

Intervista
con Dirk Bogarde, che torna a Cannes con il film «Daddy nostalgie» di Tavernier
Oggi arriva «Il sole anche di notte» dei Taviani

Franco Nero
è il protagonista de «Il magistrato», nuovo serial di Canale 5 ambientato in Australia fra la criminalità collegata alla 'ndrangheta

Vedi retro



CULTURA e SPETTACOLI

Il Salone dell'euforia

Il programma del Salone del Libro di Torino occupa quindici fogli scritti fitti fitti. Quasi tre fogli di dibattiti e incontri per ogni giornata (considerando che l'apertura è fissata per il pomeriggio di venerdì). Sembra che la cultura letteraria ed editoriale italiana (con l'aggiunta di preziose testimonianze straniere) debba sfilare al completo sotto le vetrate incandescenti di luce e di sole di Torino-Esposizioni. Un esercito felice ciarliero e ambizioso, che anticipa la grandeur dei mondiali di calcio con lo spirito combattivo dei grandi spettacoli e dei grandi matches, figurandosi ciascuno, editore, scrittore, commentatore, accompagnatore, un Maradona della carta stampata, a conclusione di una annata che di Maradona, eccetto quello autentico napoletano e solo peraltro sul finire del suo e nostro campionato ne ha presentati pochi o addirittura nessuno.

Nel senso che la stagione che va da un salone all'altro non ha avuto in serbo l'Eco di turno, ma solo Citati e le uniche sorprese sono venute dalla provincia letteraria, comunque dai margini della produzione, tipo *Io speriamo che me la cavo*, salvo l'immarcescibile collana di Biagi Pansa, Bocca Fini, Mughini e compagnia bella, la resistenza inaudita di Lara Cardella, le «cronache d'Aspromonte» del rapito Cesare Casella, gli attori scriventi, i cantanti parlanti, i giovani narratori, gli scrittori comici eccetera eccetera. Tutto testimonia di una grande attività che diventa attivismo, che è un merito da riconoscersi, anche se non so quanto felice risulti alla fine l'editore, perché, malgrado tutto (e malgrado persino l'aggiunta di un Augias televisivo che con classe e nona profonda sponsorizza l'oggetto libro) la quota dei lettori sale di poco o non sale affatto i libri continuano ad essere poco venduti con tirature medie che risultano persino controproducenti, nel quadro di una qualità che si esalta soprattutto nella vanità.

Ottaviano Del Turco spiega che in treno è meglio un libro che una pastasciutta stracotta. Camon propone biblioteche per gli ospedali e gli alberghi. Che il tema libro stia tanto a cuore (più ancora degli oran-

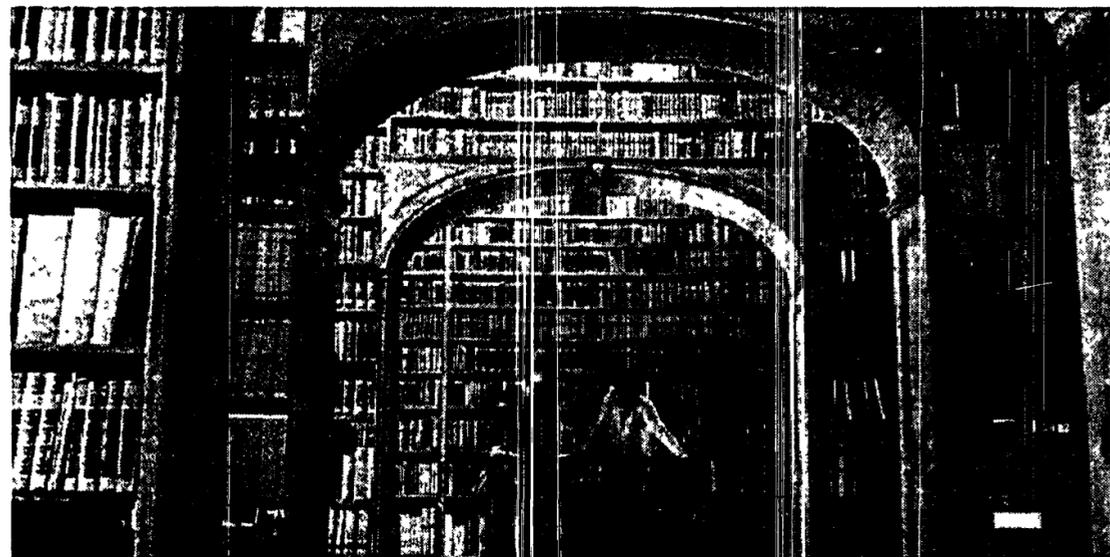
feroviani e dell'asetticità delle sale operatorie) fa bene al cuore, ma prima di tutto sarebbe da chiedersi se nella mucillagine del panorama editoriale non entrino ragioni profonde che hanno radici nella crisi ambientale di una società e di una cultura (citata qui in senso lato sociologico) che non sanno che cosa dire e che non hanno proprio voglia di ascoltare.

