SALONE DEL LIBRO.

Inizia giovedì la mostra-mercato del Lingotto
Una cinque giorni con politici, scrittori, star tv

Lettura & spettacolo Al via la kermesse

Giammetta/World Photo

APPUNTAMENTI

L'arte: dal figurativo ai mass media

È forse l'appuntamento clou del salone del libro. Si indagherà sul nuovo modo di guardare, vedere, rappresentare il Novecento: dall'arte figurativa sino ai massmedia. Ospite d'onore sarà Roy Lichtenstein (compagno di avanguardia di Oldenburg, Segal, Warhol). Sabato 20 alle ore 11 si svolgerà il dibattito con Furio Colombo, Gian Claudia Ferrari, Barbara Jacobson, Barbara Lanati e Beniamino Placido. Sul versante letterario si svolgerà un viaggio on the road con la beat generation e Lawrence Ferlinghetti. Saranno con lui Fernanda Pivano e Emanuele Bevilacqua.

Caraibi: la letteratura dei «dannati»

Il premio Grinzane Cavour continua il suo viaggio attraverso la letteratura del Novecento. Quest'anno ha deciso di portare al Salone *I Caraibi: dal nuovo mondo al mondo nuovo*, l'incrocio di tre aree linguistiche (francese, inglese, spagnola) e insieme il crogiolo di popoli e culture. Un modo per ripercorre il secolo dalla parte dei «dannati della terra». Venerdì 19 maggio un dibattito con, fra gli altri, due premi Nobel: Wole Soyinka e Derek Walcott.

Biblioteca e archivi ideali

Quali titoli per una biblioteca ideale del Novecento? Risponderanno Norberto Bobbio, Ferraresi, Margherita Hack, Sergi e Placido. Il dibattito si svolgerà il 19 alle ore 19. Altro quesito: quali documenti scegliere per mandare a memoria il secolo? Il 21 alle ore 18 risponderanno Oreste del Buono, Vittorio Foa, Tullio Regge, Lorenzo Mondo e Nico Orengo.

Costituzione: come cambiare la Carta

Non bastano le riforme elettorali per il passaggio alla Seconda Repubblica. Ma come e quanto cambiare la Costituzione? Se lo domanderanno Domenico Fisichella, Sergio Romano, Gustavo Zagrebelsky e Ezio Mauro il 18 alle ore 18.

La strada che va da Gutemberg ad Internet

Come le nuove tecnologie cambieranno il nostro rapporto con i libri. Ieri si sfogliavano pagine, domani si navigherà nei testi. Un incontro il giorno 18 alle ore 16 con Marengo, Infante, Abruzzese, Gallino, Gregory e Pierre Levy. Il 22 una convegno sull'infprmaticsa in biblioteca.

Tutti i giorni il salotto di Placido

Tutte le sere alle ore 20 Beniamino Placido colleziona suggerimenti da esperti sugli argomenti più disparati. Qualche esempio: da Marcello Veneziani si farà consigliare tutto ciò che non occorre fare per essere un vero intellettuale di destra, da Gianni Clerici cosa non bisogna fare per capire di tennis, sci e civiltà dello sport.

■ Che cosa c'è quest'anno al Salone del Libro di Torino? Facile. Ci sono tutti. Al Lingotto, dove si svolgerà per cinque giorni, da giovedì a martedì mattina la più grande fiera mercato degli editori italiani (oltre 940 presenze, per 900 stand su una superficie di 34 mila metri quadri), anche quest'anno si ritroveranno centinaia di scrittori, giornalisti, conduttori tv, politici, critici, storici, sociologi. Inutile elencarli. Basta tirare a indovinare. E' più facile azzeccare i presenti che gli assenti a questa indiavolata kermesse cultural-salottiera, ormai sempre più simile al Festival di Sanremo (con i dibattiti-dopo-festival che punteggiano tutta la giornata) che a qualsiasi altro evento editoriale. La svolta del dibattito, che a Torino è avvenuta circa tre anni fa, appare infatti senza ritorno, con gli organizzatori di anno in anno sempre più affaccendati a accontentare case editrici, giornali, autori, conduttori (tra tutti, il «chi se ne frega» è irresistibile per quelli in cui ci viene addirittura spiegato *Cosa non bisogna fare per riuscire a pubblicare il primo libro* o *Cosa non bisogna fare per essere un vero intellettuale di destra, oggi*: ma che, stiamo scherzando?).

