

ORIZZONTI

# Cara televisione, ma tu i libri li odi?

**UN'INDAGINE** dell'Associazione Editori Italiani sullo spazio che le reti Rai e Mediaset concedono a romanzi e saggi. È poco ed è diviso in modo iniquo tra grandi gruppi ed editori indipendenti, a vantaggio dei primi. E, soprattutto, è gestito male

di Gian Carlo Ferretti

**Q**

uale influenza ha la televisione sulla lettura libraria, o più precisamente sulle scelte d'acquisto dei lettori di libri? Quali sono le reti e le trasmissioni che di libri si occupano, e come lo fanno, in quali orari, con quale frequenza e con quali conseguenze sulle vendite? A questi e altri interrogativi risponde una ricerca coordinata dall'Ufficio studi dell'Associazione italiana editori, che ne riassume i risultati sul *Giornale della Libreria* di febbraio.

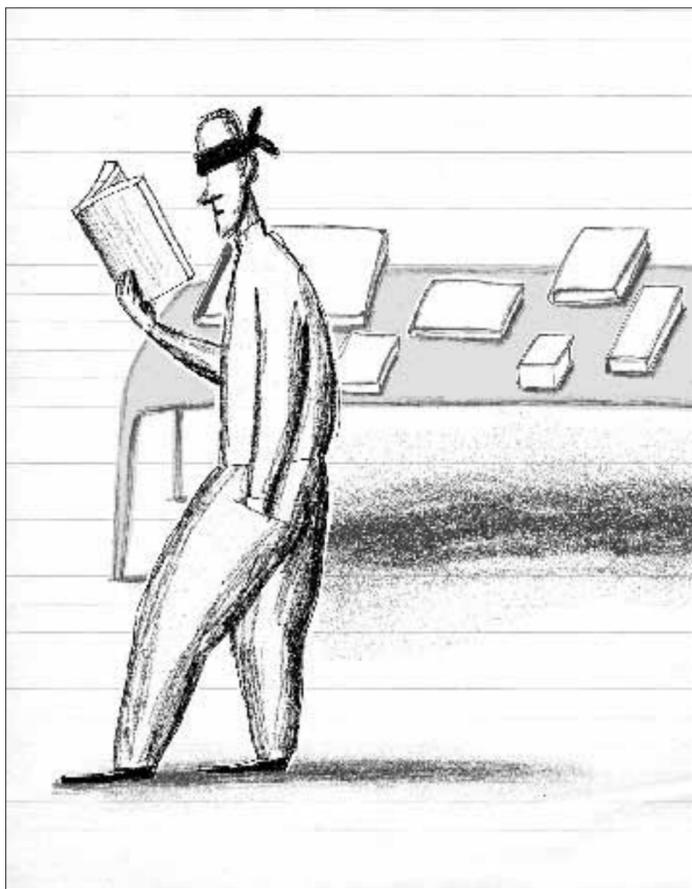
Vengono ricordate anzitutto le ragioni che portano all'acquisto di libri (fonte Demoskopia novembre 2005), in una classifica che vede in testa le caratteristiche intrinseche del libro: genere (64 per cento), nome dell'autore (52), titolo (44), risvolto (34). Cui seguono la lettura di recensioni e articoli (48), il passaparola (47), e buon'ultima la radio-televisione nel suo insieme (29). Se ne possono ricavare alcune ipotesi: la concretezza dell'acquirente-lettore nel valutare soprattutto il prodotto nella sua specificità, una certa relazione tra la lettura libraria come esperienza squisitamente tradizionale e la preferenza di canali d'informazione estranei ai moderni mezzi di comunicazione di massa (recensioni e passaparola, appunto), e perciò la minor fiducia o familiarità verso la televisione. Atteggiamento questo che sembra confermato indirettamente dai valori del tutto