Basterebbe, solo per un esempio ricordare come Ernesto Galli della Loggia abbia fatto le pulci al catalogo Einaudi cercando il buono e il cattivo secondo quel vizio ideologico che egli stesso si dà arie di condannare. Ma (a proposito di «ascolto») ci si dovrebbe riferire anche alla tv alla sua invadenza, alla sua crescita smisurata alla qualità dei suoi programmi (pubblici e privati), alla loro vincente stupidità. Perché leggere, insomma, e quando leggere, se tutto s'avviata intorno ad una idea banale della cultura che non offre risposte e nemmeno le cerca o attorno ad una scatola a colori sempre più ingombrante, capace di fare e rifare storia e cronaca? Tutto si stringe qui dentro nella logica del consumo e il libro se non si adatta, muore (almeno nelle amate classifiche settimanali e sui banchi dei librai).

Il quadro sarebbe nero, se non fosse che in quella vitalità, di cui si è detto, comunque salgono alla superficie, con fatica, ma con un certo rispetto della giustizia, senza premi magari (di vendite o di trofei) ma con attenzione autentica, per quanto minoritaria, ottimi libri e ottimi autori. Non è neppure il caso di distinguere piccolo editore e grande editore, sottintendendo che il primo cerca la qualità, il secondo le vendite. La scena si è appiattita. Ci sono editori e ci sono grandi monopoli (molto prima dell'avvento di Berlusconi), con interessi profondamente diversificati, e la qualità è diffusa secondo un principio di casualità. Anche se le linee coerenti di una ricerca originale si ritrovano ancora nella piccola o media dimensione (sopravvissuta tra le pieghe del monopolio) e comunque in quello che resta di «editoria pura» basti pensare alla casa editrice e/o rispetto alla letteratura dell'Est europeo, a Serra

Si apre venerdì a Torino la più grande esposizione italiana del libro. Grande vetrina e confusissima fiera, ma sotto tanto rumore restano i veri problemi della produzione editoriale

