre le tipologie che si potevano riconoscere: una di carattere più autoriale, un'altra di carattere miscelaneo, là dove si raccoglievano interventi di autori contemporanei sul pensare e fare narrativa, la terza di impronta decisamente più manualistica. Quanto a quest'ultima, i modelli più normativi venivano, inevitabilmente, d'Oltreoceano e alcuni d'Oltremania.

Basti pensare alla collana intitolata «Scuola per scrittori» dell'editrice Nord che nel volgere di alcuni semestri, fra il 1992 e il 1994, sfornò, tradotti per lo più dall'americano, alcuni titoli dall'esplicito taglio pragmatico: *Come scrivere un romanzo storico* di Rhona Martin, *Inizio sviluppo e finale* di Nancy Kress, *La trama* di Ansen Dibell, *I personaggi e il punto di vista* di Orson Scott Card, *I temi e le strategie* di Ronald B. Tobias, solo per citarne

alcuni. Gli autori erano, in tutta evidenza, dei signori Carneadi, un po' come quegli alacri professori che per arrotondare il magro stipendio scrivono manuali per scuole medie e superiori, ma davano consigli di buon senso, utili suggerimenti e, soprattutto, segnalavano quanto una narrazione necessitasse di disciplina, metodo, coerenza, senso della costruzione.

Certo, certo, nessun aspirante scrittore ne sarebbe uscito con l'obiettivo di superare in arditezza *Finnegans Wake*.

Una più recente iniziativa editoriale ha visto la Rizzoli molto sensibile ai lavori della Scuola Holden, capofila nazionale delle scuole di scrittura: sotto l'egida dei curatori Baricco, Tarocco, Vasta, Voltolini, ha prodotto alcuni buoni titoli con il marchio «Holden Maps». Fra tutti segnalo i due volumi dedicati all'orfanella *Punteggiatura* (2001) che, rivisitati da scrittori quali Mari, Doninelli, Franco, Mozzi, Voltolini, Veronesi e altri, diventano suggestivi racconti. E siamo in zona miscellanea.

Per quanto riguarda queste raccolte tematico-tecniche, occorrerà citare il volume Bompiani curato da Maria Teresa Serafini, *Come si scrive un romanzo* (1996), dove venivano raccolti testi di una quindicina di scrittori, fra cui Eco, Bufalino, Loy, Maraini, Pitzorno, Tomizza, Vassalli; *Come scrivere* (1999), curato da Rosaria Guacci e Bruna Miorelli, dove compaiono interventi di Affinati, Ballestra, Covito, De Luca, Franchini, Lucarelli, Montanari, Palandri, Piersanti, Scarpa e altri; e per ultimo *Un posto per scrivere* (2002) di Luca Lorenzetti, dove gli scrittori sono, fra gli altri, Baricco, Fois, Lucarelli, Maraini, Pontiggia, Ravera.

Con qualche imbarazzo, sono costretta a segnalare anche il fortunato *Quaderno di Panta. Scrittura creativa*, da me curato nel 1997 per Bompiani, ristampato nel settembre scorso nei «Tascabili». Vi compare, in chiusura, una bibliografia risalente a quell'anno e facilmente integrabile con una rapida navigazione su Internet. Ormai i siti sulla scrittura creativa e sui libri che la riguardano sono infiniti e alcuni molto aggiornati. Per tutti rimando a www.ilcorto.it, dove compare un buon lavoro bibliografico di Elisabetta Manfucci.

Prima di passare alle monografie d'autore segnalo il divertente *Ricettario di scrittura creativa*, di Stefano Brugnolo e Giulio

Mozzi, uscito nel 1998 per i tipi di Theoria e, nel 2001, riveduto e ampliato, per Zanichelli.

Quanto ai testi degli scrittori non c'è che l'imbarazzo e il piacere della scelta. Il pioniere in libreria fu John Gardner, il professore di Raymond Carver in California, colui che lo salvò dalle grida dei figli piccoli prestandogli il suo studio, quello che «portava i capelli a spazzola, vestiva come un pastore o un agente dell'Fbi, e andava in chiesa la domenica», come ha scritto il riconosciuto allievo nell'introduzione a *Il mestiere dello scrittore*, pubblicato da Marietti nel 1989, alla vigilia di quello che possiamo definire il decennio d'oro della scrittura creativa.

Poi, a valanga, sarebbero arrivati tutti gli altri, scrittori di buona professionalità, grandi e grandissimi. Sacrificandone molti, li elenco in ordine alfabetico e senza alcun commento perché sono, semplicemente, imprescindibili per chiunque voglia avvicinarsi all'arte di raccontare il mondo e le sue storie. Ecco, dunque, che fanno il loro ingresso in libreria in edizioni recenti alcuni interventi di Carver medesimo, raccolti da «Einaudi Stile Libero», *Il mestiere di scrivere* (1997), i *Consigli a un giovane scrittore* di André Gide (1993), *Come scrivere un giallo* di Patricia Highsmith (1998), *On Writing* di Stephen King (2001), *L'arte della narrativa* di David Lodge (1995), *Nel territorio del diavolo* di Flannery O'Connor (1993), *Lettere a un aspirante romanziere* di Mario Vargas Llosa (1997), *Scrivere narrativa* di Edith Wharton (1996). Fra gli italiani: Vincenzo Cerami, *Consigli a un giovane scrittore* (1996), Francesco Piccolo, *Scrivere è un tic* (1994), Davide Pinardi e Pietro De Angelis, *Il mondo narrativo* (2006), Giampaolo Rugarli, *Il manuale del romanziere* (1998) e molti altri, sacrificati solo per motivi di spazio.

Chiunque insegni e impari scrittura creativa e voglia irrobustire la propria strumentazione teorica studierà *Trame* di Peter Brooks (1995), per ripercorrere disegni e strutture dei classici del romanzo. A quel punto si concederà la lettura delle *Lezioni di letteratura* di Vladimir Nabokov (1982), dove constaterà che scrivere significa leggere e rileggere, assistendo alla colluttazione intellettuale di un grande con altri grandi, come Austen, Dickens, Flaubert, Proust, Kafka. Oppure si immergerà nella *Retorica della narrativa* di Wayne C. Booth (1996) per approfondire la differen-

za fra narrazione impersonale e narratore attendibile; poi potrà compulsare la monografia, più didattica ma preziosa, di Gianni Turchetta su *Il punto di vista* (1999); per poi concedersi, proprio a questo proposito, un magnifico pamphlet di Amos Oz intitolato *Contro il fanatismo* (2004) dove si può leggere: «Per scrivere un romanzo bisogna essere capaci di assumersi una mezza dozzina di conflitti e sentimenti contraddittori e opinioni, con lo stesso grado di convinzioni, veemenza ed empatia. Allora sono forse equipaggiato un po' meglio degli altri per capire, con il mio punto di vista ebraico-israeliano, come ci si sente a essere un palestinese sradicato...» grazie «forse alla mia abitudine “professionale” a mettermi nei panni degli altri». E, a questo punto, le letture atte a irrobustire la tecnica narrativa, le riflessioni sulla medesima, ma anche sul senso della scrittura possono estendersi all'infinito, trovare percorsi eclettici, traiettorie inaspettate, creative.

In chiusura di questo intervento, ovviamente piuttosto incompleto, la segnalazione di una recente iniziativa pop: i dodici volumi di *Saper scrivere* (2008), corso di scrittura di «la Repubblica-L'Espresso» prodotto in collaborazione con la Scuola Holden, dove si affrontano tecniche, domande, soluzioni della narrazione nelle varie forme della scrittura, letteraria e cinematografica, dei fumetti, del giornalismo e affini. Dispense divulgative, non prive di buone sollecitazioni.

È la scrittura creativa di massa, bellezza.

GLI EDITORI

Cronache editoriali

«C'è sempre bisogno di fiuto.»
Intervista a Elisabetta Sgarbi
di Roberto Carnero

Tante piccole librerie di strada
di Laura Cerutti

Bestseller: best reader?
di Enzo Marigonda

Il modello dell'Open Access
per la pubblicazione scientifica
di Paola Dubini ed Elena Giglia

Incontri ravvicinati con il pubblico
di Dario Moretti

Italia-Spagna, due velocità
di Ilaria Barbisan

Il castoro dalle molte vite
di Tina Porcelli

Dal testo al libro

La *Commedia* recitata
di Stefano Ghidinelli

Le vie della promozione

Quel mago di Oz.
La pubblicità del libro a una svolta.
Conversazione con Giuseppe Mazza
di Alberto Rollo

Per una geopolitica della lettura
di Alessandro Terreni

CRONACHE EDITORIALI
«C'è sempre bisogno
di fiuto.»
Intervista a
Elisabetta Sgarbi
di Roberto Carnero

In accorto equilibrio fra tradizione e innovazione, la casa editrice Bompiani (fondata a Milano da Valentino Bompiani nel 1929) ha mantenuto la sua vocazione originaria alla pubblicazione di opere che sappiano coniugare qualità e leggibilità. Parliamo del presente e del futuro della casa editrice con l'attuale direttore editoriale, Elisabetta Sgarbi, che sottolinea, all'interno dei piani di lavoro, l'attenzione alle letterature «altre».

Elisabetta Sgarbi è uno dei personaggi più vivaci, poliedrici e multiformi dell'editoria italiana. Non è solo direttore editoriale della Bompiani, ma anche curatrice di diverse importanti edizioni di testi di scrittori italiani: tra gli altri, ha infatti allestito (insieme a Vanni Scheiwiller) la pubblicazione del *Frasario essenziale per passare inosservati in società* di Ennio Flaiano, degli *Scritti dispersi* di Alberto Savinio, dell'opera omnia (nei «Classici») di Carmelo Bene.

Nel 1999 ha poi esordito come regista, privilegiando fin da subito l'analisi e l'interpretazione delle opere d'arte, con corto- e mediometraggi su Gianfranco Ferroni e Antonio Stagnoli (entrambi selezionati alla Mostra Internazionale d'Arte Cinematografica di Venezia), per poi approdare al lungometraggio con *Notte senza fine. Amore tradimento incesto*, ispirato a testi di Amin Maalouf, Tahar Ben Jelloun e Hanif Kureishi, presentato al Torino Film Festival. Sono seguiti film sul Palladio, sulla città natale dello scrittore Diego Marani, Tresigallo, e ultimamente una serie di lavori realizzati in parallelo alla pubblicazione di testi di Giovanni Reale su Matthias Grünewald e Sandro Botticelli. Tra le opere più recenti, un film sui «compianti» di terracotta dell'Emilia Roma-

gna, *Il pianto della statua*, presentato al Festival del Film di Locarno, primo episodio di una trilogia sulla scultura sacra, cui è seguito *Non chiederci la parola*, dedicato alle cappelle del Sacro Monte di Varallo. Da nove anni, inoltre, Elisabetta Sgarbi dirige «La Milaneseiana. Letteratura, Musica, Cinema», che ha anche ideato, una delle manifestazioni artistiche più vivaci.

Elisabetta Sgarbi, da quanti anni lavora nell'editoria? Come è approdata a questo lavoro?

Sono circa diciotto anni che lavoro in questo settore. Ho cominciato all'ufficio stampa, una palestra di vita editoriale, e poi, a poco a poco, c'è stata una crescita, parallela alla passione per i libri, che comunque è per me un dato originario. Una bella avventura, con tante tappe, come in una corsa ciclistica. Chi pedala di più, alla fine vince.

Qual è il suo ruolo oggi in Bompiani? In cosa consiste?

Sono il direttore editoriale della casa editrice. Un lavoro complesso, che presuppone la preparazione del programma editoriale anno per anno, tenendo presente la qualità dei libri proposti ma anche i risultati commerciali: il rapporto costante e continuato con gli autori, con il marketing (allo scopo di pianificare strategie promozionali e di vendita), con l'ufficio stampa, con la rete commerciale della Bompiani. Continuo a pensare, nel tempo, che il legame personale, fiduciario che si stabilisce in questo lavoro con gli autori sia la fonte di ogni crescita, conoscitiva e di «gusto». È ciò che una volta, lapidariamente ma in modo molto incisivo, si definiva «fiuto». Ce n'è sempre bisogno, ora più che mai, in un'epoca che tende invece, per sua natura, a una certa spersonalizzazione burocratica e consumistica.

Quali sono le linee principali su cui intende svilupparsi e su cui punta la casa editrice?

La Bompiani ha fin dalle sue origini una vocazione spiccatamente internazionale. Si è sempre cercato di far sentire le voci delle letterature «altre» rispetto al canone occidentale, ed è per questo che negli ultimi tempi ci siamo concentrati sul meglio di-

sponibile nei vari contesti, pubblicando opere, per esempio, del nigeriano Biyi Bandele, del marocchino Abdallah Hammoudi, del turco Ahmet Altan, del libanese Rabih Alameddine, dell'anglo-pakistano Mohammed Hanif, ma senza dimenticare le letterature interne all'Europa. Di qui la proposta del grande scrittore sloveno Drago Jančar, il cui romanzo *Aurora boreale* è stato giustamente celebrato da Claudio Magris per le sue implicazioni quasi kafkiane. Prosegue poi la pubblicazione delle opere di autori Bompiani già consolidati come Tahar Ben Jelloun, Amin Maalouf, Hanif Kureishi, Paulo Coelho.

Quali sono gli elementi di continuità tra la storica casa editrice di Valentino Bompiani e quella di oggi? In altre parole, in cosa consiste il «marchio di fabbrica» dei libri Bompiani, ciò che il fondatore riconoscerebbe ancora oggi?

Valentino Bompiani ha avuto l'eccezionale merito di combattere su due fronti: la narrativa italiana e quella straniera, senza pregiudizi, ma con un entusiasmo che gli ha permesso di presentare ai lettori l'aristocrazia letteraria del suo tempo: Moravia, Alvaro, Brancati, Savinio, Flaiano, Pirandello, Sciascia, Marotta, Piovene, Gadda, Bufalino e, per gli stranieri, Eliot, Steinbeck, Gide, Caldwell, Cronin, Conrad, Camus, Yourcenar, Sartre, Waugh. La Bompiani ha sempre inteso rilanciare questo cammino ideale, ma conservando il senso della tradizione. Valga in questo senso ricordare l'impresa titanica con cui ci siamo assunti il compito di riproporre all'attenzione del pubblico l'opera omnia di Alberto Moravia, in ordine cronologico e secondo rigorosissimi criteri filologici. Per non parlare degli inediti, fra cui il romanzo *I due amici*, che ha fatto e farà ancora parlare di sé.

Quali sono invece i principali mutamenti che Bompiani ha attraversato in questi ultimi anni?

Come è evidente, anche la Bompiani si è inserita nel progetto globale di una letteratura aperta al grande pubblico (e quindi ai «grandi numeri»), il che non significa deprezzare la qualità, come alcuni sostengono, ma, anzi, serbarsi fedeli a una nozione di «popolarità» del discorso letterario che è anche l'unico modo, io credo, per

non fare dell'arte della narrazione un privilegio di pochi ma, invece, un'occasione reale di conoscenza e intrattenimento intelligente. Si pensi, per esempio, alla nuova edizione, interamente ripensata e rifatta, dello storico *Dizionario Bompiani degli autori* e del *Dizionario Bompiani delle opere e dei personaggi*: uno strumento che guarda sia alla tradizione di cui dicevo, sia alle nuove esigenze di chiarezza e «leggibilità» che la gente vuole che si rispettino, e a ragione.

Lei è un'intellettuale versatile (con interessi nell'ambito della letteratura, delle arti figurative, del cinema). Quanto conta la curiosità intellettuale di chi dirige una buona casa editrice per fare buoni libri? In che modo si legano i suoi interessi culturali al lavoro di editore?

Il «fiuto» di cui facevo cenno poc'anzi è appunto la realtà immediata della curiosità intellettuale. Se non ci fosse questa, saremmo davvero (per parafrasare un famoso titolo di Alberto Arbasino) un'«editoria senza». Quanto a me, nello specifico, ho cercato di dare voce ai miei «fantasmi» ideali, ai miei sogni a occhi aperti, occupandomi, in simultanea, di editoria e di cinema. Non sono cose distinte, ma parti di una stessa tensione, di una medesima ansia di sapere e di sapere meglio. Alla radice di tutto vi è un legame profondo tra parola e immagine che cerco di individuare sia nei libri degli autori che scelgo, sia nei film che realizzo, per offrire nuove possibilità di «leggere» i capolavori dell'arte presente e passata, oltre che della letteratura. Un lavoro sulle due sponde di un fiume infinito.

Tre autori che è fiera di avere pubblicato?

Non voglio parlare degli italiani. Tra gli stranieri naturalmente Paulo Coelho, Michael Cunningham e Hanif Kureishi. Ma se posso aggiungerne un quarto, citerei anche Michel Houellebecq. E poi non posso dimenticare la rivista «Panta», fondata con Alain Elkann, Pier Vittorio Tondelli ed Elisabetta Rasy.

Invece tre autori pubblicati da altri, che le piacerebbe fossero nel catalogo Bompiani?

Richard Ford, Abraham Yehoshua e Michel Faber.

Che tipo di libri le piacerebbe pubblicare in futuro?

Libri che possano riflettere sempre più il senso della nostra epoca, e mostrarne il bene e il male in punta di penna, con una «leggerezza» alla Ophüls. Anche quando il male tende a sovrastare il bene e non si scorgono vie d'uscita.

CRONACHE EDITORIALI
Tante piccole
librerie di strada
di Laura Cerutti

L'impressione è che l'ingresso nel mercato editoriale dei libri allegati a quotidiani e periodici non abbia cambiato poi molto il quadro generale. La percentuale dei lettori non pare essersi modificata in maniera sostanziale e il successo delle diverse iniziative – tante (troppe?) – ha l'aspetto di una bolla già scoppiata. Ma è proprio così? Editori, edicolanti, e forse anche gli stessi lettori, potrebbero non essere del tutto d'accordo: l'allegato, infatti, è stato capace di far convergere su di sé lettori tanto diversi, e non solo medio-forti.

La pistola di Tex puntata su un intemorito Adso, la Milano di Scerbanenco che confina con la Londra misteriosa di Augias, il lupo bianco del Canada che tende un agguato a Geronimo Stilton, Grace Kelly che ammicca a un piatto di orecchiette alle cime di rapa. Dal 2002 a oggi, da quando cioè «la Repubblica» lanciò la collana di narrativa «Novecento», una sterminata varietà di opere fa bella mostra di sé negli spazi esigui delle edicole di tutta Italia, spingendo i giornalai ad acrobazie da consumatori vetrinisti per garantire visibilità a una messe impreveduta di narrativa, poesia, guide turistiche, enciclopedie, fumetti, libri d'arte, da acquistare insieme a quotidiani e periodici e andata ad affiancare i prodotti tradizionali del canale. Un raccolto che, al 2007, ha fruttato circa 367 milioni di copie vendute in sei anni (fonte: Ufficio studi Aie).

Sulle prime, al momento della contrattazione per i diritti, gli editori librari hanno guardato con diffidenza all'operazione e, dopo il lancio, parecchi librai si sono allarmati temendo un calo vertiginoso del fatturato; poi – quando, tirate le somme, si è appurato che nel 2003 il settore, vendite congiunte escluse, registrava un segno positivo – molti operatori hanno cominciato a sperare in

un possibile allargamento della base dei lettori. Infine, una certa delusione ha preso a serpeggiare vedendo che il fenomeno sembra non mutare nella sostanza le dimensioni del bacino di quanti leggono almeno un libro l'anno.

Eppure, qualcosa è cambiato. Innanzitutto per gli editori, quelli di giornali e periodici in primis.

«Nel panorama italiano» spiega Lorenzo Fabbri, professore di Teorie e tecnologie per l'informazione locale alla Sapienza di Roma «i quotidiani sono sempre stati prima di tutto organi di opinione e di informazione strettamente legati alla politica. Da circa quindici anni, invece, sono diventati imprese culturali, capaci di guardare al mercato della comunicazione e della cultura a trecentosessanta gradi. E i collaterali sono un buon esempio di questa trasformazione.»

Vero è che l'antesignano degli allegati editoriali non gadget era stato Walter Veltroni con «I libri dell'Unità», collezioni vendute obbligatoriamente assieme al giornale fondato da Antonio Gramsci (ma non più, appunto, giornale del Partito comunista italiano). Si trattava però di libretti brossurati, dalla carta scadente, con copertine a predominante carattere tipografico, acquistabili con un sovrapprezzo estremamente basso (800 lire prima, 1.200 poi) – caratteristiche che li rendevano omologabili ai supereconomici – e promossi quasi esclusivamente dalle pagine di «l'Unità».

I volumi che esattamente dieci anni dopo escono in edicola per la «Biblioteca di Repubblica», al contrario, sono confezionati con copertina rigida e sovraccoperta e hanno l'aspetto delle novità che si trovano in libreria, una buona carta, un prezzo conveniente in rapporto alla qualità, ma non irrisorio (4,90 euro oltre a quello del quotidiano). Soprattutto – qui sta forse la differenza più sostanziale – possono godere di una campagna di lancio e mantenimento assai più strutturata e diversificata, il cui punto forte risiede nell'articolazione multimediale del gruppo stesso d'appartenenza del quotidiano. Così, oltre alla pubblicità sulle pagine di «la Repubblica» e ad articoli di presentazione dei romanzi per mano delle firme più prestigiose del giornale, gli allegati si avvalgono della cassa di risonanza del settimanale «L'Espresso», di un network radiofonico, di Repubblica.it, primo sito

di informazione del paese, oltre che di alcuni prestigiosi periodici e di una serie di quotidiani locali.

L'obiettivo iniziale dell'operazione puntava sì a compensare le minori entrate dovute alla crisi del mercato pubblicitario, ma non tanto attraverso margini di guadagno diretto, quanto piuttosto in virtù di un rafforzamento della fidelizzazione al Gruppo da parte dei lettori di riferimento di «la Repubblica». «Quando abbiamo progettato la prima collana della “Biblioteca”» ci confermano dal Gruppo L'Espresso «non pensavamo certo di raggiungere quei risultati. Miravamo piuttosto, e miriamo ancora, a rinsaldare i nostri lettori, perché s'identifichino sempre più nel brand, in quello che noi chiamiamo “sistema Repubblica”. Un sistema in cui tutte le parti, seppure autonome, si integrano fra loro creando una vera e propria sinergia.» I risultati sono eloquenti: dal 1999 al 2006 la media settimanale di lettori e ascoltatori è passata da 22 a 33 milioni (fonte: Gruppo Editoriale L'Espresso).

In particolare, per quanto riguarda i libri in allegato, la realtà ha ampiamente superato le più ottimistiche aspettative (con una media di venduto superiore alle 475mila copie per ognuna delle cinquanta uscite della collezione «Novecento»), a tal punto che tutti i maggiori quotidiani e periodici, e tante testate locali, hanno seguito l'esempio e che le vendite congiunte rappresentano ormai una quota importante del fatturato, e una componente strutturale, dei grandi gruppi giornalistici.

L'offerta dei volumi proposti, nel frattempo, è molto mutata: già nel 2004 la letteratura non costituisce più l'unico mare, e neppure il principale, in cui gettare le reti: le grandi opere generaliste conquistano il settore, per poi virare negli anni seguenti verso temi specifici, dalla salute all'arte alla cucina, o verso un pubblico più definito, per esempio quello dei ragazzi. Nel 2005, anno che rappresenta il picco di sviluppo degli allegati, crescono i titoli mentre si contrae la vendita media di ogni uscita, e fatalmente i prezzi aumentano (sicché alla fine dell'anno, per un volume di copie di poco superiore al 2004, la crescita in valore è quasi del 12%; fonte: Ufficio studi Aie). Oggi il costo medio degli allegati si è stabilizzato intorno ai 9,90 euro – con la gran parte delle enciclopedie fissa sui 12,90, gli hardcover attorno ai 7,90, ma con punte che arrivano a 9,90, e i romanzi in brossura fra i 4,90 e i 5,90. Oltre all'au-

mento dei prezzi, questo indirizzo di sviluppo – moltiplicazione delle proposte in generale e, in particolare, delle opere di reference – porta con sé alcuni cambiamenti rilevanti. «Le case editrici che si occupano di creare contenuti ad hoc per il settore, come Mondadori/Electa o De Agostini» ci spiega Stefano Peccatori, responsabile delle vendite congiunte per Mondadori «hanno dovuto costruire una redazione apposita. Per dare un'idea, solo la nostra ha pubblicato nel 2007 qualcosa come 57 mila pagine.»

L'impressione, tuttavia, è che i maggiori cambiamenti di questo slittamento si registrino sul fronte dei lettori. La sinergia multimediale cui tendono i gruppi editoriali, infatti, non fa che rispondere alle attitudini dei lettori, sempre più multicanale e multiprodotto (il rapporto annuale condotto dal Censis nel 2007 relativo a Comunicazione e media evidenzia come sul totale della popolazione «entrata in contatto con la stampa d'informazione quotidiana» il 30% legga sia giornali a pagamento sia free press, l'11% circa si rivolga sia a quelli a pagamento sia a quelli online e un 13% a tutti e tre i tipi; secondo l'indagine Nielsen presentata alla Fiera del Libro di Torino nel 2007, il 74,4% degli acquirenti di libri acquista almeno due contenuti culturali). Con i volumi in allegato, si è visto, quotidiani e periodici si rivolgono espressamente al proprio pubblico di riferimento, nei confronti del quale si fanno garanti della bontà e validità della proposta, sia essa un'opera a carattere enciclopedico o riferibile a un canone letterario. Ciò risulta evidente sin da una semplice scorsa ai collaterali di «La Gazzetta dello Sport», per fare un esempio fra i più evidenti, dove a primeggiare sono le iniziative a contenuto sportivo o affine (si pensi all'enciclopedia medica a cura della Fondazione Veronesi) e dove, anche quando si sconfinava, la svagatezza che contraddistingue la proposta strizza esplicitamente l'occhio a un pubblico maschile e piuttosto giovane (la raccolta di ricette curata da Gambero Rosso, per esempio, ribaltando il celebre e antico spot «Con Nelsen piatti, li vuol lavare lui», è intitolata «Cucina ci penso io»). Come scrive Lorenzo Fabbri nel suo volumetto *I quotidiani: politiche e strategie di marketing* (2007), «è proprio la creazione di un sistema di coerenze tra l'identità della testata, il profilo dei lettori e il tipo di prodotti culturali a essi proposti la vera chiave per il successo delle politiche di *brand extension*».

Ricerche diverse confermano a loro volta che i collaterali

hanno fatto tra gli acquirenti di libri medi e forti (e con una cultura e una disponibilità economica più elevate) una maggiore presa che tra i deboli. Ciononostante, guardando da vicino le indagini commissionate da Mondadori a Ipsos nel 2003 e nel 2005 si vede che, se l'affermazione è vera in assoluto, è altrettanto vero che un terzo degli acquirenti deboli ha comprato almeno un volume in allegato. Anche l'indagine annuale Istat riferita al 2003 conferma che un 1% circa sul totale della popolazione sarebbe stata acquisita ex novo al mercato librario. I collaterali, forti del successo delle vendite e dei media al loro servizio, hanno contribuito a porre il libro sotto i riflettori, all'attenzione generale e, forse ancor più, la promozione concentrata sulla collana – anziché su singoli titoli (che infatti, in allegato, funzionano meno bene delle collezioni) – deve aver esercitato una forte attrattiva ben al di là del pubblico per cui era stata pensata, su molti lettori deboli, morbidi e, in generale, lettori che non acquistano in libreria. Fascino incrementato, per molti di loro, dalle grandi opere – che, oltre a rappresentare un prodotto prestigioso e utile per i figli, ripropongono la formula del rateale con prezzi assai più vantaggiosi. «Ho l'impressione che all'inizio, con la narrativa» precisa Peccatori «gli acquirenti fossero per la maggior parte lettori forti, mentre con le opere di reference sia stata attratta anche una fetta dei lettori deboli.»

Osservando i dati delle vendite dirette, si assiste infatti a una flessione nel rateale così come nella vendita per corrispondenza (rispettivamente accusano una perdita in valore quasi del 4%, fra il 2004 e il 2006, e del 3%, fra il 2005 e il 2006; fonte: Ufficio studi Aie). Purtroppo le percentuali fra il 2003 e il 2004 non possono essere direttamente confrontate per via della differenza dei parametri e dei raggruppamenti utilizzati. Ancora più sensibile è il calo dei collezionabili venduti in edicola, che fra il 2004 e il 2006 registrano un -19,4%. Al di là delle grandi opere, a ogni modo, se si guardano le vendite dei libri da edicola (gialli, rosa, fantascienza ecc.), ci si accorge che nello stesso periodo la perdita in valore raggiunge addirittura il 34,8%. Per comprenderne la ragione bisogna indubbiamente cercarvi lo zampino della grande distribuzione, tuttavia l'ultima indagine quinquennale sulla lettura dell'Istat (2006), se confrontata alla precedente (2000), registra fra i lettori morbidi un calo di gialli, polizieschi e fantascienza dell'1,2% – una cifra

molto significativa se si tiene conto che a livello complessivo il genere giallo/noir conquista consensi con un incremento del 24,9%. Più contenuto, ma comunque degno d'interesse, il minor consumo di romanzi rosa sia fra i lettori morbidi (-1,5%), sia sul totale dei lettori (-1%). Però questa percentuale probabilmente cresce se si considera solo la narrativa rosa tradizionale. Un possibile segnale in tal senso è dato dalla decisione presa negli ultimi anni dalla Harlequin Mondadori Spa di affiancare agli «Harmony» una collana di *chick lit* e una di *woman fiction*, diversificando anche le vendite nella Gdo e in alcune librerie, ma senza con ciò riuscire a contrastare davvero la lieve eppure indicativa flessione nei ricavi di vendita; fonte: Gruppo Mondadori). Le iniziative delle collane rosa (o, più correttamente, neorosa), come i libri di Danielle Steel o di Sveva Casati Modignani, vantano invece nel panorama degli allegati in brossura risultati positivi (tanto che, per esempio, «Donna Moderna» ha riproposto alcuni romanzi della scrittrice italiana a distanza di due anni). Cifre che, sebbene siano il risultato di più fattori, paiono nondimeno testimoniare un parziale riversamento dei lettori più deboli o meno consapevoli sui prodotti collaterali.

Anche i dati relativi alla lettura nel 2007 ribadiscono la minor penetrazione dei libri in allegato fra questi lettori e lo scarso allargamento della base dei lettori complessivi (ultime indagini Ipsos e Istat). Occorre però aggiungere, come peraltro è già stato fatto notare, che quegli acquirenti deboli – lettori di non più di tre libri l'anno o morbidi – che hanno comprato opere di reference non sono necessariamente destinati a entrare nel computo dei lettori dell'anno seguente, per via del carattere di consultazione proprio di quei volumi. Se è certamente difficile riuscire ad attirare in modo durevole questa fascia di popolazione (il rapporto dell'Aie specificava, a ragione, che l'1% conquistato dal mercato nel 2003 lo era «almeno temporaneamente»), come peraltro dimostra la flessione del totale dei lettori dell'ultimo anno (-1%), tuttavia si assiste a un peso differente delle varie tipologie di lettori. Quelli medi e medio-forti si rafforzano (ciò che avviene nei mercati più maturi), ma sembra anche esserci un certo passaggio dai lettori morbidi ai deboli e viceversa, una sorta di osmosi. Una quota dei deboli potrebbe essersi limitata ad accumulare qualche volume di

reference senza consultarlo, oppure consultandolo senza identificare il gesto come lettura, e quindi finendo momentaneamente confinata fuori del perimetro dei lettori. Sull'altro fronte, è presumibile che parte dei morbidi sia confluita nei deboli, riconoscendo quindi nel volume allegato un libro «più libro» rispetto alle collane tradizionali dell'edicola – e cominciando, forse, un cammino più deciso verso una lettura consapevole.

Il successo maggiore dell'allegato, almeno dal punto di vista di questa analisi, è di essere riuscito a far convergere su di sé, e far incontrare tra loro, lettori tanto diversi; successo cui la collana sembra avere dato un grosso contributo: sia per quanti si affidano all'autorevolezza del brand, sia per chi avverte maggiormente la spinta a completare la collezione, sia per coloro che riconoscono caratteristiche simili a precedenti acquisti librari.

Nonostante ciò, il settore delle vendite congiunte ha vissuto nel 2007 il suo anno più nero: le copie vendute calano di oltre il 24%, il numero dei titoli si dimezza e la perdita in valore ammonta al 7,5% (fonte: Ufficio studi Aie). Per alcuni si tratta di una crisi senza ritorno, almeno per quanto riguarda l'allegato librario, per altri è solo una fase ciclica, per altri ancora è una fisiologica contrazione, segno di maturità del mercato, oggi più selettivo. Quale che sia il futuro dei libri collaterali, anche se sembra più probabile l'ultima di queste ipotesi, qui importa soprattutto mettere a fuoco il cambiamento che essi hanno messo in atto nella diversa percezione dell'edicola. «Le vendite congiunte» afferma Giampiero Labò, vicepresidente nazionale Snag (Sindacato nazionale autonomo giornalisti) e proprietario di un chiosco nel centro di Milano «hanno creato nel lettore l'abitudine a trovare in edicola opere non solamente di genere, libri hardcover di buona qualità a un prezzo piuttosto conveniente.» E, si può aggiungere, un'offerta molto più elevata rispetto al passato. Negli ultimi anni la trasformazione delle edicole, chioschi e negozi è evidente persino a chi non le frequenta con eccessiva abitudine: tappezzate dei libri più vari, ma anche di cd, dvd, cd-rom, fascicoli, e poi naturalmente riviste e quotidiani, le edicole sono diventate delle piccole librerie di strada. Come gli editori, si sono adattate in risposta a lettori sempre più multimediali e, nello stesso tempo, grazie alla loro diffusione sul territorio (se ne contano oltre 40mila) sono state in grado di

raggiungere una quantità di lettori, o potenziali lettori, con una capillarità impensabile per gli altri punti vendita. Pur nelle contraddizioni che emergono dalla disamina delle diverse indagini (stando a Ipsos la vendita di allegati sarebbe maggiore al Nord, mentre per Istat essa prevarrebbe al Sud), i dati testimoniano una migliore capacità dei diversi canali di raggiungere i lettori ovunque si trovino. Dal 2001/2002 al 2006 aumenta la percentuale di lettori – soprattutto medi e forti – nei centri metropolitani, com'era da aspettarsi dal quadro complessivo, ma anche di quelli forti nei comuni più piccoli e della base dei lettori nelle periferie urbane – con un più netto incremento dei deboli – e nei comuni piccoli e medi, dove si può notare una lieve crescita dei lettori medi (fonte: Istat). Sebbene questi risultati non si debbano esclusivamente all'edicola, tuttavia essa non gioca un ruolo irrilevante nella partita se si considera che anche nel 2007, anno difficile per i collaterali, si è confermata il secondo canale di vendita di prodotti editoriali e correlati (fonte: Ufficio studi Aie). Del resto non è per caso che, dopo le librerie in franchising (partite una decina d'anni fa e destinate a comuni attorno ai 40/50mila abitanti), Mondadori abbia lanciato alla fine del 2004 «Edicolè»: negozi/edicole (più raramente chioschi) in franchising, con una metratura ampia, un vasto assortimento di libri, oltre a quotidiani, periodici e cartoleria, esplicitamente rivolti ai piccoli centri e ad alcuni quartieri delle grandi città, come quelli meno forniti oppure, al contrario, quelli di maggior passaggio.

L'edicola, piccola libreria di strada, sembra quindi aver trovato oggi la sua dimensione e il suo ruolo come negozio di prossimità, nel quale l'acquirente più forte – che andrà poi a fare la «spesa grossa» dove l'offerta è maggiore, più lontano oppure online – può trovare ciò che lo interessa tutti i giorni (e a orari assai elastici), e quello debole incontra un prodotto del quale altrimenti non andrebbe in cerca. Negozio di prossimità, o *superette*, che – ottime notizie per gli edicolanti e per i lettori – anche recentemente ha dimostrato nel nostro paese una buona tenuta, nonostante la diffusione crescente degli ipermercati (indagine Nielsen sulla struttura distributiva, 2007).

CRONACHE EDITORIALI

Bestseller: best reader?

di Enzo Marigonda

Ammettiamolo, l'equivalenza primato di vendita = appiattimento sugli standard estetici di massa è in sé rassicurante. Però, volendosi accostare al fenomeno dei bestseller librari senza pregiudizi intellettualistici, la faccenda si fa più complessa: vero, i soli lettori forti non fanno la classifica; vero, se un libro soddisfa i gusti di miriadi di lettori occasionali forse siamo di fronte a un fenomeno di moda; vero, il consenso generale invoglia all'acquisto i fruitori meno avvertiti. Ma la curiosità diventa presto urgenza per tutti (lettori forti inclusi) quando si supera una certa soglia di diffusione: quanto si resiste a sentir parlare di «eleganti ricci» senza partecipare al gioco?

Tra i tanti anglicismi che infestano la lingua italiana d'oggi, «bestseller» è tutto sommato uno dei più pacifici. Consolidato dall'uso comune, facile da pronunciare, da capire, da scrivere. Tutti sanno che si riferisce ai libri di successo, premiati da un numero eccezionalmente alto di copie vendute.

La medesima espressione può indicare anche l'autore che vende molto bene e che assicura buone probabilità di affermazione sul mercato, avendo già al suo attivo significativi successi di vendita. I nomi sono noti e non sono pochi: Grisham, Cornwell, Crichton, Dan Brown, Camilleri, Fred Vargas e così via. Apprezzati e ricercati in quanto capaci di garantire il successo di un titolo che deve ancora uscire: una possibilità di previsione rilevante per qualsiasi editore, con tutta evidenza.

«Bestseller» nel senso corrente è però soprattutto il singolo libro che viene a trovarsi, per periodi più o meno lunghi, al vertice delle classifiche di vendita. In cima alla «hit parade» dei «top ten», si potrebbe dire, volendo ulteriormente infierire sulla «lingua nostra».

Non c'è dubbio che la parolina forte, appagante la voglia di essere/apparire/comprare/consumare ecc. il «numero uno»

(meglio ancora: il «number one»), sia quel «best»: il meglio, il migliore, il vincente. Viene insomma sottolineata la singolarità, il primato, l'eccellenza commerciale (e talvolta anche qualitativa), che ben presto diventa «fenomeno», specie quando il successo non era stato messo in conto, e invece i risultati di vendita superano ogni aspettativa, sorprendendo piacevolmente gli stessi artefici del libro: autore, editore ecc.

Quando la sorpresa è generale e le vendite particolarmente vistose, si parla anche di «caso»: letterario, di costume ecc. È interessante il doppio senso: il carattere esemplare del successo, che sarà poi ricordato e raccontato mille volte (*case history*) e insieme la sua casualità, l'imprevisto, la fortuna, l'imponderabile.

È consolante che nell'età dei new media e della comunicazione multimodale, lo strepitoso successo di un buon vecchio libro sia capace di fare notizia. Ripreso e amplificato da giornali e mezzi audiovisivi, è capace di fungere da potente attrattore, ben al di là della cerchia di chi legge e acquista libri con frequenza e regolarità.

A questo punto però conviene aprire una breve riflessione sul pubblico, potenziale e reale, del bestseller.

È pur vero che i casi più eclatanti di successo editoriale coinvolgono la totalità o quasi dei lettori, come per una sorta di contagio o di reazione a catena, ma è un fenomeno che non si dà di frequente. Di solito, i successi di vendita, anche clamorosi, interessano solo alcuni strati del lettorato e non altri.

Ci si può chiedere allora se alla base della grande diffusione di alcuni titoli, pescati nell'oceano dell'offerta libraria, ci sia sempre una stessa tipologia di lettori, relativamente stabile. Interrogativo che può anche prendere un'altra forma: se ci sono, e quali sono, categorie di lettori più sensibili di altre alla popolarità e al successo di vendita.

Da tempo è risaputo che in Italia si legge piuttosto poco e che il mercato librario è sostenuto da un numero relativamente limitato di acquirenti forti (circa un libro al mese, come minimo), stimabile intorno al milione e mezzo di persone, a essere generosi, con una predominanza e un peso via via crescente della componente femminile.

Le indagini in materia, commissionate da istituzioni educative, associazioni editoriali, editori singoli ecc. confermano da parecchi anni la scarsa confidenza con il libro (e con la parola scritta) di tantissimi connazionali: secondo una recente ricerca Mondadori/Ipsos il 62% della popolazione italiana adulta non avrebbe letto neppure un libro nell'ultimo anno. Committenti e curatori delle ricerche statistiche e sociologiche sulla diffusione, sull'acquisto e sul «consumo» di libri non possono fare altro che rinnovare, negli anni, gli ammonimenti, le deplorazioni, le constatazioni imbarazzanti di divario con altri paesi europei.

Qualche segno di vita, qualche scintilla d'interesse viene individuata di tanto in tanto nelle classi d'età più giovani (ma non proprio giovanissime) e con una buona scolarità. Pur senza intrattenere un rapporto costante e profondo con il libro, è questo un pubblico che legge in modo moderato ma non del tutto sporadico: qualche titolo nel corso dell'anno, meno di uno al mese. Lettori saltuari, tra cui si annida una parte cospicua dei «consumatori» di bestseller.

In effetti, anche senza il supporto di dati di ricerca indiscutibili, procedendo semplicemente a buon senso, si deve pensare che il pubblico dei lettori che decretano la grande popolarità di un certo libro, il suo emergere all'universale notorietà, la sua salienza rispetto alla molteplicità dei titoli che vedono la luce tutti i giorni, non si possa ridurre a quel milioncino e rotti di forti lettori che frequentano librerie e biblioteche, leggono i supplementi letterari, seguono le fiere e i festival, si muovono su una base ben strutturata di gusti e preferenze per autori, collane, generi e sottogeneri.

Considerando la quantità non poi così esigua di titoli che nel corso di un anno attingono il rango di bestseller, per poter spiegare certi volumi di vendita è comunque necessario chiamare in causa i lettori/acquirenti cosiddetti deboli (non più di cinque libri all'anno), o almeno i medi (da sei a dieci).

I lettori forti da soli non bastano a giustificare le tantissime copie vendute: i conti non tornerebbero.

