

Fate ogni giorno qualcosa che non torna. Approvate tutto quello che non riuscite a capire. Fate domande che non hanno risposta. Ridete. Restate gioiosi anche se avete preso in considerazione tutti i fatti. Praticate la resurrezione.

Wendell Berry, «Manifesto: fronte di liberazione del contadino pazzo»

la fabbrica dei libri

## DAL NOSTRO AGENTE ERICH LINDER

Maria Serena Palieri

**D**i questi tempi, da noi, leggi *Processo a Socrate* e pensi a Marcello dell'Utri. E invece nel libro di cui parliamo oggi il *Processo* ci porta da tutt'altra parte: a entrare nel mondo degli agenti letterari. Andrew Wylie, fondatore della Wylie Agency, l'agenzia con sedi a New York e a Londra che rappresenta un gotha di autori (per esempio Philip Roth, Salman Rushdie, Saul Bellow, Norman Mailer, Martin Amis) racconta infatti nelle pagine che stiamo scorrendo come si procurò, nel 1979, il suo primo autore, I. F. Stone, all'epoca giornalista di sinistra di Washington. Lesse, sul *New York Times*, un suo saggio sul *Processo a Socrate*, appunto, s'incuriosì sul resto dei suoi scritti e ripescò i suoi libri dal catalogo di Random House, dove giacevano da anni impolverandosi o al più vivacchiando. Il racconto di Wylie è contenuto nell'*Agente letterario da Erich Linder a oggi*, un libro che raccoglie i frutti di un bellissimo convegno organizzato dall'Università

degli Studi di Milano e dalla Fondazione Arnoldo e Alberto Mondadori, con la fondazione Cariplo, sulla figura del mitico agente austro-italiano, nel 2003, in occasione del ventennale della morte (edizioni Sylvestre Bonnard, pagg. 156, euro 18). Copertina gialla con un disegno di Oreste del Buono (Del Buono doveva essere tra i partecipanti, ma morì pochi giorni prima dell'incontro) il libro - una piccola opera curata e disinvolta - è uno di quei testi che portano il lettore dove ad alcuni piacerebbe mettere il naso: nelle retrovie, nei camerini, nei *backstage* va di moda dire oggi, della fabbrica del libro. Linder, col suo portafoglio di più di 8.000 autori, è stato il primo vero agente letterario in Italia. Diciamo che è l'uomo che sotto questo profilo ha modernizzato la nostra editoria. E qui di lui si parla, e anche della sua vita avventurosa (ebreo, durante la guerra a Firenze si trovò a lavorare come interprete per i tedeschi). Ma, poi, intorno al suo astro si condensa una



galassia di altri appunti, altri interventi, altre curiosità. Come, per l'appunto, il racconto in prima persona di Wylie, l'uomo che è diventato uno dei più grandi agenti letterari del mondo seguendo il proprio slogan: «Rappresento i diritti solo degli autori e dei libri che mi piace leggere». Cominciando con quello Stone che giaceva obsoleto nei cataloghi di Random House, appunto, e proseguendo nei decenni col meglio della letteratura e la saggistica americana e inglese. Qui osserva: «Trentuno anni dopo la pubblicazione del *Grande Gatsby*, sedici dopo quella di *Per chi suona la campana* - ma solo un anno prima dell'edizione originale del *Barone rampante* e della *Città di Faulkner* - , nel 1956 insomma, negli Stati Uniti la scrittrice più venduta in assoluto era Grace Metalious. Nessuno oggi ricorda più il suo nome. Nessuno sa più chi sia. Il suo editore è scomparso. Aveva scritto un libro intitolato *I peccati di Peyton Place*. Di lei non è rimasta alcuna traccia. Il libro è mal scritto, non ha stile, è superato, non ha lettori, editori, è niente. Gli editori di Calvino, Fitzgerald, Hemingway e Faulkner restano. Chi ha fatto il miglior investimento?».

spalieri@unita.it

### IL CALENDARIO DEI BAMBINI

Un'idea di Sergio Staino per la «Consulta Rodari»

Dal 20 dicembre in edicola con l'Unità a €3,90 in più

# orizzonti

idee | libri | dibattito

### IL CALENDARIO DEI BAMBINI

Un'idea di Sergio Staino per la «Consulta Rodari»

