

media

LIBRI, GIORNALI, ARTE, TV, CD, INTERNET E DINTORNI

l'Unità

TORINO/1
Appuntamenti
alla Fiera

MONICA LUONGO

A PAGINA 2

TORINO/2
Gli editori
«personali»

STEFANO MILIANI

A PAGINA 3

TORINO/3
Le librerie
in Rete

STEFANIA CHINZARI

A PAGINA 3

in arrivo

Kubrick
Era stata già programmata, ma la morte del grande regista ne ha accelerato un po' i tempi. Siamo parlando della biografia di Stanley Kubrick firmata da Vincent Lo Brutto, considerata il «verbo» dei kubrickiani nel mondo ma ancora inedita in Italia. La pubblica ora, finalmente, il Castoro.

Africa
Feltrinelli manda in libreria «Africana», una raccolta di racconti curata da Vincenzo Barca e Roberto Francavilla. Ventuno testi scritti da autori di madrelingua portoghese (da Angola, Mozambico, São Tomé e Capoverde) affatto diversi dagli autori francofoni del Maghreb o da quelli anglofoni egiziani o nigeriani o sudafriani che abbiamo imparato a riconoscere come voci importanti di quel continente.



NICOLA FANO

Sessantacinque italiani su cento, nel 1998, non hanno acquistato neanche un libro. Solo poco più del sei per cento degli italiani, sempre nel 1998, ha comprato quindici libri: questo sei per cento di italiani, da solo, sorregge la metà del mercato editoriale. Morale: i lettori, nel nostro paese, sono una minoranza sparuta, né una lobby né un circolo di potere: solo una fascia residuale della società.

Bisognerebbe fare più spesso i conti con i numeri, soprattutto

insieme su come rendere l'oggetto-libro meno estraneo al vivere quotidiano di tutti.

I numeri di cui sopra provengono da una desolante ricerca condotta dall'«Associazione per i libri», una struttura organizzativa che riunisce i cinque maggiori gruppi editoriali, ossia Mondadori, Rizzoli, Longanesi, Feltrinelli e De Agostini. Quella ricerca offre anche altre cifre relative al 1998. Eccone alcune: la spesa annua procapite per l'acquisto di libri è stata di 39 dollari - poco meno di settantamila lire - contro i 122 spesi dai tedeschi, i 96 degli americani, i 74 degli spagnoli, i 63 degli inglesi e i 56 dei francesi. Quella piccola spesa è divisa sulla popolazione in questo modo: coloro che non acquistano libri sono il 65,2 per cento degli italiani, gli acquirenti saltuari (che comprano in media cinque libri l'anno) sono il 29,2 per cento, e soltanto il 5,57 per cento sono i lettori abituali, vale a dire coloro che acquistano una media annua di 15 libri. Questo è quanto.

A che servono queste cifre? A dare le giuste dimensioni della cultura libraria italiana.

Festa del libro, festa per pochi

ora che il mondo dell'editoria di appresta a festeggiarsi a Torino in occasione della neo-Fiera del libro la cui apertura è prevista al Lingotto per mercoledì prossimo. Bisognerebbe fare i conti con i numeri per togliersi dalla testa esagerazioni di ogni genere: i libri interessano quasi nessuno, questa è la verità. Quindi, piuttosto che accapigliarsi sull'indirizzo da dare al mercato editoriale (e, di conseguenza, al modello culturale che questo mercato privilegia o propaga), sarebbe più buona cosa ragionare tutti

Oltre la metà degli italiani non compra neanche un libro l'anno. E intanto gli editori, da mercoledì, si mettono in mostra a Torino