**In un mese «passano» 300 titoli, per lo più di notte. In testa RaiTre, zero su Rete 4. La formula non è parlare «del» libro ma dare il microfono all'autore**

trascurabili dell'influenza esercitata dalla pubblicità. I sottintesi critici interni a quella mancanza di fiducia, comunque, possono forse trovare qualche conferma nella distribuzione delle recensioni tra le varie case editrici. La ricerca ha censito tutti i titoli proposti sulle reti nazionali in chiaro dal 15 ottobre al 15 novembre 2005, dimostrando che dei 300 titoli presentati dall'informazione libraria televisiva in senso stretto (esclusi cioè film o sceneggiati ispirati in vario modo da libri), quasi la metà sono pubblicati da grandi case editrici (48 per cento), a cui si aggiungono i titoli di piccoli e medi editori controllati dalle medesime (24), lasciando ai piccoli e medi editori indipendenti (ormai ridotti di numero, tra l'altro) soltanto il 28 per cento. Si può pensare insomma che il lettore più avvertito, frequentatore verosimilmente più assiduo delle trasmissioni librarie, non si fidi troppo di una informazione allineata con i rapporti di forza sul mercato. Al tempo stesso quella mancanza di familiarità probabilmente risente anche della collocazione delle trasmissioni, concentrate nelle ore del mattino o della notte, con una audience piuttosto ridotta. Ma non c'è dubbio che la ragione più importante della scarsa influenza televisiva sia l'inadeguatezza quantitativa e qualitativa delle trasmissioni.

Le reti più attive sono RaiTre e Canale 5 rispettivamente con 108 e 87 titoli, ma i tre canali della televisione pubblica coprono complessivamente il 61 per cento dei titoli presentati anche grazie a Rai Educational, mentre minimo è il contributo di Italia 1 e inesistente quello di Rete 4. Buona invece la quota di La 7, con 29 titoli. Quanto ai generi, prodotto leader è naturalmente il romanzo (42 per cento), seguito dalla saggistica in senso lato (di attualità, storia, eccetera), dalle biografie e dai manuali.

Ma all'interno di questo panorama si distinguono due aree: i programmi specializzati e i contenitori. Accomunati dalla brevità (tra i 10 e i 60 minuti), dalla cadenza per lo più settimanale e dalla prevalenza della formula della presentazione da parte del conduttore o dell'esperto, i primi. Coprono da soli il 75 per cento dei titoli i programmi delle cinque trasmissioni Rai: il «salotto letterario» di Gigi Marzullo su RaiUno, la rubrica del Tg1 che parla di libri intervistando gli autori, e su RaiTre *Cultbook* di Rai Educational che si vale del potere evocativo delle immagini, e *Per*



Disegno di Guido Scarabottolo

*un pugno di libri* che mette a confronto due classi di ragazzi degli istituti superiori (entrambe dedicate a classici antichi e moderni), oltre alla breve rubrica del TgR Lombardia *Prova d'autore*. Percettuali minori hanno Canale 5 con i consigli di Aldo Busi e La7 con *Due minuti un libro* di Alain Elkann. Una disparità tra reti pubbliche e private perciò, nella quale si potrebbe ritrovare un riflesso della divisione di ruoli (in gran parte superata per la verità nell'insieme dei palinsesti, più nel male che nel bene) tra «educazione» e «divertimento». Quella disparità del resto viene solo in parte smentita dai dati sui contenitori, dove prevalgono Canale 5 con *Il diario-tutte le mattine* di Maurizio Costanzo e altre trasmissioni, seguite tuttavia a breve distanza da RaiTre. Contenitori che hanno tratti molto eterogenei, dall'intrattenimento all'informazione, con un ruolo preminente della presenza fisica dell'autore come personaggio, rispetto alla veloce presentazione del libro. Accade perfino in una trasmissione intelligente come *Che tempo che fa* di Fabio Fazio. Da questo quadro complessivo, tra dominio delle grandi Case, collocazioni in orari poco felici, bre-

vià e velocità informativa, personaggi prevaricanti sul libro, emergono i ritornanti successi di vendite di Bruno Vespa, con passaggi televisivi in quasi tutte le reti, in spazi diversissimi (prevalenti i contenitori) e con una martellante esposizione mediatica dell'autore. Anche se non mancano certamente (e fortunatamente) casi assai differenti, come quello degli *Scritti corsari* pasoliniani, grazie alle trasmissioni che gli sono state dedicate nel trentesimo anniversario della morte. I limiti di fondo dell'informazione televisiva comunque, vengono indicati con chiarezza nello stesso numero del *Giornale della Libreria* da Marino Sinibaldi, il conduttore su Radio 3 di *Fahrenheit*, che è la rubrica più amata dai forti lettori. Sinibaldi in una interessante intervista a Paola Mazzocchi, oltre a criticare il ruolo marginale del libro in televisione, parla della «mancanza di immaginazione» dei programmi dedicati ai libri, e in particolare dell'inadeguatezza di una formula vecchia e noiosa: «il libro compare poco e quando capita è sempre (o quasi sempre) sotto forma di presentazione, mentre si potrebbe utilizzare il libro (...) come oggetto di narrazione, di-