In secondo luogo, com'è noto, i lettori più assidui, colti, evoluti non sempre vedono di buon occhio il bestseller. Spesso ne diffida-

no, lo trattano con sufficienza, lo usano come pretesto per manifestare un certo snobismo (a volte senza averne chiara coscienza) o per articolare meglio le proprie gerarchie di gusto e qualità letteraria.

Naturalmente non mancano gli esempi di libri di grande successo e insieme di eccellente qualità. Nessuno si sogna di negarlo, ma nello stesso tempo sembrano trattati come eccezioni a una regola che associa il primato di vendita agli standard estetici della massa. Come i film di cassetta (ma il discorso vale anche per le manifestazioni culturali più affollate e popolari: concerti, grandi mostre, festival ecc.), il libro che vende tanto è guardato con sospetto, se non con un pizzico d'invidia (a meno che l'autore non sia riconosciuto come una figura veramente superiore).

Se soddisfa il palato di miriadi e miriadi di lettori saltuari, necessariamente un po' ingenui e di bocca buona, si tratterà di un'opera facile, volgare, corriva, soggetta ai vincoli del marketing e della moda, protesa a risultati di letterarietà superficiale, entro un habitat culturale di massa che premia il valore «percepito» e il consumo immediato più che i risultati estetici di sostanza e di lunga durata.

Quando poi dal libro si ricava un film, più o meno riuscito, cercando di spremere a dovere il soggetto e il successo, il processo di massificazione appare anche più evidente. Cambia, tra l'altro, l'identità stessa dell'oggetto «bestseller»: non più unitario, ma composito, scontornato, plurimo.

Un terzo motivo per individuare nel lettore medio-debole il principale beneficiario del bestseller ha a che fare con l'atteggiamento stesso di questo lettore verso la pratica della lettura e la spesa libraria.

Lasciando da parte gli acquisti di libri per studio, per lavoro o per ragioni pratiche contingenti (manuali, guide turistiche ecc.) – acquisti che pure entrano nelle statistiche e nelle categorizzazioni dei lettori – si deve constatare il carattere di eccezionalità della decisione di acquistare un libro per sé o per regalarlo a qualcuno.

Proprio perché le volte in cui si tira fuori il portafoglio per comprare un libro sono rare, è consigliabile non sbagliare. Per trarsi d'impaccio, in mancanza di punti di riferimento precisi e di una consuetudine apprezzabile con l'offerta libraria, è ragionevole

affidarsi al generale consenso, alle vendite, al successo. E con il bestseller si va sul sicuro.

L'argomento del successo di vendita, d'altronde, è ampiamente utilizzato nella pubblicità libraria.

A parte le fascette che cingono orgogliosamente i bestseller sul punto vendita, mettendo in risalto il numero di edizioni o di copie vendute (e magari nascondendo il titolo), sono frequenti i casi di annunci stampa in cui l'immagine della copertina è accompagnata unicamente da proclami di vittoria – «180.000 copie vendute», «4ª edizione in 3 settimane» ecc. – che soverchiano ogni altra considerazione di meriti, premi, contenuti.

Il lettore smorfioso potrà anche storcere il naso davanti a tanta agitazione mercantile e forse (anzi, quasi di sicuro) si sentirà poco incoraggiato a partecipare all'assembramento generale, preferendo lasciar passare un po' di tempo prima di decidere. Tuttavia, il fatto che le case editrici persistano nell'utilizzare in pubblicità gli strilli sul successo di vendita ci dice pure qualcosa della loro efficacia sul lettore comune.

Due sono gli aspetti motivanti che si possono riconoscere nella comunicazione persuasiva basata sull'argomento del successo: il conformismo e il carattere di evento. Ambedue abbastanza distanti dal gusto e dalle logiche dei lettori più esigenti e maturi.

Ma il lettore saltuario, che nella Babele libraria si sente disorientato, non proprio a suo agio, trova un notevole vantaggio di rassicurazione nella scelta di un titolo che già gode di un ampio, inoppugnabile consenso.

«Se tanti lo hanno preso, una ragione ci sarà», «moltissimi lo hanno letto e apprezzato, perciò deve valere qualcosa», «forse non è un capolavoro, ma non può essere un cattivo libro.»

Miniragionamenti del genere riassumono il possibile approccio del lettore di bestseller al libro di successo e forse danno conto anche del pensiero, tra pratico e ingenuo, sotteso al passaparola che poi in concreto influenza in modo consistente la diffusione e il successo commerciale.

Non va trascurato però neppure il carattere di evento che il libro di successo assume in quanto tale. Tutti ne parlano: quindi viene voglia di saperne di più, ovvero di leggere quel libro, di sfogliarlo, comprarlo ecc.

Oppure (e forse più spesso) si mette in moto un processo reattivo – e anticipatorio – al senso di esclusione da un evento che ha assunto un valore di «necessità» in quanto ormai riguarda una gran folla di persone: quelli che contano, il proprio gruppo di riferimento, i telespettatori (se il libro e l'autore sono andati in tv) ecc.

Si riproduce in fondo il medesimo bisogno di presenziare e di non essere tagliati fuori che riguarda le dinamiche di adesione a tutti i principali fenomeni di moda e di successo popolare.

Qui forse i meno sussiegosi tra i lettori forti rientrano in gioco, assimilandosi ai medio-deboli.

In fondo, è una sofferenza per chiunque sentir parlare a ogni piè sospinto di eleganti ricci o di numeri primi soli soletti e non poter partecipare al gioco dei consigli reciproci e degli scambi d'opinioni.

Bisogna notare, a questo proposito, che il sentore letterario, il fascino effettivo o la semplice scaltrezza di un titolo, che si tratti di una suite francese o di un caos calmo, aiutano non poco la dinamica della curiosità, che presto diventa urgenza, quando si supera una certa soglia di presenza conversazionale, ovvero di diffusione.

A un certo punto insomma non si resiste più (ammesso che all'uscita di quel dato titolo si nutrisse qualche dubbio): occorre proprio presenziare alla festa, non rimanere ai suoi margini, e allora ci si aggrega, quasi sempre con soddisfazione.

Soddisfazione dichiarata, quanto meno: non sempre fa piacere ammettere di aver preso una cantonata, o di avere avuto un eccesso ingiustificato di aspettative, col rischio di esporsi ai sospetti di gusto un po' facile e di essere impallinati dagli amici ipercritici che sempre si annidano nella propria cerchia.

CRONACHE EDITORIALI

Il modello dell'Open Access per la pubblicazione scientifica

di Paola Dubini ed Elena Giglia

Il piccolo mondo avanzato delle pubblicazioni scientifiche diventa avanguardia per modelli di business innovativi, complementari a quelli tradizionali, resi possibili dalla diffusione delle tecnologie digitali. In principio fu la comunità dei fisici; ora, le strategie di pubblicazione «open» si stanno perfezionando, tra archivi digitali e riviste che garantiscono accesso gratuito a fronte di costi sostenuti dalle istituzioni di appartenenza degli autori. Perché è più efficace pagare per la disseminazione che per l'accesso.

All'interno del settore dell'editoria libraria, le pubblicazioni scientifiche rappresentano un segmento decisamente piccolo in termini numerici (nell'epoca dei bestseller, chi si cura di riviste sottoscritte, quando va bene, da poche migliaia di persone nel mondo?) ma fondamentale in termini scientifici e culturali. Ai nostri fini è interessante perché tale settore ha vissuto negli ultimi tempi cambiamenti strutturali non facilmente prevedibili: l'affermazione di modelli di business innovativi accanto a quello delle tradizionali riviste scientifiche è infatti stata resa possibile non solo dalla diffusione delle tecnologie digitali, ma anche dalla volontà politica di attori diversi che con il loro comportamento hanno permesso in circa quindici anni l'affermazione di un modello di pubblicazione complementare a quello tradizionale. Un progressivo processo di concentrazione nell'editoria scientifica e il correlato aumento esponenziale del prezzo degli abbonamenti e dei singoli articoli, nonché la possibilità offerta dalle tecnologie digitali di moltiplicare le fonti di reddito per gli editori derivanti dal riuso dei materiali a fini didattici hanno infatti determinato una riduzione e una discriminazione nell'accesso ai risultati della ricerca scientifica, spesso resa possibile solo da finanziamenti pubblici, a

causa degli elevati costi di accesso ai risultati. Questo ha spinto bibliotecari, istituzioni di ricerca, finanziatori e alcuni ricercatori autorevoli a promuovere e realizzare modelli di business alternativi a quello delle riviste tradizionali, costruiti attorno all'obiettivo di massimizzare la diffusione e l'accesso.

Dal 1991 la comunità dei fisici aveva preso a scambiarsi in tempo reale i risultati delle ricerche sotto forma di *preprint* degli articoli che avrebbero visto la luce mesi dopo sulle riviste tradizionali, inviandole a un archivio digitale. Oggi arXiv, passato alla Cornell University, è il più famoso archivio Open Access, conta quasi 500.000 contributi ed è divenuto lo strumento principe della comunicazione scientifica per i fisici. Nell'ottobre 2003 la Max Planck Gesellschaft promosse a Berlino un convegno su «Accesso aperto alla conoscenza nelle scienze e nelle discipline umanistiche». Dal convegno scaturì la Dichiarazione di Berlino, firmata nel giugno 2008 da 250 enti di ricerca in tutto il mondo, fra cui la quasi totalità delle università italiane. La Dichiarazione di Berlino così definisce i contributi ad accesso aperto:

«Ciascun contributo ad accesso aperto deve soddisfare due requisiti:

- l'autore(i) ed il detentore(i) dei diritti relativi a tale contributo garantiscono a tutti gli utilizzatori il diritto di accesso gratuito, irrevocabile e universale e l'autorizzazione a riprodurlo, utilizzarlo, distribuirlo, trasmetterlo e mostrarlo pubblicamente e a produrre e distribuire lavori da esso derivati in ogni formato digitale per ogni scopo responsabile, soggetto all'attribuzione autentica della paternità intellettuale [...] nonché il diritto a riprodurre una quantità limitata di copie stampate per il proprio uso personale;
- una versione completa del contributo e di tutti i materiali che lo corredano, inclusa una copia dell'autorizzazione come sopra indicato, in un formato elettronico secondo uno standard appropriato, è depositata (e dunque pubblicata) in almeno un archivio in linea che impieghi standard tecnici adeguati [...] e che sia supportato e mantenuto da un'istituzione accademica, una società scientifica, un'agenzia governativa o ogni altra organizzazione riconosciuta che persegua gli obiettivi dell'accesso aperto,

della distribuzione illimitata, dell'interoperabilità e dell'archiviazione a lungo termine».

Due sono le strategie di pubblicazione dell'accesso aperto:

- l'autoarchiviazione in archivi aperti: archivi digitali a carattere istituzionale (le maggiori università o enti di ricerca nel mondo stanno aprendo il loro *Institutional Repository*, che raccoglie la produzione intellettuale dei propri ricercatori) o disciplinare (come arXiv per i fisici, o E-Lis per la biblioteconomia e le scienze dell'informazione). Gli archivi raccolgono il *preprint* o il *postprint* dell'articolo in accordo con le politiche di copyright dell'editore (*green road*); numerose istituzioni universitarie e di ricerca stanno rendendo obbligatorio per i propri ricercatori il deposito dei risultati delle ricerche nel deposito istituzionale (un elenco si trova nel sito del progetto e-prints – Roarmap);
- la pubblicazione su riviste ad accesso aperto, che garantiscono la *peer-review* ma adottano un diverso modello economico (*gold road*). A oggi sono presenti sul mercato oltre 3.400 testate, listate nella Directory of Open Access Journals (Doaj). Sono riviste che, al pari delle riviste tradizionali, garantiscono il processo di *peer-review*, spesso in maniera molto trasparente (per esempio la storia della prepubblicazione è spesso disponibile in rete, con i giudizi dei pari e i commenti degli autori) o innovativa (per esempio la rivista «PLOS ONE», che adotta gli strumenti del web 2.0 per una sorta di *peer-review* condivisa, o di forum accademico: ognuno può inserire un commento, dare un giudizio o fare aggiunte al testo originale, previa registrazione gratuita). Al pari delle riviste tradizionali – o forse più, dato il principio appunto della libera accessibilità, che si traduce in aumenti esponenziali delle citazioni – le riviste Open Access tracciate nel «Journal of Citation Reports» (Isi-Thomson Reuters) generano ottimi indici di *impact factor*, l'indicatore comunemente utilizzato per misurare la visibilità e notorietà della testata e quindi – indirettamente – la qualità dei suoi contenuti e la reputazione dei suoi autori.

La differenza fondamentale fra queste ultime testate e le riviste tradizionali sta nel diverso modello di business sottostante: nessuna

richiede un prezzo per l'accesso ai contenuti. Ne deriva che i costi di pubblicazione sono sostenuti dagli autori, ovvero dalle loro istituzioni di appartenenza o dagli enti di finanziamento della ricerca, secondo il principio per cui per il finanziatore risulta più efficace pagare per la disseminazione – una volta per sempre – che per l'accesso – che rappresenta invece un modello di business più favorevole per l'editore. Altra differenza da notare è che molte delle riviste Open Access adottano licenze *creative commons* – nate per tutelare la proprietà intellettuale in rete – secondo il principio «alcuni diritti riservati». In ogni caso tendono a permettere che gli autori mantengano il copyright sui propri lavori: questo è importante ai fini del riuso del materiale pubblicato.

Dato il crescente successo del movimento Open Access, e sulla spinta del numero sempre maggiore di enti di finanziamento della ricerca che richiedono obbligatoriamente la messa a disposizione Open Access dei risultati di ricerche finanziate con fondi pubblici, anche molti editori tradizionali hanno iniziato da un paio di anni a offrire un'opzione Open sulle loro riviste, portando alla nascita di modelli ibridi. Come è successo nel caso della free press, i principali gruppi editoriali (come è il caso di Springer) hanno acquistato testate Open Access, incorporandole nel loro modello di business.

L'introduzione delle riviste Open Access ha indubbiamente portato alcuni vantaggi a diversi attori coinvolti nella produzione scientifica; grazie all'utilizzo delle tecnologie digitali, gli autori vedono ridursi i tempi di pubblicazione, o quantomeno possono più velocemente condividere risultati e commenti; inoltre, la disponibilità di articoli *full text* in rete consente una maggiore profondità di ricerca e un possibile maggiore impatto degli articoli. Il più immediato accesso ai contenuti permette alle università una maggiore visibilità per i propri ricercatori e un possibile snellimento delle procedure di creazione dell'anagrafe della ricerca. Per gli editori che riescono ad attirare masse adeguate di contributi di livello sulle testate Open Access, il modello consente elevati indici di citazione. Infine gli enti di finanziamento ottengono un maggiore ritorno sugli investimenti derivante dalla massima disseminazione

dei risultati della ricerca, anche se di fatto si trovano a dover sostenere i costi di pubblicazione.

Più in generale, la presenza di nuovi modelli di offerta ha stimolato l'innovazione nei formati editoriali, nella gestione del processo di pubblicazione e di diffusione dei risultati scientifici e nell'identificazione di parametri alternativi all'*impact factor* per la valutazione della qualità delle pubblicazioni, controbilanciando al contempo l'elevato potere contrattuale degli editori tradizionali. Resta il problema che il processo di selezione, pubblicazione e diffusione di contributi scientifici è intrinsecamente costoso e che la sostenibilità economica di piattaforme online di contributi scientifici (siano esse riviste a pagamento o archivi Open Access) può essere raggiunta solo in presenza di massa critica molto elevata. Questo fa pensare che – come è già avvenuto per le riviste tradizionali – anche per gli archivi Open si verificheranno processi di concentrazione o di alleanza. La compresenza di istituzioni profit e non profit in concorrenza fra loro rappresenta la soluzione che meglio garantisce al contempo prezzi equi di accesso e di pubblicazione, innovazione nei formati e nelle soluzioni di disseminazione della ricerca, competizione per la qualità e la visibilità delle testate. Tale massa critica va raggiunta nelle fasi più direttamente collegate alla gestione dei contenuti e ai processi di archiviazione, ma non può evidentemente prescindere dalle differenti modalità di comunicazione proprie delle comunità di ricercatori afferenti alle singole discipline. Diverse declinazioni sono e saranno possibili, tenuto conto dei flussi di finanziamento, degli attori coinvolti, delle pratiche di ricerca e di disseminazione dei risultati, dei criteri utilizzati per misurare la qualità scientifica dei risultati, che variano in modo significativo fra le discipline.

CRONACHE EDITORIALI Incontri ravvicinati con il pubblico

di Dario Moretti

I club del libro, per sostenere la concorrenza della grande distribuzione, puntano sulla loro carta tradizionale – i rapporti stretti e costanti con i soci – aggiungendo ai cataloghi inviati per posta i messaggi telematici personalizzati. Ma conta sempre più la presenza fisica nel territorio, con una rete di «librerie» speciali sempre più forte. Occorre, cioè, rafforzare il rapporto diretto con i clienti, diversificando il più possibile l'offerta libraria e merceologica.

L'idea, in Italia, ha mezzo secolo. Il club del libro, come progetto editoriale, nasce negli anni sessanta nel territorio scoperto con il successo dei tascabili: la prospettiva di una diffusione di massa del libro (per quanto riguarda le regole del gioco, se non le tirature).

L'idea consiste nel riproporre titoli su licenza dell'editore originale, partendo dal pubblico possibile e non dal marchio, a lettori forti e fedeli che si impegnino ad acquistare almeno un libro al mese in cambio di uno sconto sul prezzo di copertina.

Se il tascabile si afferma grazie al basso prezzo e a un catalogo centrato sui «classici» di ogni letteratura, antica e moderna (cioè sulla percezione generale di una qualità sicura da parte del pubblico), qui si aggiunge al gioco una regola più raffinata: la conoscenza il più possibile ravvicinata del pubblico, delle sue abitudini e dei suoi gusti.

A questo incrocio di ragioni commerciali e culturali il Club degli Editori, prima iniziativa non in assoluto ma di grande scala, prende vita nel 1960 sul progetto di un grande editore di cultura industriale (Arnoldo Mondadori), con cui collabora un esperto di editoria e di comunicazione (oggi si direbbe un massmediologo):

Ignazio Weiss, giornalista e traduttore di Sartre, già segretario personale di Adriano Olivetti.

La fisionomia del Club degli Editori, come la delinea un appunto di Weiss (citato da Mario Piazza in «SocialDesignZine»; <http://sdz.aiap.it/notizie/10181>, 16 aprile 2008, *Munari e il laboratorio del Club degli Editori*), presenta subito due snodi fondamentali: il superamento dell'identità dell'editore originale dell'opera e il contatto diretto con il cliente/lettore.

I libri del Club si devono dotare di un'identità forte. Sono anche fisicamente oggetti diversi dall'edizione di partenza: il testo viene ricomposto in tipografia in un formato specifico e le copertine sono di altissima qualità. Bruno Munari è incaricato di progettarle e, svincolato dall'obbligo di distinguerle in libreria come manifesti pubblicitari, accentua gli aspetti narrativi e sperimentali della sua grafica, con risultati di eccellente originalità (presentati dallo stesso Piazza in una mostra organizzata nella primavera 2008 da Aiap, Associazione Italiana Progettazione per la Comunicazione Visiva).

In anni in cui varcare la soglia di una libreria è ancora un forte ostacolo psicologico per molti, l'offerta del Club degli Editori è allettante non solo perché rappresenta un'antologia dell'attualità editoriale recapitata direttamente a casa, ma perché offre in esclusiva prodotti di qualità reale («Il libro» afferma Weiss «dovrà avere, a parità di prezzo dell'edizione normale, caratteristiche di presentazione superiore»).

L'altro aspetto tipico è la comunicazione costante che si istituisce con i membri del Club, attraverso l'invio di un «bollettino» e di premi, consistenti all'inizio in altri titoli gratuiti, destinati ai soci/clienti più assidui. Una comunicazione che circola nei due sensi: l'editore fornisce titoli e ottiene in cambio – e in più, rispetto ai risultati di vendita puri e semplici – informazioni precise sul suo pubblico, che gli permettono di orientarsi con più sicurezza.

Tra Internet e grande distribuzione

Le regole di base non sono cambiate, anche se oggi sono diversi sia i lettori sia gli editori: le due realtà maggiori del mercato italiano, il Club degli Editori di Mondadori e l'Euroclub di Bertelsmann (at-

tivo dal 1975) si sono fuse nel 1999. Oggi Mondolibri (società partecipata al 50% dai due editori) ha circa il 90% di questo mercato, che copre con marchi differenti: ben sette club specializzati. Due sono generalisti: *Notizie letterarie* (erede diretto del Club degli Editori, fiction e non fiction) ed *Euroclub* (l'ex concorrente principale, «dote» della Bertelsmann, fiction ma anche manuali e saggistica – da Umberto Eco al Dottor House –, musica e film). Accanto ai due canali storici *Il Circolo* (destinato a un target culturalmente più avvertito, con molta saggistica, storia ma anche narrativa), *Club per Voi* (le offerte a prezzi più scontati) e *Junior Club* (libri e giochi per l'infanzia). Infine *Ok musica* (dedicato al pop italiano e straniero offerto con le stesse modalità dei libri) e *Pm Direct*, catalogo autonomo di titoli a tema religioso.

Ogni club ha una sua rivista per i soci e una suo sito nel portale www.mondolibri.it. Ma nei cataloghi di ogni club circola, con visibilità differente, anche titoli offerti dagli altri club. Il mix, insieme alla razionalizzazione dei servizi garantita dalla fusione del 1999, appare il fattore più importante per sostenere una domanda che (pur fatturando Mondolibri circa 80 milioni di euro l'anno e riunendo 1.300.000 soci) continua a essere in lieve calo.

«I cinque club principali costituiscono solo una prima segmentazione del target», spiega Marco Poloni, responsabile del marketing di Mondolibri. «Sulla base degli acquisti di ogni socio abbiamo indicazioni precise sui suoi gusti, che possiamo collegare alle informazioni anagrafiche fornite con l'iscrizione.» L'età media dei soci va dai 45 ai 55 anni, ma la scelta dei titoli è fatta in famiglia. «In passato avevamo anche un target un po' più giovane, perché i soci arrivavano attraverso molta attività di direct marketing e attraverso i periodici.» Ma da qualche anno la diminuzione delle tirature e il livello culturale degli acquirenti di periodici rendono inadeguato questo strumento di «reclutamento» dei soci, e il direct marketing è in crisi non solo nel settore editoriale.

Librerie un po' speciali

«Ci siamo progressivamente dedicati con più cura alla parte fisica del nostro lavoro: le librerie.» Mondolibri dal 1999 ha aumentato

da dodici a sessanta (con un sistema di franchising) i punti di presenza sul territorio, mediamente di un centinaio di metri quadrati ciascuno: ci si può iscrivere, vedere i libri, avere un rapporto diretto con il personale dei club. «Abbiamo portato nelle librerie le tecniche del direct marketing: i nostri sono librai a tutti gli effetti, spesso con esperienza di librerie tradizionali, che conoscono molto bene i loro clienti; ma il database particolareggiato su cui si fonda il nostro lavoro ci permette di orientare con grande precisione e grande duttilità le proposte, anche libreria per libreria, se occorre.»

In queste librerie speciali, dove i libri si vendono solo ai soci dei club, sono però in vendita a tutti anche prodotti da cartoleria, per avvicinare i potenziali soci e favorire il primo contatto; e spesso, fuori della libreria Mondolibri, dei «reclutatori» muniti di questionari cercano di stimolare l'interesse culturale dei passanti per farne dei soci.

Ma perché si dovrebbe preferire una libreria Mondolibri, dove l'offerta è limitata ai titoli dei club, a una libreria normale, dove l'offerta è certamente più ampia e varia? La fiducia nell'offerta del proprio club sembra comunque prevalere: «Apriamo le nostre librerie prima di tutto in relazione alla presenza rilevante di soci in una certa area. Ogni negozio ha uno "zoccolo duro" assicurato: all'inaugurazione possiamo spedire 3/4.000 inviti e circa il 10% poi diventa frequentatore della libreria. Il socio, quando inizia a conoscerla, difficilmente se ne allontana.»

Si comporta quindi come ogni forte lettore che si rispetti, ma anche perché nel negozio ci sono più titoli disponibili rispetto al catalogo recapitato a casa e maggiori sconti promozionali rispetto al 20% comunque garantito sul prezzo del titolo d'origine. E i titoli arrivano presto ai soci: sei mesi o addirittura quattro dopo l'uscita in libreria, in qualche caso (con Sperling & Kupfer) addirittura in anticipo.

Deboli lettori crescono

«Non rubiamo vendite al mercato ordinario» afferma Poloni. «Sono due mondi diversi. Il nostro vero competitor è il supermercato. Il nostro cliente è abituato a ricevere a casa l'offerta di acqui-

sto, tramite il catalogo o via e-mail, e viene invitato nei nostri “negozi”; non è attivo come il cliente delle librerie e quindi è sensibile all’offerta libraria che trova nei supermercati, dove entra per fare altre spese. Quando la grande distribuzione ha iniziato a offrire libri, noi abbiamo perso un paio di punti percentuali di mercato in un solo anno. Il nostro cliente è abituato a trovare l’occasione d’acquisto senza starla a cercare.»

I club del libro oggi non sono più una soluzione per chi ama leggere ma non osa entrare in libreria. Si rivolgono a lettori con comportamenti misti: i soci acquistano libri dai club per il 60/70%, ma per il restante 30/40% dalla grande distribuzione o dalle librerie. «E soprattutto per noi il rischio è che con questa evoluzione diventino dei veri forti lettori e quindi dei ricercatori.»

Un’evoluzione che si fa sentire anche sulla composizione anagrafica dei soci: pur nell’ambito di una scelta fatta dalla famiglia, questa composizione era caratterizzata da uomini divenuti soci attraverso il direct marketing e donne entrate in contatto con i club attraverso il reclutamento porta a porta. Oggi le differenze di genere rispetto agli strumenti di contatto si sono fortemente attenuate e anche quelle legate al prestigio culturale (i titoli del Circolo), già prevalentemente appannaggio maschile, si sono sostanzialmente livellate.

Anche la distribuzione geografica non è fortemente squilibrata: il 40% dei soci vive nel Nord del paese, il 30% nelle regioni del Centro, il 30% è nel Sud. I club non sono più il primo gradino dell’abitudine alla lettura come negli anni sessanta, ma i soci conservano comunque una propensione alla lettura superiore alla media nazionale.

Obbligati al libro

Pesa molto l’obbligo di contratto che impone di acquistare comunque dei titoli? «I club hanno cinque oppure quattordici cataloghi l’anno. I soci dei primi devono acquistare almeno dieci volumi l’anno.» È l’unico vincolo: se superano questa soglia, in un mese come in un anno, potranno disdire l’adesione quando vorranno, anche al telefono. «La vecchia regola che legava i soci al club per

due anni è stata eliminata. Ai soci più fedeli, dopo due anni, facciamo offerte speciali e sconti particolari. Solo a chi non ordina nulla inviamo di nostra iniziativa due titoli, che comunque possono essere cambiati presso i nostri negozi. In generale per quattro soci che scelgono i titoli da acquistare, solo uno si limita a ricevere i volumi da noi.»

Gli ordini oggi arrivano anche attraverso il portale o via sms. «Meno del 50% degli ordini arriva via posta, il 30% arriva dalla libreria, il 20% attraverso il web e gli sms. Ma c'è una differenza tra noi e gli editori che vendono prevalentemente via web: i loro clienti sono interessati per lo più a prodotti di *backlist* [i titoli "di magazzino", cioè in catalogo ma difficilmente reperibili in libreria, N.d.R.]. Noi vendiamo novità, con tirature in media di 4.000 copie e punte di 80.000 per i "libri del mese", proposti all'attenzione particolare dei soci. Un titolo resta in catalogo per circa cinque/sei mesi. La grande distribuzione ha accorciato sensibilmente la vita del prodotto, abituando i clienti a una rotazione molto più veloce.»

Un panorama non facile, in cui occorre trovare nuovi percorsi e nuove formule: nel 2007 un esperimento di distribuzione che sfruttava l'onda dei collaterali, distribuendo titoli in abbinata a «Panorama», non ha avuto successo significativo. La carta su cui puntare sono ancora i «negozi», le librerie dei club. «Nel futuro dei club» conclude Poloni «vedo due mondi: da una parte il mondo fisico (puntiamo ad avere cento librerie) e dall'altra il virtuale: il catalogo che arriva a casa alla fine è fondamentale come stimolo all'acquisto. L'arrivo del catalogo per posta è preceduto da un'e-mail, che serve da preparazione: notiamo che gli ordini (postali o direttamente ai negozi) crescono quattro/cinque giorni dopo l'e-mail, quando il catalogo arriva a casa.»

La posta elettronica viene sfruttata in tutte le sue possibilità di personalizzazione: circa un messaggio la settimana a ogni socio, con l'annuncio del catalogo, la proposta di altre novità a chi ha già ordinato, il sollecito a esplorare il catalogo a chi non ha ordinato. In casi estremi gli ordini vengono sollecitati anche al telefono, anche se la regola è quella di suscitare interesse con ulteriori proposte, invece che limitarsi a richiedere l'osservanza di un obbligo. Certo non mancano nel vasto mare dei blog segni di insofferenza all'impegno

a ordinare, ma spesso sono associati al comportamento di un «reclutatore» un po' troppo spiccio nell'illustrare la formula dei club o alla mancata comprensione delle regole del contratto.

La vita media di un socio in Italia supera i due anni e mezzo: «Migliore di quella dei clienti Bertelsmann. Certo i miei colleghi tedeschi hanno un acquisto medio superiore del 50% rispetto a quello italiano. Ma la differenza coincide con una diversa diffusione della lettura: noi ci occupiamo anche della parte italiana del Club svizzero, in cui gli ordini per i libri francesi e tedeschi sono superiori del 30% ai nostri».

Il futuro sta nel rafforzare sempre di più il rapporto personale con i clienti, amplificando la funzione delle librerie, dagli incontri con gli autori alla creazione di club di lettura, anche attraverso merceologie non editoriali: tra i primi esperimenti l'offerta in libreria di prodotti per la pelle di un grande produttore italiano di olio (quindi nel filone del benessere e della cultura materiale mediterranea). «Tutte le grandi librerie offrono spazi a corner di prodotti non librari», cioè concedono zone limitate del loro punto vendita a produttori che non sono editori di libri, caratterizzati ciascuno dal proprio marchio. Mondolibri guarda con favore a un uso delle sue «librerie» ancora più radicale: l'offerta congiunta di libri e prodotti non editoriali. Ciò che conta è che libri e prodotti siano rivolti a un pubblico omogeneo: «Queste operazioni possono dare ai nostri soci maggiori ragioni di frequentarci».

Anche i «premi» ai soci più assidui cambiano: recentemente è stato loro offerto di partecipare a un viaggio in Turchia (fortemente caratterizzato dal marchio Mondolibri, ben evidente sui mezzi di trasporto e negli alberghi). Le adesioni sono state 1.500. Insomma, un vero e proprio club: il rapporto personale si trasferisce dai gusti di lettura allo stile di vita complessivo.

CRONACHE EDITORIALI Italia-Spagna, due velocità

di Ilaria Barbisan

Il confronto tra Italia e Spagna sui dati relativi alla penetrazione della lettura dà uno di quei risultati che si definiscono «tennistici»: Italia 42,1% vs Spagna 60,5%. È più che un sorpasso, è un allungo per il paese iberico che, nonostante varie analogie con l'Italia – influenza della Chiesa, profonde differenze tra Nord e Sud, una dittatura fascista nel secolo scorso – è stato teatro di importanti cambiamenti strutturali con circa dieci anni di ritardo. Colmato il divario e stabilite le basi per una democratizzazione della lettura, la Spagna è stata capace di approntare un piano di promozione della lettura a lungo termine. In una parola, vincente.

La notizia del cosiddetto «sorpasso» della Spagna nei confronti dell'Italia ha riecheggiato nel 2008 su tutti i media nazionali, sottolineando più volte la quasi inesistente crescita economica italiana in relazione alla galoppante accelerata iberica. Se infatti nelle varie classifiche europee la Spagna ha sempre occupato una posizione inferiore alla nostra, recenti macrodati confermano che negli ultimi anni è in atto un'inversione di tendenza – peraltro già percepita –, e non solo dal punto di vista economico, ma anche da quello culturale.

In base a ciò che emerge da uno studio comparativo, sembra che anche per quanto riguarda la lettura gli spagnoli siano più avanti di noi. Relativamente a tale pratica culturale non esiste al momento una metodologia di rilevazione comune a livello europeo, così le indagini statistiche nazionali sono le uniche a disposizione per poterla quantificare e analizzare storicamente. In Italia è l'Istat a raccogliere dati puntuali sulla lettura con cadenza annuale, fotografando di volta in volta la penetrazione della pratica nel nostro paese tra i residenti maggiori di sei anni. Inutile ripetere le solite cose: la lettura è troppo poco diffusa e addirittura nel 2007 ha registrato un calo di «popolarità», poiché solo il 43,1% della po-

polazione di riferimento ha dichiarato di aver letto almeno un libro negli ultimi dodici mesi, contro il 44,1% del 2006. In Spagna apparentemente le cose vanno molto meglio, in quanto le indagini portate a termine annualmente da Precisa Research (e da Conecta nell'ultimo anno) attestano nel 2007 una penetrazione della lettura corrispondente al 60,5% tra i residenti sopra i quattordici anni. Ma occorre fare da subito una precisazione: nella penisola iberica i lettori vengono quantificati in base alla frequenza con la quale esercitano la pratica culturale; in altre parole in Spagna si è lettori se si è letto almeno una volta negli ultimi tre mesi. Allora subito verrebbe da obiettare che la tecnica di rilevazione spagnola è più imprecisa di quella italiana, che il campione considerato è differente e che quindi evidentemente c'è stato un errore. Ma a quanto pare così non è.

Mettendo infatti opportunamente a confronto i due paesi, si dimostra che il «sorpasso» è avvenuto anche per quel che concerne la lettura, e nel nuovo millennio si è addirittura consolidato. Dai dati statistici a disposizione si può procedere a una rielaborazione ponendo quasi sullo stesso piano Italia e Spagna: nel nostro paese si prende come base la popolazione maggiore di quindici anni, nell'altro invece quella di quattordici (ciò è realizzabile perché nella nostra penisola si possono facilmente calcolare i lettori al di sopra dei quindici anni grazie alle singole percentuali di penetrazione nelle diverse fasce d'età). Mentre in entrambi gli stati il terreno di comparazione è il numero di libri letti, e nello specifico viene considerato lettore chi ha letto almeno un libro negli ultimi dodici mesi – senza però discriminare in Spagna tra i libri scolastici e/o professionali e quelli letti durante il tempo libero, così come invece avviene in Italia (nelle indagini spagnole, dal 2003 vengono forniti anche i dati sul numero di libri letti dagli intervistati, quindi si può prendere come base la stessa normalmente usata nelle inchieste italiane).

Il distacco tra i due paesi mediterranei sembra evidente dal 2003 a oggi, e corrisponde a una percentuale di penetrazione del 42,1% in Italia rispetto a un 60,5% in Spagna nel 2007. Si potrebbe obiettare che il valore più alto nella penisola iberica sia dovuto all'incidenza dei libri scolastici e professionali sul totale, ma solo il 6,8% dei lettori spagnoli dichiara di leggere per motivi di studio e il 2,3% per motivi professionali. Per cui, sottraendo que-

ste percentuali dal totale, il dato spagnolo risulta sempre maggiore di quello italiano.

Tabella 1 – Confronto della penetrazione della lettura in Italia e in Spagna
Base: popolazione rispettivamente maggiore di 15 e 14 anni
 (dati in migliaia)

ITALIA					
Data rilevazione	2003	2004	2005	2006	2007
Totale popolazione residente	57.321	–	58.462	58.752	59.131
Popolazione Italia > 15 anni	49.109	–	49.723	50.048	50.367
Penetrazione della lettura (> 15 anni)	40,4%	–	41,2%	42,9%	42,1%
Lettori	19.826	–	20.494	21.507	21.249
SPAGNA					
Data rilevazione	2003	2004	2005	2006	2007
Totale popolazione residente	42.717	43.198	44.109	44.709	44.475
Popolazione Spagna > 14 anni	37.120	37.526	38.726	38.776	38.445
Penetrazione della lettura (> 14 anni)	57,7%	58%	60,3%	59,2%	60,5%
Lettori	21.418	21.765	23.352	22.955	23.259

Fonte: elaborazione su dati Istat e Precisa Research (Conecta per la Spagna nel 2007)

Ma a cosa è dovuta questa superiorità della Spagna, che pur si trova a livelli inferiori di quelli medi europei? Uno stato che ha vissuto i cambiamenti economici, politici e sociali tipici di un paese occidentale moderno con un certo ritardo rispetto ai vicini europei era inevitabilmente destinato a crescere, specialmente nella frenetica società dell'informazione.

Nonostante le varie analogie con l'Italia – l'influenza della Chiesa e della Controriforma, profonde differenze interne tra le regioni del Nord e quelle del Sud, una dittatura fascista nel secolo scorso – la Spagna è stata teatro di importanti cambiamenti strutturali con circa dieci anni di differenza rispetto al nostro paese; così si sono verificati più tardi tutti i fenomeni che contribuiscono alla diffusione della lettura, come l'alfabetizzazione di massa, l'au-

mento del reddito pro capite, l'ingresso della donna nel mondo del lavoro e una più generale secolarizzazione della società.

Nello specifico il lento processo verso una totale alfabetizzazione della società spagnola, indispensabile per un'ampia diffusione della lettura, si arrestò solo negli anni novanta (in Italia nel decennio degli ottanta) e fu coadiuvato da una serie di riforme scolastiche che lo accelerarono, tra cui la legge del 1970. Ma l'evento sicuramente più eclatante fu la fine del regime franchista: solo dopo la morte del generale Franco nel 1975, il paese iniziò una transizione verso la completa democrazia, compiutasi nel 1982, quando salirono al potere i socialisti con il motto «Por el cambio». Da allora la Spagna mutò profondamente e un fervore diffuso – etichettato con il vocabolo ormai abusato *movida* – incarnava un preciso spirito di libertà sfrenata dopo circa quarant'anni di repressione culturale, testimoniata peraltro da una legge sulla censura in vigore fino al 1975. È solo dalla seconda metà degli anni ottanta che iniziarono a consolidarsi tutti quei fenomeni di secolarizzazione tipici di una società moderna, e che nel contempo l'economia in netta ripresa diede un ulteriore impulso ai consumi culturali. Inoltre un vero e proprio cambio di gusto dettò come criterio di comportamento quello di mostrarsi persone colte e che leggono libri: così «El País», quotidiano simbolo dello spirito progressista e principale veicolo dell'opinione pubblica, con il suo inserto culturale «Libros» era in grado di spingere gli spagnoli a recarsi in libreria e a comprare, tra gli altri, i libri gialli o neri di Anagrama solo perché la casa editrice era considerata spregiudicata, senza neanche occhieggiarne il contenuto. Altre protagoniste indiscusse dei cambiamenti sociali furono le donne che, dapprima relegate a semplici *amas de casa*, lentamente si emanciparono facendo il loro ingresso nel mondo del lavoro e diventando sempre più istruite: da sempre divoratrici di romanzi e lettrici più assidue in tutti i paesi sviluppati, in Spagna superarono gli uomini negli indici di penetrazione della lettura solo nel 1998, mentre in Italia tale cambio di tendenza avvenne almeno dieci anni prima.

Ora dunque non ci sono più ritardi, anzi, si assiste anche per quel che riguarda la lettura a un vero e proprio sorpasso. E non solo sugli indici di penetrazione, ma anche sulle iniziative istituzionali destinate a diffondere la pratica culturale tra la popolazione.

Infatti, una volta stabilite le basi per una democratizzazione della lettura (alfabetizzazione prima di tutto), cosa può farne espandere ulteriormente la pratica?

Una risposta possibile sembrerebbe venire sempre dalla Spagna e dal suo piano nazionale di promozione della lettura, avviato nel 2001 e denominato *Plan de Fomento*. Ben strutturato e con una certa progettualità a lungo termine, ha l'obiettivo dichiarato di diffondere la lettura tra la popolazione spagnola, considerandola come strumento insieme di emancipazione individuale e sviluppo collettivo. Il piano si suddivide in varie aree che comprendono attività di promozione per infondere il piacere della pratica di leggere e progetti diretti alle scuole, indispensabili per insegnare, comunicare, tramandare un'attività innaturale come la lettura; oltre a campagne di comunicazione condotte su scala nazionale dalle entità istituzionali con l'intento di sensibilizzare l'opinione pubblica.

Tenendo allora in considerazione che la Spagna si è alfabetizzata più tardi rispetto all'Italia e che ha avuto una crescita economica più recente – e che dura tuttora –, si capisce che non solo abbia raggiunto l'Italia in alcuni campi politici e sociali, ma che in taluni casi l'abbia anche effettivamente superata. Colpa forse della stagnazione generalizzata che vive il nostro paese negli ultimi anni, o merito del dinamismo iberico – piano di promozione della lettura incluso – sullo sfondo di una globalizzazione che ha permesso una crescita senza precedenti dell'economia mondiale? Entrambe le ipotesi sembrano fondate, e se in Italia nessuna iniziativa coordinata in materia di scuola e promozione della lettura verrà messa in atto per colmare le lacune, pare che non solo la Spagna, ma anche altri paesi siano destinati a «sorpassarci» in un futuro molto vicino.

CRONACHE EDITORIALI

Il castoro dalle molte vite

di Tina Porcelli

La storia della casa editrice Il Castoro, specializzata in cinema e letteratura per l'infanzia. Una storia iniziata negli anni settanta con il consolidamento della collana monografica dedicata ai registi che apparteneva in origine a La Nuova Italia, per arrivare alle pubblicazioni dedicate ai bambini e ai giovani lettori.

Fino all'ideazione del festival «Quantestorie», alla creazione di una nuova collana universitaria di filosofia e all'acquisizione della quota di maggioranza nella Libreria dei Ragazzi di Milano, la più grande d'Europa dedicata al settore.