ORESTE PIVETTA



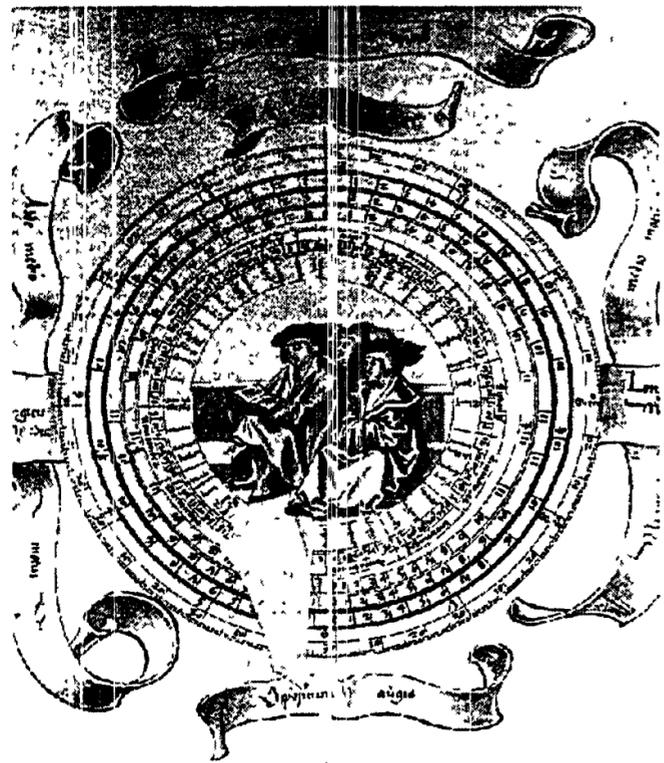
& Riva (Mondadori) rispetto agli autori anglosassoni (da Bass a Thimoty Mo al mitico Rautigan), alla raffinatissima SE, o ai ben più consistenti e radicali Garzanti, Mulino, Bompiani, Boringhieri (è solo un esempio), con una impennata della editoria del Sud (che non è più solo Laterza ma anche Sellerio, Guida, Liguri), alle stesse collane economiche (riuscendo qui anche i grandi Mondadori e Rizzoli).

Il guaio resta il lettore, raro, prezioso e distratto. A lui è dedicato il Salone, che spera di superare in numero gli ospiti degli anni passati (oltre centomila visitatori), con il solito record di acquisti e di conseguenti letture.

Il Salone non supererà invece il primato degli espositori perché dovrà contare le prime

polemiche diserzioni (Jaka Book e Longanesi). Il motivo il costo eccessivo della manifestazione. Punto di vista parziale c'è chi invece brida al Salone, perché vende moltissimo.

Vendite o no, tra tanto via vai il Salone avrà un ospite più prestigioso degli altri. Si chiama Italo Calvino. Proprio a Torino infatti la Mondadori, che l'anno scorso acquistò i diritti per l'opera intera dello scrittore scomparso cinque anni fa, presenterà «La strada di San Giovanni», una raccolta inedita di racconti saggio apparsi in sedi diverse (come il nostro inserto Libri già di recente illustrato). Il Salone peraltro è una grande vetrina e una confusissima fiera, rumorosa e colorata come tutte le fiere. Non chiediamole troppo.



Da venerdì 18 maggio (ore 15) a mercoledì 23 maggio (ore 14) ecco il Salone del libro di Torino terza edizione nella sede di Torino Esposizioni in corso Massimo d'Azeglio 15. Gli espositori presenti saranno circa ottocento. 450 in stand singoli, gli altri in vetrine collettive.

Intensissimo il programma di incontri (con gli autori) e di conferenze dibattito a cominciare dal primo giorno prima ora con «Come si impara a leggere» relatori Giuseppe Pontiggia, Fano Colombo, Giancarlo Perrelli, Enzo Golino, Marina Corti, Manno Livioli (a cura del premio Grinzane Cavour). Ancora sabato dalle 10 «Raccontare il mito» con Joan P. Couliano, Jorge Amado, Roberto Calasso, Pietro Citati, Giuseppe Conte, James Hillman, Giuseppe Pontiggia e Jean Pierre Vernant.

Da non perdere domenica (sempre a partire dalle 10) «L'identità culturale europea» con Enrique Baron Crespo (presidente del Parlamento europeo), Gianni Vattimo, Maurice Aymard, Vladimir Bukovsky, Jacques Demda, Hans-Georg Gadamer, André Glucksmann, Agnes Heller, Fernando Savater, José Saramago, Vittorio Strada.