Dal 20 dicembre in edicola con l'Unità a €3,90 in più

Maria Serena Palieri

QUANTO COSTA LA CULTURA/2

# LIBRI

## Un romanzo o una pizza?

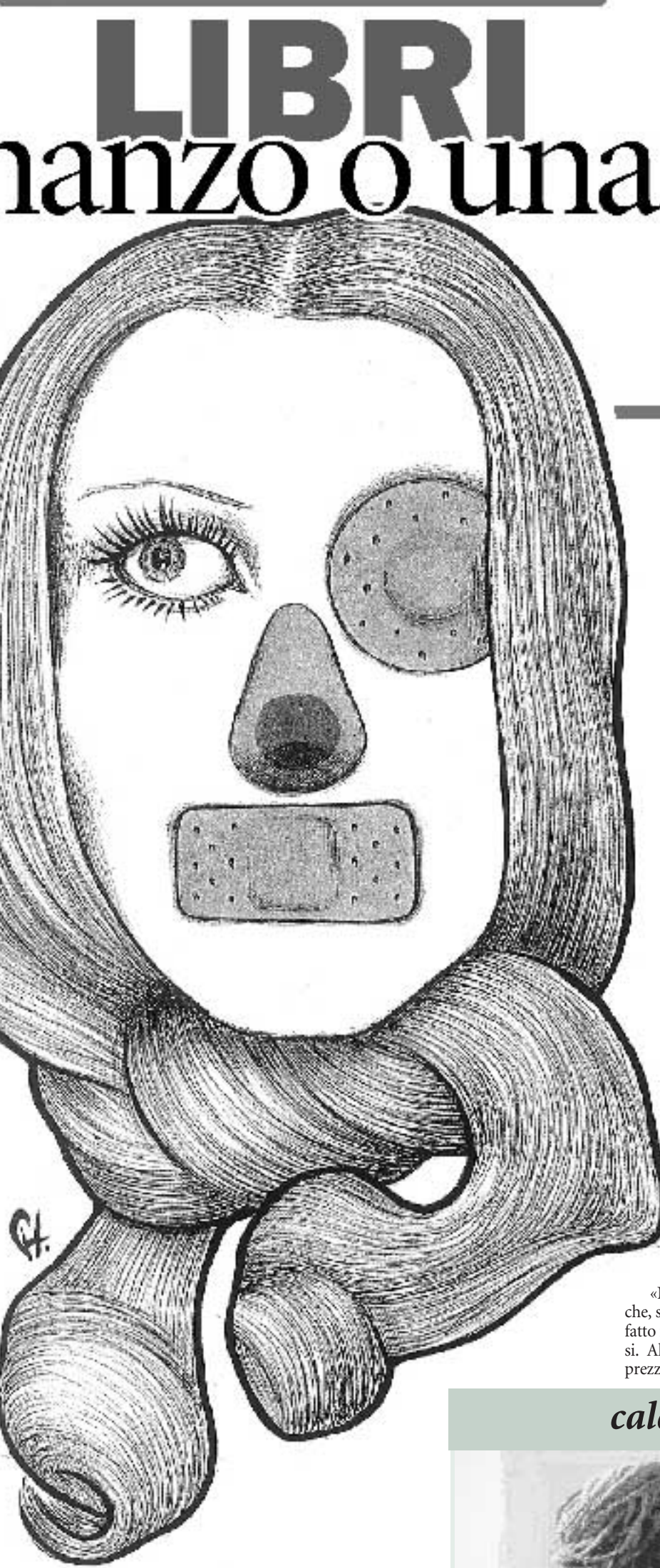
**C**arolibri, seconda tappa. Nella prima puntata di questa inchiesta abbiamo proceduto con un criterio eterodosso: siamo partiti da un dato, la crisi economica in crescita, e ci siamo chiesti se, di fronte alla contrazione dei consumi, «il» libro ha la possibilità di farcela; se, cioè, la famiglia media, nel momento in cui taglia sul basic - il cibo - come ci dicono le cronache di settimana in settimana, potrà continuare a permettersi di comprare i libri che «desidera»; non quelli d'obbligo, non, cioè, gli scolastici. Fate attenzione: ci siamo posti la domanda in questi termini massimamente semplici - crisi, bilancio familiare, «desiderio» - perché la questione del prezzo dei libri è enormemente complessa. Contiene un'infinità di varianti: il libro è un contenitore e dentro può albergare qualunque opera nata da ingegno umano, dal viaggio in tavole policrome dentro ogni dettaglio della Cappella Sistina alla micro-selezione di haiku giapponesi; può essere fabbricato con materiali destinati a varcare i secoli, come il Codice Hammer, o che deperiscono dopo due ore di lettura in spiaggia; può essere un best-seller in potenza che ambisce a un pubblico di milioni di persone o nascere sapendo che, per sua natura, verrà comprato da pochi accolti; può essere acquistato da un singolo per proprio uso privato, ma anche da una biblioteca pubblica che lo metterà a disposizione di molti. E, soprattutto, il suo prezzo è alto o basso per chi? Per l'autore? Per l'editore, e per che tipo di editore, grande o piccolo? Per il libraio, e per che tipo di libraio, grande catena o indipendente? Per l'acquirente, e per quali tasche?