Prima vita. La collezione interrotta

Alla fine degli anni sessanta, La Nuova Italia inaugura una collana economica finalizzata alla divulgazione e dedicata all'analisi critica degli scrittori italiani e stranieri. I volumetti si distinguono per l'insolita scelta del formato quadrato (15x16,5 cm) che rimarrà, nel corso del tempo, l'impronta peculiare della serie. Pare sia stato Ennio Scalet, responsabile della produzione di cultura varia, a battezzare la neonata collezione «Il Castoro», ispirandosi all'operosità del roditore che costruisce dighe lunghe e altissime standosi da una parte all'altra, proprio come la scelta eterogenea dei titoli che spazia da Cassola, il primo volume pubblicato nel 1967, a Steinbeck, passando per Kafka e Marinetti per concludersi con il Pascoli di Renato Barilli che, nel 1986, ha esaurito la serie letteraria.

Nel 1973 Sergio Piccioni, direttore editoriale della Nuova Italia, ha l'intuizione di estendere ai registi cinematografici la formula collaudata per gli autori letterari, visto il prospero sviluppo delle sale d'essai in quegli anni e il crescente interesse di un pubblico cinefilo avido di letture specializzate. Diretta da Fernaldo Di Giammat-

teo, allora vicepresidente del Centro Sperimentale di Cinematografia di Roma, la collana «Il Castoro Cinema» colma un vuoto nell'editoria italiana del periodo, fatta eccezione per occasionali volumi di argomento cinematografico pubblicati in collane di saggistica (Einaudi, Bocca, Mondadori), o serie dalla raffinata veste grafica, di breve durata e discontinua uscita, incentrate perlopiù sugli attori per sfruttare i fenomeni del divismo (vedi la «Tascabile del Cinema» di Sedit o la «Piccola Biblioteca del Cinema» di Guanda).

Il battesimo avviene nel 1974 con il primo volume, dedicato a Michelangelo Antonioni. La collana poggia su una struttura analitica rigorosa ed è, d'altronde, di facile consultazione. Ogni volume presenta alcune pagine iniziali di selezione di dichiarazioni del regista; si addentra poi nella vita e nell'analisi delle opere rigorosamente in ordine cronologico, per concludere con una filmografia accurata e una selettiva nota bibliografica. Niente fotografie o illustrazioni, per mantenere il prezzo contenuto, ma un'accattivante copertina. Il grafico della collana letteraria, il geniale fiorentino Mario Mariotti, realizza una silhouette stilizzata del regista in bianco e nero riprodotta specularmente sul dorso, in una raffinata citazione del positivo e del negativo della pellicola. Di ogni titolo vengono stampate all'incirca 6.000 copie, con una vendita media sulle 4-5.000 e piacevoli sorprese come, per esempio, il volume su Antonioni, che nella totalità delle riedizioni raggiungerà quota 12.000 copie.

Nell'arco di una decina d'anni, «Il Castoro Cinema» si ritrova però in gravi difficoltà. Secondo Di Giammatteo, la causa dipende in parte della crisi di mercato dei libri di cinema, in parte dal fatto che l'editore aveva abbandonato la serie a se stessa: «La Nuova Italia, specializzata in editoria scolastica, non aveva le strutture mentali e organizzative per seguire la collana che andava così perdendo di visibilità nelle librerie italiane», scriveva nel 1993 Andrea Piersanti nella «Rivista del cinematografo». Nel 1991/1992 i rendiconti economici sono sconfortanti: ogni monografia vende al massimo 1.500 copie e, quando la Fiat approda alla Nuova Italia attraverso la Fabbri, viene presa l'unanime decisione di chiudere la collana per il suo scarso profitto.

Seconda vita. Acquisizione e consolidamento

Nell'estate del 1992 esce su un quotidiano un appello firmato da Renata Moné che dà voce allo sconforto degli appassionati e studiosi di cinema, privati dell'unica collezione cinematografica italiana pubblicata con continuità da vent'anni e giunta a quota 156 titoli: «Ma qualche editore senza troppi problemi di vendite vertiginose, ci lascerà il piacere di una piccola collana per iniziati, per quei pochi ma fedelissimi individui ancora rimasti, riconoscibili dal pallore guadagnato in interminabili pomeriggi trascorsi nelle sale buie, che sono i *cinéphiles*?» (Renata Moné, *Requiem per il Castoro*, in «la Repubblica», 10/7/1992).

In quell'anno, dopo una breve e fallimentare trattativa con la Marsilio, La Nuova Italia riceve la proposta di un gruppo di appassionati cinefili. Fervente promotrice dell'iniziativa è Renata Gorgani (la stessa che, con lo pseudonimo di Renata Moné, aveva sollevato la questione su «la Repubblica»), con alle spalle una consistente esperienza editoriale presso Guerini e Associati, il Saggiatore e Bollati Boringhieri. L'esordiente società farà diventare il nome della collana il proprio marchio: il 13 febbraio 1993 nasce l'Editrice Il Castoro Srl e da allora comincia a comparire sulla copertina dei libri il logo in silhouette di un castoro con la tipica coda larga e piatta.

Nel corso del tempo, piccoli aggiustamenti contribuiranno a migliorare la struttura delle monografie, che restano il fiore all'occhiello della casa editrice. I riassunti delle trame dei film vengono estrapolati dal testo critico ed evidenziati con un differente carattere grafico; ma soprattutto va lodato l'ampliamento sostanzioso della bibliografia, contenente la quasi totalità dei libri e degli articoli di riviste specializzate italiane e straniere pubblicati su un regista; la qual cosa, nell'ambito del panorama editoriale italiano sul cinema, renderà i volumetti soprannominati «i castorini» veri punti di riferimento per studiosi e critici, nonché per organizzatori di rassegne e retrospettive. A tutt'oggi, sebbene questa storica collana vanti molteplici tentativi di imitazione, l'eccellenza del modello perseguito da Il Castoro risiede nella scelta di una divulgazione per così dire «stratificata». Vale a dire accessibile sia a lettori appassionati all'argomento sia agli studiosi, grazie ad attente revi-

sioni redazionali volte a mantenere gli stili di scrittura dei singoli autori nell'ambito di un'esposizione chiara e comprensibile, magari sciogliendo con perifrasi i sofisticati tecnicismi e, d'altronde, vigilando sulla pericolosa china dell'impoverimento lessicale. Rigore e semplicità espositiva, non semplicismo. Il tutto in direzione di una critica che, senza trascurare i contenuti, è principalmente volta a una riflessione concernente l'estetica del film e lo specifico del linguaggio cinematografico. Tanto che, nel 2002, sotto la direzione di Renata Gorgani, succeduta a Di Giammatteo, la collana rinnova la veste grafica mutando caratteri tipografici e copertina (è lo Studio Tapiro di Venezia a realizzare il progetto), ma soprattutto inserisce nel testo le immagini. Non si tratta di fotografie esornative, ma di veri e propri fotogrammi tratti dai film ed esplicativi delle scelte di messa in scena operate dai registi. Così come fanno gli studiosi David Bordwell e Kristin Thompson nella loro monumentale *Storia del cinema e dei film*, tradotta in Italia proprio da Il Castoro nel 1998. Un volume importantissimo dove, parallelamente al percorso storico-sociologico, le evoluzioni stilistiche ed espressive del cinema vengono messe in relazione con i progressi tecnologici del medium cinematografico.

Per la qualità del lavoro svolto come casa editrice specializzata in libri di cinema, Il Castoro ottiene nel 2002 il Premio della Cultura della Presidenza del Consiglio dei Ministri. Oltre alla collana di monografie (228 titoli finora pubblicati, senza contare le innumerevoli ristampe o riedizioni aggiornate) che nel 1995, in occasione della celebrazione del centenario della nascita del cinema, esce con quaranta titoli in edicola allegata a «l'Unità» per iniziativa di Walter Veltroni, nel corso degli anni novanta la produzione editoriale di Il Castoro si diversifica in varie sezioni sulla settima arte. Parallelamente, contribuiscono a un rafforzamento finanziario dell'azienda le commesse per i cataloghi di importanti istituzioni (la Mostra Internazionale d'Arte Cinematografica di Venezia, il festival fiorentino France Cinéma, il Festival del Cinema Africano di Milano, il Torino Film Festival). È del 2000 un tentativo di produzione cinematografica con la fondazione della Castoro Film e la realizzazione, in collaborazione con Tele+, del documentario *Made in Hong Kong* di Giuseppe Baresi (presentato al Festival di Locarno nel 2001 e uscito recentemente come extra nel dvd *Angeli*

perduti di Wong Kar-Way), ma l'impresa richiede un impegno finanziario troppo considerevole e non avrà seguito.

Terza vita e oltre... Una svolta coraggiosa

Assicuratosi una posizione di eccellenza nel circuito della critica cinematografica, Il Castoro comincia a guardare al mercato editoriale con più audacia e si focalizza sul settore rivolto ai libri per l'infanzia, un ambito vivace dove c'è spazio per inserirsi e intraprendere interessanti iniziative. Il nuovo percorso si avvia nell'ottobre 1999 con la pubblicazione di albi illustrati per bambini – il logo del castoro si distingue per la coda rivolta verso l'alto, anziché verso il basso come nella sezione cinema. Un filone soddisfacente che, negli anni, si è ampliato notevolmente fino a includere i romanzi per giovani adulti, con un totale di circa settanta volumi pubblicati di autori italiani e stranieri, alcuni dei quali premiati con significativi riconoscimenti. Un'ingente svolta per Il Castoro, che non si rivolge più a potenziali acquirenti circoscritti, uno zoccolo duro di studiosi e appassionati che garantiscono una media standard di copie vendute, come nel caso della sezione cinema o dell'altra nuova collana universitaria di filosofia nata sotto la direzione di Elio Franzini nel 2004.

Nel mondo della letteratura per l'infanzia e per i ragazzi bisogna fare i conti con il vero mercato, le oscillazioni del gusto e le tendenze. Questa piccola casa editrice di sole cinque persone fisse e alcuni collaboratori occasionali non può mettersi a fare concorrenza ai colossi consolidati del settore, ma in una decina d'anni è riuscita a ritagliarsi una nicchia qualitativa di tutto rispetto. Basti citare *I corvi* (2007), unico racconto per bambini scritto da Aldous Huxley e disegnato da Beatrice Alemagna, illustratrice nostrana celebre all'estero ma mai pubblicata prima in Italia; o i sofisticati *Il libro rosso* di Barbara Lehman (2007; vincitore del più prestigioso premio americano di editoria per l'infanzia) e *Zoom* del designer Istvan Banyai (2003), volumetti di sole immagini, dove il lettore contribuisce con la propria inventiva a costruire la storia in un infinito gioco di scatole cinesi. Libri per bambini, ma soprattutto sorprendenti esperienze visive che fuoriescono dai canoni del genere

e sono molto apprezzate dagli adulti – basti sapere che un autore quale Banyai spazia dalle illustrazioni dei volumi per l'infanzia alle vignette erotiche per «Playboy».

Le vendite mediamente si attestano sulle 3/4.000 copie a volume, ma ci sono chicche, come il libro a vignette *Diario di una schiappa* di Jeff Kinney, acquistato ancora in bozze dall'editore americano, che è arrivato alla terza ristampa con una tiratura complessiva di 18.000 copie.

Nel 2004 Il Castoro espande ulteriormente la propria esperienza del settore, dando vita all'Associazione Culturale Nautilus per promuovere «Quantestorie», il Festival del libro per bambini e ragazzi che ha luogo a Milano in primavera, giunto ormai alla sua quarta edizione. Il bilancio è positivo: circa 70 gli eventi e le mostre (con allestimenti appositamente pensati ad altezza bambino) a ingresso gratuito, 10.000 visitatori e un coinvolgimento complessivo di 40 scuole di Milano e della Lombardia. Infine, nel 2007 Il Castoro acquisisce la quota di maggioranza della storica Libreria dei Ragazzi di Milano, fondata nel 1972 da Roberto Denti e Gianna Vitali. Una libreria di oltre seicento metri quadrati, la più grande in Europa nel suo genere, con un ampio settore dedicato alla didattica e alla pedagogia, un reparto dvd e una vivace programmazione di eventi letterari per bambini e adulti. Con iniziative simpatiche e divertenti per giovani lettori, come le colazioni della domenica mattina e le feste di compleanno in mezzo ai libri.

DAL TESTO AL LIBRO
La Commedia recitata
di Stefano Ghidinelli

È possibile che milioni di italiani scoprano di amare la Commedia grazie a Vittorio Sermonti e Roberto Benigni? A conquistarci nei loro spettacoli è la forza comunicativa dei versi di Dante oppure quella di chi li legge? E che effetto ci fa pensare al dvd del lettore d'eccezione come a un rivoluzionario canale di accesso mediato a testi che molti non sono in grado di leggere da soli? Sono solo alcuni degli interrogativi suscitati da un fenomeno che è sotto gli occhi di tutti: e merita un supplemento di riflessione, perché, a ben pensare, la Commedia non era stata composta per essere ascoltata nell'esecuzione di qualcun altro.

Davvero non era facile immaginare che le *Lecturae Dantis* potessero trasformarsi in uno dei più prosperi sottogeneri dell'intrattenimento di massa. Il merito della sorprendente evoluzione va a due personaggi che a prima vista sembrerebbero avere assai poco da spartire: Vittorio Sermonti e Roberto Benigni. Con lo strepitoso successo dei loro rispettivi spettacoli, lo stimato professore e il talentuoso guitto/regista sono riusciti nel non facile compito di rivitalizzare una forma di divulgazione e consumo culturale dalla tradizione plurisecolare, donandole una dimensione di popolarità obiettivamente inedita. In centinaia di migliaia hanno assistito alle serate dantesche di Sermonti, che dopo aver ultimato la lettura completa delle tre cantiche per Radio Rai alla fine degli anni ottanta (con la supervisione di Gianfranco Contini e poi di Cesare Segre) ha continuato a riproporre il suo spettacolo dal vivo nelle chiese e piazze delle maggiori città italiane: da Ravenna (nel suggestivo scenario della basilica di San Francesco, dove Dante è sepolto) a Milano, Roma, Firenze, Bologna. Benigni preferisce concentrarsi su singoli canti, senza preoccupazioni di ordine sistematico. Anche lui ha cominciato affollando piazze cittadine e aule magne delle università. Poi è arrivata la tv, e i numeri hanno assun-

to un nuovo ordine di grandezza: alla sua recente esecuzione del v canto dell'*Inferno*, trasmessa da Rai Uno il 29 novembre 2007, hanno assistito qualcosa come *dieci milioni* di spettatori.

La formula (verrebbe da dire il format) cui entrambi si attingono non sembra invero né particolarmente originale né particolarmente complessa. La loro performance si compone in sostanza di due momenti. Il primo è più ampio ma ha carattere esplicitamente propedeutico: consiste in un puntuale ma non noioso commento esplicativo al testo di uno dei canti della *Commedia*, una sorta di vera e propria *lezione* che dia al pubblico le chiavi per una soddisfacente comprensione dei versi del Poeta. Il secondo momento, più breve, rappresenta il coronamento ideale dello spettacolo: è la vera e propria *lettura* del canto, che mira a mettere lo spettatore in condizione di fare un'esperienza intensa e suggestiva, seppur indiretta, della forza della parola dantesca, risuonante qui e ora nell'esecuzione esemplare di un interprete d'eccezione.

Decisivo, per la piena efficacia dello show, è che a gestirne l'intero programma sia il medesimo soggetto, che si presenta al pubblico come depositario di un doppio carisma. Il particolare fascino degli spettacoli tanto di Sermonti quanto di Benigni, l'eccezionalità dell'esperienza che essi offrono ai propri fruitori, deriva appunto dal fatto che chi legge si qualifica inscindibilmente come *auctoritas* e come *attore*. A distinguere le lezioni del professor Sermonti da quelle di tanti altri studiosi non è la sua statura accademica di dantista, quanto la sua speciale bravura di affabulatore coinvolgente. Specularmente, l'attrattiva delle letture di Benigni rispetto a quelle di tanti altri bravi attori non risiede nella purezza della sua dizione o intensità della sua interpretazione, quanto nella speciale competenza che può vantare come appassionato cultore della *Commedia*.

Naturalmente, proprio il differente dosaggio dei due carismi è ciò che distingue a priori i due interpreti e il particolare fascino delle loro proposte. Prima ancora di vederli e ascoltarli, non è difficile immaginare cosa aspettarsi da ciascuno: un'interpretazione più rigorosa, sobria ed elegante da parte del professor Sermonti, una versione più divertente e anticonvenzionale da parte di Benigni. Almeno fino al dicembre 2002, del resto, le fortune del duo sono maturate in un clima di reciproco rispetto e legittimazio-

ne: in occasione della sua prima lettura dantesca in tv (dedicata al XXXIII canto del *Paradiso*), Benigni ebbe cura di interpellare preventivamente il professore, per qualche consiglio e chiarimento sulle terzine di più ardua interpretazione. E dal canto suo Sermonti non mancò di ricambiare elogiando pubblicamente la «forza comunicativa straordinaria» dell'ex piccolo diavolo. Senonché, a distanza di cinque anni, Benigni in tv c'è tornato: e questa volta non per una performance eccezionale, bensì con un intero ciclo di letture (tredici appuntamenti in seconda serata, dopo l'avvio in *prime time* con il canto di Paolo e Francesca) trasmesse dalla Rai con l'ovvio corredo di spot, finestre promozionali nei Tg, trionfali considerazioni sulle inattese risposte del pubblico alla programmazione di qualità. A qualcuno, si capisce, è parso un po' troppo. Lo stesso Sermonti (che nel frattempo è passato da Dante all'*Eneide* di Virgilio) non ha nascosto un po' di irritazione, e in un'intervista a un noto settimanale ha lamentato che questo genere di «divulgazione allegra» in realtà «non è un buon servizio fatto al Poeta e nemmeno agli ascoltatori».

Due, in sostanza, le obiezioni formulate. La prima (meno interessante) dà voce alla tipica insofferenza dell'intellettuale di fronte a una forma di spettacolarizzazione della cultura ritenuta un po' troppo spinta e sfacciata. A Benigni Sermonti rimprovera cioè di barare, di «adescare il pubblico» con «spiritosaggini e cose un po' ovvie» che finiscono per tradire il messaggio profondo della *Commedia*: «Dante è duro e severo e ci vuole durezza e severità per capirlo», altro che le battutacce su Veltroni e Berlusconi. In realtà è fin troppo facile controbattere che il servizio reso a Dante da Benigni è tutt'altro che indegno e disonesto, una volta che sia garantita al pubblico una presentazione non (troppo) ingannevole del prodotto che gli viene offerto. Sermonti potrà prendersela con i toni un po' eccessivi di qualche giornalista o commentatore, ma dovrà riconoscere che qualunque spettatore, in fondo, si aspetta che nella *Lectura Dantis* di Benigni ci sia anche molto Benigni, insieme a un po' di Dante. Chi preferisce una mediazione al testo più controllata e rigorosa, più severa, potrà senz'altro optare per una serata con Sermonti.

Ben più profondo è il secondo rilievo avanzato dal professore alle letture dell'allievo/concorrente: «Per leggere Dante» so-

stiene nella medesima intervista «ci vuole uno scrittore e non un attore, che per quanto intelligente e attrezzato professionalmente ha la tendenza a leggere un testo nel modo migliore possibile. Ma così facendo rischia di farsi sopraffare dalla sua bravura». A emergere, questa volta, è il punto di vista fatalmente contraddittorio e dimidiato dell'*homo scribens*: che anche quando crede sinceramente nell'importanza di valorizzare la dimensione della voce, dell'esecuzione del testo poetico, non può fare a meno di ritenerla una forma di pubblicazione secondaria rispetto alla purezza della pagina scritta. Se è vero insomma che la *Commedia* va recitata, che solo attraverso la pronuncia se ne realizza appieno la struttura ritmico-musicale, al tempo stesso, però, bisogna avere la consapevolezza che la voce dell'esecutore, la sua faccia, il suo corpo, sono presenze estranee, scorie del tutto inessenziali alla comprensione e al godimento dei versi di Dante. Lo sono quelle di Benigni e ovviamente lo sono, nonostante il pudore e lo sforzo di *understatement*, quelle di Sermonti. Il paradosso è che se Dante stesso tornasse in piazza a Firenze o davanti alle telecamere Rai per leggere pubblicamente il suo poema, la sua voce, la sua faccia, il suo corpo sarebbero anch'essi da ritenere, in ultima analisi, impurità accessorie rispetto al testo, se non addirittura fattori di disturbo.

È questo il margine di paradosso che sigla la condizione stessa della poesia come genere letterario scritto. Un testo come la *Commedia* non è stato composto per essere ascoltato nell'esecuzione di qualcun altro (come avviene per uno spartito musicale). Esso richiede a ciascun lettore una lettura personale, silenziosa, meditata, e al tempo stesso allude alla necessità di un'esecuzione ideale, di una realizzazione musicale dinamica e unitaria della sequenza di versi stampati sulla pagina. Ma l'unica dimensione di musicalità o sonorità davvero pertinente, per la comprensione e il godimento pieno del testo, è quella puramente virtuale che il lettore può cogliere appunto immaginandola sulla pagina. Come in sostanza suggerisce Sermonti, ogni attualizzazione concreta di quella dimensione allusiva (qualunque sia lo stile di declamazione che si scelga) non può che produrre un risultato spurio, un'opera mista, dove letteralmente la voce dell'esecutore si sovrappone (con il suo timbro, il suo magnetismo, la suggestione delle espressioni mimiche che la accompagnano) a quella dell'autore. Così è del tutto

coerente che, in oltre vent'anni di letture della *Commedia*, il professore non abbia mai voluto registrare e incidere le sue esecuzioni. Le ha trascritte, le ha raccolte in tre grossi fascicoli insieme al testo dei cento canti, e le ha pubblicate così: come libri.

Di sicuro Benigni non ha le sue remore. Pienamente a suo agio con le diverse forme della comunicazione audiovisiva, non solo recita Dante in tv ma registra le sue performance e le raccoglie in un cofanetto di dvd. Per l'uomo della cultura scritta non sarà mai, probabilmente, un'edizione a tutti gli effetti della *Commedia* (al contrario di quella di Sermonetti). Ma con ogni probabilità è l'unica in grado di rendere i versi di Dante fruibili in modo autonomo da parte di un pubblico largo che, senza l'aiuto di un lettore/mediatore, non sarebbe in grado di approfittare di una tradizionale edizione a stampa (sia pure commentata).

Naturalmente si può auspicare che un numero sempre maggiore di persone impari a leggere autonomamente opere come la *Commedia*. La scuola, a oggi, non sembra in grado di assicurarlo, e forse è più urgente che si preoccupi di riuscire a formare buoni lettori di romanzi. La capacità di maneggiare con una qualche confidenza libri di poesia del passato (ma anche del presente) sembra destinata a rimanere una competenza di nicchia, riservata forse a chi ha frequentato un liceo (se non ai laureati in Lettere). E allora, quella di Benigni non sarà certamente la migliore delle possibili letture della *Commedia*: ma te la puoi guardare in dvd. Non è un vantaggio da poco.

LE VIE
DELLA PROMOZIONE
Quel mago di Oz.
La pubblicità del
libro a una svolta.
Conversazione
con Giuseppe Mazza
di Alberto Rollo

Le forme di promozione pubblicitaria più recenti hanno determinato una percezione del libro diversa, più amichevole, desacralizzata ed emotiva. Nel paradosso di creatività che promuove creatività, il libro si è adattato al linguaggio nuovo creato dalla pubblicità per questo particolarissimo «prodotto con codice a barre».

Se serve, se non serve, se fa male, se non ne fa, se è necessaria per «stare nel» mercato, se invece finisce semplicemente con il glorificarlo a scapito di un prodotto particolare come il libro. Tutte le forme del «se». Le conosciamo.

Vogliamo prendere le mosse dal fatto che comunque c'è, la si fa, gli autori la vogliono, gli agenti letterari la pretendono, i librai ci contano, gli editori vi investono? La pubblicità. Se partiamo da qui, tutte le noiose interrogazioni che ai gazzettieri piace spesso sollevare diradano subito.

Gli editori hanno palesemente cercato – grazie all'apporto delle agenzie pubblicitarie più sensibili – una progressiva sdrammatizzazione della percezione del libro, di chi lo scrive e di chi lo produce. È accaduto per alcuni titoli forti (quindi tali da giustificare investimenti superiori alla media) e, più spesso, in occasione di promozioni più articolate (le campagne a sostegno delle collane tascabili) o di eventi istituzionali (cinquantenari, centenari).

È interessante notare come, contemporaneamente, la stampa e i media più in generale abbiano imparato a «far rumore» intorno a figure legate al libro dribblando l'obsoleta strada della recensione, o più in generale della valorizzazione critica. I magazine

hanno inaugurato la celebrazione anticipata dell'esordiente in quanto portatore di «novità», «eccellenza», «scandalo», con formule non lontane dallo slogan e facilmente utilizzabili dall'editoria come citazioni valoriali. La tv (ma qui l'area è circoscritta oggi al fenomeno Fabio Fazio, anche se non si dimenticano le performance di Alessandro Baricco e l'eleganza di Corrado Augias) invita personaggi portatori di valori condivisi o immediatamente condivisibili ai quali viene chiesto di essere «semplicemente» e televisivamente il valore che portano: il conduttore ha buon gioco nel «promuovere» il libro di cui spesso quei personaggi sono autori. Perché il valore produce valore e dalla persuasione a leggere si presume la creazione di nuovo valore.

Ho fatto cenno a questi aspetti apparentemente slegati dalla promozione pubblicitaria perché partecipano tutti assieme a un processo che ha determinato e continua a definire una percezione del libro diversa, decisamente più «amichevole», desacralizzata ed emotiva.

Va da sé che il vero «servizio» che la pubblicità è in grado di fornire non può essere generalizzato – il rischio è infatti in tal caso la genericità, la dispersione, la non efficacia. Se qualcosa è accaduto nel mondo della comunicazione del prodotto libro, è proprio perché l'editore ha saputo di volta in volta riconoscere la potenzialità intrinseca dell'opera e dell'autore (e non sempre l'opera e l'autore hanno per definizione la garanzia di uno spazio di mercato assicurato). Gli investimenti certamente discriminano, ma al contempo aprono spazi di ricezione che finiscono con il portare beneficio a opere e ad autori più difficili da promuovere. Se usciamo da una concezione meccanica e indifferenziata della promozione e consideriamo che il libro ha forme di autocomunicazione estremamente forti, e che spesso il «miracolo» avviene in libreria (in forza di esposizione, qualità dei paratesti, mediazione del personale, tutte molle che precedono l'auspicabile e sempre misterioso passaparola), se usciamo dunque dalla pubblicità come mera protesi comunicativa, allora possiamo vedere esiti interessanti. La pubblicità del libro è venuta invero maturando uno stile proprio, sia nella gestione dei tradizionali «finestre», «piedoni», «pagine» (in cui appaiono nome dell'autore, titolo e copertina del libro, ma attraverso accorgimenti grafici nuovi e un gusto molto pop dello slogan), sia

nella costruzione di vere e proprie campagne, che vanno oltre la stampa e abitano volentieri altri spazi, compresi fra il «sonoro» della radio (medium che ha conosciuto una decisa rivitalizzazione), il volantaggio e la rete.

Dove gli investimenti sono possibili si sono realizzate pubblicità urbane su mezzi di trasporto, affissioni, film sui circuiti chiusi delle metropolitane.

Uno slogan a cui sono particolarmente affezionato, «Quel mago di Oz», forse vent'anni fa sarebbe stato impensabile. Amos Oz è uno dei più grandi scrittori del pianeta, un autore ad alto tasso valoriale: porta con sé non solo l'aura della grande narrativa contemporanea, ma anche l'eco di battaglie combattute in Israele e fuori Israele contro il fanatismo religioso, ideologico, politico. Nello slogan, tutto concentrato sulla sua personalità d'autore, il messaggio voleva parlare di magia (la magia dell'intelligenza, della scrittura che incide sul cuore dei lettori), ma con un doppio salto ammiccava all'atmosfera infantile-giocosa-sognante della favola/musical. L'Oz mago scivolava con humour dentro il volto severo ma confidente dell'Oz scrittore e insieme riuscivano a comunicare passione e incanto, persuasione e accessibilità. Era come uno schiocco di dita. Uno slogan *magico*.

Diciamo che il libro ha provato il brivido di uscire allo scoperto. Quello che tuttavia mi interessa qui è proprio il linguaggio che la pubblicità ha cercato per il libro e non la potenza di fuoco inevitabilmente sottesa alla forma promozionale. *Il Codice da Vinci* di Dan Brown – autore sconosciuto in Italia ai tempi della pubblicazione del libro – fu presentato con una campagna costruita sull'imminenza dell'uscita mimando un'attesa che di fatto non era fondata su elementi di certezza (che sono di volta in volta la fama dello scrittore – il «nuovo» Stephen King, la «nuova» Allende – o il successo di un'opera – «dall'autore di *Il cacciatore di aquiloni*», «dall'autore di *Tre metri sopra il cielo*»). La promozione di *L'ombra del vento* di Zafón è stata realizzata svelando in fasi successive l'incipit del romanzo. La campagna che accompagnò l'uscita di *La Mennulara* di Simonetta Agnello Hornby fu costruita sulla focalizzazione del personaggio della protagonista attraverso la molteplicità delle opinioni che all'interno del romanzo esprimono su di lei

altri personaggi (una sorta di pettegolezzo organizzato). È interessante poi citare la stratificata operazione di lancio multimediale di *Amore 14* di Federico Moccia: un sito web ha cominciato ad annunciare l'uscita del nuovo libro creando un contagio partecipativo che ha sorretto una seguente e concomitante operazione di street marketing con volantinaggio di materiali dedicati in aree e luoghi a forte densità adolescenziale. Capita sempre più spesso di trovarci davanti a processi inventivi che sottendono una più matura confidenza con il libro, una più libera e laica visione del lettore/consumatore, una meno drastica cesura fra libro concepito – quasi fosse un genere – come bestseller e libro che fra le sue qualità contempla anche la larga circolazione. Ci troviamo sovente di fronte alla produzione di materiali sempre più ricchi – come si usa dire – di «creatività». E si tratta, a ben guardare, di creatività su creatività – un bel paradosso –, di forme espressive che promuovono forme, e di processi di persuasione che precedono il processo di persuasione alla lettura che è di fatto la scrittura.

Mi sembra che ascoltare le riflessioni di un uomo che lavora nella pubblicità con successo e rigore sia la strada più pertinente per tracciare le coordinate di una riflessione. Era da tempo – lavoro con lui da una mezza dozzina d'anni – che avvertivo la necessità di sentire il «teorico» che c'è in Giuseppe Mazza (vicedirettore creativo in Saatchi & Saatchi e ora *founding partner* dell'agenzia Tita), al di là dei contributi professionali e dei commenti ai contributi professionali, così sempre meditati e fondanti. Da qui la conversazione che segue.

Una prima domanda inevitabile.

C'è ancora resistenza a parlare del libro come di un prodotto?

C'è molta resistenza a parlare del libro come di un prodotto di consumo, neanche fosse un pannolino. Giusto, perché un libro è un'altra cosa. Sbagliato, perché è un prodotto industriale con tanto di codice a barre.

La pubblicità fa bene al libro?

In Italia la pubblicità serve al libro più che a ogni altro prodotto. Prima ancora che a promuoverne il consumo, potrebbe assol-

vere a un compito storico: far evolvere l'idea stessa di libro. Fargli perdere la sua aura di esperienza superiore riservata a spiriti elevati.

Penso sia questo l'errore di tutte le campagne che negli anni hanno promosso la lettura: definirla come uno strumento per diventare migliori e acquisire prestigio sociale. Non è forse il modo per ribadire l'inferiorità di chi non legge ancora? E dunque – di nuovo – libro come strumento di esclusione. Mai come puro divertimento, mai come passione. In fin dei conti, mai come oggetto vitale, sempre come separazione dai piaceri.

Penso che un libro sia un'esperienza. Bella tra altre belle. Penso che possa valere quanto un derby allo stadio, quanto rivedere un amico. Cose che puoi vivere in modo più o meno profondo. Penso che si possa anche non leggere niente ed essere persone meravigliose. Credo che dovremmo dirlo.

Finché il libro sarà destinato a nobilitarci, e non avrà la serena laicità di mischiarsi al resto, i lettori italiani resteranno sempre quelli. Per numero e per qualità. E mancheranno vere strategie di allargamento del pubblico. Non a caso gran parte dell'editoria italiana pianifica la pubblicità dei libri solo sui maggiori quotidiani: è una predica ai convertiti, suona come una rinuncia.

Che tipo di prodotto è, il libro, per la pubblicità?

Ogni prodotto ha la propria identità. Il fatto che il libro possa essere pubblicizzato proprio come un pannolino, non significa che lo sia! Generosi tentativi di renderlo «pop» sortiscono spesso effetti perversi. Nel tentativo di recuperare terreno, si scimmiettano altri generi di consumo e si perde ciò che distingue e caratterizza il libro, facendo una pappetta di luoghi comuni del marketing, un nulla senza pubblico.

Forse ci si vergogna della sua complessità, ma così lo si tradisce. Errore. È come dimenticarsi di dire che «il pannolino assorbe, mamma». Il problema è che per comunicare bisogna avere qualcosa da dire.

Che rapporto si stabilisce fra copywriter e libro?

Scintille in vista. È l'incontro (dispari, s'intende) tra due forme di ingegno linguistico. Può trasformarsi in scontro. Il bel ro-

manzo non ha gran voglia di farsi da parte e cederti il palcoscenico. Solo se lo convinci di stare lavorando per lui. Per la sua gloria e non per la tua.

Da parte mia, ho sempre pensato che il libro è già stato scritto. Quel libro arrivato sulla nostra scrivania è un dato. Va solo ascoltato. Dunque è logico che debba essere io a adattarmi. Il resto è desiderio di non tradire.

Può valere anche al contrario: Majakovskij scrisse bellissime headline dedicate a ciucciotti e matite. Mi è sempre piaciuta l'idea del poeta che indossa il vestito del copy, impegnato a non tradire il prodotto. Un'inversione di ruoli, dalla letteratura alla pubblicità.

Chi c'è appena oltre il messaggio? I lettori? I consumatori? Chi?

Gli ignari. Nel libro bisogna cercare il gancio in grado di coinvolgere gli ignari. I lettori potenziali, o magari i nuovissimi. Ciò che chiamo gancio è qualcosa da poter mettere in comune con i passanti (comunicare il singolo titolo o la collana non cambia granché, sotto questo aspetto). Si tratta di estrarre una piccola verità, il più possibile rilevante e distintiva. Non c'è un metodo, è solo utile domandarsi: ha senso chiedere l'attenzione dei passanti per dire questa cosa?

Non chiamiamoli consumatori. È una definizione che presuppone una decisione già presa, quella appunto di consumare. Per me sono passanti. Persone impegnate nelle cose di ogni giorno. Facendo pubblicità mi sembra di fermarli per strada, mentre vanno chissà dove, per parlargli di una cosa che conosco. Per essere ascoltato, mi conviene non fargli perdere tempo, essere chiaro e piacevole. E magari anche non parlare con supponenza, evitando se possibile le gaffe.

Parlare con un cliente serve a capire innanzitutto le cose che non ha senso fare. Il cliente conosce il suo prodotto. Mentre lo ascolto, essenzialmente depenno soluzioni. Via via, dal suo discorso emergono divieti di accesso. Nella mia mente li accumulo senza alcuna forma di affezione per ciò che non si potrà fare. Dopo un po' mi accorgo che restano un paio di strade possibili. Tra quelle interessanti, intendo. Le sottopongo, ne parliamo. Può darsi che non piacciono. A qualcosa si arriverà. Voglio solo sapere dove andare, penso. Arrivarci sarà compito mio.

L'importante sarà poi esprimersi in modo insieme semplice e sorprendente. È la mia coppia dorata. Altri possono essere solo semplici (come l'informazione, il cui compito è divulgare) o solo sorprendenti (come un quadro di Miró, che emoziona senza spiegarsi). Io invece devo fare insieme le due cose: comunicare un concetto preciso in modo inatteso. Anche i latini sostenevano che oltre a convincere bisogna commuovere.

Ci tengo a dirti: in realtà qualunque pubblicitario sa bene cosa serve per accontentare il cliente medio. Quali siano gli ingredienti più graditi e come far colpo. Cosa promettere e cosa dare. Il cinismo professionale nel mio campo può raggiungere forme sublimi. E naturalmente non coincidere affatto con i reali interessi del prodotto: quelli restano avvolti negli infiniti abracadabra del marketing. A saperli diradare, tutto diventerebbe miracolosamente sensato, tangibile, persino bello. Ma siamo malati di inconsistenza e residualità, in altre parole «fuffa». Per quanto non abbia mai affrontato con i miei colleghi il tema «la nostra deontologia», credo che risieda fundamentalmente in questa opera di pulizia.

La pubblicità del libro è sensibile al medium che la veicola?

I media sono il regno della fuffa. Attualmente si predica il superamento dei mezzi tradizionali (stampa, radio, affissione, tv), roba ormai vecchia che deve far posto ad altri mezzi, magari integrati in modo «olistico»: web 2.0, *guerrilla*, *viral*, *product placement* e via dicendo... basta non lasciarsi impressionare. Alla fine serve solo un'idea, e qualcuno che se la faccia venire.

I media sono come utensili. A volte ti serve il cacciavite, a volte un martello. Usali per quello che devi costruire. Facendo attenzione ai luoghi comuni. La radio che aiuta con i giovani, la stampa quotidiana che collega alle élite, il web che lo fa con entrambi, mentre la stampa periodica «targettizza», e l'affissione parla a molti, la tv con tutti... tutto vero, ma anche abitudinario. Mescolare le carte può essere molto produttivo.

Se vuoi che i media funzionino, devi parlare la loro lingua. La stampa è *still life*, oggetti statici: può rappresentare azioni solo se si riesce a fermarle al loro acme. L'affissione è la prova del nove di un annuncio stampa. La tv è per le idee in movimento, è retorica sequenziale. La radio è un suono, il suono di quello che si vuol di-

re. Altrimenti sono due attori che parlano («Cara? Hai visto le nuove offerte?»).

E ancora. Se dopo aver visto il visual e letto la headline ancora non hai capito di cosa si parla, l'annuncio è fatto male. Se dopo aver visto uno spot si apre il dibattito su cosa esattamente significhi, non vuol dire – come a volte sento – che comunque «ha colpito» e ha attirato l'attenzione: vuol dire che chi l'ha fatto non sa comunicare, punto e basta.

La pubblicità è un genere di intrattenimento. Dunque non mi piace quella presentata a cliente e pubblico pensando «a loro piacerà». Preferisco quella creata pensando «speriamo che piaccia».

E poi, dal momento che la pubblicità non è richiesta, penso che abbia il dovere di essere bella. Cioè pertinente e fantasiosa. Altrimenti è una perdita di tempo. O un puro linguaggio di potere, che in quanto tale alla lunga non è efficace. Farsi obbedire è diverso da essere amati.

A me piacciono gli anglosassoni, forse perché meno inibiti nel maneggiare denaro: la loro franchezza, la loro immediatezza, hanno qualcosa per me di profondamente pulito. Le loro motivazioni sono limpide. Mi viene in mente l'annuncio Chivas Regal degli anni sessanta che dice: «Vai avanti, spendi gli altri due dollari. È Natale, o no?». O quello di una catena di ristoranti alla buona che titolava: «You can't eat atmosphere» (L'atmosfera non si mangia). O la Volvo che avanza nel fango mentre un titolo recita: «Drive it as if you hate it» (Guidala come se la odiassi). E la famigliola di agricoltori che fa una foto ricordo davanti alla Volkswagen appena acquistata dicendo: «È la sola cosa che potevamo fare dopo la morte del mulo».

Quali sono i lavori in cui hai sentito meglio intrecciarsi la tua professionalità e la specificità del prodotto libro?

Il mio debole per la concretezza mi fa amare le promozioni, nelle quali si parla di cose molto precise. Ne cito alcune.

Il 30% in meno sugli «Oscar Mondadori», che di conseguenza diventarono «Settant'anni di solitudine», o «I due moschettieri virgola uno». Un gioco tra i libri e il pubblico che riuscì molto bene.

La promozione per i tascabili Feltrinelli nella quale erano

gli scrittori stessi a recriminare sul costo troppo basso: «Anni in biblioteca. Mesi su una pagina. Giorni trascorsi in cerca di un aggettivo. E Feltrinelli mi vende a questo prezzo», diceva per esempio il premio Nobel Doris Lessing. Era davvero il massimo: parlavamo di convenienza e intanto cantavamo il valore dei libri.

Il *pay off* che firmò il centenario Mondadori: «La casa in cui siamo cresciuti». Anche perché definisce il vero prodotto di una casa editrice, ossia le occasioni di crescita.

Il lancio di *La Mennulara* di Simonetta Agnello Hornby, prima operazione su un romanzo basata su un vero teaser. Lanciammo il personaggio usando la sua prismaticità, e Maria Rosalia Inzerillo occhieggiava dalle pagine dei giornali attraverso le opinioni che di lei hanno gli altri personaggi come *Citizen Kane* di Orson Welles.

Le campagne per la Disney, per le collane di libri gioco. Perché tutte le volte la semplicità evitò la banalità.

LE VIE
DELLA PROMOZIONE
Per una geopolitica
della lettura

di Alessandro Terreni

I flussi della lettura, fotografati dall'Istat, lasciano scoperta gran parte del territorio. Con il consolidamento dei «Presìdi del libro», e con i festival tematici della neonata società Agorà, l'editore Laterza vuole far leva su gruppi di operatori locali, con l'obiettivo di diffondere il libro al di fuori dei circuiti statisticamente consolidati e nelle aree geografiche meno interessate con lo scopo di sviluppare il gusto per la lettura e incrementare così le capacità naturali dell'uomo.