Grandissima varietà di partecipanti che sottintende una disparata serie di incontri-dibattiti-convegni. Dall'arte ai fumetti, al multimediale, Internet ovviamente, alla storia alla politica, senza dimenticarsi ovviamente della tv, i giornali, la mafia, lo sport, la Costituzione, la scuola, per arrivare finalmente alla letteratura, con il convegno sugli scrittori caraibici, gli esordienti di fine secolo, la poesia, la crisi della lettura...

Il Salone di Torino, alla sua ottava edizione, dopo aver battuto tutti i record con 156.000 visitatori l'anno passato, aumenta la superficie espositiva (un padiglione espositivo in più e il Centro Congressi per i convegni), aumenta il prezzo del biglietto (12.000, un bel 20% in più): in una parola, cresce. E punta in alto. Già dal titolo, *95%*, con il quale, anticipando tutti al mondo, si tenta di tirare le somme sul secolo che chiude. Nel logo-simbolo della manifestazione appare la mascella squadrata di un Dick Tracy concentrato sul suo orologio come stesse contando il tempo del Millennio agli sgoccioli, mentre viene addirittura stilata una mappa ideale delle star del '900 con i corridoi del Lingotto a cui sono stati dati nomi di Joyce, Topolino, Kandinsky, Visconti: ogni legame tra queste entità è puramente estemporaneo.

Il Novecento, secolo del fumetto e del cinema, per quel che riguarda l'arte, secondo gli organizzatori del Salone, è il secolo della *Pop Art*. A uno dei convegni più interessanti, l'ospite d'onore è Roy Lichtenstein, autore di indimenticabili tavole con le immagini del fumetto isolate e ingigantite. Per quel che riguarda la letteratura, presenze di tutto rispetto sono quelle dello scrittore ceco Bouhmil Hrabal, vincitore del premio Grinzane Cavour, sponsor del convegno sulla letteratura caraibica a cui parteciperà tra gli altri, il premio Nobel Wole Soyinka. E ancora Robert Olen Butler, premio Pulitzer due anni fa con *I cento figli del drago*. *Storie vietnamite in America*, pubblicato da Instar Libri.Per il resto, gli editori portano a Torino le ultime novità e queste sperano di vendere in una Fiera che è anche uno spaccato della nostra editoria. Una torta, nella quale i piccoli-medi editori, occupano più del 60% dello spazio, mentre solo il 16% è rappresentato dalla media-grande editoria, quella che arriva o supera i venti miliardi l'anno. Se ne accorge di questo fenomeno molto interessante, molto inquietante, chi passeggi con calma nei corridoi del Lingotto, e si soffermi a guardare la quantità di case editrici normalmente invisibili in libreria, a struttura artigianale o semiartigianale. Ma si può «predicare» la calma al frenetico salone di Dick Tracy, dove si fanno previsioni sull'Apocalissi e il nostro futuro? La fiera dove chi si ferma è perduto? □*A.F.*

L'INTERVISTA Alessandro Dalai, Baldini & Castoldi

Va dove... si trovano i lettori

NICOLA FANO

■ Certo, può essere molto facile per un editore discutere di libri da vendere dall'alto di un successo inatteso da un milione e mezzo di copie vendute. Può esserlo per Alessandro Dalai che, grazie anche a *Va' dove ti porta il cuore* di Susanna Tamaro, è riuscito anche a strapare alla Mondadori il controllo del marchio Baldini&Castoldi. Ma in realtà i best seller possono essere ingombranti. Nel senso buono, intendiamoci. La ricerca ansiosa di un altro clamoroso successo; il peso di un solo titolo rispetto al complesso del catalogo; la sovrapposizione quasi esclusiva del «marchio» al titolo milionario: sono pericoli reali; anche per Baldini&Castoldi, presumibilmente. Resta il fatto che il punto di vista di Alessandro Dalai è unico nell'analisi dell'editoria italiana sicché, alla vigilia del bagno di folla del Salone del libro di Torino, il suo parere è prezioso.

Spesso le case editrici lamentano una contrazione del mercato editoriale. Baldini&Castoldi, per prima, ha mandato in edicola libri «pensati» anche per le librerie. È su questo terreno che si gioca la sopravvivenza del libro?

Baldini&Castoldi vende solo una minima parte dei suoi libri nelle edicole: circa il 5%. E se è vero che il futuro del libro si gioca sulla differenziazione delle proposte, è anche vero che nelle edicole vendono solo libri molto particolari: opere di intrattenimento, di satira o comunque indirizzate a un pubblico popolare. E solo una piccola parte dei nostri libri è diretta in modo specifico a questo mercato. C'è poi un altro problema: far arrivare i libri anche il dove non esistono librerie. E in questo senso le edicole possono essere molto importanti.

Ma, in questo medesimo senso, forse più importanti ancora sono i supermercati...

