



Questa epoca del disfare

L'anticipazione Arte, letteratura, politica, vita: un'antologia dell'eclettico John Berger «lunga» sessant'anni

JOHN BERGER

Pittore, scrittore, poeta, grande artista e grande intellettuale, sguardo lucido sul presente e chiaroveggenza. Questo in breve è John Berger: impossibile ingabbiarlo in una definizione... Ecco perché Contro i nuovi tiranni, scelta di scritti dal 1958 al 2012, selezionati da Maria Nadotti, è un libro importante, perché conoscere il suo perenne cercare e sperimentare è uno stimolo a guardare l'arte come un'enorme ricchezza in grado di farci vedere la vita e la politica in una limpidezza conquistata combattendo contro le tenebre. Ne anticipiamo qui un brano.

IERI SERA HO VISTO IN TELEVISIONE l'appello che il presidente ha rivolto alla nazione. Qualche giorno prima tre milioni di persone - per lo più studenti - avevano manifestato nelle strade contro la nuova legge che consente alle imprese di assumere e poi mandare indiscriminatamente a spasso i giovani lavoratori. Vari commentatori hanno paragonato le dimensioni della protesta - e della solidarietà generale nei confronti dei manifestanti - al 1968. Ma non è di questo raffronto storico che voglio discutere. Voglio semplicemente descrivere lo stile dell'appello del presidente Chirac, perché per molti versi è rappresentativo del modo in cui i leader politici - almeno nel Primo mondo - si rivolgono oggi ai cittadini del proprio paese.

Si era preparato con cura e appariva sicuro di sé, eppure avevi la sensazione che sapesse già che il suo intervento non avrebbe spostato minimamente le cose. Non gli restava che fare buon viso a cattivo gioco. Non era rassicurante e neppure preoccupato. Alla fine sarebbero stati il tempo, la fatica e le Forze dell'Ordine a sistemare le cose.

Una volta, quando si rivolgevano alla nazione, i leader politici proponevano una costruzione. Potevano esagerare, minimizzare il prezzo da pagare, o semplicemente mentire; i loro progetti potevano essere diversi come il Terzo Reich, gli Stati Uniti d'America o una Repubblica socialista. Le loro proposte evocavano comunque la realizzazione di una qualche visione, o la creazione di una società che non esisteva ancora. Costruzione. (...)

La retorica dei leader attuali non serve a costruire e neppure a conservare. Il suo scopo è smantellare. Smantellare quel che si è ereditato dal passato, sul piano sociale, economico ed etico e, in particolare, tutte le associazioni, le norme e i meccanismi che esprimono solidarietà.

La Fine della Storia, slogan multinazionale globale, non è una profezia, bensì un ordine: spazzar via dappertutto il passato e ciò che esso ha lasciato in eredità. Il mercato esige che consumatori e dipendenti siano assolutamente soli al presente.

Nessun elettorato è ancora disposto a accettare uno smantellamento simile. Per una semplice ragione. Andare a votare, che le elezioni siano manipolate o libere, è un modo per raccogliere i ricordi a sostegno della proposta di un programma per il futuro (...)

Di conseguenza il processo di demolizione deve avvenire in modo mascherato e occulto. Ed è questo, oggi, il primo compito dei leader politici. Anche il loro ruolo è ovviamente in via di smantellamento. Essi, però, hanno già scelto di esercitare, godere e sfruttare i propri pur ridotti poteri piuttosto che affrontare una verità globale. (...)

Invece di contestare una falsa idea di modernizzazione, ci si riferisce alla sua brutale opera di demolizione come se fosse un capitolo di scienza naturale. «Il mondo del lavoro» come ha annunciato il presidente «in perpetua evoluzione...»

Discorsi simili mostrano che i leader politici che li fanno hanno in realtà abdicato alla politica. Per loro la politica è una finzione. E, sebbene si rivolgano a moltitudini di persone (venti milioni nel caso di Chirac), dovremmo altresì notare quanto le loro argomentazioni pubbliche siano ormai isolate e perciò assurde.



CONTRO I NUOVI TIRANNI
John Berger
Cura e traduzione di Maria Nadotti
pagine 249
euro 14,90
Neri Pozza

Uscire dal tunnel

L'editoria in crisi si inventa nuove strategie: dagli sconti al web

Il Salone del libro ha chiuso con il record di oltre 329mila visitatori: nonostante la crisi del mercato editoriale, gli ingressi sono stati il 4% in più rispetto a quelli del 2012

MARIA SERENA PALIERI
spalieri@tin.it

MENO 15% TRA 2011 E 2012 E UN ALTRO MENO 4,4% NEL PRIMO QUADRIMESTRE DI QUESTO 2013. IL SALONE DEL LIBRO, CHE SI È CHIUSO IERI, SI È APERTO SOTTO QUESTI DATI FOSCHISSIMI RELATIVI AL NOSTRO MERCATO EDITORIALE. AL PUNTO CHE AL TRADIZIONALE INCONTRO PROMOSSO DALL'AIE, DOVE SI SAREBBE DOVUTO PARLARE DEL DOPO - LO SCENARIO CHE TROVEREMO ALLA FINE DEL TUNNEL - SI È Affermata l'idea che il tunnel la fine non ce l'abbia... La congiuntura, per l'editoria, è solo economica? Se sì, hanno senso le sfide a colpi di prezzi in caduta libera e a colpi di eros per signore per inizio estate: Mondadori riprende la trilogia delle Cinquanta sfumature e la manda in tascabile a 5 euro a volume, puntando a quel pubblico che, indomito, si è fin qui sottratto a E.L. James, gallina dalle uova - sadomaso - d'oro; Rizzoli punta sull'esordiente e italiana Irene Cao di cui allo stesso prezzo manderà in libreria - uno ogni due settimane dal 5 giugno - *Io ti guardo, Io ti sento, Io ti voglio*. E se sì, assume un senso anche la scelta di Mondadori che, come Penguin ha fatto un paio di stagioni fa, apre al self publishing: non sembra un ossimoro, l'editore che pubblica chi si autopubblica?

