

FRENETICI RIPASSI. È lunedì, manca ormai solo qualche ritardario e poi i giochi sono fatti. Chissà se il Bobbio e il Colombo (e il Berlusconi edito da Kaos, che non entra in cinquina per un soffio) li hanno comprati e letti, nella cruciale settimana preelettorale, gli indecisi dell'ultima ora. Sarebbe il loro destino migliore. In compenso gli universitari milanesi mostrano un sovrano distacco da queste banali contingenze politiche, e chiedono solo letteratura, peraltro di ottimo livello. Alla libreria Cortina di Milano - quella che fronteggia la Statale - troviamo tra i best seller ben due libri di Guanda, il sudamericano Luis Sepúlveda con **L'uomo che leggeva romanzi d'amore** e la cinese Anchee Min con **Azalea rossa**.

Libri

E vediamo allora i nostri libri
Norberto Bobbio..... **Destra e sinistra** Donzelli, p. 100, lire 16.000
Susanna Tamaro..... **Và dove ti porta il cuore** B.&C., p. 165, lire 20.000
Michael Crichton..... **Rivelazioni** Garzanti, p. 460, lire 34.000
Antonio Tabucchi..... **Sostiene Pereira** Feltrinelli, p. 208, lire 27.000
Furio Colombo..... **Gli altri. Che fame** Rizzoli, p. 304, lire 28.000

UOMINI COL PEDIGREE? Visti i tempi, meglio attrezzarsi al peggio. Nella sua collana «Aperture», la rivista Linea d'onibra propone solo libri «doverosi». L'ultimo si intitola **Gli aratori del vulcano** (p. 210, L. 15.000) e raccoglie saggi sul razzismo e l'antisemitismo attraverso tutto il Novecento. Qualche nome? Gunther Anders e Italo Calvino, Ennio Flaiano e E.M. Forster. Accensioni fantastiche, immaginario antropologico e respiro epico su un fondo robustamente realistico, in compenso, per chi si rivolgerà ai racconti di **Sagarana**. È l'opera d'esordio (1946) del grande brasiliano Joao Guimaraes Rosa: amore, morte e mito nelle Minas Gerais (esce da Feltrinelli, p. 328, L. 30.000). □ **Paolo Soraci**

Settimanale di arte e cultura a cura di Oreste Pivetta. Redazione: Bruno Cavagnola, Antonella Fiori, Giorgio Capucci

SOLIDARIETA'