chiando per esempio che le storie (...) sul piccolo schermo derivano dai libri», e ancora rafforzando il legame tra certe fiction tratte da romanzi e il libro relativo che «viene invece accuratamente occultato», così come «sarebbe importante che durante il telegiornale si facesse riferimento ai libri che possono aiutare il telespettatore a comprendere e approfondire fatti di attualità su cui vertono le notizie». Pur con la consapevolezza che la televisione, rispetto alla radio, ha difficoltà oggettive di linguaggio.

Ma l'inchiesta dell'Aie, l'intervista di Sinibaldi e tutto il discorso fatto fin qui, riguardano esclusivamente l'influenza che la televisione esercita o potrebbe esercitare su coloro che sono già lettori, se è vero che sui non-lettori la televisione da sola non ha quasi nessuna presa. C'è di più. Nonostante le numerosissime, incessanti, diversificate iniziative che a ogni stagione si propongono più o meno direttamente di promuovere la lettura - presidi, saloni, fiere, feste, festival, mostre, laboratori, recensioni e servizi giornalistico-radio-televisivo-telematici, presentazioni e dibattiti in varie sedi, letture in pubblico, nuovi punti di vendita, campagne pubblicitarie, sconti, giochi, concorsi a premi, eccetera, per non dire dei libri in edicola - nonostante tutto questo, gli italiani che leggono almeno un libro all'anno continuano a oscillare intorno al 41 per cento.

Anche i dati 2005 dell'indagine Ispo per conto dell'Aie danno la stessa cifra, mentre l'ottimismo del 46 per cento registrato dalla Ipsos per conto della casa editrice Mondadori si presta ad almeno due riserve di fondo: il campione statistico consultato per la Mondadori è meno della metà del-

**Si occultata il romanzo che è alla fonte d'uno sceneggiato. I Tg si guardano bene dal suggerire saggi sulla notizia del giorno**

l'altro, e immutati in entrambe le indagini restano i gravi squilibri della lettura libraria in Italia. Su *Tirature '06* edito dalla Fondazione Mondadori e dal Saggiatore, Giovanni Peresson traccia un consuntivo impietoso dell'ampliamento del divario tra lettori e non-lettori a tutti i livelli: tra Nord e Sud, titoli di studio più alto e più basso, classe socioeconomica superiore e inferiore, eccetera. In generale poi chi leggeva di più legge ancora di più, e chi leggeva di meno legge sempre meno.

Ha certamente ragione Peresson a richiamare la necessità di «politiche istituzionali capaci di porre al centro della loro attenzione il ruolo e la funzione che la lettura e il libro hanno per lo sviluppo sociale e civile del paese» (e capaci di dare finalmente una vera legge), ma tutto induce a pensare che per molto tempo ancora quel divario continuerà ad allargarsi, e la lettura libraria continuerà a essere un'esperienza privilegiata, tanto condizionanti sono le contraddizioni sociali e culturali, e tanto carenti sono le strategie editoriali nella prospettiva di una vera e durevole conquista di lettori nuovi.

