

Mercoledì 28 maggio 1997

2 l'Unità

LA CULTURA



DALL'INVIATA

TORINO. Che ci fa Mary Poppins al Salone del Libro? Come arriva, quando se ne va, chi l'ha mai vista preparare il suo stand senza scaffali, "apparecchiare" i libri per terra, il cerchio coi fogli delle sue poesie e attorno i fiori, i cestini di frutta di carta fucsia e verde fluorescente, e poi la scritta in stagnola argento come la cometa natalizia: SALVATRICE.

«La Salvatrice», ovvero Salvatrice Agliata Trojan, al Salone del Libro è la persona che vuol più bene ai libri. Simbolo assoluto dell'autoeditoria sommersa, sta tredici ore in piedi, dalle dieci di mattina alle undici di sera. I suoi libri, autostampati, autoprodotti, autovenduti, li tiene accanto a sé come tanti pulcini. «I libri sono come i fiori, possono servire per fini vari - dice una sua poesia scritta a mano su un grande cartello - gradevoli alla vista riparano la mente, appagano ogni gusto personale... solo non marciscono mai». All'ingresso del padiglione centrale, dove ci sono gli stand di Mondadori, Einaudi, De Agostini, Baldini & Castoldi, il suo "tappeto di libri" occupa uno spazio di qualche metro quadrato. Sarà la sua aria afflitta da immigrata italiana in Germania - unico vezzo di questa signora magra magra, sono le gocce di stess sulla giacca di tweed - ma «nessuno mi ha mai fatto pagare niente per stare qui».

Professoressa di italiano in un istituto tecnico di Torino, Salvatrice è nata in Sicilia, a Castrolibero, paese a cui ha dedicato una poesia, in provincia di Agrigento. Con «L'argento, l'oro, il nero» (edizione bilingue, «The silver, the gold, the black»), libro di poesie in forma di illuminazioni brevissime, festeggia la sua nona volta al Salone del Libro. «Dieci anni fa, quando iniziò questa manifestazione, pensavo di venire qua e di trovare tutti i libri. Siccome ne avevo appena pubblicato uno, a mie spese, da un editore milanese, sono venuta a controllare se c'era. Ma non lo trovai. La diffusione non aveva funzionato. Così presi una decisione. L'anno dopo ci sarei stata anch'io. Nel 1989, con «Continuando» ho avuto un grandissimo successo. Grazie, Salvatrice, le tue parole ci hanno rasserenati, mi dicevano. Il Salone del Libro è stato l'unico modo per farmi conoscere. Prima facevo una distribuzione porta a porta, alla fermata del tram. Avevo mandato i miei testi a tutte le case editrici. Mondadori, Rizzoli, Guanda. Mi rispondevano: "Apprezziamo la sua poesia ma non abbiamo spazio". Se penso a contattarli ancora? Sono già contenta così». Nel retro di copertina dell'ultimo libro recensioni-pareri di vari critici-editori, tutti americani, «in America, dove lavoro mio marito, il mio lavoro è sempre stato apprezzato, adesso voglio imparare a usare il computer, è fondamentale» - che si soffermano soprattutto sulla spon-

teità della sua poesia. «Congratulazioni... We feel you have a rare talent. In view of your talent, we also wish to publish your poem»: firmato, Howard Ely, managing editor. All'interno, altre opinioni, di italiani stavolta. «Cara Salvatrice Agliata... ho letto e devo dire che apprezzo molto il Suo lavoro e la vena che lo ispira...». Firmato: prof. Furio Colombo.

«Il mio problema è il tempo. Vorrei giornate di mille ore. Mi invento sempre qualcosa. Per questo, ho lasciato l'insegnamento. Mi sono laureata in medicina nel '91. Poi ho fatto cinque anni di specializzazione al centro cefalee di Torino». Amante di Domenico Modugno, in letteratura e in poesia preferisce i classici - «Dante, soprattutto, ma anche, Pirandello, Sciascia, mio vicino di paese». Al Salone, voleva andare a sentire Giovanni Giudici. «Ma non posso. Non mi muovo neppure per un bicchiere d'acqua. La sera tolgo quasi tutto. Le poche cose che lascio le ritrovo. La gente è ordinata, disciplinata. Solo, in questi anni, è diventata molto più distratta. Il Salone è cambiato in questo. Comprano meno. Non c'è più curiosità. Anno dopo anno, anche il prossimo, io sarò qui, sempre la stessa».