Uno sguardo all'indagine Istat 2007 su *I cittadini e il tempo libero* conferma il *topos* della geremiade sullo stato culturale degli italiani, che leggono poco. Vero, se valutiamo che il numero di persone che hanno letto almeno un libro, nel 2006, era solo del 60,5%, il che vuol dire che quattro italiani su dieci non leggono nemmeno un libro all'anno. Su quel 60,5%, poi, la percentuale dei lettori forti è, ovviamente, di molto inferiore. Detto questo, però, osserviamo per un momento chi legge: dove lo fa e come? Gli indici di lettura più alti si riscontrano al Nord, con un leggero vantaggio del Nordovest (67,5%) sul Nordest (66,9%), e vengono mantenuti da lettori che, nella maggior parte dei casi, si procurano letture in librerie e centri commerciali (poco sotto il 30% dei lettori) piuttosto che in biblioteca (5,4%). Si tratta poi, in prevalenza, di cittadini, residenti nei centri urbani medi e grandi (60,9% nei comuni di oltre 50mila abitanti). La mappa così tracciata mostra che i lettori italiani sono propensi all'acquisto del libro piuttosto che all'utenza delle strutture pubbliche, e sono maggiormente distribuiti nelle aree urbane del Nordovest. Nulla di particolarmente sorprendente, mi sembra.

Complementare a questa realtà, naturalmente, ne affiora

un'altra. Scendendo lungo lo stivale, infatti, le percentuali si abbassano: i lettori, nel Sud e nelle Isole, scendono al 50%. Aggiungiamo, come si è visto, che i lettori prediligono l'acquisto, e risiedono per lo più nelle grandi città: si configura così uno scenario bipolare, che si snoda tra centri e periferie della lettura. Il che avviene sia sull'asse geografico Nord-Sud, sia, trasversalmente al primo, sul più articolato asse socioeconomico tra grandi centri da una parte, fitti di librerie (dove si compra oltre la metà dei libri venduti), di centri commerciali e di iniziative culturali, e piccoli centri dall'altra, spesso provvisti solo di una cartolibreria e di una piccola biblioteca comunale. Anche questo, tutto sommato, è abbastanza scontato.

Meno scontato, mi sembra, osservare che il quadro dimostra, al di fuori delle catene e delle librerie cittadine, e fuori dei grandi centri storici e dei centri commerciali, l'ampia disponibilità di spazi, geografici e sociali, ancora da conquistare: un editore attento come Laterza se n'è già accorto da qualche anno e ne ha trattato un disegno strategico articolato. L'associazione «Presidi del libro» è, infatti, una sua iniziativa, che si prefigge lo scopo di promuovere la lettura dal basso, «tra i lettori e con i lettori», nella convinzione che la lettura, dice Giuseppe Laterza, porti ad «acquisire una maggiore consapevolezza critica della realtà in cui si vive e una maggiore inventiva». Lo storico editore pugliese promuove il concetto nel contesto della Fiera del Libro di Torino del 2001. L'effettiva creazione dell'associazione, però, risale all'anno successivo, con la fondazione dei coordinamenti regionali, in Puglia e in Piemonte, e successivamente in Emilia Romagna, Campania, Sardegna e Sicilia. Dal 2004 inizia inoltre la pubblicazione del bollettino d'associazione «Passaparola» (da dove cito). Fondamento della concezione dei «Presidi» è la convinta percezione di una relazione biunivoca tra indici di lettura e qualità della vita, per cui, secondo Gino Lorenzelli, «leggere più libri non è solo conseguenza di un più alto livello di reddito, ma anche una delle ragioni stesse che portano al benessere». Questo perché «attraverso la lettura si coltivano e si sviluppano alcune capacità essenziali dell'uomo: l'immaginazione e la comprensione del mondo». Affermazione che, viene da parafrasare, parla di ideologia e progetto con trasporto gramsciano, e suona entusiasticamente ambiziosa.

La creazione della rete dei «Presìdi» rientra, peraltro, nella complessiva evoluzione di casa Laterza, che negli ultimi anni ha intrapreso uno strategico rimaneggiamento della propria tradizionale figura di editore librario, sviluppandola verso la mediazione di prodotti culturali diversificati: attivo su più canali di comunicazione, e capace di coinvolgere, nelle proprie iniziative, investitori esterni al mondo del libro ed enti e amministrazioni locali, l'editore fonda, nel 2007, Laterza Agorà. Si tratta di una società appositamente creata per l'organizzazione e la gestione di grandi manifestazioni culturali, in genere festival tematici, sull'onda del successo di Mantova (Festivaletteratura), Modena (Festivalfilosofia), e delle numerose *kermesse* che da qualche anno costituiscono il fenomeno di rilievo di un rinnovato turismo culturale, alla ricerca di contenuti di spessore sullo sfondo di cornici suggestive. Negli oltre due anni di attività, Laterza Agorà ha curato le edizioni del Festival dell'Economia di Trento, i cicli di Lezioni di Storia, di Roma e di Firenze, il Cittàterritorio Festival di Ferrara, il Festival del diritto di Piacenza. A parte il caso di Roma e Firenze, vengono interessati centri di media grandezza; l'idea è che l'evento assicuri visibilità mediatica alla città ospitante, garantendo così l'interesse da parte degli enti locali e degli investitori presenti sul territorio, che a loro volta offrono finanziamenti e patrocini dalle positive ricadute pubblicitarie. La funzione classica dell'editore, dunque, viene affiancata, in questo caso, da quella di ideatore e organizzatore di eventi: un'incursione in un campo non tradizionalmente previsto dalle competenze editoriali in senso stretto, alla confluenza tra la storica attività di ideazione e trasmissione dei contenuti, e le nuove inedite sfide del marketing territoriale.

Mi pare infatti che proprio *territorio* sia il termine che illustra il denominatore concettuale di Agorà e dei «Presìdi», nella misura in cui entrambe le formule mirano a istituire una virtuosa sinergia tra pubblico, aziende e istituzioni, allo scopo di interessare anche i non lettori, e generare, sul tessuto delle relazioni e degli interessi locali, ricadute culturali economicamente redditizie sul lungo periodo. L'esperienza di Agorà è forse troppo recente per tentarne un bilancio complessivo, benché, immessa com'è su una strada in larga parte tracciata dai festival di successo, non mi sembri certamente destinata al fallimento; resterebbe da capire in che mo-

do la promozione dell'editore, da ospite a padrone di casa, ne ridefinisce la percezione da parte del pubblico. Sulla più lunga attività dei «Presidi», invece, ci sono maggiori elementi su cui soffermarsi.

La scommessa dei «Presidi» sono i «Progetti tematici» di lettura. A differenza del festival orientato, che propone il tema al pubblico, nel «Progetto tematico» sono i membri del singolo Presidio a scegliere l'argomento. Il «Progetto» deve prevedere tappe sufficienti a coprire un anno: ci si muove così tra gruppi di lettura, incontri con gli autori, ma anche mostre, simposi, spettacoli e performance in luoghi suggestivi. I percorsi proposti si distinguono per la loro natura non esclusivamente letteraria: temi come – scelgo a caso tra decine – *La cultura della cittadinanza* o *Leggere il territorio attraverso la scienza* indicano con chiarezza l'intenzione di coinvolgere, attorno all'oggetto libro, differenti attori sociali, con l'obiettivo di aprire una discussione e un confronto. Il «Progetto tematico», inoltre, non è un festival, dal momento che lo spirito del «Presidio» – lo dice il nome stesso – si vuole estraneo alla logica dell'evento, e aspira alla lunga durata. La struttura reticolare dell'associazione vuole infatti riprodurre, amplificandolo, il consolidato meccanismo del passaparola tra lettori, allo scopo di estendersi ai non lettori, e sfruttare i rapporti esistenti *in loco*: una politica di diffusione che si vuole meno vistosa e pubblicizzata delle iniziative promozionali dei grandi gruppi editoriali, ma che intende perseguire una maggiore durevolezza nel tempo. Si legano a questo le «Feste dei lettori» (simbolicamente importante quella del 2007 a Scampia, il quartiere napoletano tristemente noto alla cronaca), o i «Forum del libro». E si comprende, sempre nell'ottica del coinvolgimento del territorio, la collocazione fisica presso le biblioteche. Presenti anche presso associazioni culturali già attive sul territorio, e frequentemente in libreria, i «Presidi» però eleggono la biblioteca locale a sede naturale, da valorizzare, secondo le indicazioni del primo Convegno nazionale sulle biblioteche, a Bari nel novembre 2008. L'attenzione sulle biblioteche si giustifica con la volontà di coinvolgere le istituzioni nel progetto, cercando una complementarità tra politica di diffusione del libro e politica *tout court*.

Il primato nel numero di «Presidi» spetta alla Puglia: al momento, il territorio ne ospita oltre quaranta. La ragione primaria del successo sta, in gran parte, nel fatto che Laterza ha sede a

Bari, e che i «Presìdi» sono nati lì; ma il dato fa riflettere, specialmente se connesso a un altro primato, stavolta negativo, della regione, dove – dato Istat – il 24,2% delle famiglie residenti non possiede nemmeno un libro. Considerando anche che nel 2004 si contavano solamente venticinque librerie («Passaparola», n. 1) per oltre quattro milioni di pugliesi, vien da pensare che davvero, in gran parte, l'insufficienza dell'offerta locale inibisca pesantemente il potenziale di lettura, non adeguatamente sollecitato. Si capisce pertanto la scelta di valorizzare la biblioteca comunale, che può davvero diventare un'alternativa alle mancanze della distribuzione commerciale, disinteressata ai centri più piccoli.

La situazione dei «Presìdi» pugliesi sembrerebbe il caso particolare di una tendenza più vasta: il fronte dei «Presìdi» manifesta caratteristiche di complementarità rispetto ai flussi della lettura statisticamente più forti, rilevati dall'Istat. In effetti, l'impressione è confermata dal coordinamento regionale della Sardegna, che può vantare oltre quindici «Presìdi», molto attivi. Ma c'è il Piemonte, che accoglie il secondo coordinamento regionale in ordine di anzianità e per numero di «Presìdi». Il Piemonte, in un certo senso, è sede naturale, per la prossimità con la Fiera del Libro, e questo sembrerebbe smentire la vocazione periferica del «Presidio». In realtà, il caso del Piemonte può essere utilizzato proprio per dimostrare la tendenza. Infatti, benché ci si trovi nel cuore di quel Nordovest che, secondo le indagini, è la roccaforte della lettura in Italia, il numero di «Presìdi» è nettamente inferiore alle aspettative: poco oltre la ventina per una grande regione economicamente attiva, sede peraltro di case editrici prestigiose. È inoltre ben visibile, proprio in Piemonte, la tensione centripeta verso i piccoli centri dato che, degli otto capoluoghi, solo Torino e Alessandria ospitano rispettivamente due e un solo «Presidio».

Insomma, la dislocazione periferica sembra una naturale vocazione dell'associazione, che nasce per portare il libro a chi non ce l'ha, «facendo emergere la domanda proprio là dove non c'è l'offerta»: i «Presìdi» infatti sono, al momento, assenti dalle maggiori città, Roma e Milano. Oltre a Puglia, Emilia Romagna, Piemonte, Sardegna, Sicilia, che ospitano sedi regionali dell'associazione, altri «Presìdi» sono sparsi per l'Italia, senza coordinamenti regionali.

Una considerazione finale. Se sulla formula festival, come ha capito Agorà, molti sono disposti a investire (e il parco degli sponsor vantati dalle creature di Agorà sembra davvero imponente), c'è da chiedersi, nel generale clima di diminuzione di risorse per gli enti locali, e nella riluttanza delle realtà economiche locali, in tempi di crisi, a rinunciare al ritorno redditizio immediato, se il volontariato e l'entusiasmo da soli sapranno mantenere in piedi la rete dei «Presìdi».

Ringrazio Gilda Melfi dell'associazione «Presìdi del libro» e Claudio Lodoli, amministratore delegato di Laterza Agorà per le informazioni gentilmente fornite.

I LETTORI

Letture sotto inchiesta

Non è un paese per giovani
di Stefano Salis

Incompetenze di lettura
di Giovanni Peresson

Il pubblico delle biblioteche

Biblioteche digitali e diritto d'autore
di Piero Attanasio

Alleanza per la lettura cercasi. Prove tecniche
di collaborazione fra editori e bibliotecari
di Stefano Parise

LETTURA SOTTO INCHIESTA Non è un paese per giovani

di Stefano Salis

La mobilità sociale su base meritocratica è un miraggio; il nostro è l'unico paese ad aver ridotto la spesa per studente in tutti i livelli d'istruzione; nella classifica delle top cento università del mondo, non c'è nemmeno un ateneo italiano; la percentuale di laureati è inferiore a quella di Usa, Spagna, Francia, Gran Bretagna, Germania, Portogallo. I ragazzi leggono meno dei coetanei europei; d'altra parte, le biblioteche scolastiche registrano un apprezzamento di proporzioni «bulgare», ma il nostro paese non le prevede istituzionalmente. E allora, su quale base e perché quasi il 70% degli italiani è convinto che «la nostra cultura è superiore»?

Partiamo con una domanda e una statistica.

La domanda è questa: «Secondo voi la cultura del vostro paese è superiore a quella di altri paesi?».

Prendetevi un secondo per pensarci, poi rispondete – sempre che la domanda vi sembri sensata (ma facciamo finta che lo sia). Bene.

La statistica delle risposte a questa domanda l'ha presentata, nello scorso ottobre, in un lucidissimo intervento agli Stati Generali dell'editoria, Roger Abravanel. Autore di uno di quei bestseller che qualificano un editore (stiamo parlando del suo libro *Meritocrazia*) ed esperto consulente delle più grandi aziende del mondo, oltre che manager di lungo corso. Ebbene: dopo avere dimostrato che gli italiani si percepiscono in crisi (e lo sono: basta sfogliare i giornali di questi mesi) e che i dati confermano questa percezione, Abravanel spiega che in Italia la percentuale di persone in accordo con l'affermazione «la nostra cultura è superiore» è del 68%, contro il 23% di persone che non sono d'accordo.

Gli «sciovinisti» francesi, per dire di un popolo che nel nostro immaginario «normalmente» si dà delle arie, mostrano dati opposti: solo il 32% pensa di avere una cultura superiore, in Gran

Bretagna sono ancora di meno (il 31%), in Svezia addirittura la netta minoranza (il 21%). Gli spagnoli, i canadesi e gli americani (con percentuali che vanno dal 50 al 55%) sono i più vicini agli italiani, ma di gran lunga distanti.

Opinioni, si dirà. Già. Non c'è dubbio: la differenza salta agli occhi, però, quando dalle opinioni e dalle percezioni si passa all'analisi dei fatti.

Classifica delle top cento (secondo tutta una serie di parametri molto credibili e il più possibile «oggettivi») università del mondo, dati del 2006. Università americane 33, inglesi 12, australiane e olandesi 6, 5 svizzere e francesi, 3 per Canada, Germania, Hong Kong e Giappone e via discorrendo. Italia: zero.

Forse si può obiettare ancora che tali statistiche sono di parte e favoriscono i compilatori (in questo caso il «Times»). Facciamo finta, ancora, che sia così.

Vediamo allora dei dati oggettivi proposti da un ente neutrale, l'Ocse. Controllando la percentuale di giovani tra i 25 e i 34 anni in possesso di istruzione terziaria (comprendendo lauree triennali, quadri/quinquennali e altri studi affini) – e solo per restare a paesi «paragonabili» all'Italia (escludiamo quindi Finlandia, Svezia o Israele che, con tutta evidenza, sono per queste statistiche dei «paradisi», o delle anomalie, a volerci nazionalisticamente proteggere...) si scopre che la percentuale di ragazzi italiani «laureati» (sono dati del 2002) è dell'11%. Gli americani sono il 40%, gli spagnoli il 37%, i francesi il 36%, gli inglesi il 31%, i tedeschi il 21%, il Portogallo ci batte di qualche punto, la Turchia ci affianca. Forse potremmo continuare con altri dati, ma qui preme ancora sottolineare – e l'analisi di Abravanel lo ha fatto benissimo – che non solo lo stato dell'istruzione volge al peggio, ma che, strettamente connessa a questa, c'è una situazione economica che ne trae le «debite» conseguenze.

Solo per fare pochissimi esempi, l'economia italiana, negli ultimi anni, è stata superata nel rapporto Pil pro capite (a parità di potere d'acquisto) da altre economie «povere» dell'Europa occidentale e dell'area mediterranea: l'Irlanda, certo, ma anche la Grecia e la Spagna (se per l'Italia si considera soltanto il Sud, molto al di sotto di tutti gli standard nazionali) si avviano a sorpassarci. Ma quello che desta più preoccupazione è la cristallizzazione

– se non il progressivo peggioramento – dello stato delle cose. L'Italia non solo non considera la meritocrazia come un fattore di crescita collettiva, ma «punisce» o non favorisce i tentativi di emergere. La mobilità sociale è una sorta di miraggio: in una statistica che prenda in considerazione la percentuale di persone nate in una famiglia operaia, o comunque di basso reddito, che raggiunge la più alta classe sociale la cifra è del 13,3% in Italia. Gli altri paesi, al solito, stanno meglio: il 14% in Francia, il 15,4% in Inghilterra, il 20,6% negli Stati Uniti.

Bene. Che c'entra tutto questo con i libri? E con gli indici di lettura? E con l'editoria?

Molto, tanto che gli ultimi Stati Generali degli editori italiani – dunque un'associazione imprenditoriale privata – hanno dovuto puntare i riflettori sui giovani per ricordare a delle istituzioni pubbliche sempre più distratte sul tema la vera risorsa sulla quale scommettere (questo era il verbo utilizzato nella convention) per far crescere il paese. In un momento nel quale la scuola è scesa in piazza per protestare e gli editori si sono visti appioppare dei decreti che impediscono il cambio dei libri di testo se non ogni cinque anni o dei procedimenti da parte dell'autorità antitrust per verificare l'ipotesi di cartelli tra editori scolastici per gonfiare artificialmente i libri di testo (nessun risultato), si capisce che la mossa degli editori è risultata quanto mai azzardata.

L'editoria italiana si presenta, come al solito, con dati alla mano a questi appuntamenti: quest'anno ha commissionato una ricerca allo Iard per capire in quali contesti macroeconomici sono inseriti i nostri giovani, con quali consumi si istruiscono o si intrattengono, che speranza hanno di inserirsi – e a quali livelli – nel mondo del lavoro e nella società.

Di nuovo: a leggere la relazione Iard c'è da rimanere atterriti. «Il nostro paese» vi si legge «è l'unico nel periodo 2001/2005 che mostra un calo nella spesa per studente in tutti i livelli d'istruzione. Per ciò che riguarda l'università negli ultimi anni la Spagna ha ampiamente superato l'Italia. Da noi la spesa per studente all'università è scesa dai circa 7.300 euro nel 2001 ai circa 6.800 del 2005. Negli stessi anni la Spagna è passata grossomodo dai 6.600 agli 8.500 euro.» Nei test Pisa sulla lettura, i quindicenni italiani mostrano notevolmente più difficoltà dei coetanei europei. «Il

paese in cui è più alta la percentuale di studenti che mostra questa problematica è proprio l'Italia» scrivono gli estensori del rapporto Iard «con il 26,8%. Paesi che hanno una percentuale simile sono Spagna e Portogallo, attorno al 25/26%, mentre molto distanti, con una percentuale estremamente bassa di studenti che presentano difficoltà nella comprensione di testi, sono Irlanda, Danimarca, Olanda e Svezia. Negli anni in cui è stata svolta questa misurazione, 2000, 2003 e 2006, l'Italia, da terzultima (era davanti a Germania e Portogallo), è passata in ultima posizione.»

La lettura dei giovani in Italia

Poiché a nessuno verrebbe in mente di negare che la lettura abbia un ruolo importante nella crescita individuale dei giovani (e di conseguenza dei futuri cittadini, e complessivamente nella crescita collettiva di un paese), dovrebbe essere pacifico che una tale pratica economica, istruttiva, utile (è provato che leggere più libri incide sui risultati scolastici), senza dire che può essere persino molto divertente, vada incoraggiata il più possibile.

Ma siamo costretti a ripeterci. Incrociando i dati del rapporto Iard con quelli che l'Aie diffonde nel suo *Libro bianco* e nel suo annuale bilancio sullo stato dell'editoria in Italia, da una parte ci stanno le convinzioni e le dichiarazioni – che sono nobilitanti e non costano nulla –, dall'altro i fatti.

È vero, come riconosce l'Aie, che le fasce giovanili leggono in media ben più dei genitori e, oggi, sanno utilizzare strumenti «inediti» come Internet e le nuove tecnologie. Ma restano fortissime differenze territoriali nel paese e, ciò che è più grave, disuguaglianze notevoli a seconda della famiglia di provenienza. In pratica, ancora oggi in Italia vale il principio che le opportunità di cui godono i ragazzi di fronte alla lettura, all'istruzione e alla mobilità sociale sono strettamente (troppo strettamente) correlate alle loro origini sociali. Il che contraddice apertamente il primo e unico principio della meritocrazia della quale parla Abravanel: «La meritocrazia è un sistema di valori che promuove l'eccellenza indipendentemente dalla provenienza di un individuo». Dove, per provenienza, si intende un'etnia, una famiglia, uno status sociale,

un circolo di amici, una cordata aziendale, un partito politico... Ovvio che l'«ascensore sociale» non è precluso ai ragazzi provenienti da famiglie meno abbienti o da famiglie benestanti ma con scarsa dimestichezza con i libri; di certo la faccenda si complica molto per coloro che non hanno facile accesso ai libri (stante anche lo stato comatoso in cui versano – quando ci sono – le biblioteche scolastiche).

Le cifre sono impietose per quanto riguarda i nostri giovani. Nel 2007 ha letto un libro non scolastico (parliamo di ragazzi tra i 6 e i 19 anni) il 53,8% dei ragazzi. Evviva! si potrebbe esclamare, visto che la media italiana adulta che dichiara di compiere un tale sforzo sovrumano (un libro in un anno!) è del 43,1%. Tralasciamo pure le differenze di genere e quelle territoriali (con abissi di variazione che toccano i 15/20 punti percentuali) e concentriamoci sul confronto con i coetanei d'Europa. Al nostro 53 e rotti per cento corrisponde un 60% in Francia (dati 2006, età 15-24 anni), un 73,3% della Spagna (14-24 anni, 2007), mentre in Inghilterra ben il 90% delle madri ha dichiarato di leggere libri di racconti o di fiabe ai propri figli almeno una volta alla settimana (Italia: 41%, indagine 2006).

A fronte di questi ritardi nel nostro paese c'è una produzione di libri per ragazzi e per bambini di tutto rispetto (e con standard di qualità, questi sì, mediamente uguali o superiori a quelli degli altri paesi europei). L'editoria per ragazzi nel 2006 aveva sfornato, tra nuove edizioni e ristampe, 4.288 titoli, che costituiscono il 7% della produzione totale italiana. Nel 1987 l'offerta era di 0,15 titoli ogni 1.000 bambini, oggi quell'offerta è triplicata (0,52): «Sono comunque valori – spiega l'Aie – che rappresentano meno della metà di quelli dell'editoria spagnola e poco meno di un quinto di quella francese».

Il mercato per i ragazzi (0-14 anni) valeva nel 2007 137,2 milioni di euro (+2,5% sul 2006) a prezzo di copertina e tali valori, in confronto alla Spagna (322 milioni di euro), alla Germania (452,9 milioni di euro) o alla Francia (530,4 milioni di euro) la dicono lunga sulla domanda, più che sull'offerta.

Se, infine, le famiglie italiane dichiarano di considerare importantissime le biblioteche scolastiche in una misura «bulgara» (l'80%), va ricordato che il nostro paese è l'unico che non le

prevede istituzionalmente e il risultato è che solo il 13,6% della popolazione studentesca accede con frequenza alla biblioteca scolastica.

Ultima nota: scriviamo in un momento in cui il più importante fenomeno editoriale e culturale negli ultimi anni è di gran lunga un libro, e un libro per ragazzi: Harry Potter. Bastano anche qui alcune cifre per dire che dimensioni ha raggiunto il business del mago (li ha rivelati Susan Gunelius, nel libro *Harry Potter, come creare un business da favola*, Egea): ha venduto 400 milioni di copie in tutto il mondo; gli editori che hanno tradotto i romanzi della Rowling, a livello planetario, sono 64; il brand Harry Potter vale, secondo stime attendibili, 4 miliardi di dollari. Ancora: esistono circa 200 libri connessi in qualche modo al maghetto; poco prima dell'uscita dell'ultimo volume della serie, il settimo, un libro che cercava di prevedere come sarebbe andata a finire la saga ha venduto 30mila copie; e potremmo continuare.

Ma non è importante: va solo sottolineato che mai come in questi anni i ragazzi hanno avuto accanto un libro nella loro formazione, ne hanno visto potenzialità e bellezza, hanno acquisito uno strumento che li accomuna a tutti gli altri ragazzi del pianeta (Harry Potter è il primo vero bestseller globale). E, quando saranno cresciuti, se dovranno consigliare un libro ai loro figli consiglieranno proprio Harry Potter. Insomma: il libro si è preso una bella rivincita proprio nel momento nel quale altri gadget o giochi tecnologici del tutto nuovi sono alla portata di molti.

Forse anche sull'onda di questo fenomeno sarebbe il caso di insistere sul piacere della lettura (non sul dovere) e sulle potenzialità formative e di svago che ha il libro. Sarebbe il caso, in definitiva, di giocare il tutto per tutto e scommettere – proprio come auspicavano gli editori – sui libri come strumenti fondamentali per la crescita.

E, invece, gli «investimenti» per favorire la lettura, almeno da noi, sono al palo. Proprio agli Stati Generali dell'editoria il ministro dei Beni culturali, Sandro Bondi, ha affermato che, finalmente, dovrebbe partire il Centro per il libro, la struttura mista pubblico/privato, da più anni auspicata, che dovrebbe coordinare le attività di promozione della lettura (mancando sempre una legge quadro che tenga conto di tutti gli aspetti della materia e delle

esigente della filiera del libro). Dovrebbe essere attiva dal 2009 con una dotazione di 3 milioni di euro.

Una cifra e un impegno che denunciano magari la buona volontà del governo attuale, ma anche la sua scelta di destinare su questo istituto – e in generale sul mondo del libro – risorse non ingenti.

Tempi di crisi, si dirà. Certo. Ma, anche qui, i paragoni con le strutture simili di altri paesi europei sono disarmanti. Il Centro per il libro francese (Cnl) ha varato, nel 2006, un progetto che si chiama «Livre 2010», che monitora l'andamento dell'industria del libro e cerca di attuare strategie per affrontare il futuro. Tra gli obiettivi, aiutare le librerie, l'anello più fragile della catena editoriale, stare attenti alle politiche di digitalizzazione, siglare alcuni accordi tra editori e distributori di prodotti culturali e tra editori e biblioteche. In tre anni il budget è passato da 20 a 36 milioni di euro all'anno.

In Inghilterra e Spagna, le cui esperienze sono state raccontate agli Stati Generali, gli investimenti statali per migliorare la capacità di lettura e far sì che il libro diventasse un oggetto comune anche tra i ragazzi sono stati, negli ultimi anni, di decine di milioni di euro (o di sterline) l'anno.

Non è il caso di continuare. Ma siccome abbiamo iniziato con una domanda, finiamo con un'altra: «Siete d'accordo con l'affermazione che la cultura del vostro paese è superiore a quella degli altri?». Avete risposto sì all'inizio di questo articolo?

State esprimendo una convinzione basata sui fatti, una speranza o una nostalgia?

LETTURA SOTTO INCHIESTA Incompetenze di lettura

di Giovanni Peresson

Per una volta, lasciamo da parte il «piacere» della lettura e concentriamoci sulla «competenza» di lettura. Quasi il 12% dei ragazzi tra 6 e 24 anni dichiara di non avere le competenze alfabetiche necessarie, e dunque di trovare troppo faticosa la lettura. Un quindicenne su quattro presenta difficoltà serie. Stando così le cose, ha senso continuare a chiedersi perché l'allargamento del mercato dei lettori procede a rilento? O non è giunto il momento di impegnarsi seriamente nella formazione dei lettori: con investimenti sulla scuola, sulle biblioteche e sui laboratori? Perché la lettura non diventi un «piacer figlio d'affanno».

Ci si interroga spesso – e le pagine di *Tirature* sono state in questi anni uno dei luoghi in cui maggiormente lo si è fatto – sulle ragioni dei bassi indici di lettura di libri nel nostro paese, sulla sua bassa qualità (la metà di chi legge non arriva a terminare un libro in quattro mesi!), sul perché, nonostante tutti gli sforzi fatti dalle imprese (ricerca di nuovi autori, miglioramento della rete delle librerie, attività di comunicazione, promozioni di prezzo e non ecc.), le diverse (non molte) iniziative di promozione della lettura, la crescita è modesta da un anno con l'altro, subisce repentini cali e altrettanto repentine riprese.

Tanto per dire: nel 2007 la lettura era scesa al 43,1% (dal 44,1% del 2006), nel 2008 è tornata a salire al 44,0% (fonte: Istat, 2008, Asi).

Insomma siamo di fronte a un mercato che cresce a valori «zero»!

Non torno, ovviamente, sulle ragioni indicate su queste pagine o in altre occasioni e pubblicazioni. E ben note ai nostri affezionati lettori.

Vorrei in questa circostanza mettere in luce un aspetto che è stato in questi anni meno considerato (anche da chi scrive).

Mentre potrebbe costituire uno snodo strutturale ben più importante non solo per comprendere meglio le ragioni che collocano (stabilmente) il nostro paese ai piani bassi della lettura in Europa, ma anche perché l'allargamento del mercato dei lettori, che pure c'è stato, procede con lentezze e difficoltà esasperanti.

Quando si prendono in esame i dati relativi alla lettura di libri nel tempo libero, piuttosto che le capacità e le abitudini a utilizzare le nuove tecnologie e Internet da parte delle fasce più giovani della popolazione italiana, o ancora i loro consumi culturali extradomestici, capita di rado di osservarli dal punto di vista delle competenze necessarie ad accedere, comprendere e usare quei «contenuti». In estrema sintesi: a bassi livelli di competenze nella comprensione dei testi, come nelle materie scientifiche o in matematica corrisponde, banalmente, una maggiore fatica.

Da giovane come poi da adulto.

In questi anni l'Ocse, attraverso le indagini Pisa, ha sviluppato un puntuale lavoro di analisi di queste competenze: nella comprensione dei testi di scienze e matematica (riprendo i dati e i risultati da un volume ricchissimo di spunti e informazioni, e da poco uscito: Invalsi, *Le competenze in scienze, lettura e matematica degli studenti quindicenni. Rapporto nazionale Pisa 2006, 2008*). Dati e risultati che possono aiutare a comprendere meglio – o osservarli da un'angolazione diversa – aspetti che attengono alla diffusione della lettura nel nostro paese nelle fasce giovanili, piuttosto che i risultati stessi che emergono dall'Osservatorio permanente dei contenuti digitali di cui scrive Cristina Mussinelli in questo stesso numero di *Tirature*.

Si è prestata poca attenzione in questi anni al rapporto tra lettura e competenze necessarie alla lettura. Anche per un eccesso di attenzione alle dimensioni del «piacere» rispetto a quella della «competenza».

Già le indagini quinquennali sulla lettura di Istat segnalavano questo aspetto. Era sorprendente che ancora nel 2006 – anche se non ne avevamo tratto tutte le conseguenze – il 6,9% dei 6-24enni dichiarasse di non aver letto alcun libro perché «non so leggere» o perché «leggo male» (ovvero: non ha competenze sufficienti per leggere!). E che un altro 4,2% indicasse come ragio-

ne della sua non lettura di libri il fatto che «sono scritti in modo difficile». Con ciò ammettendo, ancora una volta, di non disporre, perché non gli sono state fornite dalla scuola, delle necessarie competenze per la lettura di un testo.

Affermazioni da considerare per di più in un contesto in cui per l'intervistato è certamente difficile fare ammissioni di questo genere sulle ragioni della sua non lettura (più facile barrare la casella sul poco tempo a disposizione). E dunque dobbiamo anche supporre come sottostimate rispetto alla realtà.

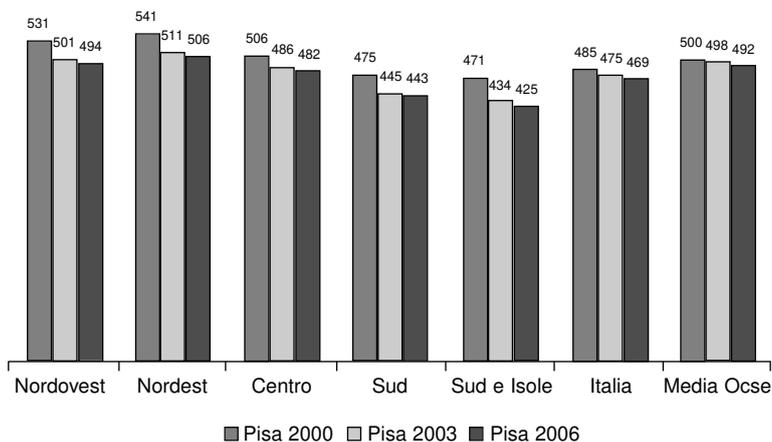
Sono comunque tra l'11% e il 12% coloro che tra i 6 e i 24 anni – quindi in fasce di età pienamente inserite nei processi di scolarizzazione dell'obbligo, di quella superiore o (speriamo di no) universitaria – indicano la ragione della difficoltà di leggere nel fatto di trovare i libri scritti in modo difficile. Nel non avere (ricevuto dalla scuola) le sufficienti competenze alfabetiche che faciliterebbero la lettura.

Insomma la mancanza di un Centro per il libro e la lettura pienamente operativo è preoccupante, come il dimezzamento dei fondi nel 2008 (anche se con la promessa di riportarli nel 2009 a 3 milioni di euro di partenza; ma la Spagna ne stanziava 50 per le stesse cose!). Ma forse i tagli alla scuola non si muovono nella stessa direzione?

Le indagini Ocse-Pisa (ma anche Invalsi) hanno in questi anni messo in evidenza forti differenze nelle competenze di lettura dei quindicenni sia in un confronto internazionale, sia territoriale tra le regioni italiane, dati che si sovrappongono quasi specularmente con la penetrazione della lettura tra le stesse fasce di età.

L'eccellenza (livello 5) riguarda il 5,2% degli studenti, ma è l'8,6% nella media Ocse. Viceversa al polo opposto della scala l'Italia presenta l'11,4% di studenti 15enni al livello più basso della scala (livello inferiore a 1) a fronte di una media Ocse del 7,4%. Solo Messico e Grecia presentano percentuali più alte in questa fascia. Se consideriamo anche le percentuali che si trovano a livello 1 il dato italiano sale al 26,4%: un 15enne su quattro presenta serie o gravi difficoltà nell'utilizzazione della lettura.

Grafico 1 – Andamento dei punteggi medi nazionali, Pisa 2000, 2003 e 2006 per area geografica: literacy in lettura



Fonte: Elaborazione Ufficio studi Aie su dati Ocse 2007 Pisa 2006 / Invalsi

Il confronto tra le diverse aree conferma anche dal punto di vista delle competenze relative alla lettura quello che vediamo poi per quelle scientifiche. Il Sud e Isole è a 425 punti (ampiamente sotto le medie Ocse) mentre il Nordovest è a 494: 69 punti di differenza, pari al 14%. Nel Sud poi la dispersione dei punteggi (deviazione standard) segnala una situazione ancor più frammentata sul territorio!

Solo alcune delle regioni «evolute» ed economicamente dinamiche del Nord sono prossime alla media Ocse (li separa di 2 punti il Nordovest, che sale però a 14 con il Nordest); d'altra parte tra 2000 e 2006 si rileva un diffuso e generalizzato arretramento nelle competenze letterarie. Rispetto a un calo medio dei paesi Ocse dell'1,6% abbiamo un -7,0% nel Nordovest, -6,5% nel Nordest, -4,7% nelle regioni del Centro, -6,7% nel Sud e -9,8% nell'aggregato Sud e Isole.

La continua discesa del dato medio nazionale fra le tre rilevazioni in un arco tutto sommato breve di tempo – sei anni – riguarda tutte le macroaree, ma con una differenza significativa per Sud e Isole e Nordovest.

Perché è certamente vero che il libro e la lettura fanno parte del mondo giovanile molto più di quanto non lo siano di quello adulto – e lo stesso dobbiamo dire delle tecnologie viste come strumento attraverso cui accedere a contenuti editoriali e non. Ma è pur vero che le distanze che separano l'Italia (le generazioni giovani del nostro paese e al loro interno quelle che vivono nelle regioni del Nord rispetto a quelle del Sud e Isole) sono enormi e spiegano non tanto il ritardo nel nostro sviluppo rispetto alle economie di Francia, Germania, Regno Unito ecc. ma proiettano ombre cupe sulla sua stessa capacità di recuperare e ridurre queste distanze.

Per esempio il punteggio medio conseguito dagli studenti 15enni dei paesi Ocse indica più di molte parole dove si collocano relativamente alla *literacy* scientifica. Con 475 punti gli studenti italiani vengono prima solo di Portogallo, Grecia, (curiosamente) Israele, Cile, Serbia, e Ungheria.

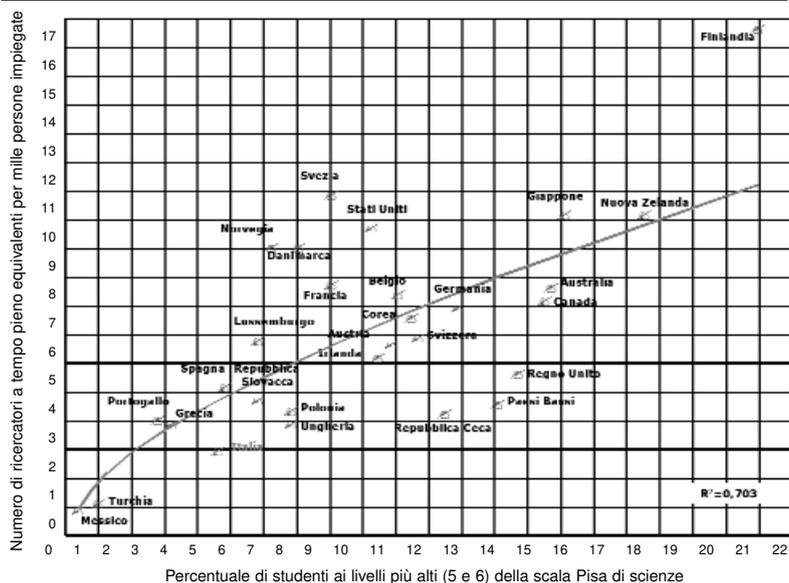
Anche le differenze tra le diverse aree interne al nostro paese delineano dal punto di vista delle competenze scientifiche due vere e proprie «Italie» (come per quelle letterarie). Il punteggio medio conseguito dagli studenti varia dal Nord al Sud del paese: tra Nordest e Sud e Isole c'è una differenza di 88 punti. È la stessa differenza che c'è tra Italia e Finlandia!

Nel Nordovest il 17,2% degli studenti è al di sotto del livello 2 e l'8,8% ai livelli 5 e 6. Nel Sud e Isole il 40,9% degli studenti 15enni è sotto il livello 2, e appena l'1,3% si colloca ai due livelli più alti della scala.

Senza voler trarre un rapporto causa/effetto (ci sono certo problemi legati alle infrastrutture per la ricerca, stipendi, «vischiosità» nelle carriere ecc.), non si può così non guardare con una certa apprensione dove va a posizionarsi l'Italia nell'incrocio tra il numero di ricercatori scientifici per mille abitanti e la percentuale di studenti che si collocano ai livelli più alti della scala Pisa di scienze. Ricordando magari che la scuola italiana è una tra le poche al mondo che non garantisce continuità all'insegnamento scientifico fino alla conclusione dell'obbligo (cioè fino a 16 anni). Paradossalmente poi non la garantisce «proprio alla "classe" sociale più interessata alla cultura» come si fa osservare nel volume da cui stiamo citando i dati «quella che manda i figli ai

licei» (Michela Mayer, p. 61). Siamo il paese (la scuola) che dedica alle scienze il minor numero di ore in assoluto nelle medie (il 7%) ma «proponendo però il maggior numero di contenuti» dato che «in terza media [troviamo] il 77% dell'insieme delle tematiche [...] contro il 50% in media affrontate dai paesi che ottengono i migliori risultati» (p. 61). Siamo un paese con una struttura deficitaria di laboratori. Come di biblioteche.

Grafico 2 – Relazione tra percentuale di studenti ai livelli più alti (5 e 6) della scala Pisa di scienze e numero di ricercatori (tempo pieno equivalente) per mille persone impiegate



Fonte: Ocse 2007

La promozione della lettura – anzi la formazione di lettori – nelle fasce giovanili della popolazione torna oggi a passare «anche» per i banchi di scuola. Come nei primi anni sessanta. Quante copie di «Oscar Mondadori», di «Maestri del colore», di «Garzantine» ha permesso di vendere agli editori italiani Alberto Manzi?

E in quell'«anche» dovrebbe esserci il vero cambio nei paradigmi sulla promozione della lettura. Non è più possibile pensare ad approcci separati: feste del libro, campagne pubblicitarie, festival e saloni, sviluppo di biblioteche (di pubblica lettura o scolastiche), iniziative come «Ottobrepiovonolibri», «Amico libro», «Nati per leggere», «Presìdi del libro» ecc. Si deve avere un approccio sistemico all'intero processo. E declinato per aree territoriali. Ma come è possibile farlo – se le considerazioni fatte fin qui sono corrette – con i (ri)promessi 3 milioni di euro per il Centro per il libro e la lettura da una parte, e i tagli alla scuola dall'altra? Così come occorre non guardare più solo, anche da parte di editori e addetti alla filiera del libro, alla sola lettura, ma anche agli altri tipi di competenze. Nella scuola italiana non mancano solo le biblioteche, ma anche i laboratori scientifici; e quando ci sono non vengono utilizzati al pieno delle loro potenzialità didattiche. Appunto come le biblioteche.

Poi resterebbe da chiedersi se la decrescente centralità dei libri (dalle polemiche sul prezzo dei libri di testo, alle ispezioni della finanza, per finire ai tormentoni sugli e-book e agli attacchi al diritto d'autore) e la scarsa valorizzazione della loro funzione non abbiamo per caso qualche peso sul disastro documentato dalle indagini internazionali.

Certo, l'editoria libraria, come quella della stampa quotidiana, vive oggi una crisi di legittimità per il fatto che quell'ambiente pubblico (ma anche distributivo e tecnologico) che i giornali e i libri hanno contribuito a costruire tra il XVIII e tutto il XIX e XX secolo si sta disintegrando. Si sta disintegrando in seguito allo sviluppo di Internet, per la crescita di forme di self publishing (e di self printing) come delle piattaforme evolute di telefonia mobile, per il cambiamento di comportamenti e di stili di vita, per un processo di frammentazione e granularizzazione sociale. Per una più diffusa capacità di autoproduzione di contenuti informativi e non da parte degli utenti.