Perciò abbiamo scelto un punto di vista: l'acquirente. Un genere: la narrativa (perché, nel campo degli acquisti effettuati per piacere e non per dovere, è statisticamente la più gettonata: 59,4%, dati Aie). E un primo approccio empirico: siamo andati in una libreria dell'usato e, armati di dati Istat sul costo della vita nelle ultime quattro decadi, ci siamo messi nei panni dell'italiano/a che nei Sessanta, nei Settanta, negli Ottanta, nei Novanta e ora nei Duemila, voleva e vuole levarsi lo sfizio di comprare un romanzo. E abbiamo verificato questo: che la tradizionale biforcuzione dell'offerta tra edizioni di qualità ed economiche non è più vera, perché, a fronte di un aumento più circoscritto del prezzo delle prime, quello delle seconde è cresciuto in modo esponenziale.

Quello che nel nostro Paese è stato l'economico per definizione, l'Oscar, partito nel 1965 a un prezzo inedito per il mercato di allora di 350 lire oggi offre romanzi a 8 euro e 40. Ma, mentre quelle 350 lire erano circa un quinto, all'epoca, del prezzo medio di un romanzo in edizione rilegata, oggi gli 8 euro e 40 stanno a fronte dei 16 di un titolo della stessa casa editrice, Mondadori, in una collana di qualità, gli Omnibus. Così come, altra casa editrice, un tascabile Einaudi smilzo, sulle 100 pagine, costa 8 euro, mentre un Supercorrallo rilegato sulle 170 pagine (*Daimon* di Patrizia Bisi, appena uscito) ne costa 15. Uno dei motivi di questa omologazione tra l'alto e il basso è nel fatto che - lo ricorda Gian Carlo Ferretti nella sua *Storia dell'editoria letteraria*

in Italia - dodici anni fa in libreria avvenne un piccolo terremoto: arrivarono i Millelire di Marcello Baraghini. Un fenomeno «politico» - vi porto la cultura a prezzi proletari - che fu metabolizzato dall'industria: lo seguì per prima la Newton Compton, poi, in grande, Mondadori con i Miti. Insomma, la produzione economica si è trasformata in qualcosa di diverso, produzione «a prezzi imbattibili», e ha preso altre strade. Ma i prezzi poi, anche in queste collane sono lievitati (oggi i soli Millelire costano 1.03 euro, e costituiscono una sorta di reliquia in un catalogo di Stampa alternativa dove, per il resto, non si scende sotto i 4,50, Newton Compton ha come prezzo minimo 3 euro e i Miti «semplici» costano 4 e 6). Al ciclone Millelire, nel lievitare dei prezzi dei classici economici, si aggiunge qualche causa più banale: tra il 2003 e il 2004 gli Oscar sono passati da un prezzo tra 7,20 e 7,75 a, appunto, quegli 8,40, come si accerta - ci suggerisce un'osservatrice di professione, Bea Marin, direttrice della *Rivisteria* - guardando i prezzi di titoli, come quelli di Follet, che, di frequente ristampati, vengono ritoccati. (E qui siamo in una specie di dilazionato effetto euro. Dilazionato perché? Facciamo un'ipotesi: perché nel primo anno gli editori, trattandosi di merce destinata a rimanere mesi sulle scansioni delle librerie, dovettero apporre il doppio prezzo, in lire e in euro).

Ora Federico Motta, presidente dell'Associazione Italiana Editori, a quanto abbiamo sin qui detto obietta: «Se guardiamo a come si distribuisce la produzione libraria per fascia di prezzo vediamo che il 20,2% di libri pubblicati da case editrici italiane nello scorso anno ha un prezzo di copertina che non supera i 7,75 euro. E se guardiamo alle copie stampate è ben il 34,6% a non superare questo, che è il prezzo medio di una pizza. Il lettore italiano ha a sua



### l'inchiesta

**Dopo trent'anni, è ricomparso l'«esproprio proletario» in libreria, questa volta come forma di protesta politica. I bisogni culturali stentano a venire considerati bisogni primari. Eppure, nella società dell'informazione, libri e dischi, computer e musei forniscono beni immateriali ma fondamentali per lo studio e la formazione (formazione peraltro tanto sbandierata dal governo delle tre «i»). Invece il mercato della cultura è nelle mani di pochi, i prezzi sono alti e l'accesso ai beni culturali diventa ora, in questo periodo di grave recessione, impossibile per un gran numero di famiglie a reddito fisso. Ma quanto costa realmente la cultura? La nostra inchiesta è partita il 9 dicembre dalle librerie e continua oggi sempre sullo stesso tema. Proseguiremo poi nei musei, a teatro...**

Federico Motta, presidente dell'Associazione editori, ci dice: «Il prezzo medio di copertina è 7 euro e 75, non è il costo che scoraggia l'acquisto ma il non interesse»

”

stante gli aumenti della carta e dei diritti, il prezzo medio, 18-19 euro, di oggi, corrisponde ai 25 euro del '92».