Antonella Fiori

L'esperienza agli stand dell'Unità: quanto costa (e che fatica) essere appetibili

Che ebbrezza riuscire a soddisfare il cliente Vendere significa capire un po' il mondo

Gente a plotoni che scruta gli scaffali come Achab il mare alla ricerca di Moby Dick. Educata, paziente con i gusti chiari. La metà delle persone che entrano legge anche il nostro giornale.

TORINO. Vendere è un'ebbrezza. La gente arriva a plotoni, si ammucchia nel minuscolo spazio dello stand e scruta gli scaffali come Achab il mare alla caccia di Moby Dick. Poi la trovasse la porge trionfante. La cassetta. Il film.

Oppure non la trova. Sa che è uscita e brandisce il catalogo trionfante. Ti cacci dietro la tenda dell'ancor più angusto sgabuzzino e cominci a rovistare tra i mucchi ubriachi di roba. Chiedi alle altre e chiami al telefono l'altro stand. Niente è più importante del riuscire a soddisfare il cliente. Ma la cassetta non c'è: frustrazione nera. Maledici il distributore ed il collega che si è occupato della spedizione. Prendi il nome l'indirizzo e il telefono e giuri che te ne occuperai. Prendi perfino i soldi e un appunto barcollante con un *già pagato* scritto enorme per traverso. Abbiate fede. Se le porteremo sulle ginocchia se i postini entrano in sciopero.

I soldi sono importanti. Far bella figura costa un sacco. Siamo partiti per Lingotto sotto minaccia: o si raggiungeva una certa cifra o non rivendremo mai più i nostri cari. Sap-



Enrica Scalfari

che quella certa cifra non la faremo mai: le spese aumentano e più vendiamo più ci sentiamo miserabili: nella cassa, a metà pomeriggio di sabato, giorno clou, c'è uno striminzito milioncino. Costa tutto troppo poco e in più abbiamo pure uno sconto di tremila. I libri costano 2500: è un prezzo talmente ridicolo che finiscono subito (altre maledizioni al distributore, non ha mandato le Fiabe, ce le chiedono Tutti). Ma vendere è ancora più importante.

Vendere significa parlare. Chiacchiere a vanvera con i clienti. Mettiamola così: la metà circa sono anche lettori del giornale. Ma se non gli piace *L'Unità* la cassetta ello scorso sabato, non comprano da sola *L'Unità*. O almeno, non da noi lì a Lingotto. Perciò è ancora più miracoloso quando entrano nelle stand le famiglie. Se c'è un padre, una madre e una coppia (meglio tre) di marmocchi, quelli son lettori belli e buoni. E compratori di cassette. Articolo più unico che raro. Li adoriamo perché amano il cinema e hanno un giornale,

il nostro, che è più loro che nostro. Perché sfogliano il catalogo come se l'avessero stampato con le loro mani. Perché parlano di politica con un garbo tutto comunista, distaccato e mesto ma mai sconfitto. I bimbi si siedono e ascoltano consolatamente: sanno che non è arrivato il momento di lasciare l'immensità confusa di Lingotto per tornare a casa a vedere dei bei cartoni animati.

Vendere significa capire. Innanzitutto il significato della celebrata parola «pluralismo». Là dove ti sa- resti tagliato le mani prima di credere che ci fosse una sola persona disposta a comprare quella certa cassetta (no che non dico quale, non voglio rivelare di quanta pertervia si è capaci) ecco che va come il pane, è finita e ti faresti in quattro pur di potergliela dare. Non occorre che ti spieghino perché gli piace tanto. Sono persone deliziose, educate, intelligenti: vengono dall'altro stand, ci hanno cercato numero per numero, fila per fila.

I nostri stand non sono in posizione ottimale. Abbiamo fatto tal-

mente tanti errori nell'organizzare la nostra presenza al Salone... Almeno tanti quanti ne facciamo sui prodotti. Il più grave: ci sono dei Cd Rom che portano in copertina la promessa multiplatforma. Sembra girino invece solo su window. Un suicidio, se è vero.