Ma la sensazione è che la crisi, in questo comparto, sia anche d'altra natura: certo, molte imprese chiudono i battenti, però l'idea è che il cambiamento sia un altro, più profondo, legato alle nuove tecnologie e alla nuova «socialità». A cura di DGLine, area professionali, ecco un dibattito su «Come vendere e promuovere libri con il social network», dove si insegna come usare al massimo l'effetto rimbalzo che la Rete concede: attrezzi, ovvero siti, consi-

gliati, gratis o quasi, «Pinstamatic» per trasformare una frase in un'immagine, «Hootsuite» per inviare tweet a ore e giorni pianificati e «Mailchimp» per le newsletter; e poi via con un blog, con un sito dedicato, col marketing virale. Ma il fatto è - e qui ecco la discontinuità - che in Rete se vuoi avere successo, il tuo testo devi pubblicizzarlo prima che nasca: hai scritto un primo capitolo? Mandane frasi ai blogger più influenti, manda l'incipit, la prima frase, prima ancora di avere scritto la seconda... Perché - ecco la legge - «non stai scrivendo un libro, stai scrivendo qualcosa che verrà pubblicato in molti modi, tra cui un libro». La discontinuità è questa: dal libro passiamo alla strategia comunicativa e dall'obiettivo di «essere letti» a quello di «avere successo».

In controtendenza, mentre i grandi camminano sul baratro, ci sono alcuni editori piccoli che hanno un segno più nei loro bilanci. Di Marcos y Marcos vediamo in classifica ormai da 13 mesi *Se ti abbraccio non aver paura* di Fulvio Ervas. E questo, del best-seller che diventa long-seller, è un fenomeno degli ultimi anni: è valso per Saviano, Giordano, Gramellini, vale per *L'eleganza del riccio* che è per e/o, tuttora, la dispensa che dà cibo in tempi di carestia. Questo, del libro, o del filone, che sconvolge gli ordini di grandezza di un marchio, è un altro fenomeno recente: come i gialli svedesi, o i vampiri, per altre case editrici. Però, ci spiega Claudia Tarolo, editrice, bisogna stare attenti a come si gestisce. Ervas ha venduto 250.000 copie, a 17 euro l'una, fate voi il calcolo... «Quando capita un successo così, se sei piccolo ti trovi a dover produrre una massa di libri inizialmente a tue spese. E devi saper calcolare: se ne fai troppe vai a gambe all'aria». Ora, gialli nordici e vampiri adolescenti hanno provocato dei veri e propri sismi nelle etichette di pertinenza. «Noi no, per noi il bello è avere successo rimanendo piccoli» dice Claudia Tarolo. Nel loro caso la formula vincente è stata que-

...
Le strategie per risollevarsi: dalle sfide a colpi di prezzi ai consigli su come vendere sulla rete, ai patti coi librai

sta: c'è stato sì il passaggio in tv alle «Invasioni barbariche», a far decollare la storia del padre in viaggio in moto col suo figlio autistico, ma alle spalle c'erano anni di lavoro militante coi librai indipendenti - Marcos y Marcos ha promosso la campagna «Andiamo in libreria», in giugno partirà «Letti di notte» e poi «Il giro d'Italia in 80 librerie» - e il botto quindi ha trovato una struttura che lo reggeva. Sono i librai che li hanno aiutati a gestire bene il «dissestante» successo. Dopodiché, spiega Tarolo, spesi gli incassi per assumere persone che già lavoravano per loro, l'effetto Ervas ha contagiato il resto: ha pubblicizzato il marchio e «a noi in questo periodo va bene anche il resto».

Il marchio Donzelli è un altro dei «salvati», in questo Salone dove infinitamente di più erano i «sommersi». «La nostra è una politica di nicchia che ci vede in un miglior posizionamento. Io mi rivolgo ai lettori forti, perciò mi salvo» dice Carmine Donzelli. «Questo non mi toglie l'ansia. Ma so che devo alzare il tiro della selettività. È un mercato che non ti perdona nulla, devi metterci anche più rigore, non puoi turlupinare». E quindi, paradossale, la Donzelli fa libri sempre più cari, perché, dice l'editore, «sempre più belli»: mentre lassù, nelle holding, ci si spinge nei precipizi del prezzo trash, qui dal 2011 al 2013 il prezzo medio («già alto» commenta) è salito da 18,70 a 19,20. Donzelli si chiede: «Cosa deve fare un imprenditore oggi, piangersi addosso o avere delle idee?» e osserva: «La crisi c'è dappertutto ma in Italia sembra più forte e devastante perché è connessa a quella del Paese, maggiore che altrove, e perché è strutturale: in Italia mancano le politiche pubbliche di sostegno alla promozione della lettura. È nella scuola pubblica che crei il lettore. È la scuola che deve fare del libro non scolastico lo strumento centrale». Un'idea pratica? Carmine Donzelli ce l'ha, e le banche dovrebbero fare prestiti d'onore ai ragazzi, 500 euro per comprare libri, li ridarai quando avrai un lavoro. Ed ecco che oltre l'orizzonte dell'eros rigorosamente «trilogico» per signore, oltre quello dei manuali degli chef, oltre i prezzi da outlet e le strategie per far parlare di libri che ancora non sono stati scritti, si profilano altri possibili scenari. Già, bisognerebbe ricordarselo, l'editoria non è un'industria qualunque...