

ALESSANDRA MAURO

alessandramauro31@gmail.com

E di pochi giorni la notizia che Amazon pubblicherà via kindle i fumetti. Un fatto che ha gettato nel panico quanti si muovono nel mare incerto dell'editoria di carta, soprattutto quella specializzata degli illustrati (libri d'arte e fotografia in primo piano) che sembravano ancora non «infettati» dal morbo digitale. Ma è così nera la situazione, e cosa si diceva, soli pochi giorni fa, alla Fiera del libro?

Camminando per la Fiera di Francoforte, se si respirava un'aria di crisi in molti padiglioni, nel reparto dedicato ai libri illustrati - so-

Ultime frontiere

Amazon pubblicherà via kindle anche i fumetti

prattutto quelli di fotografia - l'atmosfera sembrava diversa, a tratti addirittura rilassata.

Possibile che un ambito così specifico non senta la crisi? Con una battuta, si potrebbe dire che dalla crisi non è mai uscito, anche prima del digitale e dell'attuale tracollo economico. Ed è senz'altro vero: nicchia nella nicchia, il libro fotografico si scontra con una realtà che se vede gli italiani distratti e disabituati a leggere, lo sono ancor di più impreparati ad acquistare, e godere, pagina dopo pagina, dei libri di fotografia. Tradizionalmente, da noi l'editoria fotografica - anche quella di pregio che sforna monografie dedicate ad autori come Cartier-Bresson, Capa o Salgado - arranca con numeri minimi se si confronta con quanto avviene ad esempio in Francia.

GRANDI FIRME

In genere, il settore sembra in grado di reggere, pur con sensibili aggiustamenti. Se non sono più i tempi dei libri lussuosi e inutili, alla Sumo per intendersi (il libro-monstre che riuniva in un unico titolo la forza di due ego smisurati, quello brillante e geniale di Helmut Newton e quello potente e munifico dell'editore Benedikt Taschen), resistono le opere di divulgazione - evidentemente c'è bisogno di tracciare una storia e segnare un territorio -, così come poche opere dedicate alle grandi «firme» del passato (Magnum, Life...).

Per altri prodotti il mercato è contemporaneamente più vasto (molti paesi sono diventati ricetti-



Franco Fontana «New York, 1979»

Da «Inediti Appunti di viaggio» di Franco Fontana (Damiani)

LIBRI FOTOGRAFICI UNA NICCHIA CHE RESISTE

L'aria di crisi nell'editoria di carta viene ancora poco avvertita nei settori che si occupano di libri illustrati e di fotografia. Si fanno aggiustamenti ma il mercato regge. Il merito è di adepti che amano gli oggetti-feticcio

vi alla fotografia d'autore, dal Brasile alla Thailandia o all'India) e più ristretto (il potere d'acquisto è quel che è. E in tutto il mondo). Sono quindi diminuite di molto le coedizioni di medio formato e medio prezzo, quelle monografie di buon livello, intorno a cui si riuniva una cordata di editori di diversi paesi che ottimizzavano i costi stampando insieme le pagine di foto e poi, a parte, le pagine di testo. In un mercato globalizzato, in cui le immagini viaggiano veloci e la lingua che

vince è l'inglese, per sopravvivere gli editori devono trovare un profilo che li identifichi non solo sulla scena nazionale. Un editore italiano, un americano o uno spagnolo, propongono un autore, una storia, un reportage cercando di imporlo ovunque, a sprezzo delle frontiere e utilizzando la lingua franca dell'inglese.

MATERIE DI CULTO

Certo, non parliamo di grandi numeri. Anzi, più questi volumi sono ricercati, più il loro valore cresce per un

pubblico di adepti che sapranno apprezzare il formato, la carta, la sequenza fotografica, la qualità di stampa, gli inchiostri utilizzati, come elementi essenziali del progetto. Per resistere, insomma, sembra che il libro fotografico debba diventare un oggetto di culto in grado di esaltare il rapporto fisico che ogni amante della fotografia intrattiene con le immagini. E forse qui sta la ragione del (moderato, per carità) entusiasmo di Francoforte. Molto più di quanto avviene per il libro di parola,