E gli stand non sono neppure bellissimi. A parte quella moquette che riveste perfino le pareti, dove attacchiamo manifesti con lo scotch che ogni minuto scivola via a terra. A parte quel disordine cronico nelle carte e nei prodotti. A parte il nostro aspetto personale, stralunato al limite del far paura. A parte le sigarette che spengono in un bicchiere buttandoci su la coca cola (di nascosto, se ci beccano davvero per i nostri cari sarebbero guai). Insomma. A parte tutto ciò ci vuol mestiere per essere appetibili. Non so che mestiere sia il nostro (la crisi d'identità e d'obbligo: siamo giornale o cinema? E se vendessimo le calze a rete?) però giudicate voi: gli stand (il modello più grande dei preallistati neanche se ne parla di spendere quel che costa

farsi fare lo stand ad hoc) sono pieni a tutte le ore.

A Napoli dicono che vantarsi di un risultato fa bene alla salute e speriamo che sia vero e che ci faccia passare il mal di gola dell'aria condizionata e delle centomila sigarette.

C'è un lungo post scriptum, tanto vale non isolarlo. Vengono ai nostri stand produttori di Cd-Rom, scrittori, registi ed editori. Vengono giornalisti e giornalisti straordinari, come le due ragazze di Avellino, 23 anni a cranio, che producono un mensile di letteratura perfino bello graficamente. Lo abbiamo tenuto sul tavolo e con nonchalance lo segnaliamo agli uffici stampa che ci fanno visita: che dal fenomeno giovani scrittori si passi a quello giovanissimi editori? Insegnanti che sanno cos'è un computer e ci fanno lavorare i ragazzi: vogliono prodotti didattici e li vogliono da noi non perché loro siano di sinistra. Perché non siamo di sinistra. Disegnatori di fumetti, almeno, questo è in cantiere. Sode subacquee collegate a monitor capaci di dare informazioni sulla situazione del fondo marino, installazioni di strumentazioni per la ricerca scientifica sulle acque del Golfo. Di tutto un po', per passare dalle tradizioni andate, dalla cultura della prima Repubblica marinara (anno 1000) a quella del futuro. Il passo potrebbe essere eccessivo ma la Costiera è la sua gente che dimentica le origini e i suoi prodotti storici come al solito lo assorbirà.

Nanni Riccobono

Lorenzo Briani

Costiera amalfitana

La storia marinara nella torre saracena

La storia dimenticata. In Costiera, nonostante le statue, la regata delle quattro repubbliche marinare e le targhe di Fucini sotto gli archi di Amalfi, il passato sembrava da cancellare. E così anche il pesante fardello del «vissuto» in mare per far posto al mercato del turismo, quello che regala miliardi di fatturato l'anno e cancella inesorabilmente la cultura. È bastata una mostra per far ritornare la storia, per ricordare e riprendere le radici di quello che fu. Così tredici comuni hanno - ed è la prima volta - pensato bene di metterne in piedi una dal titolo: «Artigianato, arte e cultura: i modelli navali della Costiera». In esposizione ci sono oltre cento pezzi fatti rigorosamente a mano dagli artigiani del luogo: lampare, tartane, lanziuti, reti, sciabiche, acetille e ricostruzioni in legno di imbarcazioni dell'anno Mille. A questo c'è anche da aggiungere la ricostruzione esatta di una tonnara, con anche le sue gabbie della morte e gli «ex voto» dei marinai in onore del sacerdote Gaetano Amodio, protettore dei naviganti. Intorno alla mostra sono state organizzate pure delle attività collaterali: alla Torre Saracena di Conca dei Marini, fra Amalfi e Positano ci sarà il varo di un galeone amalfitano realizzato dal maestro d'ascia Giuseppe Camera e partirà la remata agonistica di tredici lanziuti con la sfilata di imbarcazioni d'epoca.

L'obiettivo finale della mostra, comunque, è quello di ridare vita ad un artigianato ormai quasi scomparso, soppiantato dal turismo di massa. «Vorremmo» spiega Gaetano Frate, sindaco di Conca dei Marini - istituire un marchio «doc» per le imbarcazioni tipiche e ogni Comune si impegnerà ad adottare una o più imbarcazioni storiche per sottrarle al degrado. La mostra? È solo il primo passo verso una nuova vita sociale della nostra zona, il pretesto per iniziare una strada capace di portare anche posti di lavoro». I progetti sono importanti, insomma. Dopo l'esposizione di questi giorni (si chiude l'8 giugno), la Torre Saracena potrebbe diventare il primo museo multimediale d'Italia, o, almeno, questo è in cantiere. Sode subacquee collegate a monitor capaci di dare informazioni sulla situazione del fondo marino, installazioni di strumentazioni per la ricerca scientifica sulle acque del Golfo. Di tutto un po', per passare dalle tradizioni andate, dalla cultura della prima Repubblica marinara (anno 1000) a quella del futuro. Il passo potrebbe essere eccessivo ma la Costiera è la sua gente che dimentica le origini e i suoi prodotti storici come al solito lo assorbirà.