Ma questo è un altro discorso che ci dovrebbe portare a ragionare su come delineare i nuovi contesti di legittimazione sociale delle funzioni editoriali.

IL PUBBLICO
DELLE BIBLIOTECHE
Biblioteche digitali
e diritto d'autore

di Piero Attanasio

Google Book Search festeggia quattro anni di età e il merito (involontario?) di aver messo in moto una serie di iniziative e riflessioni sull'argomento delle biblioteche digitali. L'Europa, dopo aver risposto con i competitor diretti come Libreka e Gallica-2, ora rilancia con un progetto di ampio respiro coordinato dall'Aie: Arrow. La sfida è arrivare a sviluppare strumenti che facilitino l'individuazione dei titolari dei diritti e la negoziazione delle necessarie autorizzazioni utilizzando standard comuni. Con il coinvolgimento inedito delle biblioteche e del ministero.

È

forse esagerato dire che tutto incominciò con Google Book Search, perché progetti e idee sulle biblioteche digitali erano presenti ben da prima. Ma certo da quel momento il processo ha avuto una brusca accelerazione. Era il dicembre 2004 quando Google lanciò la sua proposta: una volta che tutto il web è indicizzato e reso ricercabile da ogni angolo della terra, restano fuori tutte le parole stampate sui libri. Giornali e riviste scientifiche hanno una loro versione online, e costruire programmi ad hoc (Google News e Google Scholar) è relativamente più facile. Ma i libri restano ostinatamente, in prevalenza, su carta.

Ciò non può costituire un ostacolo insormontabile per la *hybris* tecnologica di una multinazionale americana. Niente paura, dunque, è sufficiente digitalizzarli. Le tecnologie di riconoscimento caratteri sono mature, basta organizzare le cose su scala sufficientemente larga, e i giganti non hanno mai timore delle dimensioni. Così Google cominciò a chiedere a biblioteche e editori che possedevano quei libri il permesso di digitalizzarli, promettendo in cambio, come minimo, quei quindici accessi di visibilità che nel mondo di Internet non si negano a nessuno, come i minuti di notorietà dei decenni addietro.

Di fronte a una tale vocazione all'onnipotenza d'Oltreoceano, la risposta europea necessitava di altrettanta *grandeur*. E non poteva allora che provenire dalla Francia. Jean-Noël Jeaneney, dall'importante scranno di presidente della Biblioteca nazionale francese che al tempo occupava, fece notare, con molte buone ragioni, che il progetto investiva questioni di primaria importanza: si trattava di portare su Internet un patrimonio culturale di secoli e il pallino non poteva essere lasciato nelle sole capienti mani di un'azienda commerciale americana. Era allora necessaria una risposta europea, e una risposta del settore pubblico. I progetti di biblioteca digitale europea, che fino a quel punto languivano, ebbero allora una forte accelerazione. E in particolare si iniziò seriamente a riflettere sul tema dell'interoperabilità tra le iniziative che a livello nazionale andavano creandosi, così che la Commissione europea finanziò una serie di progetti a tal fine dedicati. Il resto è storia recente: dal progetto denominato EdL (European Digital Library) nasce nel settembre 2007 una fondazione con lo stesso nome, di cui fanno parte un gran numero delle biblioteche nazionali dell'Unione, e nel novembre 2008 vengono lanciate sul sito www.europeana.eu una serie di risorse per l'accesso a biblioteche, musei e archivi digitali europei.

Né d'altro canto la risposta degli editori all'iniziativa di Google è stata di mero entusiasmo. Anzi, in alcuni casi è finita persino in tribunale. Se da un lato molti editori hanno aderito al *publishing programme* di Google, autorizzando la digitalizzazione dei propri libri e sfruttando la maggiore visibilità che ne consegue (da quel che si sente dire, oltretutto, sembra funzionare, nel senso che traina le vendite, specie per i titoli in catalogo), dall'altro hanno espresso alcune preoccupazioni: Google infatti digitalizza dalle collezioni delle biblioteche anche opere protette, pur limitando l'accesso a brevissimi estratti, anche quando i titolari dei diritti non ne hanno autorizzato la riproduzione, violando così le norme sul diritto d'autore. D'altro canto diviene sempre più seria la questione legata al predominio degli intermediari sul mercato editoriale: Google è una presenza molto ingombrante e gli editori non sono entusiasti del fatto che solo uno dei link che partono dalle pagine di Google Book Search sia controllato dal titolare dei diritti sul libro, essendo gli altri interamente gestiti da

Google. C'è un cambiamento di natura, nel ruolo di un motore di ricerca, quando si indicizza non più solo ciò che è online. Quando infatti un motore indicizza un *tuo* sito, reindirizza al primo click alla *tua* pagina web, interamente sotto il *tuo* controllo. Se invece indicizza un *tuo* libro, indirizza l'utente a una *tua* pagina (di libro) residente però in una *sua* pagina (web), sotto il *suo* controllo. Chi naviga, dunque, come minimo fa un giro in più sulla giostra del motore di ricerca (ma talvolta più di uno, perché alcuni link nella pagina che mostra un libro in Book Search rinviano a ulteriori pagine interne a Google), il che ha evidenti conseguenze, a partire dai potenziali ricavi pubblicitari connessi a ogni visita di una pagina Internet.

Anche in questo caso la reazione degli editori è giunta fino alla proposta di soluzioni alternative. L'associazione degli editori tedeschi, tramite la propria azienda operativa Mvb, ha infatti promosso il sistema Libreka (www.libreka.de), in cui sono gli stessi editori a gestire la banca dati dei libri digitali, i relativi sistemi di ricerca e le modalità di accesso ai libri, sia cartacei sia digitali.

Un ulteriore passo avanti è stato poi fatto in Francia con Gallica-2, la cui storia è particolarmente significativa. Fin dal 2006 la Biblioteca nazionale e l'Associazione degli editori hanno creato un tavolo di confronto sul tema, giungendo alla conclusione che solo una politica di cooperazione tra pubblico e privato poteva fornire una risposta adeguata. Hanno allora promosso uno studio approfondito (D. Zwirn, *Étude en vue de l'élaboration d'un modèle économique de participation des éditeurs à la bibliothèque numérique européenne*, 2007, www.bnf.fr) per lo sviluppo di un modello economico di coesistenza tra collezioni digitali pubbliche e private, che hanno in seguito implementato lanciando Gallica-2 (<http://gallica2.bnf.fr>) nel marzo 2008. La piattaforma consente la ricerca unica tra la collezione della Biblioteca nazionale e una serie di aggregatori privati di libri digitali. L'utente ha un'unica interfaccia di ricerca i cui risultati possono riguardare libri presenti in ciascuna delle raccolte, e può accedere successivamente ai testi messi gratuitamente online dalla biblioteca o a condizioni diverse dai privati, promuovendo quindi la coesistenza non solo tra pubblico e privati, ma tra diversi modelli di business promossi da questi ultimi.

Di tenore diverso, pur nell'ambito della ricerca di collaborazione tra biblioteche e aventi diritto, è l'esperienza della Biblioteca nazionale norvegese. In questo caso è direttamente la biblioteca a garantire l'accesso ai contenuti protetti, dopo aver negoziato con autori ed editori le condizioni, inclusa ovviamente una remunerazione, interamente a carico del bilancio pubblico. Sembra questo un modello difficilmente replicabile in mercati più ampi, dove il prezzo diverrebbe proibitivo per garantire l'accesso a una platea molto vasta di utenti.

Gli snodi critici che l'insieme di queste esperienze ha evidenziato sono essenzialmente due: la gestione dei diritti d'autore e l'interoperabilità tra i sistemi. Abbiamo già visto come la stessa iniziativa di Google abbia dovuto confrontarsi con il tema dei diritti, con atteggiamenti talvolta un po' disinvolti, basati sul principio, inesorabile per un'azienda tecnologica, dell'agire prima e affrontare le conseguenze poi: «Noi digitalizziamo testi protetti, se proprio l'avente diritto non vuole, ce lo fa sapere e li togliamo», con un evidente rovesciamento della logica del diritto d'autore, come se un editore dicesse: «Ehi, Mrs Rowling, ho fatto una nuova edizione di quel tuo libro con un maghetto, ma se non fossi d'accordo da domani smetto di venderla» e pretendesse di non pagarne il fio. Certamente, la semplificazione era eccessiva, non tenendo per altro conto dell'intera catena dei diritti, e di fatto non prendendo affatto in considerazione gli autori, che pure talvolta sono gli unici a poter autorizzare quella specifica riproduzione.

Nei giorni in cui scrivo queste righe Google festeggia i suoi (soli!) dieci anni di vita, che gli sono bastati per rivoluzionare la rete e con essa le nostre abitudini, non solo con la pervasività del suo motore di ricerca principale, ma con mille altre iniziative: maps, news, scholar, earth, desktop, image ecc. Colpisce allora un dato: l'iniziativa sui libri ha quattro anni, durante i quali i progressi fatti sono stati pochi e il sistema sembra ancora essere ai primi passi, in attesa di un lancio definitivo. Che il peso dei libri sia tale da riuscire a ritardare una così potente locomotiva?

Il fatto è che le cose, nel nostro mondo, sono complesse e coinvolgono molte persone che hanno i propri diritti individualmente garantiti (i singoli autori, i singoli editori, i singoli bibliotecari), così che anche i giganti devono farsene una ragione e accet-

tare il terreno del dialogo e dei tempi che il dialogo richiede. Non vorrei finire per fare un elogio della lentezza, ma almeno suggerire di sfuggire alla frenesia della concitazione, e considerare alla fine che i quattro anni passati non sono stati tempo perso. E in particolare sono significativi i risultati del dialogo che in questi anni si è animato, il che va ascritto al merito (involontario?) di chi quel meccanismo ha messo in moto.

Un merito più diretto va riconosciuto alla Commissione europea, che molto ha insistito sul tema, nominando un «gruppo di esperti» con rappresentanti dei diversi gruppi di interesse (i bibliotecari, gli autori, gli editori e produttori dei diversi media, le società di gestione collettiva di diritti, e – in una seconda fase – lo stesso Google, privilegiando la sua rilevanza rispetto alla sua nazionalità). Il gruppo ha discusso per quasi due anni su vari temi, e – nello specifico – sul tema della gestione dei diritti d'autore, e alla fine è addivenuto a un accordo in cui sono affrontati i principali temi: quali i limiti da rispettare nei processi di digitalizzazione? Come trattare le cosiddette «opere orfane» (quelle, pur ancora protette, per le quali non si riesce a trovare l'avente diritto)? Come gestire i diritti sulle opere fuori commercio? In quali casi e secondo quali principi impostare politiche di gestione collettiva dei diritti? Nel giugno 2008 le diverse parti coinvolte e la Commissione europea hanno firmato un accordo sull'insieme dei punti controversi, che attendono ora di essere messi in pratica.

E qui arrivo a qualcosa che sta avvenendo anche nel nostro paese, avendo finora – mi accorgo – citato un po' tutta l'Europa ma non l'Italia. Per implementare i principi sottoscritti è stato creato un progetto denominato Arrow (Accessible Registries of Rights information and Orphan Works towards European), al cui coordinamento è stata chiamata l'Aie e i cui sviluppi tecnologici saranno concentrati nel Cineca, il principale consorzio tecnologico delle università italiane. Il progetto coinvolge ai massimi livelli tutte le comunità di interesse. Vi partecipano infatti, a vario titolo, la Federazione degli editori europei, la European Digital Library Foundation, Ifrro (la Federazione internazionale delle società di gestione collettiva in ambito letterario), lo European Writer's Congress e, in ben dodici paesi europei, sette biblioteche nazionali (tra le quali quelle francese, spagnola, tede-

sca e britannica), cinque associazioni di editori, sei società di gestione collettiva di diritti. Tra l'altro, tutte le esperienze sopra citate (Gallica-2, Libreka e quella della Biblioteca nazionale norvegese) sono parte del progetto.

L'idea è semplice per quanto la sfida sia improba: mettere in pratica i principi fissati dal gruppo di esperti europei e sviluppare strumenti per facilitare in primo luogo l'individuazione dei titolari dei diritti e in seconda istanza la negoziazione delle necessarie autorizzazioni, per usi diversi. Per farlo, l'approccio è quello di promuovere l'utilizzo di standard comuni per gestire le informazioni sui diritti, riproducendo in questo ambito l'infrastruttura immateriale già esistente per lo scambio delle informazioni sui libri.

Ma siamo ancora in Europa, e al più a un ruolo italiano nel contesto europeo. Ma cosa accade più concretamente nel nostro cortile di casa? Non sarà sfuggito che nell'elenco dei partner bibliotecari di Arrow non ve ne sia (per ora) uno italiano. Non è ovviamente una dimenticanza. Il fatto è che per anni il colloquio tra editori e biblioteche su questo terreno è stato pressoché nullo nel nostro paese. Ma fa piacere poter dire che oggi le cose stanno cambiando, che gruppi di lavoro specifici sono in via di formazione tanto tra Aie e Aib, che nel settembre 2008 hanno creato un tavolo stabile di confronto, che si occuperà anche di questi temi, quanto con il ministero per i Beni e le Attività Culturali, che ha la primaria responsabilità nei programmi delle biblioteche digitali italiane.

Al momento in cui scrivo (settembre 2008) si tratta ancora di propositi, ma spero che chi legge queste righe avrà la possibilità, con una rapida ricerca in Internet (con Google, *of course?*), di verificare quali progressi sono stati fatti, anche nel breve lasso di tempo necessario per l'uscita del presente libro.

IL PUBBLICO
DELLE BIBLIOTECHE
Alleanza per la
lettura cercasi.
Prove tecniche
di collaborazione
fra editori
e bibliotecari
di Stefano Parise

Il 2008 ha registrato un'interessante novità nelle dinamiche interne alla filiera del libro: dopo anni di incomprensioni, editori e bibliotecari hanno iniziato a confrontarsi per individuare strategie per l'innalzamento dei tassi di lettura e lo sviluppo del mercato editoriale in Italia.

Che in Italia esista, fra le tante «questioni» nazionali, anche un problema legato ai bassi indici di lettura è fatto noto e risaputo. Le indagini realizzate fra 2006 e 2008 sono pressoché unanimi nel confermare una situazione di stallo quando non addirittura di lieve flessione: secondo l'indagine Censis, l'indagine Mondadori/Ipsos e i dati rilevati da GfK-Eurisko nel nostro paese quasi un italiano su due non legge e solo uno su venti legge più di un libro al mese; tra i lettori, la metà (46,2%) non legge più di tre libri all'anno. Un mercato, a ben vedere, fra i più angusti nel panorama europeo, dove le differenze possono arrivare a venti e più punti percentuali. Altrettanto noto è che la crisi in atto sia aggravata dall'assenza endemica di politiche nazionali o piani di intervento finalizzati a contrastare il fenomeno e ad accrescere la rilevanza sociale della lettura, e dalla fragilità strutturale delle reti di soggetti che dovrebbero essere i protagonisti di tali politiche: biblioteche e editori.

Per quanto riguarda le prime, il settore presenta forti discontinuità delle quali non è possibile cogliere compiutamente tutte le implicazioni: l'assenza di un sistema nazionale di rilevazione statisti-

ca che superi il semplice censimento delle strutture, infatti, impedisce di valutare i dati funzionali e persino i principali risultati di servizio, come il numero annuo di prestiti. Tale carenza è aggravata dallo scarso grado di cooperazione che caratterizza i rapporti fra i vari livelli istituzionali che hanno responsabilità nella gestione bibliotecaria: Stato, regioni, enti locali, università. L'universo delle biblioteche italiane comprende 12.361 istituti, per oltre la metà appartenenti agli enti locali; seguono, per consistenza, le biblioteche universitarie, ecclesiastiche, di accademie, associazioni, fondazioni (fonte: Iccu). La distribuzione territoriale evidenzia un notevole squilibrio fra Nord e Sud del paese: la metà circa delle biblioteche (50,7%) è localizzata nelle regioni del Nord, il 20,6% nel Centro e il 28,6% nel Mezzogiorno (fonte: Istat). I dati sulla consistenza del patrimonio bibliografico disegnano un panorama a prevalenza di strutture piccole e deboli: nel 68,4% dei casi le raccolte non superano i 10.000 volumi, il 28,9% può contare su una dotazione compresa fra 10.000 e 100.000 volumi, mentre soltanto il 2,7% supera tale soglia. L'inadeguatezza dell'offerta documentaria è aggravata dall'insufficienza della spesa per il potenziamento delle raccolte, stimata dall'Aie attorno al 5% del fatturato complessivo del mercato librario nel 2003 e ridottasi negli ultimi cinque anni del 26% (dati tratti dal *Libro bianco* dell'editoria 2006). La divaricazione nella distribuzione territoriale dei servizi si riflette in maniera marcata sulla fruizione: secondo quanto rilevato dall'Istat, nel 2006 solo l'11,7% della popolazione di 11 anni e più dichiarava di essere stata in biblioteca almeno una volta nei 12 mesi precedenti; di questi oltre la metà lo aveva fatto esclusivamente per motivi di studio o lavoro (51,7%), il 36,4% unicamente nel tempo libero, mentre il 10,5% per entrambi i motivi. Le biblioteche risultavano più frequentate nel Nordest (16% della popolazione) e nel Nordovest del paese (13,5%), ovvero laddove è maggiore la concentrazione di strutture e maggiormente sviluppata la gamma dei servizi offerti, mentre le percentuali diminuivano drasticamente nel Sud (7,7%) e nelle Isole (9,4%). I maggiori frequentatori, con punte superiori del triplo rispetto alla media nazionale, risultano essere ragazzi fra 11 e 17 anni, con una forte predominanza di genere femminile. A partire dai 25 anni i frequentatori calano significativamente, con una marcata accelerazione nei

maschi, e dopo i 34 anni generalmente crollano sotto il 10% (questi dati e i successivi sono tratti da *La lettura di libri in Italia*, ricerca condotta dall'Istat nell'ambito dell'indagine multiscopo «I cittadini e il tempo libero», maggio 2006).

Questo sintetico quadro d'insieme non rende tuttavia giustizia alla complessità del sistema bibliotecario italiano: dietro il sostantivo «biblioteca» si nascondono infatti istituti di diversa titolarità e vocazione, che svolgono funzioni diversificate. Le grandi biblioteche nazionali, di titolarità statale, e le biblioteche storiche conservano patrimoni librari di inestimabile valore e sono orientate prevalentemente alla loro tutela e valorizzazione; le biblioteche universitarie svolgono una funzione di supporto alla didattica e alla ricerca, fornendo servizi di documentazione avanzata alla propria utenza istituzionale (studenti, docenti, ricercatori); le biblioteche di pubblica lettura, finanziate e gestite in massima parte dagli enti locali, garantiscono servizi bibliografici non specialistici, di consultazione, prestito, documentazione alla comunità locale di riferimento, nonché l'accesso all'informazione, la conservazione e la valorizzazione delle testimonianze registrate della storia e delle tradizioni locali, la promozione della lettura attraverso programmi strutturati e continuativi in collaborazione con scuole e associazioni del territorio, con particolare riferimento a bambini e ragazzi. Le biblioteche scolastiche – che rappresentano l'anello mancante del sistema, per via dell'assenza nel nostro ordinamento della figura del bibliotecario scolastico – assolvono il compito di sostenere l'attività didattica e l'istruzione degli studenti sino alla scuola secondaria superiore.

Di questa articolazione di ruoli e funzioni si perdono sfortunatamente le tracce nelle ricerche condotte a livello nazionale: l'Istat, per esempio, restituisce l'immagine di un istituto percepito e utilizzato dai cittadini prevalentemente come luogo dell'apprendimento, soprattutto in età scolare, e in misura sensibilmente minore per il tempo libero. Le motivazioni che spingono maggiormente le persone ad andare in biblioteca sono il prestito (59,1%), leggere e studiare (44,5%), raccogliere informazioni generali o bibliografiche (42,4%) e, in misura minore, consultare cataloghi (11,8%), prendere in prestito quotidiani e riviste (7,4%) o materiale audiovisivo (8,5%). Tuttavia, non è dato sapere se esista una

correlazione fra motivazione all'uso e tipologia di biblioteca, mentre emerge una chiara differenziazione fra aree del paese: la frequentazione nelle biblioteche del Nord risulta fortemente orientata all'attività di prestito, mentre nel Centrosud prevale la consultazione dei cataloghi, la lettura e lo studio in sede, la raccolta di informazioni. Ciò appare conseguenza diretta del maggiore livello di sviluppo e di diversificazione dell'offerta di servizi raggiunto dalle biblioteche nelle regioni a nord.

All'incompletezza del sistema bibliotecario nazionale fa da contraltare un settore dell'editoria libraria fortemente eterogeneo. Nel 2007 il mercato ha raggiunto un giro d'affari complessivo di 3.700 milioni di euro, con oltre 61.000 titoli pubblicati e 266 milioni di copie prodotte, e ha dato occupazione a poco meno di 20.000 addetti. L'Istat nel 2006 ha censito 3.149 imprese editoriali, di cui solo il 55% ha pubblicato almeno un'opera nell'anno considerato. Di queste il 61,9% appartiene alla categoria del «piccoli editori» (da 1 a 10 libri pubblicati nell'anno) e solo l'11,5% ai «grandi editori» (più di 50 titoli l'anno); questi ultimi, tuttavia, immettono sul mercato il 75% delle opere pubblicate, pari al 90% del valore della produzione libraria nazionale. La frammentazione del settore è attestata anche dalle rilevazioni condotte dall'Aie, che nel 2007 ha stimato in 1.016 gli editori che hanno una presenza organizzata sul mercato (ovvero pubblicano almeno un titolo al mese, hanno un piano editoriale, una distribuzione in libreria e almeno 100 titoli commercialmente vivi in catalogo).

In un contesto siffatto verrebbe naturale pensare che i due principali attori della cosiddetta «filiera del libro» abbiano nel tempo consolidato, se non azioni di reciproco sostegno, almeno strategie collaborative per ovviare alle debolezze strutturali del sistema. Questa esigenza è sottolineata anche dai principali documenti internazionali d'indirizzo in tema di promozione della lettura. Se il Manifesto Unesco per le biblioteche pubbliche recita genericamente che «deve essere garantita la cooperazione con i partner relativi», la *Carta del Lettore*, manifesto elaborato dal Comitato per la lettura dell'Unione internazionale degli editori (Uie) sotto l'egida dell'Unesco, indica nell'«alleanza» fra biblioteche, editori e librai – eventualmente corroborata dall'apporto di organizzazioni culturali, educative e sociali impegnate nella promozio-

ne della lettura – «il solo modo di rendere i libri e la lettura accessibili a tutti, quale che sia la condizione di ciascuno».

Il richiamo alla cooperazione contenuto nei documenti citati non è stato condizione sufficiente per avviare un confronto fra i diversi punti di vista, che in questi anni hanno preferito fronteggiarsi piuttosto che dialogare. Tra i fattori che hanno determinato lo stallo, in primo luogo una pregiudiziale di tipo ideologico, che collocava su fronti opposti e inconciliabili chi operava sulla base di finalità di pubblica utilità e in un contesto non profit e quanti appartenevano a un sistema industriale che produce utili con la vendita di prodotti culturali, frutto dell'attività letteraria e pubblicistica; in secondo luogo la percezione, nutrita in particolare dagli editori, che l'attività delle biblioteche – segnatamente il prestito e, in anni più recenti, l'accesso a risorse documentarie e informative fornito attraverso tecnologie digitali – rappresentasse una sorta di concorrenza sleale a danno del mercato editoriale, unitamente a una generale sottovalutazione del beneficio recato alla conoscenza e alla promozione del prodotto editoriale svolta dalle biblioteche; sul versante opposto, un'avversione di principio per i vincoli derivanti dalla normativa sulla proprietà intellettuale, percepiti come indebite restrizioni alla libertà d'accesso all'informazione e alla conoscenza.

Gli editori, cogliendo l'opportunità derivante dall'evoluzione di una normativa comunitaria sempre più orientata al rafforzamento delle facoltà esclusive di autori e produttori e a garantire lo sfruttamento economico dei cosiddetti «diritti secondari» (dalle riproduzioni agli utilizzi resi possibili dalle tecnologie digitali), hanno ottenuto, grazie al recepimento di alcune direttive europee, la remunerazione *ope legis* per le fotocopie effettuate in biblioteca e per il diritto di prestito pubblico.

I bibliotecari hanno percepito questi provvedimenti come lesivi del principio di gratuità del servizio di pubblica lettura sancito anche dal Manifesto Unesco, dando vita a campagne di sensibilizzazione dell'opinione pubblica e protesta che tuttavia, pur portando questi temi all'attenzione dei media nazionali, non hanno impedito l'adozione dei provvedimenti contestati: si veda a proposito il sito della campagna europea contro il prestito a pagamento in biblioteca (www.nopago.org) e la posizione dell'Aib (www.aib.it/aib/cen/prestito0506.htm). Lo scontro sul diritto di

prestito ha segnato il punto più alto del contrasto, perché capace di acuire, nella maggior parte degli operatori, il riflesso che porta da un lato a opporsi a qualsiasi istanza che miri ad allargare le maglie delle cosiddette «libere utilizzazioni», dall'altro a opporsi fermamente a qualsiasi tentativo di far valere i diritti legati allo sfruttamento commerciale della proprietà intellettuale.

E tuttavia, pur in un clima non favorevole, gli ultimi anni hanno visto l'avvio e il consolidamento di esperienze di collaborazione circoscritte ma significative, come nel caso dei «Presidi del libro», da cui è nata nel 2006 l'associazione «Forum del libro».

Anche «Nati per leggere», progetto promosso dall'Aib con l'obiettivo di promuovere la lettura ad alta voce ai bambini di età compresa tra i sei mesi e i sei anni, è sostenuto da numerosi editori per ragazzi, che pubblicano libri in edizione speciale destinati al progetto e offrono particolari condizioni di acquisto a biblioteche, studi pediatrici, associazioni ed enti.

Il settore editoriale per i giovani lettori si è dimostrato il più sensibile alla cooperazione, come dimostra la recentissima pubblicazione del portale www.editorixragazzi.it, realizzato da Aie e dai principali editori del settore in stretta collaborazione con la Commissione nazionale biblioteche per ragazzi dell'Aib. Il sito «ha come obiettivo principale la promozione della lettura per le fasce più giovani, e intende fornire a tutti i potenziali interessati informazioni sui titoli per bambini e ragazzi in commercio» e nasce in primo luogo su sollecitazione delle biblioteche specializzate, che necessitano di informazioni affidabili, tempestive e aggiornate.

Accanto alle sperimentazioni, un'ulteriore occasione per un'alleanza più stretta è stata offerta dalla nuova legge sul deposito legale e dal relativo regolamento in vigore dal 2 settembre 2006 che, tra le maggiori innovazioni, introduce l'archivio regionale della produzione editoriale e indica l'editore come primo soggetto obbligato al deposito. Il collegamento tra le case editrici e gli istituti bibliotecari, senza più l'intermediazione delle prefetture, rappresenta l'occasione per un rapporto più diretto, in particolare tra gli editori e la biblioteca del territorio beneficiaria del deposito legale.

La verità è che i due sistemi, nell'era digitale, risultano per molti aspetti sempre più interdipendenti: la semplicità con cui oggi si producono e diffondono contenuti editoriali richiede ai sog-

getti che in un contesto tradizionale svolgevano una funzione di mediazione fra autori e lettori di adeguare rapidamente strategie di mercato e canoni biblioteconomici, per evitare di essere marginalizzati dall'affermarsi di paradigmi e pratiche di negoziazione diretta fra produttori e consumatori di cultura; funzioni che, oggi, risultano sempre meno separabili. Le esperienze citate mostrano in maniera inequivocabile che i due sistemi possono reciprocamente giovare di processi collaborativi. Un'interdipendenza esplicitamente riconosciuta dagli editori nel 2006 con il *Manifesto per le politiche del libro nella XV legislatura* (scaricabile dal sito www.statigeneralidelleditoria.it), che ha posto lo sviluppo delle biblioteche pubbliche e universitarie e l'avvio di un piano speciale per le biblioteche scolastiche fra le condizioni irrinunciabili per lo sviluppo della lettura in Italia.

Nel 2007 il governo allora in carica ha avviato un progetto di revisione della legge sul diritto d'autore, coinvolgendo varie categorie di portatori di interessi. L'Aib ha elaborato proposte di riforma che andavano nella direzione di equilibrare i diritti esclusivi di utilizzazione economica con quelli dell'accesso al patrimonio culturale, che trovano fondamento in diritti costituzionalmente protetti, mentre l'Aie ha ribadito, con una proposta congiunta Aie-Siae, l'adesione all'impostazione sancita dalle numerose direttive europee succedutesi sul tema. Tuttavia, all'inizio del 2008, nel corso della discussione scaturita su questo tema, le parti hanno constatato l'esistenza di alcuni punti d'accordo e altri di possibile convergenza e avviato un dialogo che è sfociato, a settembre, nella costituzione di un tavolo di confronto permanente su temi di interesse comune, come, per esempio, il ruolo del Centro per il libro e la lettura (istituito in seno alla Direzione Generale per i Beni librari, gli Istituti culturali e il Diritto d'autore del ministero dei Beni e delle Attività Culturali con decreto del ministro per i beni e le attività culturali il 28 ottobre 2005 e inizialmente definito «Istituto per il libro», ha assunto nel 2007 la denominazione attuale), la continua riduzione dei fondi delle biblioteche, gli effetti dei tagli programmati sul sistema bibliotecario universitario, l'esiguità dei fondi per la promozione della lettura, il diritto d'autore. Ad altri tavoli tecnici di lavoro sono demandati lo studio e l'implementazione di politiche condivise e lo sviluppo di progetti innovativi,

per esempio su temi quali le biblioteche scolastiche. Questa convergenza, pur nella consapevolezza della differenza degli interessi rappresentati e di talune posizioni di principio, lascia ben sperare per il futuro, sempre che le reciproche pregiudiziali di fondo non finiscano per prendere il sopravvento.

Più difficoltosa, invece, appare la ricerca di convergenze sul terreno del digitale. L'importanza crescente dei cosiddetti «diritti secondari» nei modelli di business e la diffidenza nei suoi confronti che ancora connota settori non secondari del mondo editoriale tende a far percepire l'innovazione tecnologica più come una minaccia da contenere che come una grande opportunità di crescita. Naturalmente il mezzo digitale rende più agevole la riproduzione dei supporti, esponendo maggiormente al rischio di perdita di profitto. Accanto a ciò permane il retaggio di una cultura imprenditoriale «analogica nativa», che porta gli editori a rifiutare (o a non investire su) soluzioni tecniche già ampiamente diffuse all'estero per scarsa familiarità con la problematica e con il mezzo. Di qui la tentazione di imporre nuove restrizioni ed esclusioni, con il rischio di trasformare il nuovo contesto tecnologico in una macroscopica occasione persa.

Ma l'arretratezza non è solo una prerogativa di parte editoriale. L'Aie coordina il progetto europeo Arrow (per maggiori informazioni sul progetto si veda il contributo di Piero Attanasio nel presente volume). I promotori riferiscono di aver cercato a più riprese di individuare un interlocutore fra le principali istituzioni bibliotecarie italiane. Senza esito, almeno per ora.

MONDO LIBRO 2008

Calendario editoriale

28 ottobre 2008. L'algoritmo del libro futuro
di Raffaele Cardone

Le cifre del libro

La capacità di «tenuta» dei libri
di Paola Dubini ed Elena Raviola

Almanacco ragionato delle classifiche

Messaggi rassicuranti e torbide peripezie
di Giuseppe Gallo

Diario multimediale

Focus sulla digital generation
di Cristina Mussinelli

CALENDARIO
EDITORIALE
28 ottobre 2008.
L' algoritmo
del libro futuro
di Raffaele Cardone

Nuove oligarchie elettroniche. Il sapere universale ha fatto click, ed è nato il più grande editore del futuro: un'agenzia pubblicitaria. I potentati dell'educational e del professionale ci aiutano a capire «di cosa parliamo quando parliamo di libri». Il marketing e i social network: c'è la bacchetta, però manca ancora la formula magica per scuotere il consumo di lettura. Tramonta lentamente il mito dei nuovi mercati.

Mentre Barack Obama voltava la prima pagina del new deal americano, nello stesso paese un altro deal – tra i più grandi nel suo genere in tutta la storia dell'editoria – segnava il vero anno zero della smaterializzazione del libro. La data, il 28 ottobre 2008: un momento poco propizio perché le cronache registrarono la nascita del più potente editore del mondo.

Ma tant'è. Dopo sette milioni di libri passati allo scanner e raccolti in un'immensa libreria virtuale, Google ha messo sul piatto 125 milioni di dollari per risolvere la controversia che lo opponeva da tre anni sia all'Association of American Publishers (Aap) – rappresentata in tribunale da McGraw-Hill, Pearson Education, Penguin US, John Wiley e Simon & Schuster, ovvero alcuni tra i pezzi da novanta dell'editoria educational e professionale del mondo –, sia all'Authors Guild, il temibile sindacato degli autori americani. L'accordo è fatto, con piena soddisfazione delle parti: il diritto d'autore dei libri contenuti in Google Book Search, un milione di testi in catalogo, altri milioni fuori catalogo ma ancora sotto diritti, sarà d'ora in poi riconosciuto economicamente. Il motore di ricerca più diffuso del pianeta (oltre il 60% di chi usa Internet passa da lì), l'alfiere del libero accesso alla cultura, è sceso a patti con i propri principi etici (che però non contemplavano il

copyright) e ha quindi accettato di «vendere» la lettura online dei titoli in questione, di tenersi un terzo dei proventi e dare i due terzi ad autori e editori. La contabilità sarà affidata a un organismo indipendente non profit, il Book Rights Registry, creato ad hoc; gestirà i diritti d'autore e il registro di chi, autori o editori, vuole essere in catalogo e di chi no. L'accesso al programma è gratuito per le biblioteche, a pagamento per enti, organizzazioni, college e università. Per i singoli utenti si sta ancora discutendo: per adesso i libri acquistati restano su un apposito scaffale virtuale all'interno del proprio account, ma è ragionevole pensare che presto i file saranno scaricabili sul computer di casa.

Cosa c'è di così importante in questa faccenda?

La smaterializzazione del libro, il suo passare dalla carta ai vari formati digitali, alimenta da una decina d'anni la speranza in un potenziale allargamento del mercato. Così non è stato. Quello che doveva essere l'applicazione killer, il reader portatile pensato come gadget tecnologico, non sta al libro come l'iPod alla musica, non raggiungerà mai quel successo, quei volumi di vendita, quello status sociale che ha fatto la fortuna di Apple e affondato il mercato dei cd musicali. Neppure alla terza, sofisticata, generazione tecnologica degli e-book (2007/2008); neppure quando Amazon, la più grande libreria del mondo, il 12% del mercato americano, ha giocato lo scorso anno la carta di Kindle, un reader creato per leggere gli acquirenti al proprio sito, dove i libri possono essere comprati solo lì, ma garantendo agli editori una macchinosa procedura che rende impossibile lo scambio gratuito su Internet e quindi la salvaguardia del copyright. Su Kindle, infatti, i testi in pratica si «noleggiano», non si possono scaricare su un computer: in altre parole, si resta sempre online, non si è mai in possesso di un file-libro. Né si può caricare qualsiasi altro formato di e-book, e anche copiare un semplice file di Word richiede una certa competenza. Il Sony Reader, molto più flessibile e aperto di Kindle, si è diffuso solo nella nicchia degli addetti ai lavori e, insieme ai concorrenti di terza generazione (iLiad, Cybook ecc.), è impastoiato da un problema enorme e irrisolto: la mancanza di uno standard comune. Per di più, nessuno dei produttori di questi aggeggi ha mai dichiarato quanti ne siano stati effettivamente venduti, e quando manca un dato di questo tipo, capace di spingere le vendite, creare potere

contrattuale con i possibili partner e dare un contributo al valore azionario, vuol dire che di libri elettronici se ne sono venduti pochi, troppo pochi per dirlo.

In questa situazione arriva l'accordo tra la l'Aap, l'Authors Guild e Google. Il Profeta del net, sempre due passi avanti agli altri, entra legittimamente nell'editoria libraria con la benedizione di autori e editori americani, perché ha creato – in parte a spallate, in parte grazie a un intuito visionario autofinanziato con grande generosità – qualcosa di nuovo: un sistema e, potenzialmente, un nuovo mercato.

Google Book Search è di fatto un editore, il primo del mondo se pensiamo al numero dei volumi della sua library e al potenziale distributivo, di contatti e servizi a cornice del misterioso algoritmo che ha fatto il successo del motore di ricerca. Google è il primo vero editore elettronico della storia dell'editoria: ha preso milioni di testi e li ha riconfezionati in digitale in modo del tutto autonomo, a sue spese. I libri elettronici di Google non sono file comprati o ceduti dagli editori, ma libri forniti, e passati a un sofisticato scanner, dalle principali biblioteche mondiali (finora sono ventisette, da quella di Harvard alla New York Library, e molte tra le più importanti negli Usa, Spagna, Svizzera, Germania e Giappone), e editati in un nuovo formato digitale; né più né meno di quello che fa un editore specializzato nella riedizione di libri in formato tascabile o un club del libro. Con una marcia in più: fornisce un servizio che nessun altro può dare. Oltre un milione di libri sono infatti già consultabili *full text*, e presto lo saranno tutti; di altri si potevano leggere solo estratti o sommari, ma con il nuovo accordo sono tutti disponibili nella loro integrità, anche se per quelli sotto diritti bisognerà pagare qualcosa. Per molti titoli sotto copyright, invece, è garantito il libero accesso a non più del 20% del testo, abbastanza per avere un'idea del contenuto. Google ha effettivamente creato un nuovo mercato, rivolto per adesso a studenti, studiosi, professionisti e biblioteche, che non a caso sono le grandi sostenitrici del progetto, vuoi per ragioni ideologiche (l'accessibilità del sapere), vuoi per ragioni gestionali. Ma è chiaro che l'idea è quella di raggiungere tutto il pubblico, il lettore universale. E proprio per questo il sistema Google permette ad autori e editori di poter ricevere royalty da libri di fatto irripetibili o ufficialmente

fuori catalogo, o di poter pubblicare titoli a bassa tiratura distribuiti solo su questo canale, evitando i costi di produzione e distribuzione. Non sarà la transitorietà dei bestseller a dare energia cinetica a Google Book Search, ma le potenzialità di un sistema e di una rete di relazioni che distribuisce qualsiasi libro, in qualsiasi parte del mondo, nelle principali lingue, con un solo click.

Ormai pienamente «legalizzato», Google Book Search è il primo editore mondiale di libri «smaterializzati», e sarà un protagonista imprescindibile del futuro editoriale. Capire chi è adesso rende l'idea: Google è un'enorme agenzia pubblicitaria. Nel 2007 il suo fatturato è stato di 20,92 miliardi di dollari, ovvero il valore di tutti i mercati europei del libro messi insieme, con un reddito netto (*net income*) di 5,11 miliardi di dollari, pari al 24,4% del fatturato, una percentuale che per l'editoria libraria tradizionale è un sogno. E, soprattutto, non ha concorrenti in un servizio senza equivalenti per ruolo strategico. Inoltre Google non ha debiti, ha oltre 20.000 impiegati, il 99% del fatturato deriva dalla vendita di spazi pubblicitari – visto che il 63% (secondo il «Financial Times») del solo traffico americano delle ricerche su Internet passa dal suo portale – e ha una fidelizzazione molto radicata tramite Gmail, Google Maps, Google Earth e YouTube (acquisita per 1,65 miliardi di dollari), solo per citare i suoi assi più conosciuti, e decine di altri servizi, incluso un nuovo browser che potrebbe mandare in cantina tutti quelli in uso adesso. Alcuni osservatori sostengono che Google abbia comprato l'accordo per un piatto di lenticchie – e a vedere i suoi dati finanziari è probabilmente vero – e che per Aap e Authors Guild non c'erano molte alternative, visto che la potenza dell'azienda e il dato di fatto, sette milioni di titoli, parlavano da soli. E questa è la parte inquietante. Da oggi Google apre l'epoca dei libri elettronici su grande scala, mischiando le funzioni di editore a quelle di libraio, bibliotecario e distributore. Ma vive di pubblicità, e anche i libri gli servono per veicolarla: tuttavia, secondo l'accordo, i proventi realizzati dagli avvisi pubblicitari posizionati accanto alle pagine dei libri saranno divisi con lo stesso criterio, 37% al motore di ricerca, 63% ad autori e editori: con questo Google incassa un'altra benedizione degli editori. Non è difficile immaginare quanto possa diventare ingombrante la sua presenza nell'editoria, sostenuta, almeno a parole, dalla sua ambi-

zione prometeica di realizzare il mito della conoscenza universale, un atteggiamento ideologico che sta generando pesanti inquietudini. Ci si chiede: è prudente che un soggetto privato, monopolista della ricerca su Internet, concentri nelle sue mani la più vasta accessibilità al sapere – anche quello tecnico e scientifico – oltre a una biblioteca che per numero di volumi è la terza nel mondo, dopo la Library of Congress e la British Library? Gli editori vedono a ragione Google Book Search come una grande opportunità; al tempo stesso non ha senso chiedersi se possa condizionare il mercato nei prossimi anni, ma solo in che modo e con che tempi lo farà (Randall Stross, *Planet Google: How One Company's All-Encompassing Vision Is Transforming Our Lives*, 2008; Jean-Noël Jeanneney, *Quand Google défie l'Europe*, 2006).

Guardiamo ora a chi se lo trova come concorrente nel proprio ramo d'affari. Le librerie online, Amazon prima fra tutte. Per esempio, cosa starà pensando Amazon del proprio futuro digitale, un futuro in cui crede, visto che si è lanciata con entusiasmo nella realizzazione di Kindle? Come potrà competere con un «sistema» come quello di Google al quale basta girare un interruttore per poter vendere i file-libro che crescono, per ora, al ritmo di due milioni l'anno? Per avere un termine di confronto, un colosso come Amazon ha un fatturato di 18,12 miliardi di dollari, lo stesso numero di impiegati di Google, ma un reddito netto di «soli» 626 milioni di dollari e circa 1,3 miliardi di debiti: troppo pochi per mettere in pista progetti seriamente competitivi.