Certamente i supermercati offrono agli editori la possibilità di far arrivare a chiunque libri di qualità. Per noi, per esempio, la «grande distribuzione» rappresenta un terzo del fatturato. Tuttavia quel che ci sta più a cuore è la «tutela», diciamo così, delle librerie perché è lì che i libri trovano il loro spazio di diffusione ottimale. Resta il fatto che le librerie, in Italia, sono poche e perciò è indispensabile per gli editori dar vita a un mercato parallelo. Il lettore che frequenta abitualmente la libreria non entrerà mai in un supermercato per comprare un libro.

Le è mai capitato che qualche autore abbia chiesto o addirittura pretese di non mandare un suo libro in un supermercato?

No. Semmai succede il contrario: i nostri autori – ma credo tutti gli autori – in genere vogliono che i propri libri si vendano, arrivino al maggior numero possibile di persone. E più di una volta degli autori hanno scelto Baldini&Castoldi per la sua capacità di diffusione. Un nome per tutti: Susanna Tamaro è venuta con noi anche per questo motivo.

> Li cerchiamo in edicola ma anche nei supermercati Non bastano i best-sellers

Da un lato Paolo Rossi, Gino & Michele, Teo Teocoli o Antonio Albanese, dall'altro libri sui misteri italiani come quelli su Seveso, sulla banda della Magliana, sul terrorismo, sul caso Fenaroli. Come convivono queste anime in Baldini&Castoldi.

Non sembri una forzatura se dico che l'una è conseguenza dell'altra. I libri di satira si rivolgono «naturalmente» a un lettore di sinistra. E quello stesso lettore di sinistra è «naturalmente» interessato a leggere libri che affrontino temi sociali o riflettano sulle zone grigie della nostra storia.

Non le capita mai di pensare che la sua casa editrice pubblica troppi libri?

Mi capita spesso. Ma la nostra è una casa editrice giovane e agile che sa quale sia l'importanza di un catalogo per mantenere vivo e possibilmente ampliare il rapporto con i lettori. Del resto è inutile nascondersi che il successo di *Va' dove ti porta il cuore* ci permette di fare tutto ciò con una certa tranquillità.

Le si potrebbe ribattere che proprio il successo imponente e prolungato di un solo titolo può sembrare un handicap, a questo proposito. Il libro della Tamaro, costantemente sui banconi delle librerie, «toglie spazio» agli altri libri, in un certo senso.

Per noi è vero il contrario: con alle spalle un successo del genere è più facile promuovere altri libri e contrattare spazi migliori nelle librerie. *Va' dove ti porta il cuore* ci ha garantito una riconoscibilità, anche internazionale, che inevitabilmente facilita il lavoro di promozione degli altri titoli.

Gianfranco Bettin, Enrico Brizzi e Sandro Onofri, autori assai diversi fra loro, pubblicheranno con Baldini&Castoldi le loro prossime opere. Inoltre avete in programma l'uscita di numerosi esordi letterari. Significa che volete aprire un nuovo fronte sulla narrativa? In fondo Baldini&Castoldi non è nata come una casa editrice «di romanzi» in senso tradizionale.

Significa che crediamo molto in alcuni autori ai quali abbiamo chiesto di lavorare per noi, innanzi tutto. E significa anche che vogliamo consolidare il nostro catalogo continuando a differenziare le proposte. Del resto anche nell'ambito della narrativa straniera abbiamo molte novità in cantiere. È sulla ricchezza e sull'intelligenza delle proposte che si costruisce una buona casa editrice.

L'INTERVISTA Gianandrea Piccioli, Garzanti

Alla fiera a caccia di gadget

ANTONELLA FIORI

■ **Piccioli, il Salone del Libro di Torino è sempre più «evento». Che cosa rappresenta per lei questo appuntamento?**

Guardi, per me il Salone è semplicemente un grande mercato. Certamente non è una fiera per addetti ai lavori, come Francoforte o Bologna che hanno un rilievo internazionale.

Qual è il motivo per il quale la gente che per tutto l'anno snobba le librerie, al Lingotto paga addirittura il biglietto per comprare libri senza sconto?

A Torino si può avere sott'occhio in un sol botto la produzione libraria italiana. E questo è già un motivo sufficiente. C'è, illusoria o no, la sensazione di avere a portata di mano tutto. Compreso il catalogo o il gadget. A questo si aggiunge la curiosità di incontrare direttamente noi delle case editrici. Infine abbiamo i dibattiti, gli incontri con autori più o meno famosi, con i personaggi televisivi. Tutto questo è un bell'insieme di stimoli.