Intanto è iniziata anche la proiezione di un filmato sui fondali di Costiera, quelli che nascondono ancora uno spicchio di storia mai riportata alla luce, tracce di battaglie consumate sotto alle attuali torri saracene che spuntano ad ogni estremità delle conche.

Dimissioni per il vice presidente dell'Istituto. E in serata Scalfaro riceve il presidente Rita Levi Montalcini Treccani: Sarcinelli gioca d'anticipo e se ne va

In tre lettere l'annuncio dell'abbandono e della decisione della Bnl di ritirare la propria quota azionaria, pari al 10 per cento.

Dimissioni «irrevocabili». E anticipa. Mario Sarcinelli, vice-presidente dell'Istituto dell'Enciclopedia Italiana, non ha aspettato la riunione del Consiglio di amministrazione, prevista per oggi, per dimettersi. L'ha fatto con tre lettere rimaste fin qui riservate e inviate, rispettivamente, alla presidente Rita Levi-Montalcini e al presidente del collegio sindacale Graziadei; ai sette membri del Consiglio che, dichiarandosi in disaccordo con le sue decisioni in materia di risanamento della Treccani, avevano chiesto la riconvocazione dell'organo; e agli altri membri (cinque, escluso Carlo Azeglio Ciampi che non partecipa al voto per incompatibilità ministeriale) che, invece, fin qui hanno appoggiato la sua linea. Oggi alla Treccani si voterà sull'annunciata chiusura di due opere di spicco: il «Dizionario biografico» e l'«Enciclopedia archeologica». E, fatti i conti - sette consiglieri appunto contro cinque - Sarcinelli ha capito che sarebbe andato in minoranza. Ha giocato, come si diceva, d'anticipo. E ha messo sul

tavolo un'altra carta: nelle lettere annuncia che la Banca nazionale del lavoro, di cui è presidente, ritirerà dalla Treccani la propria quota azionaria, che corrisponde al 10% del pacchetto e aggiunge che, nel futuro, la Bnl difficilmente concederà altri mutui. Perché la situazione economica è critica, perché la Treccani è in grave ritardo nell'aggiornamento alle nuove tecnologie informatiche, perché il personale andrebbe ridotto circa del 30%. Guerra manageriale, guerra economica. E guerra istituzionale: perché il grande banchiere, nel dire addio al palazzo di largo Argentina, fa indiretta allusione alle pressioni che il presidente Scalfaro avrebbe esercitato nel corso della crisi.

Il «caso Treccani» deflagra l'8 aprile scorso. L'Istituto fondato nel 1925 da Giovanni Gentile ha un andamento anomalo rispetto al resto del mercato editoriale: va bene. Però la perdita di esercizio, dovuta soprattutto all'espansione eccessiva di collaboratori scientifici, è di 21,4 miliardi. Decisione conseguente: chiudere

due opere, il «Dizionario biografico degli italiani» diretto da Mario Caravale, arrivato al volume 47 e alla lettera «f», e l'«Enciclopedia archeologica» diretta da Sabatino Moscati, in gestione da sette anni e in attesa della pubblicazione del primo volume. In termini stretti di bilancio, chi si oppone alla decisione osserva che il passivo sarebbe stato «indebitamente gonfiato, con svalutazioni improprie» (Vittore Branca, ex-presidente della Corte Costituzionale e membro del consiglio scientifico dell'Istituto, in un articolo sul «Sole-24 ore»); e mostra i conti: un attivo di un miliardo e seicento milioni l'anno per il «Biografico»; una spesa già effettuata per l'«Archeologica»; soldi buttati al vento se si decide di chiuderla prima che veda la luce. Insomma, secondo gli oppositori, Sarcinelli potrebbe - con molti distinguo e molte obiezioni - aver ragione sul passivo, ma se intende risanare l'Istituto, puntando su queste due opere ha sbagliato obiettivo.

Ma è questa, per l'appunto, la questione che sembra stare stretta a Sarcinelli.