Ora, l'obiezione è questa: è vero che le varie forme di offerta «supereconomica» garantiscono la stessa qualità, e la stessa pluralità di voci, che davano gli economici - senza il prefisso «super» - di un tempo, quando erano davvero economici? No, a nostro giudizio. I «supereconomici» soffrono di impaginazione trash e di una scelta di titoli che è circoscritta a quelli da grandi tirature. Eccezione fatta per Newton Compton, la prima a gareggiare in questo campo, che però, a fronte di un'offerta di voci ampia, offre testi curati in modo assai scadente. E, se mettiamo nel conto dell'offerta anche il fenomeno delle ultime stagioni, la quintalata di libri che si è riversata in edicola con i quotidiani, ecco, sì, volumi ben curati a

prezzo contenuto, ma solo i «classici».

Insomma, benché l'Italia sia un paese dove - lo ricordava Stefano Mauri agli Stati Generali dell'Editoria al San Michele in settembre - il lettore è «privilegiato» e può scegliere di comprare in edicola, all'ipermercato, in libreria, su Internet, tra 200.000 titoli in commercio, si ha l'idea che per il cittadino «medio», quello che sta stringendo la cinghia, la scelta del libro «per diletto» si restringa assai.

Ora, non è casuale che il presidente dell'Aie abbia paragonato quel costo d'un terzo dei volumi che arrivano sul mercato, 7 euro e 75, a quello di una pizza. Perché è consuetudine osservare che l'italiano medio è dispostissimo a spendere per la serata in pizzeria e diventa occhio come Paperone quando deve sganciare il corrispettivo per un libro (solo il 40% di noi italiani legge). E, aggiunge Motta, non è il costo a dissuadere quel 60% di non lettori, ma, dicono gli studi, soprattutto (al 44,4%) il «non interesse».

Ma il nostro interrogativo d'inizio resta in piedi: la famiglia media che vuole comprar libri, dove padre, madre e figli li considerano pane abituale, oggi si trova ancora nelle condizioni di farlo? E, con bilanci in crisi, «cosa» trova sul mercato? Agostino Megale, presidente dell'Ires Cgil, prende come parametro quegli anni '92-2003, cui si è riferito il presidente dell'Aie quanto a prezzi medi della produzione. Ed entra, dall'altra parte, nel dettaglio del bilancio della nostra «famiglia media»: «La dinamica dei redditi da lavoro dipendente, tra il '92 e il 2003, registra una variazione del -0,3%: i redditi, cioè, sono calati. Nel triennio 2001-2004, poi, le famiglie, su una retribuzione media di 22.000 euro, ne hanno persi 1.224. E negli ultimi due anni quelle che vivono in condizioni di instabilità economica sono cresciute dal 20,3% al 47,5%. È un dato acquisito che ormai la quarta settimana del mese è quella in cui i consumi non elementari vengono tagliati» spiega.

Insomma, la pizza del sabato sera è un bel pezzo che è andata. E i libri? Il modello di editoria dei ruggenti e iperconsumisti anni Ottanta e Novanta - quando si poteva inventare e imporre il libro supereconomico in quanto usa-e-getta - può reggere in tempi di crisi come questi? O, magari, bisognerebbe cominciare a puntare, tutti, lettori ed editori, sul progetto politico di un Welfare che tra i bisogni primari metta il libro? E che, per esempio, consideri servizi di base le biblioteche circolanti?

*Gli «economici» non sono più economici e la famiglia media deve scegliere tra una sera in trattoria e l'ultima creazione dello scrittore preferito*

disposizione non solo un'ampia gamma e varietà di proposte di autori, di titoli, di argomenti entro i quali compiere le sue scelte, ma anche la possibilità di scegliere a quale prezzo acquistare un libro: su Internet Bookshop si trovano segnalati tredici diverse edizioni del *Processo* di Kafka, tra i 4,64 e i 15,49 euro». Di più, il presidente dell'Aie smentisce che i prezzi, in senso relativo, siano aumentati: «Se ci basiamo sulla più lunga e stabile serie storica, quella raccolta da Istat, e non su una selezione casuale di titoli e autori, vediamo che il prezzo medio di un libro era nel '92 di 18,40 euro e oggi è di 18,71%» aggiunge.

### calendari



Tornano in libreria, come ogni anno, *Le fate sapienti*: dodici donne - scrittrici, poetesse e donne di chiara fama - che prestano il loro volto per l'«anticalendario» ideato da Francesca Pansa. Il 2005 avrà il volto di Toni Morrison (nella foto), Dacia Maraini, Patrizia Cavalli, Piera degli Esposti, Azar Nafisi, Nadia Fusini, Sandra Petrigiani, Simona Vinci, Margherita Hack, Paola Carpiolo, Arundhati Roy e Alda Merini.