Cultura per Sarajevo e l'Europa

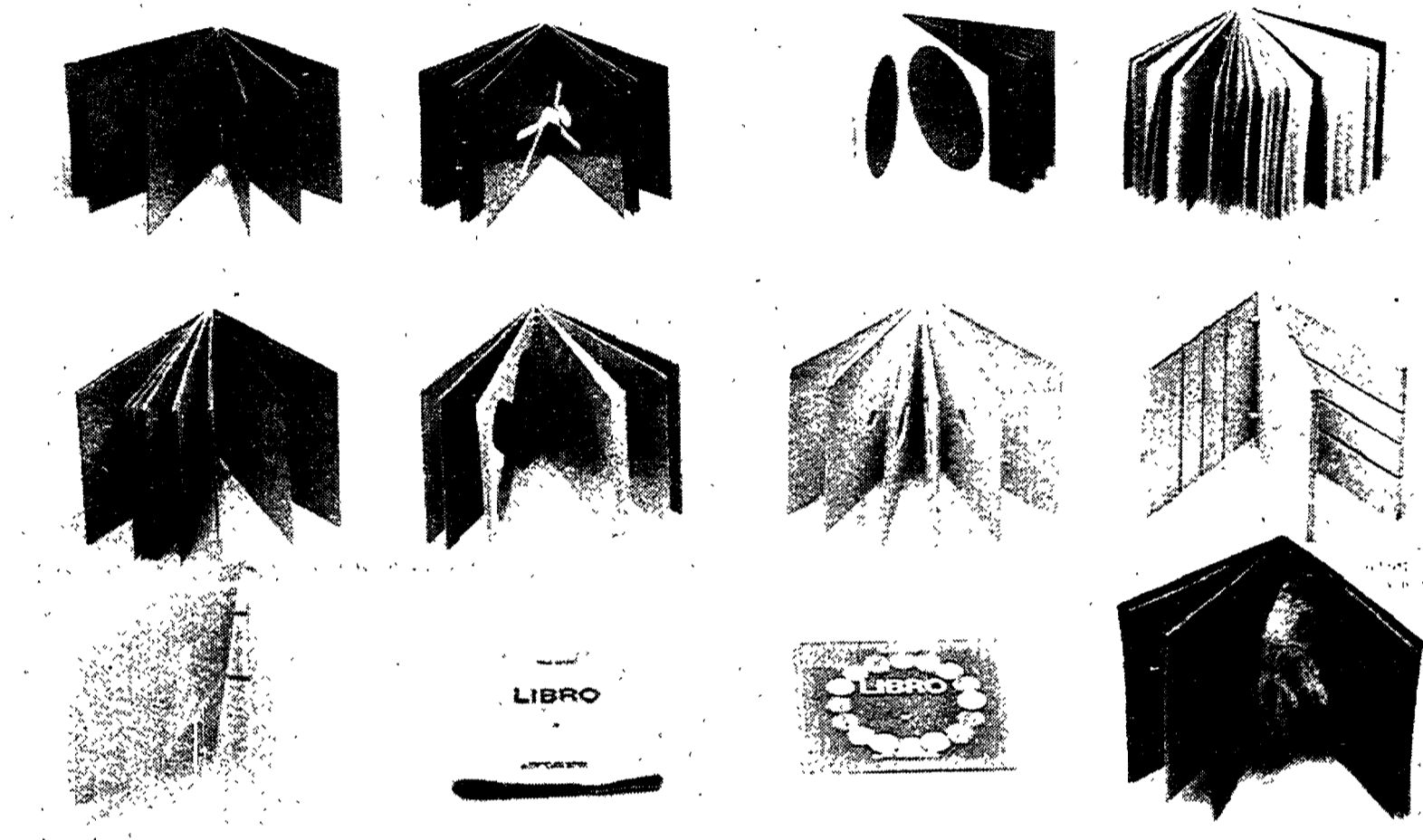
GIULIO MARCON'
 Agli inizi di aprile cadrà il secondo anniversario della guerra a Sarajevo. Fu un pacifista il primo ucciso, colpito da un cecchino, durante una manifestazione contro la guerra. Oggi non cadono più granate e non si odono più spari di cecchini. Agli incroci più pericolosi - dove una volta si correva piegandosi - i semafori funzionano di nuovo e i cecchini si sono affacciati dai piani alti di alcuni palazzi per salutare.
 Il cessate il fuoco offre la possibilità di riprendere in modo costante l'invio e la distribuzione degli aiuti umanitari, la cura dei malati e anche alcuni scampoli di vita quotidiana: riaprono i pochi negozi, qualcuno torna a lavorare, si organizzano persino partite di calcio.
 Sarajevo è stata da sempre la culla multiculturale dei Balcani, crocevia di religioni, tradizioni e popolazioni. La sua storia era racchiusa e contenuta, anche nelle mura solenni della sua Biblioteca nazionale, colpita e distrutta dalle granate. Decine di migliaia di libri bruciati, testimonianze di vita e di storia andate al rogo.
 La cultura e l'arte sono state in questi due anni una forma di resistenza civile alla guerra: lo testimoniano le iniziative di questi mesi per il Festival della città - piccoli concerti, pièces teatrali, ecc. - e l'impegno per fare di Sarajevo la capitale multiculturale d'Europa, come ogni anno, a turno, avviene per una città europea.
 La cultura, l'educazione e l'istruzione, l'arte possono essere il banco di prova e l'occasione per ricostruire Sarajevo e la sua storia. Sapendo che anche a Sarajevo si consumano e si giocano le sorti del futuro dell'Europa, attraversata dal razzismo e dalla xenofobia. Un'iniziativa promossa dall'Associazione per la pace, «Sarajevo, cuore d'Europa», ha questo obiettivo: rilanciare a Sarajevo una cultura multietnica di pace. Il progetto si articola in diverse fasi: la raccolta in Italia di decine di migliaia di libri (preferibilmente in lingua straniera) da donare e inviare alla Biblioteca di Sarajevo e all'Università, attraverso l'istituzione di una fondazione internazionale di cultura di pace nella città; l'invio di libri, riviste e riproduzioni musicali agli studenti della città, il sostegno alle forze di pace di Sarajevo, attraverso donazioni di strutture e mezzi, l'acquisto e la donazione di carta per il periodico multietnico di Sarajevo «Why?». Per sostenere questa iniziativa quaranta librerie (e aspettiamo altre adesioni), dal 5 al 12 aprile, doneranno una percentuale sull'incasso della vendita dei libri; inoltre per il 18 aprile è in preparazione un concerto internazionale a Trieste. Aspettiamo dagli editori, dalle biblioteche, dalle librerie un sostegno, un aiuto. Chi vuole contribuire può ricorrere al conto corrente postale 53040002, intestato alla Associazione per la pace, via G.B. Vico 22, 00196 Roma.