Di monopoli editoriali e di libertà di stampa si discuterà lunedì (stesso orario), a cura della rivista L'Indice con Franco Marcano, Gian Giacomo Migone, Franco Rosati, Miguel Angel Basit, Pier Joachim Fest, Daniel Vermet.

Concludiamo con «Chi pubblicherà il mio libro?» (martedì) con Antonella Antonelli, Luigi Bernabò, Laura Grandi, Harald Kahnemann, Elnede Pexa.

La sintesi è stata ovviamente rapidissima. Le occasioni sono in realtà ben più numerose. Infine il prezzo del biglietto settemila lire. Tanto forse, ma anche gli organizzatori (il finanziere Accornero) hanno le loro buone ragioni.

Incontri per una settimana

Tramontano i best seller Nascono i mercati particolari

È ormai qualche tempo che circola una strana euforia negli articoli sull'editoria e il suo mercato, con l'affermazione che il settore è in crescita e i lettori rispondono. Si moltiplicano per effetto di questa convinzione, i «saloni» e le «fiere» del libro, ormai diffusi al Nord, al Centro, e al Sud, e ad ogni scadenza si ripete il rito di una sorta di autocelebrazione dell'editoria. Del resto stupisce trovare affollati i locali delle esposizioni, dove molti si affrettano ad acquistare, a volte dopo aver pagato il biglietto d'ingresso libri trascurati nelle librerie tradizionali, che spesso praticano anche qualche sconto.

Ad uno sguardo più attento alla complessità del settore editoriale la realtà si manifesta con altri contorni. Secondo i dati di un lungo studio, ricco di informazioni economiche e statistiche di Giovanni Peresson (pubblicato con il titolo *Passaggio a Nord-Ovest* Transformazioni e cambiamenti nel mercato del libro degli anni Ottanta, dalla collana Quaderni di marketing editoriale della Li-

vingstone di Milano), alla metà degli anni Ottanta si è in effetti registrato un aumento delle vendite, che tuttavia, in questi ultimi anni, si è ormai ridimensionato. Il rallentamento del mercato, per altro, rivela solo superficialmente lo stato dell'editoria, che sembra coinvolta da più profonde trasformazioni.

Le vicende degli ultimi mesi dominanti dagli assetti societari della Mondadori, confermando la netta opposizione grande editoria (e gruppi di monopolio del mercato) e piccola editore, hanno tuttavia in qualche modo coperto il fatto che non è più così vera la meccanica spartizione tra un mercato commerciale affidato alle sigle più forti e una promozione culturale destinata alle piccole case. Da un lato, infatti, i grandi gruppi tendono a coprire ogni possibile segmento del mercato sia moltiplicando le collane case editrici, dall'altro si moltiplicano le case editrici minori, che, soprattutto negli ultimi anni, nate con una velocità impressionante, rari-

Il «caso» letterario dell'anno è in via d'estinzione e quando arriva risulta del tutto imprevedibile. Il mondo editoriale non riesce più ad individuare il lettore convenzionalmente definito «comune». Tira invece una certa produzione specialistica: dai saggi ai manuali, sino alla produzione di guide turistiche. Se andrà avanti questa tendenza si moltiplicheranno anche gli editori.

ALBERTO GADILIO

mente rivelano l'esistenza di un sicuro progetto editoriale, elaborato in funzione della copertura di uno spazio non ancora occupato - o occupato male - da altri. L'originalità della produzione che ha caratterizzato, alla fine degli anni Settanta o agli inizi degli anni Ottanta, alcuni piccoli editori, imponendo le loro sigle su un mercato ristretto ma capace di riconoscimento (si pensi a Sellerio, a Theona, a E/O) non c'è dunque più - o non si vede - nell'ormai invadente piccola editoria che apre il nuovo decennio. E non può più essere scontato se mai lo è stato, esaltare l'esperienza dei piccoli contro i grandi, lo starebbe a dimostrare, per altro,

l'incapacità rivelata da tanti piccoli editori ogni volta che si sono provati a dar vita a qualcosa in comune, anche nel campo dei servizi: ancora una volta si rivela che è molto facile aprire una sigla editoriale, mentre è difficile affrontare con decisione problemi che da sempre assillano la piccola editore, quelli della distribuzione, in primo luogo, ma anche quelli della promozione (che più volte non si sa nemmeno che un libro è uscito).