A questo punto sono necessarie delle distinzioni, e per farle torniamo alla tradizionale editoria cartacea, perché – con l'ingresso del digitale – quello editoriale è un mercato complesso e dalle molte sfaccettature, e perché bisogna tener presente che ciò che succede negli Stati Uniti – il primo mercato librario – prima o poi si diffonde nel resto del pianeta.

La porzione di mercato percepita da un normale lettore, utente di libreria, è quella della fiction, della saggistica e della varia. Come abbiamo visto, il libro elettronico portatile non è diventato un fenomeno di massa e, data la palese impossibilità di leggere un romanzo al computer, tutto il discorso su Google potrebbe sembrare eccessivo. La classica lettura di un romanzo potrebbe quindi restare ancora per parecchio tempo su carta. Ma sappiamo

che i comportamenti di lettura sono in rapida evoluzione e i ragazzi non hanno diffidenza verso i testi proposti su uno schermo. Al tempo stesso, la capacità di lettura di testi lunghi è in costante flessione, come aveva anticipato negli anni novanta il sociologo Jean Claude Passeron e come ci avvisa la neuroscienziata cognitivista Maryanne Wolf (*Proust and the Squid*, 2007), perché la lettura è una delle attività tra le più complesse che il nostro cervello deve affrontare e va tenuta in costante allenamento. Un allenamento che per le nuove generazioni non vuol certo dire lettura ludica, di intrattenimento, ma scuola, università, studio, aggiornamento professionale.

Detto questo, a che lettura si dedicheranno, prevalentemente, i giovani occidentali di domani e le nuove generazione nate in Cina, India, Russia e Brasile, i paesi che l'editoria vedeva come l'Eldorado dei «nuovi mercati», dove espandersi e vendere i propri libri? Leggeranno prevalentemente libri scolastici e testi di studio e aggiornamento, tecnici, scientifici, medici e giuridici, perché l'imperativo è quello di guadagnarsi un posto al sole in un mercato del lavoro sempre più competitivo e globalizzato.

Proprio da questa prospettiva, quando ci chiediamo «di cosa parliamo quando parliamo di libri», e quindi della loro smaterializzazione, un dato evidente ci viene dall'identità dei big dell'editoria planetaria, i Mogul del libro.

La seconda indagine condotta sull'editoria libraria mondiale da Rüdiger Wischenbart Content and Consulting (2008) mette in fila i 75 editori che, nel mondo, fatturano almeno 100 milioni di euro: per l'Italia, in classifica solo Gems, Mondadori, Rizzoli e De Agostini.

Cosa salta all'occhio da una classifica di questo tipo? Che il Pianeta Libro è un iceberg. Le grandi sigle che vediamo nelle librerie italiane e internazionali non sono la leadership dell'editoria mondiale. I più grandi editori del mondo lavorano sotto la linea di galleggiamento e sono al timone della scolastica e dell'editoria professionale scientifica, tecnica e medica. Sono loro i messaggeri del sapere globale, loro che producono e diffondono testi che, per forza di cose, hanno un ruolo determinante nell'amministrazione della conoscenza e nella formazione delle coscienze civili e politiche.

Nella top ten, che per fatturato rappresenta il 51% del

mercato mondiale del libro troviamo, nell'ordine, Thomson Reuters, Pearson, Bertelsmann, Reed Elsevier, Wolters Kluwer, Hachette Livre, McGraw-Hill Education, Reader's Digest, Houghton Mifflin, Planeta/Editis, Scholastic. Thomson, canadese, di proprietà familiare, ha un fatturato di 5 miliardi di euro ed è leader incontrastata dell'editoria professionale. A poche lunghezze segue Pearson, la casa editrice del Gruppo Penguin, 4,8 miliardi di euro di fatturato riconducibili in gran parte alla scolastica, di cui è regina mondiale: i libri col pinguino sui banchi delle librerie sono solo una frazione, il 15% a valore, della divisione libri. Bertelsmann (4,4 miliardi) con Random House è la più grande casa editrice di varia e ha ceduto già da qualche anno a una banca d'affari una star del professionale come Springer, all'epoca la prima casa editrice tedesca. A seguire, però, due colossi anglo-olandesi del professionale (Reed Elsevier, 4,2 miliardi, e Wolters Kluwer, 3,4 miliardi), quindi Hachette Livre, che ha comunque una forte attività nella scolastica e, ancora, altri leader dell'educational come McGraw-Hill, Houghton Mifflin Harcourt e la stessa Planeta, che con la recente acquisizione di Editis si è assicurata una fetta del business dell'istruzione (e il decimo posto nella top ten). Anche in Giappone la prima casa editrice della seconda economia mondiale e del terzo mercato librario mondiale è Shogakukan: scolastica, reference, dizionari ed enciclopedie.

Se consideriamo che il valore globale del mercato del libro è di 70 miliardi di euro circa (Ipa-Uie), i primi dieci gruppi editoriali della nostra classifica realizzano il 51% della cifra d'affari totale, e di questa somma il 50% circa è editoria professionale, il 30% scolastica e il 20% editoria «generalista», più o meno quella che troviamo in libreria. Il cuore pulsante del mondo del libro è dunque nelle mani di pochi, e questi pochi amministrano i testi prodotti dalla ricerca scientifica, i reference, le interpretazioni giurisprudenziali e i testi scolastici di riferimento per gran parte della gioventù planetaria. Dietro le quinte, dunque, un'editoria libraria sconosciuta ai più lavora con un ruolo non certo secondario all'elaborazione della conoscenza, alla formazione della coscienza politica e sociale, e quindi all'amministrazione del consenso in maniera molto più determinante di quanto possano fare i libri che compaiono nelle classifiche dei bestseller. Bisogna poi tener conto

che alcuni di questi colossi del sapere sono in mano, come si vedrà più avanti, a banche d'affari: società per nulla interessate alla cultura e a un'etica coerente con l'oggetto dell'investimento, che guidi i comportamenti strategici e industriali.

Quanto pesa l'editoria elettronica per i super editori? Moltissimo. Alcuni esempi. Per la numero uno Thomson Reuters, testi e servizi in formato digitale rappresentano l'88% delle vendite. Wolters Kluwer è un pioniere del settore: leader dell'informazione medica e fiscale, già nel 2001 aveva imboccato la strada del digitale, nel 2004 era un terzo delle sue vendite, oggi oltre il 65%. Sempre nel 2004 Elsevier lancia un programma per le università pensato per integrare l'online con i testi cartacei, tanto da avere oggi interi settori del catalogo solo online; nel 2006 Springer Science (quasi un miliardo di euro di fatturato, già di Bertelsmann e ora in mano alle banche d'affari Cinven e Candover) decide di mettere tutte le riviste e i libri online, 100.000 titoli, 5.000 novità l'anno, e di venderli in formato elettronico e senza vincoli Dm.

Torniamo alla disputa americana sul Book Search: nel piatto di chi aveva messo i piedi Google? Quali editori avevano aperto il contenzioso per conto dell'Aap? McGraw-Hill, Pearson Education, John Wiley e Simon & Schuster: tutti editori di scolastica e professionale, tutti già in forze sull'online, con testi, studi, paper. La smaterializzazione del libro è quindi una rivoluzione già iniziata per oltre metà dell'editoria mondiale, quella sotto la linea di galleggiamento dell'iceberg, quella che non compare mai nelle classifiche dei bestseller, ma il mondo della cultura, le istituzioni e una buona parte dell'editoria se ne sta accorgendo solo ora. Non è un caso che nel moltiplicarsi di seminari, corsi, convegni sul digitale si vedano sempre più editori di varia, attenti a capire come gestire i diritti in questo nuovo scenario.

Negli ultimi tre anni l'editoria professionale e educational è stata scossa da una girandola di cessioni e acquisizioni che ha coinvolto molti big (Thomson Reuters, Elsevier, Harcourt, Houghton Mifflin, Wolters Kluwer) e alcune banche d'affari (tra le principali Apax, che ha creato il gruppo Cengage, e Education Media and Publishing Group, una sigla che cela una banca d'affari con sede alle Isole Cayman e controlla Houghton Mifflin Harcourt, uno dei

gioielli della scolastica made in Usa). L'attività di *merger & acquisition* è una conferma di come da un lato l'editoria educational/professionale cerchi costantemente di riposizionare il proprio business e puntare sull'innovazione, dall'altra di come anche in questo settore sia in atto un marcato processo di concentrazione, dove però le banche d'affari, e non gli editori, giocano un ruolo non secondario. L'editoria online può rappresentare una chance per medi e piccoli editori di questo settore? Dipende: per creare, offrire e vendere testi scolastici e manuali, studi e saggi specializzati bisogna avere le spalle grosse, una professionalità consumata, relazioni forti e molto denaro, ma la distribuzione diretta, via Internet, apre comunque una finestra competitiva rispetto ai potentati del settore. Comunque sia, l'editoria educational/professionale, la parte principale dell'editoria mondiale, sarà sempre più nelle mani di pochi, e questa non è una bella prospettiva per l'evoluzione del pensiero nella società globalizzata. Abbiamo un più vasto e più libero accesso ai contenuti, e va benissimo. Ma bisogna stare attenti su chi e come crea e amministra questi contenuti. Specie se la proprietà è nelle mani di investitori estranei alle logiche editoriali.

Veniamo all'altra metà del Pianeta Libro, l'editoria cosiddetta generalista. Per i gruppi e gli editori indipendenti centrati prevalentemente nella varia gli anni «buoni» si alternano a quelli fiacchi senza eclatanti variazioni. Narrativa, manualistica e saggistica sono settori governati dalla cessione di diritti, il cui mercato è fisiologicamente e strutturalmente lontano dalle dinamiche dell'editoria professionale e dell'educational. L'editoria d'arte ha già perfezionato il meccanismo delle coedizioni, e tutti gli altri segmenti hanno di fatto un mercato prevalentemente nazionale, o limitato alla propria area linguistica. Nell'editoria di varia è già passato di mano tutto ciò che si poteva comprare e vendere: mancava solo Editis (fatturato 760 milioni di euro), rimasta quattro anni nelle mani della banca d'affari Wendel Investissement e acquisita dal potente gruppo spagnolo Planeta (fatturato un miliardo di euro) che conquista la decima posizione della classifica mondiale. Probabilmente è stata questa l'ultima acquisizione possibile sul medio periodo, contando che Simon & Schuster (fatturato 607 milioni di euro, proprietà di Viacom-Cbs), ultima

casa editrice di varia ancora tutta americana, è da cinque anni in attesa di un acquirente.

Nel processo di concentrazione, se si esclude l'acquisizione di Editis, non si segnalano avvenimenti rilevanti. Il Club del libro, praticamente monopolio mondiale di Bertelsmann, prosegue nel suo lento ma inesorabile declino, tanto che il gruppo di Gütersloh ha deciso di liberarsene, ma non trova un acquirente. E nemmeno un'idea per imboccare nuove strade e sfruttare l'enorme patrimonio di contatti fidelizzati accumulato in decine di anni di successi. Il metaeditore per eccellenza del ventesimo secolo pare impaniato in modelli di business che hanno segnato il passo e che non hanno trovato un'alternativa efficace. O non l'hanno tentata. Il Club è di fatto una community, e forse varrebbe la pena spingere gli associati verso la formula dei social network che stanno riscuotendo un'adesione vasta e fin troppo incondizionata, come nel caso di Facebook. In Italia, per di più, i gruppi di lettura sono ancora una pratica marginale; eppure, specie nel mondo anglosassone, tutte le principali case editrici li seguono e li coccolano con appositi servizi online. Possibile che il milione e trecentomila soci del Club italiano, e le decine di milioni sparse per il pianeta, non possano essere indirizzati verso siti creati ad hoc come Shelfari?

Il marketing librario spera molto nei social network perché è la prima volta che si dispone di una struttura dove le strategie di passaparola possono essere innescate e monitorate; dove il sogno diventa realtà. Penguin, la blasonata Penguin, tanto per fare un esempio, ha da poco lanciato con una rumorosa fanfara Penguindating, un sito per far incontrare le anime gemelle seguendo il filo rosso della condivisione delle passioni librarie. L'idea è ottima, potenzialmente efficace, anche se non nuova, tanto che ci aveva già pensato la biblioteca di Cologno Monzese sul finire degli anni novanta, con un progetto rigoroso, efficace, ben fatto. Eppure l'operazione inglese è stata per adesso talmente sciatta che in Penguindating – gestito in partenariato con match.com, numero uno mondiale degli incontri amorosi via Internet – di libri praticamente non se ne parla. Va da sé che non può esserci alcun passaparola. Il marketing può ben sperare, dal lancio di booktrailer alle strategie di *seeding*, seminare ovunque notizie e tentare l'inseri-

mento mascherato nelle chiacchiere online per promuovere questo o quel titolo, ma deve ancora trovare il bandolo della matassa. Perché non solo la lettura, ma anche il parlare di libri deve fare i conti con Internet.

A dispetto delle promesse della rete, la recessione globale non fa sperare (nel momento di stesura di questo articolo, all'inizio di novembre 2008) in una buona chiusura dell'anno. Barnes & Nobles, la più grande catena del mondo, si aspetta una «terribile Christmas season»: l'amministratore delegato Leonard Riggio ha dichiarato al «Wall Street Journal» (4 novembre 2008) che il *key retail indicator* è in flessione per la prima volta in tutta la storia della catena: «Mai, in tutti gli anni passati in questo business, ho visto previsioni peggiori per l'economia e i consumi; e mai, in tutti i miei anni come libraio, ho visto neanche lontanamente un momento così *poor* come quello in cui ci troviamo». Borders, la seconda catena del mondo con 1.100 librerie, è in vendita. Anche in Italia le previsioni per la nostra editoria non sono migliori; al crollo dei collaterali in edicola si aggiungono le invenzioni del ministro dell'Istruzione Mariastella Gelmini che hanno tagliato le gambe alla scuola, all'istruzione in generale e all'editoria scolastica, e per i prossimi anni il quadro si fa ancora più fosco. Ma c'è qualcosa di peggio nella fotografia più recente del Belpaese. Secondo il recentissimo rapporto Pisa-Ocse, gli investimenti per l'istruzione in Italia sono tra i più bassi dei principali paesi europei; i ragazzi italiani leggono più dei loro genitori, soprattutto al Nord, ma molto meno dei loro coetanei europei: c'è da chiedersi quindi quanto leggono i genitori italiani rispetto ai loro colleghi europei. Le nostre giovani leve, i lettori del futuro, hanno anche conquistato la maglia nera per quanto riguarda competenze scolastiche, consumi culturali e utilizzo di tecnologie. Il Centro per il libro rimane una delle tante belle promesse che i politici elargiscono con generosità ogni anno, ma se prima mancava soprattutto la comprensione e la volontà per avviare il progetto, oggi mancano anche i soldi.

Forse, editorialmente parlando, è meglio emigrare? Dopo e/o, che è sbarcata con successo negli States un paio di anni fa creando Europa Editions (ora distribuita addirittura da Penguin), Gems ha annunciato la creazione di Duomo Ediciones, una casa editrice nuova di zecca, pensata per il vasto mercato ispanofono,

con sede a Barcellona: nel programma, molto scouting, fiction internazionale e un team a quattro stelle con Valerie Miles, già direttore editoriale di Planeta e Delbolsillo, e l'ad Maurizio Munaretti, vent'anni di esperienza come direttore finanziario di Random House Mondadori.

Se cercare spazio in mercati più grandi può essere un'audace strategia per uscire dalle italiane secche, nell'anno passato si è dovuto aggiornare il concetto di «nuovi mercati», che aveva entusiasmato l'editoria europea e americana al punto che la maggior parte dei grandi gruppi editoriali aveva aperto in tutta fretta propri uffici in India. Pearson, al pari di altri editori anglosassoni, ha iniziato a stampare libri sia in hindi sia nelle altre lingue del subcontinente, ma lo scorso autunno il gruppo indiano Tata – che sta all'India come Fiat stava all'Italia – ha deciso di investire nei libri: il primo segnale forte di come l'editoria libraria indiana intenda smarcarsi da quella occidentale.

Tata è una delle più grandi realtà industriali del mondo: un centinaio di aziende (28 quotate in borsa), 62 miliardi di dollari di fatturato nel 2007, 30 miliardi solo dalle aziende consolidate che danno da lavorare a 300.000 persone (più di ogni altra azienda privata indiana), attività che spaziano – in ogni continente – dalla meccanica alla chimica, dall'elettronica all'industria automobilistica (Jaguar, Land Rover e i mezzi pesanti di Daewoo sono suoi da qualche anno), dall'industria dell'acciaio all'information technology, per finire con distribuzione e abbigliamento. Non possono mancare i media: nelle televisioni, una joint venture all'80% con Star Tv (140 canali); quindi periodici e quotidiani locali, perché in un paese emergente sono un buon business e un prezioso strumento politico; per finire, libri e catene di librerie multistore.

Dopo aver rivenduto a McGraw-Hill la propria quota di minoranza che aveva nella Tata/McGraw-Hill Publishing Company, filiale di McGraw-Hill che presidia l'editoria Stm e l'educational in India, Tata ha lanciato Westland Books, la propria imprint di varia con l'intenzione di iniziare a pubblicare anche nel segmento professionale e scolastico. Partenza con un catalogo di duecento titoli e una rapida espansione della catena di retail Landmark: multistore di libri, musica, stampa, regalistica, giocattoli ed elettronica di consumo pensati anche per la parte laica e be-

nestante della crescente borghesia indiana. Alla London Book Fair 2009 l'India sarà, guarda caso, protagonista del Market Focus. Anche in Cina le cose non sono andate come dovevano per gli editori occidentali. Le case editrici cinesi (fra le quali crescono gli indipendenti, i non statali, ma incatenati a una distribuzione che, quando c'è, è sempre nelle mani del Partito) hanno già iniziato a fare da sé: i titoli di scolastica, professionale, narrativa sono sempre più spesso pubblicati contemporaneamente da case editrici differenti, una a Pechino, una a Canton e l'altra a Shangai, perché non esiste una vera e propria editoria libraria nazionale. E a riprova che l'assenza del concetto di diritto d'autore fa così profondamente parte della cultura cinese da esprimersi non solo verso il resto del mondo, ma anche e soprattutto in casa propria. Se, bene o male, gli occidentali riescono a fare ancora qualche affare, nella scolastica/professionale e nella letteratura per ragazzi, la narrativa straniera è rimasta al palo. Toby Eady, il principale agente tra Cina e resto del mondo, ha spiegato all'ultima Buchmesse perché il romanzo occidentale non smuove gli animi nel Celeste Impero: le nostre storie trasmettono una morale incongrua e priva di interesse per un popolo che ha mischiato confucianesimo e ideologia collettivista. Le nostre sono storie senza senso, rapporti sentimentali inconcepibili, relazioni familiari talmente estranee che appaiono come cattiva narrativa. Si salva solo chi, come Harry Potter, ha una forte componente magica, e forse le strutture più semplici delle storie d'amore, dove il bene e il male sono molto identificabili e mancano di sfumature. Nel paese più popoloso del mondo, che sforna centinaia di migliaia di laureati all'anno e dove la classe media è «il nuovo che avanza», l'editoria libraria ha già iniziato a fare da sé, e al più appetibile tra i «nuovi mercati» possiamo iniziare a dire addio, almeno per quanto riguarda l'editoria tradizionale. L'editoria cinese e quella indiana stanno iniziando a scrivere la propria, personalissima storia. Quella russa non risponde all'appello. E negli sterminati territori dell'Islam, purtroppo, di libri ce n'è uno solo.

LE CIFRE DEL LIBRO

La capacità di «tenuta» dei libri

di Paola Dubini ed Elena Raviola

Anche nell'anno 2007, l'editoria libraria «tiene», più di altri comparti editoriali e dei media tradizionali. Merito di canali come l'edicola che godono di buona salute, della varietà dell'offerta, di processi efficienti di distribuzione (Harry Potter, a riguardo, fa incredibilmente meglio di Playstation e iPhone), della passione e tenacia delle librerie indipendenti. La sfida resta la fidelizzazione efficace dei lettori e, ancora una volta e ancora di più, l'allargamento reale e stabile del mercato.

Il mercato italiano dei libri nel 2007 registra una crescita complessiva dello 0,87%, confermando la sostanziale stabilità registrata negli ultimi anni e attestandosi intorno a un valore di 3,7 miliardi di euro. Dunque, secondo i dati Aie, l'editoria libraria si consolida. Buone o cattive notizie? Come spesso succede in economia, la risposta giusta è: dipende.

Innanzitutto giova osservare che alcuni canali godono di buona salute, altri traballano, altri ancora si consolidano e individuano con maggiore precisione i propri concorrenti diretti. Per esempio, le vendite dirette online o tramite librerie virtuali crescono del 35%, sia perché i volumi di fatturato sono ancora contenuti, sia perché c'è spazio di crescita; d'altro lato, i collezionabili e i collaterali ai quotidiani venduti in edicola segnano un rallentamento delle vendite rispettivamente del 4,5% e del 7,5%. Questo però non significa che il canale edicola non presenti opportunità: complessivamente mostra infatti una crescita del 12% nelle vendite di libri, confermando la sua importanza come canale distributivo nel contesto italiano.

I volumi di vendita di libri nei banchi della grande distribuzione organizzata continuano a crescere, del 5% rispetto al

2006, mentre la libreria si conferma il principale canale distributivo. Complessivamente, quindi, il settore «tiene».

È noto in economia che un risultato di stabilità può essere interpretato come positivo o negativo in funzione del contesto. Da questo punto di vista, data la situazione complessiva e i venti di crisi che soffiano, il fatto di non aver perduto terreno pare quasi una buona notizia. Per di più, se confrontiamo lo stato di salute dell'editoria libraria con quello degli altri comparti editoriali e con i media tradizionali, i libri escono quasi in forma.

Secondo dati Fieg, le vendite di quotidiani nel nostro paese sono diminuite dello 0,3% fra il 2006 e il 2007 e del 3,8% fra il 2003 e il 2007 e mostrano una lenta, progressiva e inarrestabile contrazione del relativo mercato. Più rapida e drammatica è la contrazione delle vendite dei periodici. Da elaborazioni dell'Istituto di Economia dei Media su dati Ads, soltanto fra il 2006 e il 2007 si sono venduti oltre il 6% di settimanali in meno e complessivamente fra il 2003 e il 2007 le vendite di settimanali hanno registrato una diminuzione di circa il 5,7%.

Se poi allarghiamo lo sguardo agli altri media tradizionali, il quadro non è migliore. Secondo i dati raccolti da Deloitte per Fimi, il fatturato della discografia italiana, tradizionale e digitale, ha registrato nel 2007 un calo dell'1,7% rispetto all'anno precedente. Secondo i dati Istat relativi al 2006, la percentuale degli italiani che si sono recati in una sala cinematografica negli ultimi dodici mesi è scesa del 3,5% fra il 2005 e il 2006 e dell'1,2% fra il 2001 e il 2006. Il pubblico televisivo subisce un lieve calo, diminuendo dell'1% circa fra il 2004 e il 2006 e registrando un calo di percentuale di ascolto fra i giovani adulti italiani dell'1% fra il 2003 e il 2006.

In un paese storicamente caratterizzato da un basso tasso di lettura di qualsiasi supporto cartaceo a pagamento, e con riferimento a un prodotto basato su una tecnologia molto consolidata come quella della stampa su carta a che cosa si deve questo – per così dire – successo?

Una prima risposta sta nella ricchezza e nella varietà dell'offerta: gli editori di libri hanno mostrato e mostrano vivacità e spirito

imprenditoriale che si manifestano non solo nel numero dei nuovi titoli in libreria, ma anche nella varietà delle proposte, in termini di contenuti, stili, veste grafica, canali, alla costante ricerca di nuove nicchie di mercato: ciò è indice di una capacità di rispondere a curiosità, domande e interessi attuali e di sempre.

Un secondo importante motivo sta nel lavoro svolto da tutti gli attori della filiera per migliorare l'efficienza dei processi; è grazie a investimenti in logistica, gestione dei magazzini, uso delle tecnologie digitali per velocizzare i processi editoriali, distributivi e di gestione dei clienti che è possibile sostenere le vendite di poche unità di prodotto per la stragrande maggioranza dei titoli e al tempo stesso gestire gli incredibili volumi di distribuito e di venduto dei bestseller. Negli Stati Uniti la filiera editoriale è stata capace di gestire la distribuzione e la vendita di otto milioni di copie dell'ultimo libro di Harry Potter in ventiquattro ore; nessun'altra filiera (non le Playstation, non gli iPhone, non altri prodotti di entertainment) è stata in grado di fare altrettanto. Grazie a questa accresciuta efficienza i bestseller possono svolgere l'importantissima funzione di avvicinare alla lettura, lentamente ma inesorabilmente, le persone che non leggono. Nonostante la loro esiguità numerica, i bestseller sono preziosi per la sostenibilità della filiera editoriale; e senza una filiera efficiente non possono svolgere al meglio la loro funzione di apripista nel mercato dei non lettori e di bombola di ossigeno per le casse degli editori e dei librai. A dispetto della concorrenza feroce di una varietà smisurata di fonti di informazione, di svago, di aggiornamento, aumenta costantemente il numero delle persone che leggono almeno un libro all'anno e aumentano quindi le probabilità che chi legge un libro oggi l'anno prossimo ne legga due.

La passione e la tenacia dei librai indipendenti è un altro elemento che spiega la tenuta dei libri rispetto ad altri prodotti. I negozi indipendenti di musica e film sono di fatto scomparsi; nel caso dei libri è vero che le catene librarie di varie dimensioni e localizzazioni – centri commerciali, ferrovie e aeroporti in primis – hanno raggiunto il 35% del numero di punti vendita; tuttavia le librerie indipendenti sono ancora numericamente rilevanti e permettono un presidio del territorio e una biodiversità che altri settori dei contenuti non hanno più. E questa biodiversità è un

importante elemento complementare ai bestseller per garantire la sostenibilità di un settore in cui l'offerta stimola la domanda.

Un ulteriore elemento che spiega la salute del settore editoriale è la scelta di un supporto tecnologico, la carta, che offre molti vantaggi. È vero che in alcuni segmenti – per esempio l'editoria accademica, le enciclopedie – la concorrenza del web è forte e impietosa; tuttavia è difficile immaginare oggi che le opere di narrativa e saggistica vengano prodotte, distribuite e fruite su supporti più convenienti rispetto al libro cartaceo.

Tutto bene quindi? Possiamo aspettarci che i libri continueranno a occupare un posto di rilievo nelle nostre case, nelle nostre menti e nei nostri cuori? Possiamo interpretare la tenuta del settore come segno di stabilità duratura? Purtroppo no: la posizione ottenuta dai libri è fragile.

Il primo grosso problema che la filiera deve affrontare è la scarsa propensione alla lettura: per quanto sia aumentata nel tempo la percentuale dei cosiddetti lettori «morbidi», il 40% della popolazione in grado di leggere non legge libri e gli editori e i librai non riescono a convincere i lettori deboli a leggere di più. A questo si aggiungono le forti disparità geografiche. Il 55% della popolazione al di sopra dei sei anni legge almeno un libro all'anno in Trentino Alto Adige, mentre in Puglia è solo il 28,9% della popolazione. Con una media del 51,4% dei lettori al Nord e del 31,6% al Sud, la disomogeneità del mercato nazionale e dunque le conseguenti difficoltà di gestione per gli editori di libri appaiono evidenti. Come pure evidente appare la necessità di politiche mirate alla riduzione di questo divario. Se è vero che è più facile convincere chi già consuma a consumare di più piuttosto che chi non consuma a consumare, c'è ancora molto lavoro da fare per allargare il mercato.

Un altro segnale di preoccupazione è rappresentato dalla difficoltà della filiera nel fidelizzare i lettori. Aumentano infatti i lettori di uno e due libri l'anno, ma calano quelli che ne leggono fra tre e dodici. Questo è un problema per diversi motivi e ne evidenziamo due: se in un anno non ci sono maghetti, aquiloni, o altri titoli davvero trascinanti, le curve di crescita precipitano subito verso il basso e nel settore ci si guarda tutti preoccupati. È segno di

debolezza per un settore che sforna 60.000 novità l'anno legare le proprie fortune a una manciata di titoli o al comportamento di uno o due operatori. Un'altra faccia dello stesso problema è rappresentata dal fatto che la manciata di titoli che ha avuto davvero successo cannibalizza gli altri; dal punto di vista del settore, e a parte chi li ha pubblicati, non è positivo che i maghetti e gli aquiloni restino in cima alla classifica per troppo tempo. Più passa il tempo, infatti, più si corre il rischio che il «morbido» acquirente non regali un libro, ma dei fiori. E per il settore questo non significa solo mancate vendite, ma soprattutto mancate semine.

Con i bestseller gli editori trovano il modo di raggiungere nuovi lettori; ma altri sono i titoli, diverse sono le strategie che permettono di aumentare il numero dei libri letti da chi già è lettore. In questo fondamentale è il ruolo degli anelli a valle della filiera: se le librerie diventassero efficienti e sofisticate nelle loro azioni di fidelizzazione come lo sono i supermercati, la filiera potrebbe dormire sonni tranquilli. Ma anche i supermercati (che sono ben più frequentati delle librerie) si scontrano con i comportamenti opportunisti dei loro clienti.

La scuola rappresenta da sempre un bacino di riferimento per l'ingaggio di nuovi lettori, oltre che di cittadini consapevoli. È importante che proprio dalla scuola parta una riflessione seria su come carta e altre tecnologie debbano e possano convivere per aumentare l'efficacia e l'efficienza dei processi d'apprendimento in diverse fasi della crescita delle persone e perché la scuola sia sempre più il luogo in cui si riducono i divari sociali. Questo è un problema critico in un paese come il nostro, dove alle ben note disparità fra Nord e Sud si aggiunge un problema di immigrazione recente rispetto a quanto avvenuto in altri paesi europei. È evidente che questa riflessione debba tenere conto della sostenibilità economica delle scelte e della possibilità che ciascun attore coinvolto trovi convenienza economica nella cooperazione. Purtroppo non sembra che l'attuale dibattito sia impostato in modo da facilitare lo sviluppo di soluzioni innovative e che allarghino il mercato per la lettura e l'approfondimento (indipendentemente dal supporto scelto). Questo è un problema che riguarda tutti: per gli attori della filiera editoriale non solo significa la messa in discussione di rendite di posizione, ma il rischio che le

nuove tecnologie siano accettate acriticamente e che il crescente *digital divide* (sempre più legato ai contenuti e sempre meno ai mezzi) penalizzi il libro anziché esaltarne le virtù di mezzo efficace ed economicamente conveniente per la trasmissione del nostro sapere.

ALMANACCO RAGIONATO
DELLE CLASSIFICHE
Messaggi rassicuranti
e torbide peripezie
di Giuseppe Gallo

Il mercato dei bestseller non è ostile alle nuove proposte, quando corrispondono alle attese e ai bisogni ricreativi dei lettori. Entrano in classifica, e qualche volta «tengono» dalle stagioni precedenti, un buon numero di opere prime e seconde di narrativa, accomunate da un problematismo assorto e meditabondo sulle sorti dell'Io negli ambiti metropolitani. La veemenza sulla pagina si addice più alla saggistica d'attualità a opera delle grandi firme del giornalismo, che stigmatizzano vizi e problemi del paese, senza però rinunciare a una prosa affabile ad alto indice di leggibilità.

Il motivo di maggiore interesse della rassegna dei libri più venduti nella stagione 2007/2008 lo fornisce certamente il nutrito drappello di opere prime e seconde di narrativa confortate da un ampio e a volte sensazionale favore di pubblico: cinque titoli nella top ten, una dozzina nelle altre posizioni. Tali riscontri tuttavia suggeriscono soltanto che il mercato dei bestseller non è ostile alle nuove proposte quando corrispondono alle attese e ai bisogni ricreativi dei lettori. Non giustificano invece alcuna enfasi generazionale. Se è vero infatti che spiccano i nomi di giovanissimi come Paolo Giordano o l'ormai arcinoto Roberto Saviano, non mancano d'altra parte i debutti tardivi, come quelli di Sam Savage (classe 1940), Stieg Larsson (1954) e Anne Holt (1958). Il ricambio divistico non passa cioè attraverso l'immedesimazione anagrafica o identitaria, e tanto meno è sollecitato da intenti di rottura, comuni ai movimenti artistici sorretti da un esplicito programma di ringiovanimento delle istituzioni culturali.

Precisato questo, la riflessione può muovere dalla straordinaria tenuta di una coppia di volumi d'esordio già apparsi nelle stagioni precedenti: *Gomorra* (2006), che si conferma al primo posto con 2.158 punti, e *Il cacciatore di aquiloni* (2004), terzo con

1.651 punti. Entrambi si sono giovati della forza di richiamo delle rispettive trasposizioni cinematografiche. In concomitanza con l'annunciata uscita del film, il romanzo/inchiesta di Saviano, dopo un'assenza di quattro settimane dalla top ten, inizia difatti la risalita in aprile, riconquistando il primo posto il 31 maggio e rimanendovi per cinque settimane consecutive. Analogamente, il romanzo di Khaled Hosseini, rimasto fuori dalla top ten per due volte nel mese di marzo, balza al secondo posto il 5 aprile, mantenendosi in posizioni di testa fino al 17 maggio.

Il ritorno di fortuna dei due libri, assistito da una rinvigorita campagna promozionale, non dovrebbe stupire: pagina scritta e grande schermo hanno stretto rapporti di *special relationship* fin dalle origini della modernità culturale, avvalendosi dei metodi di pianificazione delle sinergie propri della matura industria dell'intrattenimento. Vero è che, dal *Nome della rosa* in poi, il numero dei romanzi che dimostrano una vitalità di gran lunga superiore al normale ciclo stagionale dei bestseller ha subito un grande incremento, quasi a compensare il declino del catalogo, sacrificato alla logica della razionalizzazione commerciale e del contenimento dei costi di magazzino. Limitandoci ai titoli più longevi dell'ultimo decennio, basterebbe ricordare *L'ombra del vento* (2001) di Carlos Ruiz Zafón (che nella stagione appena trascorsa si insedia al dodicesimo posto con 682 punti), *Io non ho paura* di Niccolò Ammaniti (2001), *Non ti muovere* di Margaret Mazzantini (2001), *La ragazza con l'orecchino di perla* di Tracy Chevalier (2001), *Io uccido* di Giorgio Faletti (2002), *100 colpi di spazzola prima di andare a dormire* di Melissa P. (2003), *Il Codice da Vinci* di Dan Brown (2003) e *Tre metri sopra il cielo* di Federico Moccia (2004).

Ma c'è un'altra linea di tendenza degna di nota: le opere prime e seconde accolte con maggiore benevolenza dal pubblico sono in massima parte italiane o europee: *L'eleganza del riccio* della francese Muriel Barbery (seconda con 1.792 punti), *La solitudine dei numeri primi* di Paolo Giordano (ottavo con 1.002 punti), *Mal di pietre* di Milena Agus (280 punti), *Mille anni che sto qui* di Mariolina Venezia (158 punti), *Quello che ti meriti* della norvegese Anne Holt (125 punti), *Uomini che odiano le donne* dello svedese Stieg Larsson (124 punti).

Questi risultati vanno però interpretati sullo sfondo di un duplice fenomeno: da una parte, la formazione anche nel nostro paese di una schiera crescente di narratori disponibili a tenere aperto senza pregiudizi il dialogo con i lettori di massa; ma dall'altra, la disponibilità del mercato a perlustrare territori inediti o poco esplorati, secondo il fruttuoso esempio offerto dalla distribuzione cinematografica, ormai da tempo propensa a sfruttare le potenzialità commerciali delle produzioni emergenti. Quello a cui assistiamo insomma è un prudente ma significativo ampliamento degli orizzonti geografici del bestseller, tanto per quel che riguarda i mondi immaginativi rappresentati quanto per i mercati nazionali di acquisizione dei titoli. Oltre ai successi scandinavi sopra menzionati, ne rendono conto il buon esito di *Mille splendidi soli* (terzo con 1.651 punti), seconda prova narrativa dell'afghano-americano Khaled Hosseini, e quello di un altro romanzo d'esordio: *Le ragazze di Riad* della ventottenne saudita Rajaa Alsanea (121 punti).

Certo, in tutti questi casi il fascino dell'esotico, ammantato di vaghe simpatie terzomondiste e di radicati timori no global, gioca un ruolo di primo piano, non sempre edificante. Ma quello che preme sottolineare in queste note è un aspetto di carattere generale. E cioè che, al contrario di quanto è stato spesso paventato, la mondializzazione dei mercati non deprime affatto le periferie dell'impero editoriale, bensì le esorta a forme di emulazione competitiva, in cui fattori di uniformità di gusto e di differenziazione culturale si integrano programmaticamente.

D'altronde, è significativo che anche i due esordi statunitensi che hanno incontrato il gradimento dei lettori – *Firmino* di Sam Savage (399 punti) e *Le benevole* del quarantenne Jonathan Littell (168 punti) – si distinguano in modo inequivocabile dagli schemi ipercollaudati del romanzo d'azione d'Oltreoceano, proteso a tradurre i timori e gli affanni della coscienza contemporanea nell'alacrità parossistica di un ritmo narrativo fitto di eventi. Il nuovo clima sembra piuttosto favorire il ritorno a un problematismo più assorto e meditabondo, che trova espressione in forme narrative che lasciano maggiore spazio alla rappresentazione degli stati d'animo e dei processi mentali attraverso i quali vengono filtrate le esperienze raccontate.

La controprova la offrono i risultati relativamente modesti delle grandi firme della suspense e del brivido: *Il professionista* di John Grisham (258 punti), *Il libro dei morti* di Patricia Cornwell (139), *Duma Key* di Stephen King (42 punti). Le preferenze del pubblico più sensibile ai motivi di fascinazione dei misteri investigativi vanno piuttosto ai testi italiani che, pur senza porre in sottordine gli elementi fattuali dell'intreccio, danno risalto ai processi cognitivi della *detection* rispetto a quelli emotivi del thriller: *Il campo del vasaio* (686 punti) di Andrea Camilleri (presente in classifica anche con altri tre testi di diversa indole) e *Pochi inuttili nascondigli* di Giorgio Faletti (348 punti).

Un caso a sé stante è rappresentato dall'ambizioso *Mondo senza fine*, sesto con 1.133 punti, con cui il britannico Ken Follett, accantonati i modi della *spy story* e del *techno-thriller*, ritorna all'avventura storica già sperimentata in *I pilastri della terra*. Ambientato in un'immaginaria località dell'Inghilterra del Trecento, *Mondo senza fine* è un polpettone in costume, modellato sugli schemi della fiction televisiva. Ma la narrazione non è priva di una certa efficacia, soprattutto quando mette in scena le resistenze con cui ha dovuto misurarsi la modernità incipiente su uno dei terreni che le è più peculiare, quello della ricerca medico-scientifica.

Dal punto di vista dei contenuti, tuttavia, a risultare predominanti sono soprattutto quei romanzi che sceneggiano le perenni difficoltà che nella sua aspirazione a un'esistenza pienamente realizzata l'Io incontra nei contemporanei ambiti metropolitani. È questo il tema di un terzetto di testi che presentano una singolare affinità tematico-strutturale: sia *L'eleganza del riccio* sia *Mille splendidi soli* e *La solitudine dei numeri primi* sono costruiti infatti attorno al confronto di una coppia di personaggi, dissimili eppur eguali.

Custode in un ultrasignorile condominio parigino, la cinquantaquattrenne Renée, protagonista del romanzo della Barbery, si conforma agli standard di comportamento che ci si attende da una donna della sua professione. Ma in segreto coltiva un amore per le buone letture, la filosofia e la musica classica, che la eleva al di sopra dei ricchi inquilini di rue de Grenelle. A lei fa *pendant* la dodicenne Paloma Josse, figlia di un ex ministro, che ostenta atteggiamenti ispirati alla più fatua sottocultura adole-

scenziale ma nel suo diario dimostra una precoce capacità di giudizio critico, insospettabile agli occhi di chi la osserva superficialmente. Il ritratto di queste due figure offre all'autrice l'occasione per satireggiare l'aristocratico mondo altoborghese del condominio. Ma le ragioni del successo vanno ricercate anzitutto nella celebrazione di una verità interiore inaccessibile agli altri, che reclama una complice adesione da parte del lettore. Il messaggio non potrebbe essere in effetti più rassicurante: ciascuno di noi, indipendentemente dalla classe di appartenenza, nel profondo di sé conserva qualcosa di speciale.

Anche Hosseini colloca al centro di *Mille splendidi soli* due donne di diversa generazione ed estrazione sociale. Ma qui l'attenzione si appunta sull'istituto familiare. Nata nel 1959 in un piccolo villaggio, Miriam è una *harami*, una bastarda, che dopo il suicidio della madre viene costretta dal padre a sposare un anziano calzolaio di Kabul, che la sottoporrà alle peggiori angherie perché incapace di dargli il figlio desiderato. Laila è invece una ragazza di buona famiglia, nata la notte della rivoluzione nazionale nell'aprile del 1978, la quale dopo essere rimasta incinta del giovane che ama e che crede morto in guerra sposa il medesimo calzolaio. L'interesse principale del romanzo risiede nei rapporti di solidarietà che si stabiliscono fra queste due donne, molto migliori degli uomini. Ma va anche detto che, rispetto alla prima prova narrativa, Hosseini puntualizza più accuratamente la vicenda attraverso una serie continua di rimandi alla storia dell'Afghanistan. Il conflitto tra le aspirazioni all'autodeterminazione individuale e le strutture etico-istituzionali di una società arcaica e soffocante risulta pertanto molto più pregnante e convincente.