Così ti vendo un libro

Anticipazioni, passaggi in tv e interviste «esclusive» Le case editrici spiegano le loro tecniche promozionali

Nessuno ci avrebbe scommesso. Eppure la Festa del libro promossa dall'Aie è stata un grande successo. Un risultato addirittura superiore a quello dell'anno passato. Aspettando il Salone del Libro di Torino e l'appuntamento con i tascabili a Belgioioso, a Milano si è chiuso ieri il primo salone dell'Editoria e della Comunicazione religiosa. Nel momento in cui si moltiplicano le iniziative intorno al libro, ci siamo posti una domanda: che cosa fa vendere i libri? Come si vende un libro? Che cosa accade nel passaggio tra il manoscritto (e dunque lo scrittore) e la vendita in libreria? In mezzo ci stanno gli editori, gli uffici stampa, che sono il tramite, attraverso i giornali e la tv, con i lettori. Così, li abbiamo ascoltati, per capire, soprattutto, dov'è e se c'è un problema, quali sono i guai dell'informazione sui libri in Italia, se poi è vero che a ogni minimo

stimolo (Feste del libro, Fiere e Saloni) le risposte nelle vendite ci sono. Lo spunto ce lo ha dato Giulia Maldifassi, ufficio stampa Feltrinelli, che in un articolo uscito sull'ultimo numero di «Prima Comunicazione» scrive, tra l'altro: «Il nostro lavoro, che è quello di ottenere che il maggior numero di giornali si occupi dei nostri libri, dovrebbe diventare invece solo quello di scegliere, di volta in volta, quale testata privilegiare a scapito di altre e soprattutto del lettore». Il problema, per Giulia Maldifassi e quello dell'esclusiva che le testate a maggior tiratura imporrebbero agli editori sui libri più importanti. Dove sta l'inghippo? Che nessun lettore possiede, come i giornalisti, la mazzetta dei giornali e quindi, l'informazione sui libri risulta dimezzata...



I «prelibri» di Munari, progettati per bambini che non sanno ancora leggere

Aste d'autore

ANTONELLA FIORI
 Che cosa fa vendere un libro? Merito dell'ufficio stampa, di una recensione, di un passaggio in televisione, di un'intervista, di un sorriso, di un ammiccamento, di un tam tam segreto, di una serie di interventi che scattano automaticamente dai critici più importanti? Perché di un libro si parla e di un altro no? E perché ci sono autori, anche romanziere, neppure troppo bravi, alcuni decisamente modesti, su cui tutti, ma proprio tutti, si sentono in dovere di intervenire? Perché per i libri non accade come per il cinema, il teatro, la musica, e le recensioni, l'intervista, il servizio non avvengono contemporaneamente su tutti i quotidiani a ruota dell'uscita in libreria? Come mai se di un libro importante ha già scritto Repubblica, Il Corriere non ne fa parola (e viceversa)? Perché si parla dei libri con settimane di anticipo rispetto alla pubblicazione e poi più nulla? Perché nelle pagine culturali dei giornali stranieri non avviene così? Perché nonostante si prendano accordi per uscire tutti lo stesso giorno con un'intervista o un servizio c'è sempre qualcuno che tradisce? **Di chi è la colpa?**
Insulti e minacce
 «Quasi tutti i giornali pretendono di pubblicare, prima dell'uscita, una parte del libro o un'intervista con l'autore o una recensione. Ma attenzione: in esclusiva, a patto, cioè che nessun altro ne parli

contemporaneamente le bozze a tutti i giornali. La busta da Milano è diretta a Torino o a Roma e così per farla arrivare in tempo viene inviata il giorno prima con un servizio fuonsacco. Ma la redazione di Milano del giornale riesce a intercettarla e il giorno dopo quel quotidiano pubblica una recensione del libro: raffazzonata ma prima di tutti gli altri. «Molte volte ci sono montagne di recensioni, ma il libro non si muove», spiega Paola Casartelli ufficio stampa Garzanti, vittima di uno di questi scherzetti. Quel che conta, che fa vendere, è il tam tam tra le persone. E allora a che serve che un giornale scriva di un libro venti giorni prima dell'uscita? Al lettore non importa proprio nulla. Il mio motto sarebbe: non dare anticipazioni. A chi interessa l'esclusiva? Ai giornali più grossi, ai settimanali, che pagano molto per certi autori stranieri dove l'anticipazione è parte integrante del contratto del libro. Mentre i quotidiani risparmiano tempo e denaro pubblicando gratis stralci del romanzo o del saggio. E riempiono facilmente mezzo pagina».
Addomesticiamo le librerie
 «Parlare di un libro prima che sia uscito va contro tutte le leggi della distribuzione», dice Anna Drugman, ufficio stampa Rizzoli. «Come si vende un libro? Ma un libro si vende in libreria. Ed è lì che c'è qualcosa di sbagliato. Perché ai festival dell'Unità ma anche ai Saloni del libro, i libri si vendono? Perché la Festa del Libro è andata così bene, anche se lo sconto era