Ma è questa, per l'appunto, la questione che sembra stare stretta a Sarcinelli, quando scrive di «intrusioni e interferenze che non si giustificano in base alla legge, né al buon senso, né tanto meno con la difesa della cultura fatta con magniloquenti appelli ma senza rischiare un quattrino».

Chi si è «intromesso»? Dalle chiacchiere che circolano nell'Istituto si sa che il banchiere non avrebbe gradito il tono del colloquio svoltosi il 28 aprile al Quirinale tra Rita Levi Montalcini e il presidente Scalfaro. In serata ieri Scalfaro ha nuovamente ricevuto la presidente della Treccani, ma sul contenuto del colloquio non sono trapelate indiscrezioni. Mentre la presidente, alla vigilia del Cda (e mentre le organizzazioni sindacali convocano un'assemblea dei 320 dipendenti), rifiuta interviste e affida una dichiarazione alle agenzie di stampa: «Ho fiducia nella Treccani, ho fiducia nei consiglieri d'amministrazione. Credo che la crisi si possa risolvere presto».

Maria Serena Palieri

l'Unità

Italia		Tariffe di abbonamento	
		Annuale	Semestrale
7 numeri	L. 330.000	L. 330.000	L. 169.000
6 numeri	L. 290.000	L. 290.000	L. 149.000
Estero		Annuale	Semestrale
7 numeri	L. 780.000	L. 780.000	L. 395.000
6 numeri	L. 685.000	L. 685.000	L. 335.000

Per abbonarsi: versamento sul c.c.p. n. 209274 intestato a S.O.D.P. «ANGELOPATUZZI» s.p.a. Via Bettola 18 - 20092 Cinisello Balsamo (MI) - oppure presso le Federazioni del Pds.

Tariffe pubblicitarie	
A mod. (mm. 45x30) Commerciale ferialle	L. 560.000 - Sabato e festivi L. 690.000
Feriali L. 824.000; Festivi L. 899.000	
Finestra 1° pag. 1° fascicolo	L. 5.343.000 - L. 6.011.000
Finestra 1° pag. 2° fascicolo	L. 4.100.000 - L. 4.900.000
Manchette di test. 1° fasc. L. 2.894.000 - Manchette di test. 2° fasc. L. 1.781.000	
Redazionali L. 935.000; Finno-Legali-Concess.-Aste-Apalti: L. 1.000.000	
A parola: Necrologie L. 8.700; Partecip. Lutto L. 11.300; Economici L. 6.200	
Concessionaria per la pubblicità nazionale PUBLIKCOMPASS S.p.A.	
Direzione Generale: Milano 20124 - Via Giuseppe Carducci, 29 - Tel. 02/864701	
Zona di vendita:	
Milano: via Giuseppe Carducci, 29 - Tel. 02/864701 - Torino: corso M. D'Azeglio, 60 - Tel. 011/665211 - Genova: via C.R. Ceccardi, 114 - Tel. 010/540184 - Padova: via Gattamelata, 108 - Tel. 049/77524-8073144 - Bologna: via Amendola, 13 - Tel. 051/25952 - Firenze: via Don Minzoni, 46 - Tel. 055/561192-573668 - Roma: via Quattro Fontane, 15 - Tel. 06/462011 - Napoli: via Caracciolo, 15 - Tel. 081/726111 - Bari: via Amendola, 1665 - Tel. 080/5483111 - Catania: corso Sicilia, 37-43 - Tel. 095/7306311 - Palermo: via Lancola, 19 - Tel. 091/6235100 - Messina: via U. Bonino, 15C - Tel. 090/293855 - Cagliari: via Ravenna, 24 - Tel. 070/305250	

Stampa in fac-simile:
Teletampa Centro Italia, Oncoed (Aq.) - Via Colle Marangoli, 58/B
SABO, Bologna - Via del Tappazzone, 1
PPM Industria Poligrafica, Paderno Dugnano (Mi) - S. Stale del Giovi, 137
SIS S.p.A., 95030 Catania - Strada 5, 35
Distribuzione: SODIP, 20092 Cinisello B. (MI), via Bettola, 18

l'Unità

Supplemento quotidiano diffuso sul territorio nazionale unitamente al giornale l'Unità
Direttore responsabile Giuseppe Caldorola
Iscriz. al n. 22 del 22/01/94 registro stampa del tribunale di Roma