A un criticismo ancora più radicale nei confronti dell'istituto familiare, visto come luogo che non preserva l'io in formazione bensì lo espone a eventi traumatici, è improntato *La solitudine dei numeri primi* di Giordano. Il narratore segue dall'infanzia all'età adulta le vicende di due personaggi, Alice e Mattia, che si portano dentro i segni di un antico trauma che impedisce loro di dare espressione ai propri sentimenti e di avere relazioni serene con i coetanei. Ma la ricostruzione dei dati di realtà passa qui in secondo piano rispetto al giganteggiare delle ossessioni dei protagonisti. La conseguenza è deleteria. Di fatto, le qualità del

romanzo si disperdono nella rappresentazione di un duplice caso di devianza psichica, scrutato con indulgenza per le ferite di cui i protagonisti sono vittime loro malgrado e insieme con un atteggiamento di perentorio fatalismo, che trova giustificazione nella metafora matematica del titolo.

Tuttavia bisogna pure osservare che, nel suo pessimismo senza risarcimenti, *La solitudine dei numeri primi* va in controtendenza rispetto agli altri bestseller italiani che si preoccupano di indagare la dimensione psicologico-affettiva. Certo, a venire drammatizzate sono sempre le torbide peripezie di un animo tormentato che nelle sue scelte di vita e d'amore non ha alcun punto di riferimento stabile cui aggrapparsi. Ma nella maggior parte dei titoli in questione lo scetticismo spesso ironico con cui il narratore osserva le vicissitudini delle sue creature non giunge mai al punto di mettere in dubbio la positività dei sentimenti come tramite di partecipazione dell'Io alla vita altrui. Anzi, semmai ne afferma con maggiore forza l'urgenza. È questa fiducia nelle risorse umane elementari ad accomunare testi per altri versi diversissimi fra loro come *Il giorno in più* di Fabio Volo (1.056 punti), *Non avevo capito niente* di Diego De Silva (264 punti), *Caos calmo* di Sandro Veronesi (242 punti), *Singolare femminile* di Sveva Casati Modignani (237 punti) o *Mal di pietre* della già citata Milena Agus.

Rispetto a quello della narrativa, il panorama della saggistica appare allo stesso tempo più variegato e meno dinamico. Se è vero infatti che i titoli in graduatoria sono numerosi (ben 86, contro i 79 della narrativa straniera e i 66 di quella italiana), in compenso i nomi nuovi scarseggiano. A prevalere sono decisamente le personalità più accreditate dello *star system* intellettuale. Naturalmente, premessa indispensabile delle loro fortune è l'adozione di una prosa affabile, ad alto livello di leggibilità, che esibisce tutta una congerie di dati, cifre e documenti, a garanzia di una riflessione documentata. Ma questi autori devono il loro successo anzitutto all'assenza di remore con cui corrispondono alle esigenze di orientamento dei lettori, certo confusi dall'indifferentismo morale che ha fatto seguito al crepuscolo degli dèi, ma proprio per questo avidi di interpretazioni autoriali. L'afflato polemico che in genere vivifica l'argomentazione non fa che conferirle un

ulteriore motivo di autorevolezza, in quanto dimostrazione di indipendenza di giudizio e di spregiudicatezza esente da preclusioni ideologiche.

Come è prevedibile, la parte del leone la fanno le grandi firme del giornalismo televisivo e della carta stampata: Gian Antonio Stella e Sergio Rizzo (*La casta*, 1.149 punti, e *La deriva*, 307 punti), Bruno Vespa (*L'amore e il potere*, 449 punti), Alberto Angela (*Una giornata nell'antica Roma. Vita quotidiana, segreti e curiosità*, 415 punti), Federico Rampini (*La speranza indiana*, 344 punti), Marco Travaglio e Peter Gomez (*Se li conosci li eviti*, 304 punti, e in tandem con Gianni Barbacetto *Mani sporche*, 216 punti), Corrado Augias (*Leggere. Perché i libri ci rendono migliori, più allegri e più liberi*, 206 punti), Giampaolo Pansa (*I gendarmi della memoria*, 148 punti) e Curzio Maltese (*La questua. Quanto costa la Chiesa agli italiani*, 105 punti). Nelle altre posizioni incontriamo poi Tiziano Terzani (*Fantasma. Dispacci dalla Cambogia*), Magdi Allam (*Grazie Gesù. La mia conversione dall'islam al cattolicesimo*), Antonio Succi (*Il segreto di Padre Pio*), Marcello Veneziani (*Rovesciare il '68. Pensieri contromano su quarant'anni di conformismo di massa*), Giulietto Chiesa (*Zero. Perché la versione ufficiale sull'11/9 è un falso*).

Fra le new entry, solo Mario Calabresi, giornalista di «la Repubblica» e figlio del commissario ucciso a Milano nel maggio 1972, riesce a insinuarsi nelle top ten settimanali con *Spingendo la notte più in là* (524 punti), in cui racconta il destino dei familiari delle vittime del terrorismo. Stefano Livadiotti dell'«Espresso» (*L'altra casta. Privilegi. Carriere. Misfatti e fatturati da multinazionale. L'inchiesta sul sindacato*) e Ferruccio Pinotti dell'«Arena» (*Fratelli d'Italia*) si devono accontentare di posizioni di media e bassa classifica, rispettivamente con 138 e 36 punti. Unica giornalista straniera, anche la canadese Naomi Klein rimane al palo con *Shock Economy. L'ascesa del capitalismo dei disastri* (68 punti), consacrato a una tematica probabilmente troppo ostica per replicare i fasti di *No Logo*, a cui deve la notorietà.

Nondimeno, in classifica entrano anche due saggi di maggiore complessità argomentativa, entrambi consacrati a un tema di forte attualità. In *L'ospite inquietante* (747 punti) Umberto Galimberti, filosofo e pubblicista non insolito alle alte tirature,

muove dai fenomeni di devianza giovanile di cui sono affollate le pagine di cronaca per indagare le cause che deprimono gli impulsi vitali degli adolescenti e ostacolano un sano processo di integrazione. Imputato principale di tale stato di cose è una figura ben nota alla saggistica di ogni genere e grado: il nichilismo. Suo esecutore, il mercato. Ma l'autore ha il merito di inquadrare il problema, troppo spesso accostato nei modi di un sociologismo impressionistico, all'interno di un più ampio e coerente sistema esplicativo che fa perno anzitutto sulle peculiarità di funzionamento della civiltà della tecnica, di cui il nichilismo è genitore e figlio al tempo stesso.

La paura e la speranza di Giulio Tremonti (395 punti) invece è debitore dell'ampio consenso, registrato non senza equivoci anche a sinistra, alla spregiudicatezza con cui l'autore rimette in discussione i principi finora egemoni del neoliberismo e denuncia i gravosi costi della globalizzazione. Ma tale ripensamento critico non sfocia in nessuna apertura progressista. Al contrario, i rimedi ai problemi enunciati sono rintracciati, oltre che nel federalismo, nei tradizionali capisaldi del pensiero conservatore: rafforzamento dell'esecutivo, ritorno al valore della famiglia, difesa dell'identità nazionale, adozione di misure protezionistiche atte ad arginare la minaccia dei prodotti cinesi. Il *pathos* al contempo allarmato e visionario che s'inframmezza alle disquisizioni tecniche contribuisce certamente ad assicurare al testo una comunicabilità suggestiva che ne facilita l'accoglienza presso i lettori meno specialistici. Ma soprattutto traduce espressivamente il reale intento del volume, scritto (è utile ricordarlo) prima delle elezioni: offrire alla nuova destra che si candida a governare le contraddizioni del presente un manifesto programmatico, che tracci le linee di intervento a medio e lungo termine.

DIARIO MULTIMEDIALE
Focus sulla
digital generation
di Cristina Mussinelli

Può un'indagine sulla digital generation risolversi in un allarme sulla digital de-generation? I dati sembrano confermare come le nuove tecnologie tendano ad amplificare differenze non soltanto tra utenti e non utenti, ma anche tra utenti evoluti estremamente creativi e utilizzatori più passivi. Un fenomeno di digital divide che si rivela sempre più di cultural divide, con ripercussioni importanti sull'industria dei contenuti e sulla società nel suo insieme. E per questo motivo fondamentale sarebbe accrescere il livello culturale della scuola, delle famiglie e dei luoghi deputati alla formazione.

Il focus del diario 2009 sarà il rapporto tra l'innovazione tecnologica e l'utilizzo dei contenuti culturali e di intrattenimento, a partire dai risultati dell'edizione 2008 dell'Osservatorio permanente dei contenuti digitali, creato nel 2007 dalle principali associazioni rappresentanti le aziende che producono e gestiscono contenuti: Aidro, Aie, Fimi, Univideo, cui nel 2008 si sono unite anche Anica, Pmi e Cinecittà Holding. L'indagine è stata presentata con un interrogativo volutamente provocatorio: digital de-generation? I dati emersi infatti evidenziano come le nuove tecnologie tendano, in modo più marcato rispetto ai media tradizionali, ad amplificare le differenze non solo tra coloro che vi hanno accesso e coloro che ne sono esclusi, ma anche e soprattutto tra coloro che ne fanno un uso evoluto, creativo, integrato nella propria vita sociale e lavorativa e coloro che seguono in modo passivo l'innovazione tecnologica, spesso limitandosi all'acquisto del telefonino di ultima generazione come status symbol per poi usarne solo le funzioni basiche. Si assiste quindi non solo a un aumento del *digital divide*, ma si può ormai parlare anche di *cultural divide*.

È quindi importante interrogarsi sulle conseguenze di questi fenomeni in un prossimo futuro e valutarne l'impatto non solo per le possibili ripercussioni sull'industria dei contenuti, ma più in generale sulla società nel suo insieme e sulle capacità del paese di affrontare e sfruttare in modo creativo e innovativo le potenzialità offerte dall'innovazione tecnologica in tutti i suoi possibili ambiti: *e-government*, creazione di nuovi servizi e prodotti, crescita di nuove aziende innovative, presenza di nuove figure professionali che possano competere nel mondo globale, sviluppo nell'ambito dell'educazione scolastica e della formazione permanente.

Secondo i dati emersi dall'indagine, che peraltro sono in linea con quanto emerso anche da altre indagini realizzate dal mondo delle tecnologie, nel nostro paese ha accesso alla rete il 52% della popolazione (con un aumento del 2% rispetto allo scorso anno). La metà degli italiani quindi è ancora offline e la situazione pare evolversi con profonda lentezza. Solo il 31% della popolazione utilizza la rete in modo abituale, rispetto al 65% che predilige ancora strumenti tecnologici e culturali tradizionali, come la televisione, la radio, i cd e i libri. Da questa prima considerazione risulta evidente che l'Italia, come si può vedere anche dal confronto con gli altri paesi europei, sia ancora molto indietro nello sviluppo e nella diffusione delle nuove tecnologie e conseguentemente anche nell'uso dei contenuti digitali.

Aumenta invece il numero dei cosiddetti *heavy user*, gli utilizzatori forti, che passano dal 23% al 28%: cresce quindi il divario tra chi non usa questi nuovi strumenti e chi invece ne fa un uso quotidiano e intenso. La fascia d'età con maggior potenziale di crescita in termini di accesso a Internet è quella compresa fra i 35 e i 54 anni, mentre nella fascia della popolazione che ha più di 55 anni (il 37%) il ritardo tecnologico è molto evidente.

Diversa la situazione per le fasce più giovani, quelle tra i 14 e i 24 anni, dove 4 ragazzi su 5 accedono alla rete e utilizzano il web regolarmente. In queste fasce poi non esistono più nemmeno le differenze di genere: ragazzi e ragazze sono alla pari, al limite le differenze sono sulle modalità e sugli scopi: più comunicazione, gestione delle proprie relazioni e informazione per la ragazze e più giochi e attenzione agli aspetti tecnologici per i ragazzi.

Tabella 1 – Utilizzo di Internet in Europa: adulti, genitori e figli
(valori in percentuale)

	Utilizzo dei figli	Utilizzo degli adulti		Chi usa Internet: genitori e/o figli?			
		Solo i genitori	Tutti gli intervistati	Né genitori né figli	Solo i genitori	Solo i figli	Sia i genitori sia i figli
EU 25	50	65	47	23	27	12	38
Olanda	72	97	85	2	26	2	71
Danimarca	70	95	76	3	27	3	68
Estonia	68	83	54	6	26	11	57
Norvegia*	68	100	80	0	33	0	68
Islanda**	67	97	86	3	30	0	67
Finlandia	66	97	69	1	33	3	63
Svezia	66	98	85	1	33	1	65
Belgio	65	80	63	10	25	9	55
Regno Unito	65	67	58	17	19	16	49
Lussemburgo	60	83	57	8	33	9	51
Repubblica Ceca	57	66	50	21	22	13	44
Malta	57	39	31	34	9	27	30
Slovenia	57	71	53	17	26	13	44
Francia	54	68	53	17	29	15	39
Lettonia	53	53	40	27	20	20	33
Lituania	53	48	32	28	19	24	29
Austria	51	75	54	15	33	9	42
Germania	47	78	60	15	38	8	39
Polonia	47	42	34	37	16	21	26
Slovacchia	45	55	43	27	28	17	28
Ungheria	43	40	29	39	17	21	23
Irlanda	42	59	51	29	28	12	30
Portogallo	38	32	23	49	13	20	19
Spagna	37	50	41	37	26	14	23
Italia	36	55	49	37	27	8	28
Cipro	33	37	30	43	25	21	12
Bulgaria	29	35	30	52	19	13	16
Romania	28	34	31	53	20	14	14
Grecia	26	30	25	54	20	16	10

Fonte: Safer Internet-Eurobarometer for Children, dicembre 2005; base genitori, responsabili di giovani con meno di 18 anni

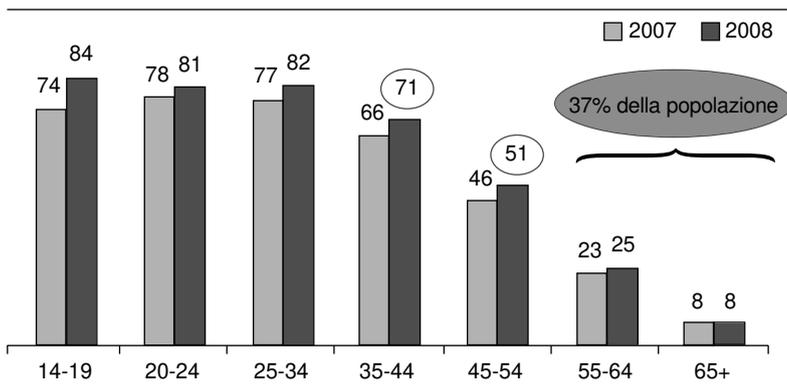
* Stima per la Norvegia 2005 – Saft base genitori nel 2005

** Stima per l'Islanda – Saft base genitori nel 2003 e 2007

La dieta mediatica degli under 14 è molto composita, non abbandonano i media tradizionali, ma li sovrappongono e li combinano, grazie anche alla loro capacità di essere *multitasking*, ossia di gestire più media e device contemporaneamente a quelli innovativi.

La televisione mantiene una posizione predominante, con una media di 1 ora e 45 minuti al giorno, seguita dai dvd (1 ora), dalla lettura di libri non scolastici, e poi dall'uso del computer e dei videogiochi (40 minuti ciascuno). La musica, con i suoi 30 minuti, sembra essere ultima, ma in realtà è ormai il sottofondo continuo di tutte le loro attività, i 30 minuti sono probabilmente quelli specificamente dedicati all'ascolto con l'iPod.

Grafico 1 – L'accesso a Internet. Trend 2007/2008 per fascia di età
(% individui che si connettono a Internet)

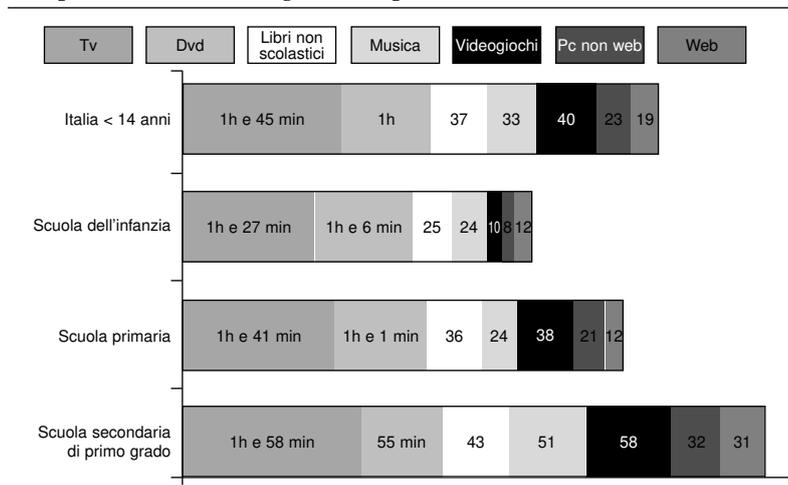


Base: popolazione con 14 anni o più

Fonte: Osservatorio permanente contenuti digitali

Se si passa poi a un'analisi più approfondita dei due cluster più innovativi (Technofan ed Eclettici), si evidenzia in modo chiaro come l'utilizzo più evoluto dello strumento tecnologico dipenda non tanto da una frequenza di uso più alta e aggiornata, ma soprattutto dalla consapevolezza intellettuale nel loro utilizzo che deriva da competenze e conoscenze e, più in generale, dal tipo dei consumi culturali e di intrattenimento effettuati.

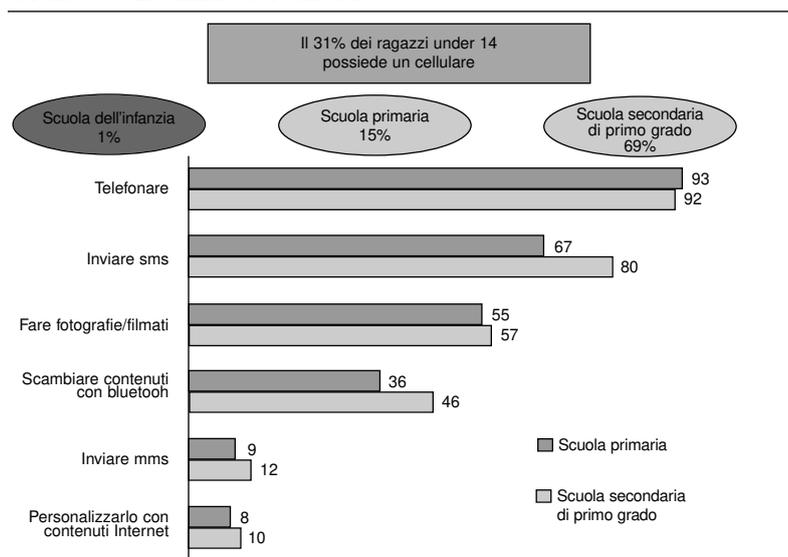
Grafico 2 – Dieta mediatica degli under 14 (tempo in minuti in una «giornata tipo»)



Base: bambini 4-13 anni

Fonte: Osservatorio permanente contenuti digitali

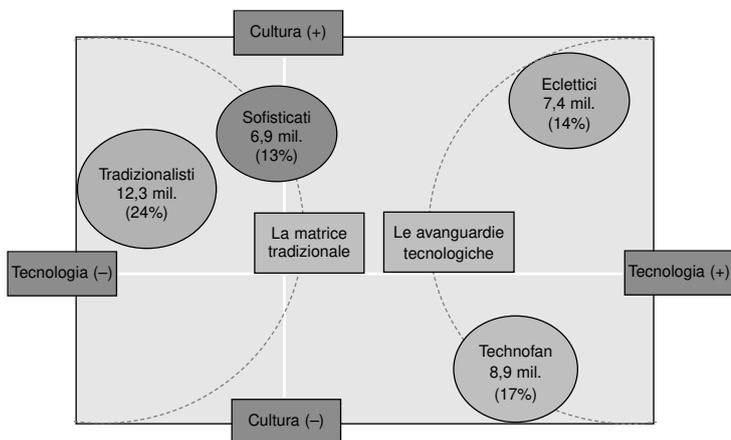
Grafico 3 – L'utilizzo del cellulare



Base: bambini che hanno un cellulare personale

Fonte: Osservatorio permanente contenuti digitali

Grafico 4 – L'Italia di oggi



Base: popolazione con 14 anni o più

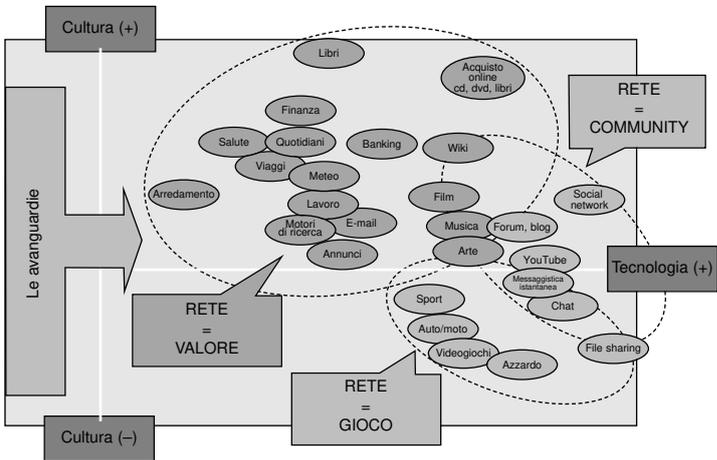
Fonte: Osservatorio permanente contenuti digitali

I Technofan, che si contraddistinguono per scarsi consumi culturali e/o di intrattenimento, utilizzano la rete più come un diversivo, una palestra di divertimento e di relazioni interpersonali o di gruppo. Prediligono contenuti ludici, danno molta importanza al mezzo tecnologico da loro usato (deve sempre essere quello più evoluto), sono *multitasking* e spesso sono abituati al consumo «usa e getta». Visitano siti di sport o auto e moto, videogiocono, chatta-no, comunicano attraverso strumenti di social network, utilizzano il videosharing. Si tratta quindi di un utilizzo molto strumentale, concentrato maggiormente sulla pura innovazione tecnologica e poco integrato con tutti gli altri aspetti della vita.

Gli Eclottici, che sono anche i maggiori acquirenti di prodotti culturali e/o di intrattenimento (siano essi film, spettacoli teatrali, concerti, prodotti editoriali), frequentano il web in modo molto più diversificato. Per questo gruppo di persone le tecnologie sono diventate uno strumento evoluto della loro quotidianità, finalizzato sia alla ricerca di servizi e informazioni sia alla gestione dei loro interessi e delle loro attività sociali e lavorative. Utilizzano quindi regolarmente i principali motori di ricerca, prenotano le proprie vacanze online, visitano siti di news e di finanza, usano re-

golarmente l'home banking, acquistano contenuti culturali e altri servizi attraverso la rete, oltre che sfruttare le potenzialità che la rete offre come strumento di comunicazione e di intrattenimento.

Grafico 5 – Qual è il ruolo della rete?
Attività e contenuti su Internet nell'area Technofan/Eclettici

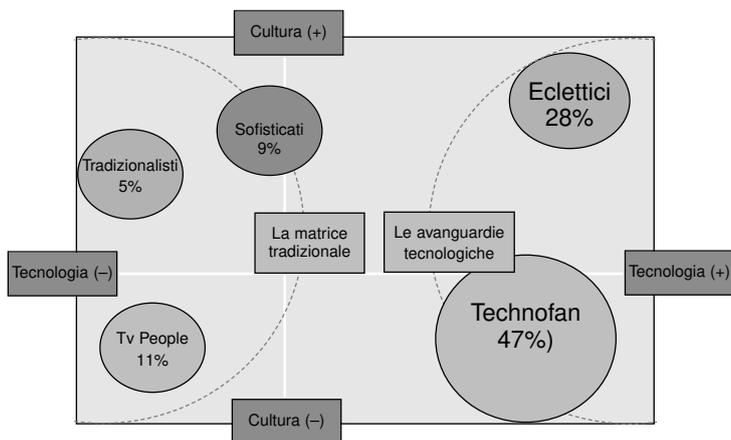


Fonte: Osservatorio permanente contenuti digitali

Se come emerge dall'indagine il rischio è che nei prossimi anni la popolazione italiana sia composta in buona parte da Technofan e che anche figli nati e cresciuti in famiglie di Eclettici migrino in questa fascia, ci pare fondamentale ragionare su quali possano essere i correttivi da apportate per poter invertire la tendenza in atto, anche perché ci pare che, se questo dovesse effettivamente avvenire, si andrebbe incontro a un complessivo impoverimento dell'utilizzo delle tecnologie, che diventerebbero un puro strumento e non un fine per il raggiungimento di obiettivi più articolati e uno stimolo alla creatività e all'innovazione in tutti i campi della vita sociale, sia pubblica sia privata.

In questo contesto un ruolo fondamentale dovrebbe essere giocato dall'educazione. Se è vero infatti che le persone con maggiori strumenti culturali sono quelle che fanno un uso più consapevole, innovativo e creativo delle tecnologie, per innescare que-

Grafico 6 – L'Italia di domani



Base: popolazione con 14 anni o più

Fonte: Osservatorio permanente contenuti digitali

sto circolo virtuoso è indispensabile che sia all'interno delle famiglie, sia anche nella scuola e in generale in tutti i luoghi deputati alla formazione, si promuova un uso corretto e integrato delle tecnologie, focalizzato non tanto sulle loro potenzialità tecnologiche, quanto sul loro valore come mezzo per accedere a prodotti e servizi di qualità o per farne un uso creativo. Sempre più importante sarebbe quindi prevedere investimenti mirati non solo all'acquisto di hardware e di tecnologie, ma ad attività di informazione e formazione al loro uso, che mettano in condizione i giovani di farne un utilizzo consapevole, sviluppando nel contempo le loro capacità di analisi critica.

INDICE DEI NOMI E DEI TITOLI

Dei titoli citati si dà l'indicazione dell'editore e della data di pubblicazione solo quando sono oggetto di specifica trattazione.

- AAP (Association of American Publishers), 230, 231, 233, 237
- ABATE, F. 96
- ABELE, Gruppo, 72
- ABRAVANEL, R. 200, 201, 203
Meritocrazia (Garzanti Libri, 2008), 200
- ABSCONDIRA, 127
- ADELPHI, 24, 61, 95
- ADS (Accertamenti Diffusione Stampa), 244
- AFFINATI, E. 131
- AGNELLO HORNBY, S. 185, 191
La Mennulara (Feltrinelli, 2002), 185, 191
- AGORÀ, 192, 197
- AGUS, M. 96, 250, 254
Mal di pietre (Nottetempo, 2006), 250, 254
- AIAP (Associazione italiana proget-
tazione per la comunicazione visiva), 161
- AIB (Associazione Italiana Biblioteche), 219, 226
- AIDRO (Associazione Italiana per i Diritti di Riproduzione delle Opere dell'ingegno), 257
- AIE (Associazione Italiana Editori), 141, 143, 145, 147, 148, 203, 204, 210, 214, 218, 219, 223, 226, 227, 243, 257
Libro bianco (2000, 2003, 2006), 203, 221
- ALAMEDDINE, R. 138
- ALEMAGNA, B. 176
- ALIGHIERI, D. 178, 179, 180, 181, 182
Divina Commedia, 178, 179, 180, 181, 182
Inferno, 179
Paradiso, 180
- ALLAM, M. 29, 30, 33, 255
Grazie Gesù. La mia conversione

- dall'islam al cattolicesimo* (Mondadori, 2008), 31, 255
Io amo l'Italia. Ma gli italiani la amano? (Mondadori, 2006), 33
Viva Israele (Mondadori, 2007), 30
- ALLENDE, I. 185
- ALMAMEGRETTA, 69
Il cappotto di legno, canzone, 69
- ALSANEA, R. 251
Le ragazze di Riad (Mondadori, 2008), 251
- ALTAN, A. 138
- ALVARO, C. 138
- AMATO, G. 69
- AMAZON, 231, 234
- AMICO LIBRO, progetto per la promozione del libro, 213
- AMMANITI, N. 250
Io non ho paura (Mondadori, 2001), 250
- ANGELA, A. 255
Una giornata nell'antica Roma. Vita quotidiana, segreti e curiosità (Mondadori, 2007), 255
- ANGIONI, G. 96
- ANICA (Associazione Nazionale Industrie Cinematografiche Audiovisive e Multimediali), 257
- Antico Testamento*, 100
- ANTONIONI, M. 173
- APICE (Archivi della parola, dell'immagine e della comunicazione editoriale), 120
- APICELLA, M. 69
- APPLE, 231
- ARBASINO, A. 139
- ARMELLINI, G. 121
I diritti del lettore (con A. Colombo; Zanichelli, 1989), 121
- ARROW (Accessible Registries of Rights information and Orphan Works towards Europeana), 214, 218, 219, 227
- ARXIV, 156, 157
- ASCARI, G. vedi ELFO
- ASI (Analisi e Studi Industriali), 207
- ASSANTE, E. 106
- ASTORINA, 35
- ATTANASIO, P. 227
- ATXAGA, B. 94
- AUGIAS, C. 141, 184, 255
Leggere. Perché i libri ci rendono migliori, più allegri e più liberi (Mondadori, 2007), 255
- AUSTEN, J. 132
- AUTHORS GUILD, 230, 231, 233
- AVAGLIANO, 61
- BACH, J. 78
Il gabbiano Jonathan Livingston, 78
- BAGLIONI, C. 107
Come musica, canzone, 107
- BALDINI, E. 86
- BALDINI, R. 97
- BALESTRINI, N. 60
Sandokan. Storia di camorra (Einaudi, 2004), 60
- BALLESTRA, S. 131
- BANDELE, B. 138
- BANYAI, I. 176, 177
Zoom (Il Castoro, 2003), 176
- BARBACETTO, G. 255
Mani sporche (con P. Gomez e M. Travaglio; Chiarelettere, 2007), 255
- BARBERY, M. 250, 252
L'eleganza del riccio (e/o, 2007), 82, 250, 252
- BARESI, G. 175
Made in Hong Kong, documentario, 175
- BARICCO, A. 131, 184
- BARILLI, R. 172
- BARNES & NOBLE, 240
- BATTAGLIA, D. 38

- BATTIATO, F. 107
Antidolorificomagnifico, canzone, 107
- BATTISTA, P. 30
Cancellare le tracce. Il caso Grass e il silenzio degli intellettuali italiani dopo il fascismo (Rizzoli, 2007), 30
- BENE, C. 136
- BENIGNI, R. 178, 179, 180, 181, 182
- BENJAMIN, W. 52
- BERLUSCONI, S. 69, 180
- BERTELSMANN, 162, 166, 236, 237, 239
- BETULLA vedi FARINA, R.
- BIANCIARDI, L. 75
La vita agra (Bompiani, 1962 e 2001), 75
- «Biblioteca umoristica», Mondadori, 88
- BLOK, A.A. 48
- BOCCA EDIZIONI, 173
- BOCCA, G. 33
Outlet Italia. Viaggio nel paese in svendita (Mondadori, 2007), 33
- BOCCACCIO, G.
Decameron, 44
- BOCCIONI, U. 17
- BOLELLI, F. 106
- BOLLATI BORINGHIERI, 174
- BOMPIANI, 131, 136, 138, 139
- BOMPIANI, V. 136, 137, 138
- BONDI, S. 205
- BONELLI EDITORE, 35
- BONELLI, G. 37, 42
- BONELLI, S. 37, 42
- BONELLI, T. 37
- BONO VOX (pseud. di P.D. Hewson), 106
- BONSANTI, A. 125, 126
- BONTEMPELLI, M. 125, 127
Realismo magico e altri scritti sull'arte (Abscondita, 2006), 127
- BOOK RIGHTS REGISTRY, 231
- BOOTH, W.C. 132
Retorica della narrativa (La Nuova Italia, 1996), 132
- BORDERS, 240
- BORDWELL, D. 175
Storia del cinema e dei film (Il Castoro, 1998), 175
- BOSSI FEDRIGOTTI, I. 34
- BOTTICELLI, S. 136
- BOVIO, L.
Signorinella, canzone, 67
- BOWERS, F. 128
Textual and Literary Criticism (Cambridge University Press, 1959 e 1996), 128
- BRAIDA, L. 120
Testi, forme e usi del libro. Teorie e pratiche di cultura editoriale (a c. di, con A. Cadioli; Edizioni Sylvestre Bonnard, 2007), 120
- BRANCATI, V. 138
- BRAUCCI, M. 44
- BRIZZI, E. 79
Jack Frusciante è uscito dal gruppo (Transeuropa, 1994; Baldini Castoldi Dalai, 2006), 79
- BRIZZI, F. 81
Notte prima degli esami, film, 81
Notte prima degli esami oggi, film, 81
- BRONDI, V. 10
- BROOKS, P. 132
Trame. Intenzionalità e progetto nel discorso narrativo (Einaudi, 1995 e 2004), 132
- BROOKS, T. 82
- BROWN, D. 149, 185, 250
Il Codice da Vinci (Mondadori, 2004), 185, 250
- BRUGNOLO, S. 131
Ricettario di scrittura creativa (con G. Mozzi; Theoria, 1998; Zanichelli, 2001), 131

- BUCCINI, G. 34, 64, 65
Canone a tre voci (Frassinelli, 2000), 65
La fabbrica delle donne (Mondadori, 2008), 34
- BUFALINO, G. 131, 138
Buffy l'ammazzavampiri, serial tv, 81
- BUSCAGLIONE, F. 68
- BUSI, A. 23, 24
Seminario della gioventù (Adelphi, 1984), 24, 25
- CADIOLI, A.
Testi, forme e usi del libro. Teorie e pratiche di cultura editoriale (a c. di, con L. Braidà; Edizioni Sylvestre Bonnard, 2007), 120
- CAGNA, A.G. 33
Alpinisti ciabattoni (Baldini Castoldi Dalai, 2000), 33
- CALABRESI, M. 255
Spingendo la notte più in là. Storia della mia famiglia e di altre vittime del terrorismo (Mondadori, 2007), 255
- CALASSO, R. 95
- CALDWELL, E. 138
- CALVINO, I. 119
Il libro, i libri, conferenza, 119
- CAMILLERI, A. 94, 95, 149, 252
Il campo del vasaito (Sellerio, 2008), 252
La forma dell'acqua (Sellerio, 1994), 94
- CAMUS, A. 138
 «Candy Candy», Fabbri, 39
 «Candy Candy TV Junior», Fabbri, 40
 «Candy issima», Fabbri, 40
 «Capitan America», Editoriale Corino, 39
- CAPRONI, G. 97
- CAPURRO, G.
Fili d'oro, canzone, 67
- CARCASI, G. 80
Io sono di legno (Feltrinelli, 2007), 80
Ma le stelle quante sono (Feltrinelli, 2005), 80
- CARD, O.S. 130
I personaggi e il punto di vista. Come creare personaggi vividi e credibili, scegliendo l'angolazione più efficace per raccontare una storia (Editrice Nord, 1992), 130
- CAROSONE, R. 68
- CARRINO, L.R. 60, 63
Acqua storta (Meridiano Zero, 2008), 63
- CARVER, R. 132
Il mestiere di scrivere (Einaudi, 1997), 132
- CASATI MODIGNANI, S. 146, 254
Singolare femminile (Sperling & Kupfer, 2007), 254
- CASSOLA, C. 172
- CASTALDI, L. 68
- CASTELLINO, A. 94
In su cielu siat. Voci soliste e coro per fantasmi (AM&D Edizioni, 2005), 94
 «Castoro» (II), *La Nuova Italia*, 172
 «Castoro Cinema» (II), *Il Castoro*, 173
- CASTORO FILM, 175
- CAZZULLO, A. 33
- CELESTINI, A. 105, 108, 109
La rivoluzione, canzone, 109
Parole sante, album musicale, 108
- CENSIS (Centro Studi Investimenti Sociali), 144
- CENTRO PER IL LIBRO E LA LETTURA, 209, 213, 226
- CENTRO SPERIMENTALE DI CINEMATOGRAFIA, 173
- CERAMI, V. 132
Consigli a un giovane scrittore (Einaudi, 1996), 132

- CERRI, M. 55
- CHARTIER, R. 120
- CHERUBINI, L. vedi Jovanotti
- CHEVALIER, T. 250
La ragazza con l'orecchino di perla
 (Neri Pozza, 2001), 250
- CHIESA, G. 255
*Zero. Perché la versione ufficiale
 sull'11/9 è un falso* (Piemme,
 2007), 255
- CHRISTIANE F., 79
Noi, i ragazzi dello zoo di Berlino,
 79
- Cielito Lindo*, programma televisivo,
 89
- CILENTO, A. 56
Napoli sul mare luccica (Laterza,
 2006), 56
Non è il paradiso (Sironi, 2003),
 56
- CINECA (Consorzio Interuniversita-
 rio), 218
- CINECITTÀ HOLDING, 257
- CIRILLO, E.B. 97
L'ordine dell'addio (Diabasis,
 2007), 97
- CITTÀ TERRITORIO FESTIVAL DI FERRA-
 RA, 194
 «Classici», Bompiani, 136
- CLEMENTONI, 112
- CLUB DEGLI EDITORI, 160, 161
- CLUB DEL LIBRO, 239
- CLUB PER VOI, 162
- CNL (Centre National du Livre,
 Francia), 206
 «Livre 2010», 206
- COELHO, P. 138, 139
- COLLINS, F. 102
The Language of God (Free Press,
 2006), 102
- COLOMBO, A. 121
I diritti del lettore (con G. Armel-
 lini; Zanichelli, 1989), 121
- COMMISSIONE EUROPEA, 99, 103,
 215, 218
- CONECTA, 168, 169
- CONRAD, J. 27, 73, 138
- CONSOLI, A.
Le due Napoli di Domenico Rea
 (Unicopli, 2002), 52
- CONSOLI, C. 108
- CONTE, G. 11
Canti d'Oriente e d'Occidente
 (Mondadori, 1997), 11
- CONTE, P. 68
- CONTINI, G. 178
- «Contromano», Laterza, 56
- COPPOLA, B. 64, 65
Clotilde e il segreto di San Rocco
 (Le Lettere, 2003), 65
- CORNELL UNIVERSITY, 156
- CORNO, A. 38
- CORNWELL, P. 149, 252
Il libro dei morti (Mondadori,
 2007), 252
- «Corriere dei piccoli», 38
- «Corriere dei ragazzi», 38, 42
- «Corriere della Sera», 29, 30, 31, 32,
 33, 38
- COSTA, P. 99
*Un'idea di umanità. Etica e Natura
 secondo Darwin* (EDB, 2007), 99
- COTTRAU, G.L. 66
- COTTRAU, T. 66
- COVITO, C. 131
- CRICHTON, M. 149
- CRISTICCHI, S. 108
- CROCE, B. 32
*Il giornalismo e la storia della criti-
 ca* (1908; in *Problemi di estetica e
 contributi alla storia dell'estetica
 italiana*, Laterza, 1949), 32
- CRONIN, A. 138
- CUCCHI, M. 11, 15
Per un secondo o un secolo (Mon-
 dadori, 2003), 11, 15

- «Cucina ci penso io: le ricette del Gambero Rosso», Rcs-Gambero Rosso, 144
- CUNNINGHAM, M. 139
- CUTULI, M.G. 31
- CYBOOK, 231
- D'ALESSIO, G. 68
- D'ANZI, G. 66
Madonina, canzone, 66
- DANIELE, P. 68
- DARWIN, C. 99, 100, 104
L'origine delle specie, 99
- DAVIES, P. 101
Una fortuna cosmica. La vita nell'universo: coincidenza o progetto divino? (Mondadori, 2007), 101
- DAWKINS, R. 101, 102, 104
L'illusione di Dio. Le ragioni per non credere (Mondadori, 2007), 101
- DE AGOSTINI, 144, 235
- DE ANGELIS, M. 12
Biografia sommaria (Mondadori, 1999), 12
- DE ANGELIS, P. 132
Il mondo narrativo (con D. Pinaridi; Einaudi, 1998), 132
- DE CRESCENZO, L. 97
- DE FILIPPO, E. 97
- DE GREGORI, F. 107
In orbita, canzone, 107
- DE LUCA, E. 50, 131
- DE MAURO, T. 98
- DE SILVA, D. 254
Non avevo capito niente (Einaudi, 2007), 254
- DE SIMONE, R. 68
- DE WAAL, F. 102
Primati e filosofi. Evoluzione e moralità (Garzanti Libri, 2008), 102
- DEAGLIO, E. 18
- DEFOE, D. 27
- DEL BUONO, O. 40
- DELBOLSILLO, 241
- DELFINI, A. 125, 126
- DELFINO EDITORE, 96
- DELOITTE, 244
- DENTI, R. 177
- DENZA, L.
Funiculì funiculà, canzone, 66, 67
- DETTORI, G. 94
Ocros e Caratzas (con R. Sotgiu; mostra d'arte, 2007), 94
- «Devil», Editoriale Corno, 39
- DI GIACOMO, S. 67, 69
- DI GIAMMATTEO, F. 172, 175
- DI STEFANO, P. 34
La famiglia in bilico. Un reportage italiano (Feltrinelli, 2001), 34
Nel cuore che ti cerca (Rizzoli, 2008), 34
- «Diabolik», Astorina, 35, 37, 42
- DIANA, don P., 75
- DIBELL, A. 130
La trama (Editrice Nord, 1992), 130
- DICKENS, C. 132
- DIRAC, P. 100
- DIREZIONE GENERALE PER I BENI LIBRARI, 226
- Dizionario Bompiani degli autori* (Bompiani, 2006), 139
- Dizionario Bompiani delle opere e dei personaggi* (Bompiani, 2006), 139
- DOAJ (Directory of Open Access Journals), 157
- Doctor House*, serial tv, 162
- DONINELLI, L. 131
- DONIZETTI, G. 66
- «Donna Moderna», Mondadori, 146
- DOSSI, C. 28
- DOSTOEVSKIJ, F. 20
I fratelli Karamazov, 20
- DUOMO EDICIONES, 240