Quest'anno si sovrappongono, alla stessa ora, moltissimi incontri. Non è un modo per disorientare il visitatore?

Ma è proprio questo il bello! Ormai noi siamo impazienti, abbiamo una percettività da telecomando. I tempi morti innervosiscono. A Torino si può passare da uno stand all'altro, da un dibattito a un'altro, mangiando un pezzo di pizza o lo zucchero filato. Senza impegnarsi in nulla. Insomma, credo che ciò che attrae la gente che non va mai in libreria sia questa dimensione della festa, caratteristica di fondo di ogni fiera.

Nonostante il successo del Salone, l'editoria va sempre peggio. Tra di voi, addetti ai lavori, ogni anno c'è qualcuno che dice: «Male come quest'anno non è mai andata».

Non esageriamo. È da alcuni anni che va male. È difficile poi stabilire di anno in anno, di semestre in semestre, come va. A me non interessa. Ci sono però i fanatici di queste statistiche. Comunque, l'editoria va male in tutto il mondo, se si esclude la Germania. Loro fanno uscire 75.000 titoli all'anno e li vendono tutti. Noi ne produciamo 35.000 ma abbiamo un mercato molto più ristretto. I lettori forti sono qualtromila. Tuttavia in Italia escono ogni mese almeno dieci titoli davvero molto buoni, che vale la pena di leggere. In Germania invece gran parte della produzione è basata sui dizionari o su quella fascia del fai da te che va dalla coltivazione dei fiori allo spogliarello della casalinga, faccio per dire...

Lei sta dicendo che la crisi del libro è generale. Ma si può fare un ragionamento solo sull'Italia?

È importante capire cosa sta succedendo nel mondo. Il libro non è più lo strumento principale della trasmissione della cultura. In Italia ancora di più per via della mancata riforma protestante. Insomma, nei paesi protestanti tutti erano abituati ad avere in mano almeno un libro: *La Bibbia*!

> Troppi libri L'unica editoria che tira davvero è quella tedesca

I lettori forti, in Italia, sono pochissimi. Ma i Saloni, la Festa del Libro, aiutano ad allargare questo mercato?

Ben vengano i Saloni, gli scontri: ma i nuovi lettori non si conquistano in questo modo. Bisogna favorire iniziative rivolte ai giovani, che sono il mercato del futuro. Non soltanto facendo libri per i giovani .. È con questo non voglio dire che non debbano esserci i libri dei comici. Ci può essere un bel libro di battute comiche e un brutto libro di filosofia. E questa è una responsabilità degli editori. Ai giovani bisogna far capire che la lettura può essere un piacere, che non è legata solo all'insegnamento. Devo dire che molta responsabilità ce l'hanno anche i giornali.

Perché? I giornali non sono forse quelli che parlano più di libri?

Già, ma come? Ha ragione Grazia Cherchi. Non ci sono più recensioni. Manca l'informazione sui libri, manca qualcuno che ti dica di che parla un libro e in che modo. Come succede per il cinema, insomma. Ha ragione la Cherchi e anche Arbasino quando scrive che non c'è rispetto per il lettore del libro. Provi a cercare un articolo sportivo in cui non si parli di una partita. I giornali invece sono pieni di inutili polemiche. A proposito, quanto talento critico sprecato! Per gli scrittori si inventano etichette che domani non sono più valide. Prenda ad esempio questa sugli scrittori giovani. Che cosa vuol dire? Piuttosto parliamo di ricambio generazionale. In tutta questa confusione può essere che passi sotto silenzio un libro bellissimo come *Correzione* di Thomas Bernhard pubblicato da Adelphi...

Senta, ma possibile che voi editori non abbiate nessuna colpa? Non pubblicate un po' troppi libri?

È vero, sono troppi. E i librai non riescono a gestire questa iperproduzione. Ma è difficile trovare un rimedio. Ci vorrebbe un accordo tra tutti gli editori. Se io pubblico meno ma altri no, perdo spazio sui banconi delle librerie a vantaggio di un altro...

Insomma, una giungla. Voi nell'ultimo anno avete pubblicato il libro di Ernst Bloch, «Il Principio Speranza», un'opera difficile che è andata molto bene. Non pensa che nell'editoria ci sia anche poca voglia di rischiare?

Ha venduto molto, è vero. Quattromila copie che per un libro di questa mole è un record. Ma questo non significa niente. Io non penso che ci debba essere solo un'editoria di opere difficili. Non esiste un'editoria che faccia il saggio importante e una che faccia i libri dei comici. Una cosa non deve andare a scapito dell'altra. L'essenziale è l'intelligenza, non il genere.