Se vogliamo, a ridimensionare il peso specifico dei poteri nell'ambito di essa. A valutare più correttamente la funzione, per esempio, di iniziative promozionali come l'ex Salone del Libro di Torino oggi rinominato Fiera. E la sostanza è che la festa torinese risulta essere troppo autoreferenziale: intendiamoci, non per colpa proprie, specifiche, ma in quanto prodotto dell'editoria italiana. L'intendimento originario del Salone, dieci anni fa alla sua nascita, era viceversa quello di

edificare un ponte che unisse il piccolissimo mondo dell'editoria al grande mondo di coloro che ne sono fuori. L'idea, semplice quanto efficace, era di mettere in piedi una sorta di fiera di paese nella quale gli stand offrissero libri. Un'occasione di incontro popolare, come lo sono sempre state le fiere, le sagre di paese: indispensabile al conseguimento di questo fine era l'apertura di spazi d'incontro «popolari», non spettacolari, non salottieri. Al contrario, negli anni il vec-

chio Salone ha finito con il privilegiare proprio gli aspetti salottieri o spettacolari; comunque si è chiuso in se stesso, probabilmente forte dei successi di pubblico (innanzitutto scolaresche torinesi o piemontesi) dei primi anni. Ora la nuova Fiera promette un rilancio. Il tema scelto per questa edizione mette al centro il «piacere della lettura»: il nodo, infatti, è questo. Come si fa a comunicare il piacere della lettura? Come si fa a rendere l'oggetto-libro qualcosa di familiare, di non obsoleto, di non gravoso a quanti non hanno con esso alcuna familiarità? Il primo contatto fra gli uomini e i libri avviene nelle scuole e sovente lì nascono problemi che si trascineranno senza soluzione. Facile, dunque, sarebbe dire che la colpa è della scuola: è fra i banchi che i ragazzi imparano a odiare i libri; sono i docenti a non saper comunicare il «piacere della lettura». Ma è davvero solo così? Si può anche sostenere che la disabitudine ai libri nasca dall'ambiente familiare: se oltre la metà degli italiani non compra libri vuol dire che ci sono case vuote di libri, nelle quali i giovani e gli adulti crescono e vivono senza maturare alcun rapporto con le parole scritte. È vero anche questo, ma, ancora: è davvero solo così? Non sarebbe anche il caso di puntare l'indice su un mondo culturale autoreferenziale e chiuso in se stesso che, malgrado sforzi o buone intenzioni, continua a ritenersi detentore di una verità assoluta da serbare gelosamente per conservare il proprio potere?

Ma la scienza preferisce disertare il Lingotto

PIETRO GRECO

L'editoria scientifica diserta Torino. O, almeno, molti editori specializzati nella pubblicazione di libri di scienza non andranno alla «Fiera del Libro». Non ci andranno alcuni tra i grandi, come Zanichelli. Non ci andranno alcuni tra i medi emergenti, come Raffaello Cortina. Non ci andranno alcuni tra i piccoli di valore, come la Avverbi di Roma e la Cuen di Napoli. Il numero e la qualità delle defezioni dovrebbero iniziare ad allarmare gli organizzatori dell'ex Salone diventato Fiera, e bisognerebbe iniziare a chiedersi: perché? La cultura scientifica e il mercato dei libri scientifici non sono del tutto marginali, in questo paese che pure non dimostra di amare troppo la cultura e di sostenere troppo il mercato dei libri.

Noi un paio di risposte a quel perché pensiamo di averle. La prima potrebbe sembrare banale. Ma non lo è affatto. Andare a Torino e allestire uno stand alla «Fiera» costa troppo. Perché sono troppo elevate le uscite (per mettere su il suo stand un editore deve pagare 280mila lire al metro quadro). E, soprattutto, perché sono troppo basse le entrate. A Torino gli editori scientifici non vendono. Perché, sostiene qualcuno, lì, alla «Fiera del Libro» molti, troppi visitatori vanno per provare l'ebbrezza di conquistare l'autografo di Vittorio Sgarbi. E pochi, troppo pochi vanno per provare la gioia di acquistare un libro. Come si vede dietro il problema dei costi si cela il vecchio, difficile rapporto tra l'italiano e la lettura.