Sul versante della grande editoria, d'altro canto, la tendenza all'omnipresenza è anche tendenza all'omogeneità: ogni prodotto è uguale all'altro, dalla veste grafica alla

strategia di promozione (spesso inesistente, per cui, salvo pochi casi, il libro è affidato a «se stesso» cioè a nessuno). E non si sfugge all'impressione che, pur nella vastità delle proposte, i grandi editori ebbano contare, dal punto di vista economico, sulle fortune di pochi «casi», spesso imprevedibili (si vedano i grandi successi Mondadori dalla Cardella a *Io speriamo che me la cavo*). In fondo la razionalizzazione delle strutture, ricercata in questi anni, non sembra aver investito particolarmente i problemi delle scelte (per cui non si individuano precise strategie editoria) o la ricerca, in forme originali, di un nuovo

rapporto con i potenziali acquirenti: anzi, a volte, la razionalizzazione penalizza proprio l'ambito che il grande ha «in più» rispetto al piccolo, quello della distribuzione, e si assiste alla «cancellazione» dei programmi di diffusione di punti vendita economicamente poco convenienti, perché difficili da raggiungere o perché registrano scarse vendite (con la loro esclusione ci si preclude, naturalmente il raggiungimento di una fascia di lettori già marginalizzata).

Le difficoltà nelle quali si dibatte il grande editore (e il piccolo che il muove solo con entusiasmi «volontaristici»), vanno ricondotte alla difficoltà di conoscere l'inter-

particolare quella italiana, per la quale lontani i traguardi delle centomila copie un successo è in evante con qualche decina di migliaia di copie (con poche migliaia un titolo entra ormai in classifica). Se di fronte a queste difficoltà, i grandi editori si contengono, con offerte esorbitanti di decine di milioni di anticipo, gli scrittori che hanno già ottenuto un riconoscimento di pubblico, la crisi profonda dell'editoria letteraria rivela una crisi degli stessi scrittori (soprattutto nuovi) e del loro rapporto con i lettori per questo, forse - e fortunatamente - si propongono nuove edizioni di opere di catalogo, da decenni assenti dal mercato.

La trasformazione che l'editoria conosce in questi anni va individuata in questo tramonto di setten «forti» del mercato cui non si sostituiscono altri generi (a meno di considerare in senso vasto la voce «manualistica», dentro la quale si insenscono titoli dal carattere del tutto diverso), ma piuttosto si frantumano la produzione in «settori diver-

si ciascuno dei quali dovrebbe rivolgersi a un pubblico limitato ma ben individuato. Per questa via per altro si stanno già muovendo alcuni editori di medie dimensioni, impegnati sia nell'ambito della saggistica culturale (dal Mulino a Laterza), con una produzione che, rivolta agli specialisti, esercita spesso un richiamo anche su un più generico pubblico colto, sia in altri settori come le Edizioni Futuro di Verona o le edizioni E. Elle di Trieste, che occupano con rigore un segmento di mercato specifico in particolare quello delle guide turistiche e dei libri per ragazzi.

Se si accentrerà la tendenza rivelata dalle trasformazioni del mercato di questi ultimi tempi l'editoria dei prossimi anni potrebbe dunque essere caratterizzata dalla frammentazione degli ambiti del mercato. In questa direzione potranno moltiplicarsi gli editori, ma a patto che sappiano «per chi» fanno i libri e scelgano le vie migliori per raggiungere il pubblico cui si rivolgeranno specificamente.