minimo? Facciamo sì che la gente abbia «dimestichezza» col libro. E se ne venderanno di più».
Libri e divi della tv
 «In tv, negli spot si vedono tantissimi oggetti-simbolo, giornali illustrati, mai un libro - osserva ancora Anna Drugman - Mi ricordo di aver visto Omelia Vanoni che presentava la sua casa in tv. E la sua biblioteca. Tutti i suoi libri erano in tripla fila in un piccolo scaffale».
Basta che ne parlate
 «Se un libro ha un contenuto attuale, caldo, solo allora, anche se un giornale ne ha scritto c'è speranza che un altro ne parli - spiega Maria Giulia Castagnone, editore Anabasi - Ma esistono lettori diversi che leggono giornali diversi. E non credo che si rendano poi conto di queste manovre. E allora perché non provare a far parlare intorno al libro cercando piuttosto di essere originali, di suscitare interesse? Ho l'impressione però che la competizione non sia nel dare il meglio. Ma nel fare lo scoop per vivacizzare le pagine culturali. Anche se l'idea dello «scoop giornalistico sul libro è ridicola. Quando è che ne scrivono tutti? Quando fai venire l'autore dall'estero. Allora si fanno e si pubblicano le interviste».
Recensioni nemiche
 Paolo Repetti, direttore editoriale Theoria è, lui stesso, il migliore ufficio stampa che poteva trovare, bravissimo a piazzare anticipazioni. Ecco qualcuno dei suoi segreti: «Non vendere libro per libro, ma un'immagine complessi-

Paola Capriolo
«Per favore niente interviste»
 E uno di quegli scrittori che non hanno mai avuto problemi. Sin dal suo esordio, i libri di Paola Capriolo sono stati recensiti dai più importanti quotidiani e lei, descritta dalla stampa (o dagli uffici stampa?) come una bella tenebrosa solitaria scrittrice d'atari tempi. Sempre in casa. Non guarda la televisione. Scrive e legge e basta. Tant'è. Lasciamo perdere la bravura (i suoi libri suscitano opposte reazioni), fatto sta che di lei se ne parla. Ogni suo nuovo romanzo (il prossimo, sempre con Bompiani, è previsto per l'inizio dell'anno prossimo) fa notizia. «Quello che odio di più è il fatto che i giornali rincorrono proprio la notizia - dice - E quindi detesto le anticipazioni. Per i quotidiani conta il principio secondo cui quello che vale è sempre la novità ed è per questo che si parla molto di saggi legati all'attualità e poco di narrativa. Ma il libro e una scommessa che dura nel tempo».
 Un esempio per Capriolo?
 «Matilde, il libro di Mariotti non ha avuto il giusto rilievo per quello che valava» (L'Unità, aveva fatto una pagina, comunque). Lei, però, di come è stata trattata dalla stampa, non si lamenta anche se «alle interviste preferisco le recensioni. Non mi piace spiegare quello che faccio, non credo che interessi al pubblico. E poi, se lo scrittore si presenta come un personaggio, che sia vero o costruito dagli uffici stampa, verso il libro si crea un tipo di attenzione indebita».

Parla il libraio
«Maurizio Costanzo è il grande oracolo»
 E' uno dei dieci librai italiani segnalati anni fa dalla rivista Capital. Virgilio Scapin, proprietario della libreria «Due Ruote» di Vicenza (45 metri quadri su due piani in pieno centro), ha 32 anni di lavoro alle spalle. Dal '82 di questa esperienza ci tiene a dire prima di tutto che «gli italiani non si sono mai affezionati ai libri». Su che cosa fa vendere oggi non ha dubbi. «In primo luogo Costanzo, il più grande recensore del mondo. Per il grosso pubblico è lui l'oracolo. Può dire le fragranze che vuole. C'è sempre il merlo che ci casca. In secondo luogo i settimanali femminili. Non dimentichiamo che in libreria sono soprattutto le donne che entrano». E le recensioni che compaiono sulle pagine culturali, dei quotidiani e dei settimanali, delle riviste specializzate? «Quelle non allargano il mercato. Sono rivolte agli addetti ai lavori. E' come buttare il sasso nello stesso stagno». Funziona, invece («ma accade per pochissimi libri e al massimo porta in più 30.000 copie») il tam tam, il passaparola. «Ha funzionato per il libro della Tamaro. Ma c'era stato il passaggio da Costanzo. Vanno tutti fi, a farsi benedire, come si va dal prete in Chiesa». Pollice verso, invece, per le anticipazioni. «E' assurdo scrivere di un libro quando non è ancora in libreria. E' come promettere la caramella al bambino e poi non dargliela più. Creare l'anelito non serve a niente. Se il lettore esce dalla libreria senza libro non è che poi torna. Gira l'angolo e compra un paio di calze».