- DURANTE, A. 72
 «Dylan Dog», Sergio Bonelli Editore, 35
- E/O, 240
- EADY, T. 242
- ECO, U. 131, 162, 250
Il nome della rosa, 250
- EDICOLÈ, 148
- EDITIS, 238
- EDITORIALE CORNO, 38
- EDITRICE NORD, 130
- EDIZIONI PAOLINE, 35
- EDL (European Digital Library), 215
- EGEA, 205
- EINAUDI, 84, 173
 «Einaudi Stile Libero», 132
- ELENA & DANIELE, 81
I liceali. Diario della II A (Mondadori, 2008) 81
- ELFO (pseud. di G. Ascari), 17, 18, 19
Tutta colpa del '68. Cronache degli anni ribelli (Garzanti Libri, 2008), 17, 18
- ELIO E LE STORIE TESE, 68
- ELIOT, G. 138
- E-LIS, 157
- ELKANN, A. 139
- ELLIOT EDIZIONI, 126
- ERBA, L. 15
 «Espresso» (L'), 255
- EURA, 35
 «Eureka», Editoriale Corno, 38
- EUROCLUB, 161, 162
- EUROPA EDITIONS, 240
- EUROPEAN DIGITAL LIBRARY FOUNDATION, 218
- EUROPEAN WRITERS' CONGRESS, 218
- FABBRI EDITORE, 39, 40, 173
- FABBRI, L. 142, 144
I quotidiani: politiche e strategie di marketing (Carocci, 2007), 144
- FABER, M. 139
- FACEBOOK, 239
- FALETTI, G. 250, 252
Io uccido (Baldini Castoldi Dalai, 2002), 250
Pochi inutili nascondigli (Baldini Castoldi Dalai, 2008), 252
- FALLACI, O. 29, 30, 34
La rabbia e l'orgoglio (Rizzoli, 2002), 30
Un cappello pieno di ciliege (Rizzoli, 2008), 34
- «Fantastici Quattro» (I), Editoriale Corno, 39
- FANUCCI, 80
- FARINA, R. 31
- FAZIO, F. 93, 184
- FELTRINELLI, 81, 190, 191
- FELTRINELLI, librerie, 107
- FERDINANDO DI BORBONE, re, 48
- FERRANDINO, G. 60, 61
Il rispetto (ovvero Pino Pentecoste contro i guappi) (Adelphi, 1999), 61, 62
Pericle il Nero (Granata Press, 1993; Adelphi, 1998), 62
- FERRANTE, E. 50, 51, 53, 54, 55, 97
Il dono della Befana (in *La frantumaglia*, e/o 2003 e 2007), 54
Ipotesi di intervista laconica (in *La frantumaglia*, e/o 2003 e 2007), 51
L'amore molesto (e/o, 1992), 53, 54, 97
La figlia oscura (e/o, 2006), 53, 54, 55
La frantumaglia. In appendice Tessere 2003-2007 (e/o, 2007), 51, 54
La spiaggia di notte (e/o, 2007), 55
- FERRI, F. 68
- FERRONI, G. 136
- FESTIVAL DEL CINEMA AFRICANO DI MILANO, 175

- FESTIVAL DEL DIRITTO DI PIACENZA, 194
- FESTIVAL DEL FILM DI LOCARNO, 137, 175
- FESTIVAL DELL'ECONOMIA DI TRENTO, 194
- FESTIVALE LETTERATURA DI MANTOVA, 194
- FESTIVAL FILOSOFIA DI MODENA, 194
- FEYNMAN, R. 100
- FIAT, 173, 241
- FIEG (Federazione Italiana Editori Giornali), 244
- FIERA DEL LIBRO DI BUENOS AIRES, 119
- FIERA DEL LIBRO DI TORINO, 144, 193
- FIERRIO, A. 68
- FIMI (Federazione Industria Musicale Italiana), 244, 257
- FLAIANO, E. 136, 138
Frasario essenziale per passare inosservati in società (Bompiani, 2001), 136
- FLAUBERT, G. 132
- FOIS, M. 96, 131
- FOLLETT, K. 252
I pilastri della terra (Mondadori, 2005), 252
Mondo senza fine (Mondadori, 2007), 252
- FONDAZIONE CORRIERE DELLA SERA, 33
- FONDAZIONE ROSELLINI, 127
- FONDAZIONE VERONESI, 144
- FONSECA PIMENTEL, E. 48
- FORD, R. 139
- FORTINI, F. 13
Paesaggio con serpente (Einaudi, 1984), 13
- FRANCE CINÉMA, 175
- FRANCHINI, A. 76, 131
L'abusivo (Marsilio, 2001), 76
- FRANCO, A. 131
- FRANCO, F. 170
- FRANZINI, E. 176
- FRASSINELLI, 110
- FRESCURA, L. 80
Il mondo nei tuoi occhi. Due storie di un amore (con M. Tomatis; Fannucci, 2006), 80
- FRILLI EDITORI, 97
- GABER, G. 109
- GADDA, C.E. 138
- GAETANO, R. 10
- GAIMAN, N. 82
- GALIMBERTI, U. 255
L'ospite inquietante (Feltrinelli, 2007), 255
- GALLI DELLA LOGGIA, E. 29
- GALLICA-2, 214, 216, 219
- GALLO, N. 68
- GAMBERO ROSSO, 144
- GAMBETTA, D. 87
- GANDINI, G. 38
- GARCÍA MÁRQUEZ, G. 94
- GARDNER, J. 132
Il mestiere dello scrittore (Marietti, 1989), 132
- «Gaston Lagaffe», 38
- GATTO, A. 13, 14
- «Gazzetta dello Sport» (La), 144
- GELLI, L. 21
- GELMINI, M. 240
- GEMS (Gruppo editoriale Mauri Spagnol), 235, 240
- GENETTE, G. 123
- GENNA, G. 20
Catrame (Mondadori, 1999), 16, 20
- «Georgie», Fabbri, 40
- GfK EURISKO, 220
- GIBRAN, G.K.
Il profeta, 78
- GIDE, A. 132, 138
Consigli a un giovane scrittore (Einaudi, 1993), 132

- GILL, A. (pseud. di M. Testa), 68
Come pioveva, canzone, 68
- GIOCHI PREZIOSI, 112
- GIORDANO, P. 249, 250, 253
La solitudine dei numeri primi (Mondadori, 2008), 250, 252, 253
 «Giornalino» (Il), Edizioni Paoline, 35
- GIRARD, B. 66
- GIUDICI, G. 14, 97
La vita in versi (Mondadori, 1965), 14, 15
Lume dei tuoi misteri (Mondadori, 1984), 15
- GIUSSANI, A. 37
- GMAIL, 233
- GNOME, E. 114
Fairy Oak. Il potere della luce (De Agostini, 1987), 114
Fairy Oak. Il segreto delle due gemelle (De Agostini, 2005), 114
Fairy Oak. L'incanto del buio (De Agostini, 1988), 114
- GOMEZ, P. 255
Mani sporche (con G. Barbacetto e M. Travaglio; Chiarelettere, 2007), 255
Se li conosci li eviti. Raccomandati, riciclati, condannati, imputati, ignoranti, voltagabbana, fannulloni del nuovo parlamento (con M. Travaglio; Chiarelettere, 2008), 255
- GOOGLE, 214, 215, 216, 217, 218, 219, 230, 231, 232, 233, 234, 237
- GOOGLE BOOK SEARCH, 214, 215, 216, 232, 233, 234, 237
- GOOGLE EARTH, 233
- GOOGLE MAPS, 233
- GOOGLE NEWS, 214
- GOOGLE SCHOLAR, 214
- GORGANI, R. 174, 175
 «GQ» («Gentlemen's Quarterly»), 106
- GRAMSCI, A. 75, 142
- GRANATA PRESS, 61
 «Grande Mazinga» (Il), Fabbri, 39
- GRISHAM, J. 149, 252
Il professionista (Mondadori, 2007), 252
- GRÜNEWALD, M. 136
- GRUPPO 13, 96
- GUACCI, R. 131
Come scrivere. Guida per aspiranti scrittori (con B. Miorelli; Zelig, 1999), 131
- GUADAGNI, A. 51
- GUANDA, 173
- GUERINI E ASSOCIATI, 174
- GUNELIUS, S. 205
Harry Potter, come creare un business da favola (Egea, 2008), 205
- GUNGUI, F. 80
Mi piaci così (Feltrinelli, 2008), 80
- HACHETTE LIVRE, 236
- HAMMOUDI, A. 138
- HANIF, M. 138
- HARCOURT, 237
- HARLEQUIN MONDADORI, 146
 «Harmony», Mondadori, 146
- HAUSER, M. 102
Menti morali. Le origini naturali del bene e del male (il Saggiatore, 2007), 102
- HEISENBERG, W.K. 100
- HERRIMAN, G. 18
- HESSE, H. 78
Siddharta, 78
- HIGHSMITH, P. 132
Come scrivere un giallo (Einaudi, 1998), 132
 «Holden Maps», Rizzoli, 131
- HOLT, A. 249, 250
Quello che ti meriti (Einaudi, 2008), 250

- HOSSEINI, K. 250, 251
Il cacciatore di aquiloni (Piemme, 2004), 185, 249, 251
Mille splendidi soli (Piemme, 2007), 252, 253
- HOUELLEBECQ, M. 139
- HOUGHTON MIFFLIN, 236, 237
- HOUGHON MIFFLIN HARCOURT, 237
<http://gallica2.bnf.fr>, 216
<http://sdz.aiap.it/notizie/10181>, 161
Munari e il laboratorio del Club degli Editori, 161
- HUXLEY, A. 176
I corvi (Il Castoro, 2007), 176
- IACOBONI, M. 102
I neuroni allo specchio. Come capiamo ciò che fanno gli altri (Bollati Boringhieri, 2008), 102
- IARD, 202, 203
- ICCU (Istituto Centrale per il Catalogo Unico), 221
- IFRRO (International Federation of Reproduction Rights Organisations), 218
- IL CASTORO, 172, 174, 176, 177
- IL CIRCOLO, 162
- IL SAGGIATORE, 174
- ILIAD, 231
- IMARISIO, M. 34
Mal di scuola (Bur, 2007), 34
- INCORONATO, L. 46
Scala a san Potito (1950; Pironti, 1999), 46
- INTERNET, 161, 203, 208, 213, 214, 215, 219, 234, 238, 239, 258, 259, 260, 262
- INVALSI (Istituto Nazionale per la valutazione del sistema educativo di istruzione e di formazione), 208, 209, 210
Le competenze in scienze, lettura e matematica degli studenti quindi-
cenni. Rapporto annuale Pisa 2006 (Ocse-Pisa, 2008), 208
- INZERILLO, M.R. 191
- IPA (International Publishers Association), 236
- IPSOS, 145, 146, 148
- ISI (Independent Schools Inspectorate), 157
- ISTAT (Istituto Nazionale di Statistica), 145, 146, 148, 167, 169, 192, 196, 207, 221, 222, 223, 244
 «I cittadini e il tempo libero», 222
La lettura di libri in Italia (2006), 222
- ISTITUTO PER IL LIBRO, 226
- JANČAR, D. 138
Aurora boreale (Bompiani, 2008), 138
- JANNACCI, E. 68
- JEANNENEY, J.-N. 215, 234
Quand Google défie l'Europe (Mille et une Nuits, 2006), 234
- JELLOUN, T.B. 136, 138
- JOHN WILEY, 230, 237
 «Journal of Citation Reports», 157
- JOYCE, J.
Finnegans Wake, 131
- JOVANOTTI (pseud. di L. Cherubini), 105, 106, 107, 108, 109
Fango, canzone, 107
Il grande Bob! (Feltrinelli, 1998), 105
Safari, album musicale, 105, 106, 107, 108
- JUNIOR CLUB, 162
- KAFKA, F. 132, 172
- KAR-WAY, W. 176
Angeli perduti, documentario, 175
- KELLY, G. 141
- KINDLE, 231, 234

- KING, S. 132, 185, 252
Duma Key (Sperling & Kupfer, 2008), 252
On Writing (Sperling & Kupfer, 2001), 132
- KINNEY, J. 177
Diario di una schiappa (Il Castoro, 2008), 177
- KLEIN, N. 255
No Logo (Baldini Castoldi Dalai, 2001), 255
Shock Economy. L'ascesa del capitalismo dei disastri (Rizzoli, 2007), 255
- KRESS, N. 130
Inizio sviluppo e finale (Editrice Nord, 1995), 130
 «Kriminal», Editoriale Corno, 38
- KUREISHI, H. 136, 138, 139
- L'ESPRESSO, gruppo editoriale, 143
- LA NUOVA ITALIA, 172, 173, 174
- LABÒ, G. 147
 «Lady Oscar», Fabbri, 40
 «Lanciostory», Eura, 35
- LANZETTA, P. 43
- LARSSON, S. 249, 250
Uomini che odiano le donne (Marsilio, 2007), 250
- LATERZA, 192, 193, 195
- LATERZA AGORÀ, 194, 197
- LATERZA, G. 193
- LECCA, N. 96
- LEGAMBIENTE, 72
- LEHMAN, B. 176
Il libro rosso (Il Castoro, 2007), 176
- LEJEUNE, P. 123
- LEPRI, L. 131
Quaderno di Panta. Scrittura creativa (Bompiani, 1997), 131
- LESKOV, N.S. 52
Il viaggiatore incantato, 52
- LESSING, D. 191
 «Letteratura», 126
- LEWIS, C.S. 82
- LIBERILIBRI, 127
- LIBEROVICI, S. 108
 «Librando», Carlo Delfino Editore, 96
- LIBREKA, 214, 219
- LIBRERIA DEI RAGAZZI DI MILANO, 172, 177
- LIBRERIA DELL'ORSO, 127
- Liceali (I)*, serial tv, 81
- «Linus», Rizzoli, 38, 40
- LITTELL, J. 251
Le benevole (Einaudi, 2007), 251
- LITTI, L. 88, 89, 90, 91, 92, 93
Che Litti che Fazio. I duetti più divertenti di «Che tempo che fa» (Mondadori, 2008), 89
Col cavolo (Mondadori, 2004), 88
L'agenda di Minchia Sabbry (Sperling & Kupfer, 1993), 89
La principessa sul pisello (Mondadori, 2002), 88
Rivergination (Mondadori, 2006), 88, 94
Sola come un gambo di sedano (Mondadori, 2001), 88, 89
- LIVADIOTTI, S. 255
L'altra casta. Privilegi. Carriere. Misfatti e fatturati da multinazionale. L'inchiesta sul sindacato (Bompiani, 2008), 255
- LODGE, D. 132
L'arte della narrativa (Einaudi, 1995), 132
- LODOLI, M. 197
- LOI, F. 13
- LONDON BOOK FAIR, 242
- LONDON, J. 27
- LONGO, A. 60, 63
Adelante (Rizzoli, 2003), 64
Dieci (Adelphi, 2007), 63, 64

- Più o meno alle tre* (Meridiano Zero, 2002), 64
- LORENZELLI, G. 193
- LORENZETTI, L. 131
- Un posto per scrivere. Indagine sulla scrittura creativa in Italia* (Prospettiva Editrice, 2002), 131
- LORIA, A. 125, 126
- LOY, F. 131
- LUCA E CLAUDIA, 81
- Notte prima degli esami* (Mondadori, 2006), 81
- LUCARELLI, C. 84, 85, 86, 87, 97, 131
- Almost Blue* (Einaudi, 1997 e 2007), 86
- Blu notte*, programma televisivo, 87
- Carta bianca* (Sellerio, 1990), 85
- Falange armata* (Einaudi, 1993 e 2002), 86
- Il giorno del lupo* (Einaudi, 1994 e 2008), 86
- Indagine non autorizzata* (Mondadori, 1993), 85
- L'estate torbida* (Sellerio, 1991), 85
- L'isola dell'angelo caduto* (Einaudi, 1999 e 2001), 85
- Lottava vibrazione* (Einaudi, 2008), 84
- Lupo mannaro* (Einaudi, 1994 e 2001), 86
- Nikita* (Edizioni EL, 1994 e 2006), 86
- Un giorno dopo l'altro* (Einaudi, 2000), 86
- Via delle Oche* (Sellerio, 1996), 85
- LUCARIELLO (pseud. di L. Caiazzo, cantante degli Almamegretta), 69
- LUCI DELLA CENTRALE ELETTRICA (LE), gruppo musicale, 10
- Canzoni da spiaggia deturpata*, album musicale, 10
- Nei garage a Milano nord*, canzone, 10
- «Luna», Fabbri, 40
- LUPERINI, R. 122
- LUZZATTO, M. 100
- Pregbiera darwiniana* (Raffaello Cortina, 2008), 100
- MAALOUF, A. 136, 138
- MAGRIS, C. 138
- MAJAKOVSKIJ, V.V. 188
- MALDACEA, N. 68
- MALTESE, C. 255
- La questua. Quanto costa la Chiesa agli italiani* (Feltrinelli, 2008), 255
- MANFUCCI, E. 131
- MANNUZZU, S. 96
- MANZINI, G. 125, 127
- MARAINI, D. 97, 131
- Colomba* (Rizzoli, 2004), 97
- MARANI, D. 136
- MARI, M. 23, 27, 28, 131
- Tu, sanguinosa infanzia* (Mondadori, 1997), 27, 28
- MARIETTI, 132
- MARINETTI, F.T. 172
- MARINI, G. 108
- MARIO, E.A. (pseud. di E.G. Gaeta)
- Balocchi e profumi*, canzone, 67
- La leggenda del Piave*, canzone, 67
- Santa Lucia*, canzone, 56
- MARIOTTI, M. 173
- MAROTTA, G. 138
- MARRACASH (pseud. di F. Rizzo), 10
- Badabum Cha Cha*, canzone, 10
- Popolare*, album musicale, 10
- MARSILIO, 174
- MARTIGNONI, C. 121
- Testi nella storia* (con C. Segre; Einaudi, ed. varie), 121
- MARTIN, G.R. 82
- MARTIN, R. 130
- Come scrivere un romanzo storico* (Editrice Nord, 1994), 130

- MASANIELLO (pseud. di Tomaso Aniello d'Amalfi), 48
- MATTEI, E. 21
- MATTEL, 112
- «Mattino» (II), 76
- MAX PLANCK GESELLSCHAFT, 156
- MAYER, M. 212
- MAZZA, G. 186
- MAZZANTINI, M. 250
Non ti muovere (Mondadori, 2001), 250
- MAZZOTTA, U. 65
Il segreto di Pulcinella (Todaro, 2004), 65
La bella Napoli (Marco Valerio Editore, 2002), 65
- MCGRAW-HILL, 230, 237, 241
- MCGRAW-HILL EDUCATION, 236
- MCKENZIE, D. 120
- MELFI, G. 197
- MELISSA P., 79, 250
Cento colpi di spazzola prima di andare a dormire (Fazi, 2003), 79, 250
- MELVILLE, H. 27
Moby Dick, 27
- MENEGHELLO, L. 56
- «Meridiani» (I), Mondadori, 125
- MERIDIANO ZERO, 64
- MEROLA, M. 68
- MEYER, S. 81
L'ospite (Rizzoli, 2008), 81
Twilight (Fazi, 2006), 81
- «Michel Vaillant», 38
- MIELI, P. 29
- MILANESIANA. LETTERATURA, MUSICA, CINEMA (La), 137
- MILANI, M. 38
- MILANO LIBRI, 41
- MILES, V. 241
- MILLER, F. 41
Batman: il ritorno del cavaliere oscuro (Rizzoli, 1988), 41
- MINA (pseud. di M.A. Mazzini), 67
- MINISTERO DEI BENI E DELLE ATTIVITÀ CULTURALI, 226
- MIORELLI, B. 131
Come scrivere. Guida per aspiranti scrittori (con R. Guacci; Zelig, 1999), 131
- MIRÓ, J. 189
- MISHIMA, Y. 46
- «Miti Mondadori», 88
- MO, E. 31
Ma nemmeno malinconia. Storia di una vita randagia (Rizzoli, 2007), 31
- MOCCIA, F. 80, 185, 186, 250
Amore 14 (Feltrinelli, 2008), 186
Tre metri sopra il cielo (Feltrinelli, 2005), 81, 185, 250
- MODUGNO, D. 67
La donna riccia, canzone, 67
La sveglietta, canzone, 67
Resta cu' mmé, canzone, 67
Strada 'nfosa, canzone, 67
- MONDADORI, 27, 35, 36, 88, 95, 125, 127, 144, 145, 146, 148, 161, 173, 235
- MONDADORI, A. 160
- MONDADORI/ELECTA, 144
- MONDADORI/IPSOS, 151, 220
- MONDOLIBRI, 162, 166
- MONDOLIBRI, librerie, 163
- MONÉ, R. 174
Requiem per il Castoro («la Repubblica», 10 luglio 1992), 174
- MONTALE, E. 25
- MONTANARI, R. 131
- MONTANELLI, I. 33
- MONTESANO, G. 43, 44, 47, 48, 49
Di questa vita menzognera (Feltrinelli, 2003), 48
Napoli assediata (con V. Trione; Pironti, 2007), 48
Nel corpo di Napoli (Mondadori, 1999), 47

- MORAVIA, A. 138
I due amici (Bompiani, 2007), 138
- MORO, A. 21
- MOSTRA INTERNAZIONALE D'ARTE CINEMATOGRAFICA DI VENEZIA, 136, 175
- MOZZI, G. 131, 132
Ricettario di scrittura creativa (con S. Brugnolo; Theoria, 1998; Zanichelli, 2001), 131
- MUNARETTI, A. 241
- MUNARI, B. 161
- MURGIA, M. 96
- MUSSINELLI, C. 208
- MVB, 216
- NABOKOV, V. 132
Lezioni di letteratura (Garzanti Libri, 1982), 132
- NATI PER LEGGERE, progetto per la promozione del libro, 213, 225
- NAUTILUS, associazione culturale, 177
- NAZIONALE, M. 68
- NERBINI, 36
- NERI, G. 12
- NICASTRO, A. 31
Nassiriya. Bugie tra pace e guerra (Editori Riuniti, 2006), 31
- NIDASIO, G. 38
- NIELSEN, 144, 148
- NIFFOI, s. 94, 95, 96
La vedova scalza (Adelphi, 2006), 95
- NOBEL, premio, 191
 «Noir liguri», Fratelli Frilli Editori, 97
- NOTIZIE LETTERARIE, 162
- NUOVA COMPAGNIA DI CANTO POPOLARE, 68
Nuovo Testamento, 100
- O'CONNOR, F. 132
Nel territorio del diavolo (Einaudi, 1993), 132
- OBAMA, B. 230
- OCSE (Organizzazione per la Cooperazione e lo Sviluppo Economico), 201, 208, 209, 210, 211, 212, 240
 Pisa, ricerca, 202, 208, 209, 210, 211, 212, 240
- ODIFREDDI, P. 31
- OK MUSICA, 162
- OLIMPIO, G. 31
Alqaeda.com (Bur, 2008), 31
- OLIVETTI, A. 161
- OPEN ACCESS, 156, 157, 158, 159
- OPHÜLS, M. 140
- ORSOMANDO, N. 92
- ORTESE, A.M. 44, 52, 56
Il mare non bagna Napoli (Adelphi, 1953), 44
 «Oscar», Mondadori, 190
 «Oscar Bestseller», Mondadori, 88
- OSSERVATORIO PERMANENTE DEI CONTENUTI DIGITALI, 208, 257, 260, 261, 262, 264
- OSSERVATORIO SULLA CAMORRA, 72
- OTTOBREPIOVONOLIBRI, progetto per la promozione del libro, 213
- OZ, A. 133, 185
Contro il fanatismo (Feltrinelli, 2004), 133
- PACINI FAZZI, 126
- PACS (Patti civili di solidarietà), 92
- PAGLIARANI, E. 14
La ragazza Carla e nuove poesie (Mondadori, 1960)
- «País» (El), 170
- PALANDRI, E. 131
- PALLADIO, A. (pseud. di Andrea di Pietro dalla Gondola), 136
 «Panorama», 165
- PANSA, G. 255
I gendarmi della memoria (Sperling & Kupfer, 2007), 255

- «Panta», Bompiani, 139
- PANZA, P. 34
Il digiuno dell'anima (Bompiani, 2007), 34
- PAOLI, G. 107
Innamorato, canzone, 107
- PAOLINI, C. 82
- PARAZZOLI, F. 19
Per queste strade familiari e feroci (risorgerò) (Mondadori, 2004), 19
- PARENTI, 23
- PARINI, G. 14
- PARRELLA, V. 57
Lo spazio bianco (Einaudi, 2008), 57
Mosca più balena (minimum fax, 2003), 57
Per grazia ricevuta (minimum fax, 2005), 57
- PASCOLI, G. 172
- PASOLINI, P.P. 75
Le ceneri di Gramsci (Garzanti, 1954), 75
Il romanzo delle stragi (Io so) (in *Scritti corsari*, Garzanti, 1975; ora in *Saggi sulla politica e sulla società*, Mondadori, 1999), 75
- PASSERO, J.C. 235
- PCI (Partito Comunista Italiano), 142
- PEA, E. 125, 126
Il romanzo di Moscardino (Elliot edizioni, 1994), 126
- PEARSON, 236, 241
- PEARSON EDUCATION, 230, 237
- PECCATORI, S. 144, 145
- PECKINPAH, S. 17
Il mucchio selvaggio, film, 17
- PENGUIN US, 230, 236, 239, 240
- PENGUINDATING, 239
- PETRELLA, A. 60
Cane rabbioso (Meridiano Zero, 2006), 60
- PETROLINI, E. 68
- PHILOPAT, M. 16, 17, 19
La Banda Bellini (Shake edizioni, 2002; Einaudi Stile Libero, 2007), 16, 19
- PIAZZA, M. 161
- PICCIONI, S. 172
- «Piccola Biblioteca del Cinema», Guanda, 173
- PICCOLO, F. 132
Scrivere è un tic (Einaudi, 1994), 132
- PICCOZZI, M. 87
- PIERSANTI, A. 173
- PIERSANTI, U. 131
- PIETRANGELI, P. 108
- PIEVANI, T. 102
L'evoluzione della mente (Sperling & Kupfer, 2008), 102
- PINARDI, D. 132
Il mondo narrativo (con P. De Angelis; Einaudi, 1998), 132
- PINOTTI, F. 255
Fratelli d'Italia (Bur, 2007), 255
- PIOVENE, G. 138
- PIRANDELLO, L. 138
- PISCHEDDA, B. 23, 26, 27
Com'è grande la città (Marco Tropea, 1996), 25, 27
- PITZIANI, E. 96
- PITZORNO, B. 131
- PLAN DE FOMENTO (Piano nazionale spagnolo per la promozione del libro), 171
- PLANETA, 238, 241
- PLANETA/EDITIS, 236
- «Playboy», 177
- «PLOS ONE», 157
- PM DIRECT, 162
- PMI (Piccole medie imprese), 257
- POE, E.A. 27
- POLIPHON MUSIKWERKE, 67
- POLKINGHORNE, J.C. 100

- From Physicist to Priest. An Autobiography* (Spck/Yale, 2007; Cascade Books, 2008), 100
Teoria dei quanti (Codice edizioni, 2008), 100
- POLONI, M. 162, 163, 165
- PONTIGGIA, G. 129, 131
- POUND, E. 126
- POZZI, A. 14
- PRATT, H. 38
- PRECISA RESEARCH, 168, 169
- PRESÌDI DEL LIBRO, 192, 193, 194, 196, 197, 213, 225
 «Feste dei lettori», 195
 «Forum del libro» (2006), 195, 225
 «Passaparola», 193, 196
 «Progetti tematici» (*La cultura della cittadinanza e Leggere il territorio attraverso la scienza*), 195
- PRISCO, M. 51
La città verticale. Napoli nella letteratura dagli ultimi decenni dell'Ottocento al nuovo millennio (Oedipus, 2007), 51
- PROUST, M. 132
- PUCCINI, M. 127
 «Puffi» (I), 38
Punteggiatura (Bur-Holden Maps-Scuola Holden, 2001), 131
- QUANTESTORIE, festival, 177
- QUASIMODO, S. 13
- RABONI, G. 11, 15
Case della Vetra (Scheiwiller, 1966), 15
Piccola suite fluviale, 11
- RADIO RAI, 178
- RAI TRE, 89
- RAI TV, 180, 181
- RAI UNO, 179
- RAINBOW, 111, 112, 117
- RAMAZZOTTI, E. 108
- RAMONDINO, F. 52, 54
La via (Einaudi, 2008), 52, 53
- RAMPINI, F. 255
La speranza indiana. Storie di uomini, città e denaro della più grande democrazia del mondo (Mondadori, 2007), 255
- RANDOM HOUSE, 236
- RANDOM HOUSE MONDADORI, 241
- RASCEL, R. 68
- RASY, E. 139
- RAVERA, L. 131
 «Raw», 41
- RCS, 35
- REA, E. 43, 44, 45, 46, 47, 49, 52
L'ultima lezione (Einaudi, 1992), 44
La dismissione (Rizzoli, 2002), 44, 45
Mistero napoletano (Einaudi, 1995), 44
Napoli Ferrovia (Rizzoli, 2007), 44, 45
- READER'S DIGEST, 236
- REALE, G. 136
- REBORA, C. 13
Frammenti lirici (1913; Interlinea, 2008), 13
- REED ELSEVIER, 236, 237
- «Repubblica» (la), 106, 107, 133, 141, 142, 143, 174, 255
 «Biblioteca di Repubblica», 142, 143
 «I Viaggi di Repubblica», 106
 «Novecento», 141, 143
Saper scrivere (2008), 133
 «TuttoMilano», 106
 «Venerdì di Repubblica», 105
 «XL», 106
- Repubblica.it, 143
- «Ric Roland», 38
- RICCI, C. 68

- RIGGIO, L. 240
 RIGOSI, G. 87
 «Rivista del cinematografo», 173
 RIZZO, F. vedi MARRACASH
 RIZZO, S. 29, 30, 32, 255
 La casta. Così i politici sono diventati intoccabili (con G.A. Stella; Rizzoli, 2007), 30, 32, 255
 La deriva. Perché l'Italia rischia il naufragio (con G.A. Stella; Rizzoli, 2008), 32, 255
 RIZZOLI, 30, 41, 81, 131, 235
 ROARMAP, 157
 ROCCO E ANTONIA (pseud. di L. Rava e M. Lombardo Radice), 79
 Porci con le ali (Savelli, 1976), 79
 RODARI, G. 108
 ROMANO, S. 30
 Il paese delle molte storie (Rizzoli, 2005), 30
 ROSSI, V[ALENTINO] 106
 ROSSI, V[ASCO] 108
 ROWLING, J.K. 82, 115, 116, 205, 217
 RÜDIGER WISCHENBART CONTENT AND CONSULTING, 235
 RUGARLI, G. 132
 Il manuale del romanziere (Einaudi, 1998), 132
 RUINI, C., cardinale, 93
 RUIZ ZAFÓN, C. 185, 250
 L'ombra del vento (Mondadori, 2006), 185, 250
 RUSSO, F. 67, 68

 SAATCHI & SAATCHI, 186
 SABA, U. 105
 SACCO, R.
 Te voglio bene assaje, canzone, 66
 SAFER INTERNET-EUROBAROMETER FOR CHILDREN, rapporto (2005), 259
 SAFT (Safety Insurance Group, Inc.), 259
 SAINT-EXUPÉRY, A. DE 78
 Il piccolo principe, 78
 SALGARI, E. 27
 SALINGER, J.D. 78
 Il giovane Holden, 78
 SANSONI, G. 37
 SANTUCCI, L. 126
 Il velocifero, 126
 SARTRE, J.P. 138, 161
 «Satanik», Editoriale Corno, 38
 SAVAGE, S. 249, 251
 Firmino (Einaudi, 2008), 251
 SAVIANO, R. 69, 70, 73, 75, 76, 249
 Gomorra (Mondadori, 2006), 70, 73, 75, 249
 SAVINIO, A. 136, 138
 Opere. Scritti dispersi. Tra guerra e dopoguerra 1943-1952 (Bompiani, 1989), 136
 SAVONAROLA, G. 130
 SCALET, E. 172
 SCARPA, T. 131
 SCERBANENCO, G. 141
 SCHEIWILLER, V. 136
 SCHOLASTIC, 236
 SCHUSTER & SCHUSTER, 237
 SCIASCIA, L. 138
 SCUOLA HOLDEN, 131, 133
 «Scuola per scrittori», Editrice Nord, 130
 SECCHI, L. 38
 SEDIT, 173
 SEGRE, C. 121, 178
 Testi nella storia (con C. Martignoni; Einaudi, ed. varie), 121
 «Selezione del Reader's Digest», Mondadori, 36
 SELLERIO, 94, 95
 SERAFINI, M.T. 131
 Come si scrive un romanzo (Bompiani, 1996), 131
 SERENI, V. 13, 15
 Gli strumenti umani (Einaudi, 1965), 15

- L'alibi e il beneficio*, 15
- SERMONTI, V. 178, 179, 180, 181, 182
- SEVERGNINI, B. 33
- SFONDRINI, C. 81
- Amici*, programma televisivo (con L. Zanforlin), 81
- A un passo dal sogno* (con L. Zanforlin; Mondadori, 2007), 81
- Fra il cuore e le stelle* (con L. Zanforlin; Mondadori, 2008), 81
- SGARBI, E. 136, 137
- Il pianto della statua*, film, 137
- Non chiederci la parola*, film, 137
- Notte senza fine. Amore tradimento incesto*, lungometraggio, 136
- SHELFARI, sito Internet, 239
- SIAE (Società Italiana Autori ed Editori), 226
- SIANI, G. 76
- SIMON & SCHUSTER, 230, 238
- SIMONETTA, U. 23
- Lo sbarbato* (Parenti, 1961), 23, 24
- SINIBALDI, M. 94
- Farbrenheit*, programma radiofonico, 94
- SINISGALLI, L. 13
- SIVIERO, M. 64, 65
- Vendesi Napoli* (Flaccovio, 2005), 65
- «Skorpio», Eura, 35
- SMITH, A. 73
- SNAG (Sindacato Nazionale Autonomo Giornalai), 147
- SOCCHI, A. 255
- Il segreto di padre Pio* (Rizzoli, 2007), 255
- «SocialDesignZine», 161
- «Solaria», 126
- SONY READER, 231
- SORIGA, F. 96
- SOTGIU, R. 94
- Ocros e Caratzas* (con G. Dettori; mostra d'arte, 2007), 94
- SERLING & KUPFER, 89, 163
- SPIEGELMAN, A. 41
- Maus* (Einaudi, 2001), 41
- SPRINGER, 158, 236
- SPRINGER SCIENCE, 237
- STAGNOLI, A. 136
- STAR TV, 241
- STARNONE, D. 97
- Labilità* (Feltrinelli, 2005), 97
- STEEL, D. 146
- STEINBECK, J. 138, 172
- STELLA, G.A. 29, 30, 32, 34, 255
- Dio Po. Gli uomini che fecero la padania* (Baldini Castoldi Dalai, 1996), 32
- Il maestro magro* (Rizzoli, 2005), 34
- L'orda. Quando gli albanesi eravamo noi* (Rizzoli, 2003), 30
- La bambina, il pugile, il canguro* (Rizzoli, 2007), 34
- La casta. Così i politici sono diventati intoccabili* (con S. Rizzo; Rizzoli, 2007), 30, 32, 255
- La deriva. Perché l'Italia rischia il naufragio* (con S. Rizzo; Rizzoli, 2008), 32, 255
- STEVENSON, R.L. 27
- STORIESTRISCE, agenzia editoriale, 41
- STRAFFI, I. 111, 112, 114, 115
- Winx. Il segreto del regno perduto*, film, 116
- STROSS, R. 234
- Planet Google: How One Company's All-Encompassing Vision Is Transforming Our Lives* (Free Press, 2008), 234
- TAPIRO, studio, 175
- TAROCCO, F. 131
- «Tascabile del Cinema», Sedit, 173
- «Tascabili», Bompiani, 131
- TATA, gruppo, 241

- TATA/McGRAW-HILL PUBLISHING COMPANY, 241
- «Teen», Fanucci, 80
- TERZANI, T. 255
Fantasmî. Dispacci dalla Cambogia (Longanesi, 2008), 255
- TESTA, M. vedi GILL, A.
- TESTORI, G. 20
- «Tex», Sergio Bonelli Editore, 35, 36
- «Tex Gigante», Sergio Bonelli Editore, 36
- THEORIA, 132
- THOMPSON, K. 175
Storia del cinema e dei film (Il Castoro, 1998), 175
- THOMSON REUTERS, 236, 237
- «Thor», Editoriale Corno, 39
- TIPLER, F.J. 100, 101
La fisica del Cristianesimo. Dio, i misteri della fede e le leggi scientifiche (Mondadori, 2008), 100
- TITA, agenzia, 186
- TOBIAS, R.B. 130
I temi e le strategie (Editrice Nord, 1992), 30
- TODDE, G. 96
- TOLKIEN, J.R.R. 82
- TOMATIS, M. 80
Il mondo nei tuoi occhi. Due storie di un amore (con L. Frescura; Fanucci, 2006), 80
- TOMIZZA, F. 131
- TOMMASO D'AQUINO, san, 100
- TONDELLI, P.V. 139
- «Topolino», Walt Disney Company, 35, 36, 42
- TORELLI VIOLLIER, E. 32
- TORINO FILM FESTIVAL, 136, 175
- TRAVAGLIO, M. 255
Mani sporche (con G. Barbacetto e P. Gomez; Chiarelettere, 2007), 255
- Se li conosci li eviti. Raccomandati, riciclati, condannati, imputati, ignoranti, voltagabbana, fannulloni del nuovo parlamento* (con S. Gomez; Chiarelettere, 2008), 255
- TREMONTI, G. 256
La paura e la speranza (Mondadori, 2008), 256
- TRIBERTI, C. 38
- TRIONE, V. 48
Napoli assediata (con G. Montesano; Pironti, 2007), 48
- TROISI, L. 82
Cronache del mondo emerso. La trilogia completa (Mondadori, 2007), 82
- TROPEA EDITORE, 26
- TURCHETTA, G. 133
Il punto di vista (Laterza, 1999), 133
- UHLMAN, F. 79
L'amico ritrovato, 79
- UIE (Unione Internazionale degli Editori), 223
Carta del Lettore, 223
- UNESCO, manifesto, 223, 224
- «Unità» (l'), 45, 142, 175
 «I Libri dell'Unità», 142
- UNIVIDEO, 257
- «Uomo Ragno» (L'), Editoriale Corno, 39
- VALENTINA F., 80
TVUKDB (Fanucci, 2008), 80
- VALTORTA, L. 105
- VARGAS, F. 149
- VARGAS LLOSA, M. 132
Lettere a un aspirante romanziere (Einaudi, 1997), 132
- VASSALLI, S. 131
- VASTA, A. 131
- VECCHIONI, R. 110

- Di sogni e d'amore. Poesie 1960-1964* (Frassinelli, 2007), 109, 110
- VELTRONI, W. 142, 175, 180
- VENEZIA, M. 250
Mille anni che sto qui (Einaudi, 2006), 250
- VENEZIANI, M. 255
Rovesciare il '68. Pensieri contromano su quarant'anni di conformismo di massa (Mondadori, 2008), 255
- VERALDI, A. 61, 62
La mazzetta (Rizzoli, 1976; Avagliano, 2001), 61
Naso di cane (Mondadori, 1982; Avagliano, 1999), 61
- VERDE, A. 72
- VERNE, J. 27
- VERONESI, S. 131, 254
Caos calmo (Bompiani, 2005), 254
- VESPA, B. 255
L'amore e il potere da Rachele a Veronica. Un secolo di storia italiana (Mondadori, 2008), 255
- VIA DEL VENTO, 127
- VIACOM-CBS, 238
- VIAREGGIO, premio, 97
- VIGAN, D. DE 82
Gli effetti secondari dei sogni (Mondadori, 2008), 82
- VILLARI, P. 32
- VINCI, S. 86
- VIRGILIO, M. 43
Più male che altro (Rizzoli, 2008), 43
- VIRGILIO MARONE, P. 46, 180
Eneide, 180
- VIRZÌ, P. 96
Tutta la vita davanti, film, 96
- VITALI, G. 177
- VOLO, F. 254
Il giorno in più (Mondadori, 2007), 254
- VOLTOLINI, D. 131
- VOLVO, 190
- VONNEGUT, K. JR 76
Mattatoio n. 5 o La crociata dei bambini (1969; Feltrinelli, 2003), 76
- WALT DISNEY COMPANY, 35, 112, 114, 191
 «W.I.T.C.H.», Walt Disney Company, 35
- WAUGH, E. 138
- WEISS, I. 161
- WELLES, O. 191
Citizen Kane, film, 191
- WESTLAND BOOKS, 241
- WHARTON, E. 132
Scrivere narrativa (Einaudi, 1996), 132
- WOLF, M. 235
Proust and the Squid. The Story and Science of the Reading Brain (Harper, 2007), 235
- WOLTERS KLUWER, 236, 237
www.aib.it/aib/cen/prestito0506.htm, 224
www.bnf.fr, 216
www.editorixragazzi.it, 225
www.europeana.eu, 215
www.ilcorto.it, 131
www.libreka.de, 216
www.mondolibri.it, 162
www.nopago.org, 224
www.statigeneralidelleditoria.it, 226
Manifesto per le politiche del libro nella XV legislatura (2006), 226
- YEHOSHUA, A. 139
- YOURCENAR, M. 138
- YOUTUBE, 233
- ZALONE, C. (pseud. di L. Medici), 68, 105, 107, 108
Fiducia nel prossimo, canzone, 108
Grandissima storia, canzone, 108

- Mi piace quella cosa*, canzone, 108
Se ce l'o' fatta io... ce la puoi farcela anche tu, album musicale, 108
Stitica/Zio Santuzzo, canzone, 108
Va be', canzone, 108
- ZANFORLIN, L. 81
Amici, programma televisivo (con C. Sfondrini), 81
A un passo dal sogno (con C. Sfondrini; Mondadori, 2007), 81
Fra il cuore e le stelle (con C. Sfondrini; Mondadori, 2008), 81
- ZANICHELLI, 132
- ZANZOTTO, A. 13
Dai campi dalle pietre – dalle stagioni labili, 13
- IX Ecloghe* (Mondadori, 1962), 13
Miracolo a Milano, 13
Zelig, programma televisivo, 108
- ZIMMER BRADLEY, M. 82
- ZINGARETTI, L. 95
- ZIZI, B. 96
- ZORDAN, R.
Il quadrato magico (vol. II, Fabbri, 2007), 105
- ZWIRN, D. 216
Étude en vue de l'élaboration d'un modèle de participation des éditeurs à la bibliothèque numérique européenne (www.bnf.fr, 2007), 216

Ristampa

0 1 2 3 4 5

Anno

2009 2010 2011 2012

Finito di stampare nel gennaio 2009
presso Arti Grafiche del Liri, Isola del Liri (FR)