Questo consente di proporre il secondo dei motivi per cui molti editori scientifici disertano Torino: la «Fiera» ha una dimensione troppo locale. È frequentata solo da torinesi (e la città antonelliana è bacino d'utenza certo prestigioso, ma pur troppo piccolo) e da scolaresche (e, come si sa, gli studenti sono utenti potenziali con molte distrazioni e pochi soldi). La «Fiera» non ha, dunque, un respiro nazionale. E, men che meno, un respiro internazionale. Pochi gli invitati stranieri in grado di apprezzare (e magari prenotare) la vasta pubblicistica italiana. Così che per l'editore scientifico non solo non c'è una ricaduta economica, ma non c'è neppure una ricaduta d'immagine. Insomma, perché andare a Torino?

Registro di classe

E adesso ci mancava pure la guerra...



SANDRO ONOFRI

Il ricevimento dei genitori lo considero un po' come la cartina al tornasole del mio stato di salute. Se esco da quelle tre ore di colloqui senza avere mai provato nemmeno una volta un istinto aggressivo, o uno stimolo regressivo che mi porterebbe a urlare e a rispolverare tutto il mio sepolto archivio di spropositi e moccoli alla romana, be', se questo avviene, vuol dire che posso sentirmi al ri-

paro da ulcere e ansie per qualche mese. L'ultima volta, proprio l'altro giorno, non è andata così. E all'uscita non la prima sigaretta dopo tre ore di astinenza ho messo in bocca, ma una pastiglia di Zantac. Perché, vedete, ci sono essenzialmente due categorie di genitori: quelli che vengono per parlare dell'andamento scolastico dei propri figli, e quelli che ritengono di doverli proteggere contro le angherie dei professori. Tra questi ultimi, poi, si devono distinguere due ulteriori tipi: coloro che si presentano in modo aggressivo e pretendono ragione dell'affronto di un cinque o di un quattro affibbia-

to alle proprie creature, e quelli che invece stanno lì davanti, con aria afflitta, escono la testa rassegnata, come piegati da secoli di ingiustizie subite, di cui tu sei solo l'ultima incarnazione. Sono questi ultimi il vero e proprio tesoro dei produttori di Zantac.

L'altro giorno, dicevo, c'è stata una specie di spontanea manifestazione contro di me, durante i colloqui. Erano sei signore, minigonne e calze a rete, che si sono sedute, e hanno subito assunto una posa antica. «Quella» posa. Un po' pirandelliana, di colpa e di rimprovero, di un silenzio ammonitore, gli sguardi bassi e ammacca-

ti. Professore, ha cominciato la prima, ma come si fa? Noi siamo lavoratori, non abbiamo mica i beni al sole. Campiamo di stipendio, noi!, ha aggiunto un'altra. Non facciamo mica i professori! Le ho invitate a spiegarsi meglio. Insomma, professoressa, ha ripreso la prima, ma come si fa? Un libro al mese! Un libro al mese lei fa comprare ai nostri figli! E noi, noi non ce la facciamo più! Allora mi sono difeso, ho detto che mi preoccupavo di scegliere solo edizioni tascabili, sono quindicimila lire al massimo... Ma la sesta, l'ultima, la vedevo che fremeva da quando si era seduta, mi ha interrotto, ha preso a

dire sottovoce, scuotendo la testa, sguardo basso e percorso, che adesso si era aggiunta pure la richiesta di comprare i giornali sulla guerra. Ci mancava pure la guerra, ha sospirato. Io, che mi sentivo ormai una carogna, ho tentato di dire che non c'era bisogno di comprare dei giornali in più, bastava il quotidiano di tutti i giorni. E allora la prima ha alzato una spalla e quale giornale?, ha detto, in casa nostra mica compriamo giornali, ha detto, ci mancherebbe pure questo! Giusto mio marito, la domenica, il «Corriere dello Sport». Ma per lei, professoressa, è sempre domenica...

Feltrinelli
PINO CACUCCI
DEMASIADO
CORAZÓN

Un gringo spietato che ha ucciso il sonno e un italiano dal «troppo cuore» uniti contro un potere occulto.
 Un thriller politico, un viaggio in Messico, un romanzo di avventure che denuncia un crimine di massa.

www.feltrinelli.it