EX LIBRIS

*Favola: piccola bugia per illustrare una importante verità*

Ambrose Bierce

Tocco&Ritocco

BRUNO GRAVAGNUOLO

## Il Sovversivo col ramoscello

**D**isinnescare la mina. Tra le varie lezioni da trarre dall'ultima settimana, purtroppo ce ne è una ben nota, e da noi ribadita a più riprese negli ultimi anni: il *sovversivismo* di Silvio Berlusconi. Dall'alto e dal basso. Secondo la consueta prassi reazionaria italiana (ed europea). E cioè, appello al popolo, a scavalcare i corpi intermedi e gli istituti di garanzia. Agitazione del fantasma del *complotto dei poteri forti*, contro l'unto del Signore. Uso disinvolto degli apparati, ad accreditare brogli elettorali inesistenti, malgrado poi tutta la catena di comando sulla trasmissione dei dati sia stata invece sotto il pieno controllo di Pisanu. E con la coda dei Tg, ancora saldamente presidiati dal telecrato, ad avallare il clima di incertezza e di mobilitazione delegittimante. Il tutto condito da ramoscelli d'ulivo, che in realtà sono clave, per infirmare il risultato e tornare a votare tra breve. E allora che fare? Primo: respingere clave e ramoscelli. Senza scordare che fu proprio Berlusconi a far saltare la Bicamerale, poi che n'ebbe infilzato l'ideatore. Dialogo? Certo che sì, ma sui fondamentali della civile convivenza. Sul Quirinale, senz'altro. Ma puntando in primo luogo a costituire *subito* il governo Prodi per farlo decollare senza indugi e determinare un clima nuovo nel paese. Possibilmente però con una cabina di regia senza diletantismi e risse (come quelle incaute su Bot e Ici di prima del voto). E soprattutto cercando di isolare Berlusconi dai suoi alleati più moderati e ragionevoli. Come quando per disinnescare una mina inesplosa, le si scava la sabbia attorno con cura...

**Il caso Allam.** Ha caldeggiato vibratamente la rovinosa guerra irachena da inviato a Kuwait City, e in collegamento con Vespa. Negato il suo fallimento. Negato con foga da azzeccarbugli che in Iraq c'è un'occupazione militare. Che i disordini libici avessero qualcosa a che fare con l'ignobile esibizione di Calderoli. Attaccato persino Pisanu, per aver dialogato con gli islamici nella Consulta italiana. Negato il diritto ad esistere per le scuole paritarie islamiche. Criticato l'incontro a Roma in Moschea tra Ebrei e islamici, a motivo dei suoi contenuti multiculturalisti. Non contento, nel giorno di Pasqua, ha difeso le vignette antisamiche sulla rivista dell'*Opus Dei*. Con la motivazione che esse «sono una non meno legittima reazione all'aggressione terroristica islamica alla vita e alla libertà intera...». Spiace dirlo, ma a furia di insistere così, «vignetta» sta diventando lui.

PREMI Il «Carlo Scarpa» alla località svizzera

## Val Bavona il giardino estremo

**U**no dice giardino e subito il pensiero oscilla tra la striminzita aiuola spartitraffico sotto casa e i grandi *ensemble* architettonico-paesaggistici tipo Versailles. Ma i giardini segnalati ogni anno dal Premio internazionale Carlo Scarpa, istituito dalla Fondazione Benetton Studi e Ricerche, hanno altre caratteristiche. Possono sì essere piccoli o grandi - nel caso di quest'anno come un'intera valle - ma certamente non sono dei «protagonisti»; nel senso che non si affidano a nomi di grido o a effimeri effetti speciali, ma si contraddistinguono per la «sapienza del governo del luogo, la responsabilità e la continuità che consentono di far vivere un paesaggio, di ritrovarlo rinnovato, in un equilibrio

tra innovazione e conservazione». Oggi a Milano (Centro Culturale Svizzero, Sala Mieli, via Vecchio Politecnico 3, ore 11.30) verrà annunciato il vincitore della diciassettesima edizione del Premio, intitolato a Carlo Scarpa, di cui quest'anno ricorre il centenario della nascita. Il Premio (che verrà ufficialmente consegnato a Treviso il 13 maggio) è stato assegnato alla Val Bavona, nel Canton Ticino, in Svizzera. Luogo «asprissimo di montagna» è uno straordinario solco «corrido e ameno», scavato dal ghiacciaio. La comunità che vive in quel luogo ha saputo nei secoli confrontarsi con la durezza del paesaggio, sfruttandone al meglio le poche risorse. *Alpi* (i pascoli in alta quota), *terre* (nuclei di insediamento), *corri* (le malghe) sono alcuni dei termini di una «antropologia dell'estremo» capace di utilizzare perfino i grandi massi franati, adattandoli a frammenti di orto e di prato o a trasformare gli anfratti e le spaccature delle montagne in cantine magazzini, ricoveri. Uno sforzo, fatto di fatiche e intelligenze, che si è fatto carico, generazione dopo generazione, di una civiltà materiale che rifugge dall'omologazione ad uso turistico.

Renato Pallavicini

