

La rassegna stampa di **Oblique**

agosto 2011

«La letteratura è qualcosa che si sente alla prima cucchiata» | Giorgio Bassani

- Alessandro De Nicola, «Libri in vendita: limiti agli sconti e alla libertà»
Il Sole 24 Ore, 2 agosto 2011 3
- Nello Ajello, «Bassani e Vittorini, quando gli editori erano letterati»
la Repubblica, 3 agosto 2011 4
- Maurizio Bono, «Bookfood. Romanzi, vino e focaccia: ecco l'ultima ricetta delle gastro-librerie»
la Repubblica, 4 agosto 2011 5
- Mario Baudino, «Generazione Tq, la ribellione dei giovani Holden»
La Stampa, 4 agosto 2011 7
- Andrea Cortellessa, «Vogliamo sputare nel piatto in cui mangiamo»
La Stampa, 4 agosto 2011 8
- Vito Catalano, «Gallo Nero, storia di una giovane italiana che trionfa a Madrid»
il Riformista, 4 agosto 2011 10
- Massimo Gaggi, «L'era delle nuove scritture»
Corriere della Sera, 5 agosto 2011 12
- Edoardo Petti, «L'ebook riconquista l'Italia con vendite superiori al 300 per cento»
il Riformista, 5 agosto 2011 14
- Stefania Parmeggiani, «Libri, la vita breve delle novità. Ora in cinque mesi arriva il tascabile»
la Repubblica, 9 agosto 2011 15
- Antonio Prudenzano, «I grandi gruppi si sfidano sul self-publishing. Da Mondadori a Gems»
Affari italiani, 17 agosto 2011 16
- Francesca Borrelli, «Protagonisti dell'editoria. Prima che un testo diventi libro»
il manifesto, 19 agosto 2011 18
- Antonio Franchini, «Un lavoro da samurai»
il manifesto, 19 agosto 2011 19
- Tim Parks, «L'illusione del romanzo mondo»
Il Sole 24 Ore, 21 agosto 2011 21

– Filippo La Porta, «L'italiano come scelta» <i>Il Sole 24 Ore</i> , 21 agosto 2011	23
– Massimiliano Parente, «Il vero Marshall McLuhan; aveva previsto (e odiato) tutto il nostro presente» <i>il Giornale</i> , 22 agosto 2011	25
– Matteo Codignola, «Cerchiamo opere che parlino al nostro tempo» <i>il manifesto</i> , 23 agosto 2011	27
– Stefania Vitulli, «Storie di (stra)ordinaria autopubblicazione» <i>il Giornale</i> , 23 agosto 2011	29
– Martina Testa, «Al mercato offriamo emozioni e coraggio» <i>il manifesto</i> , 24 agosto 2011	31
– Oliviero Ponte di Pino, «Come le mongolfiere, si vola ma si può cadere» <i>il manifesto</i> , 26 agosto 2011	33
– Daniela Condorelli, «Piccoli grandi libri» <i>l'Espresso</i> , 27 agosto 2011	35
– Daniele Balicco, «L'inflazione della narrativa necessita di sguardi critici» <i>il manifesto</i> , 28 agosto 2011	39
– Gabriele Pedullà, «Scrittori, bisogna avere stile!» <i>Il Sole 24 Ore</i> , 28 agosto 2011	41
– Giuliano Vigini, «Il prezzo fisso salverà il libro?» <i>Avvenire</i> , 30 agosto 2011	43
– Giovanni Carletti, «Il libro, dall'idea al magazzino» <i>il manifesto</i> , 30 agosto 2011	44

Libri in vendita: limiti agli sconti e alla libertà

Alessandro De Nicola, *Il Sole 24 Ore*, 2 agosto 2011

Molti commentatori auspicano un governo di unità nazionale, o «tecnico», per far uscire il paese dalle secche della crisi. Presi dall'esasperazione per la miserabile farsa offerta dalla classe politica (ultima, l'incredibile, dannosa approvazione al Senato della legge sul «processo lungo»), comprensibile che ci si eserciti su tale ipotesi: forse tutti insieme i politici riusciranno a fare quello che, per motivi di lotta politica e di pressioni lobbistiche, a maggioranza non riescono a fare. Meglio allora unirsi e, in puro spirito bipartisan, procedere a scelte dolorose per entrambi gli elettorati. Almeno così dice la teoria. Perché in pratica quando lo spirito d'intesa aleggia nelle aule parlamentari produce leggi che si piegano a microscopici gruppi di interesse svantaggiando l'interesse generale, l'economia, i consumatori. È il caso della norma approvata il 20 luglio dal Senato, con il consenso unanime delle forze politiche (salvo due coraggiosi radicali), e che limita gli sconti sui libri; in particolare, rispetto al prezzo di copertina stabilito dall'editore, per la vendita dei libri ai consumatori finali «da chiunque e con qualsiasi modalità effettuata», compresa la cessione per corrispondenza, anche per e-commerce (spezzeremo le reni ad Amazon!), è permesso uno sconto massimo del 15 per cento. Sono possibili promozioni per un solo mese all'anno (non dicembre, il migliore per le vendite) in cui lo sconto può arrivare al 25 per cento; il 20 per cento lo si potrà applicare alle fiere e manifestazioni internazionali tipo Il Salone di Torino. Sconti liberi, invece, per libri antichi, rari, fuori catalogo o pubblicati da almeno venti mesi. Saranno i comuni a vigilare sul rispetto della legge, la cui violazione sarà punita con severe sanzioni pecuniarie. La bislacca normativa è ora alla firma del presidente Napolitano, sempre che egli non decida di tenere in conto un appello promosso da LiberLibri e dall'Istituto Bruno Leoni e firmato da migliaia di cittadini che gli chiedono di ripensarci.

Vediamo i difetti della legge. Prima di tutto l'ambizione del legislatore di entrare in ogni più piccolo det-

taglio del mercato è sconcertante: promozioni, ma solo per un mese; sconto del 15 per cento lì, del 20 per cento là e libero per i libri usati (bontà sua). Un editto orwelliano alle vongole che se non fosse così dannoso farebbe sorridere. Il difetto fondamentale, naturalmente, è quello di emanare un diktat contro il consumatore e l'efficienza economica. Nessuno con una faccia seria può affermare che obbligare per legge a tenere i prezzi più alti favorisce i compratori. Le tariffe obbligatorie, poi, deprimono anche il mercato nel suo complesso, perché diminuiranno le vendite e la diffusione dei libri, in barba alle finalità di protezione del «pluralismo dell'informazione» e di «diffusione della cultura» sbandierati dai promotori della normativa.

Inoltre, fatta la legge, trovato l'inganno. Sarà sufficiente registrare un sito web di vendita di libri in Austria o Slovenia per vendere con sconti colossali. A meno che non si pensi di far controllare dalla polizia postale tutti i pacchi contenenti libri per verificarne il prezzo, fermare una tale pratica sarà impossibile. Anzi, se qualcuno ci tentasse, contravverrebbe al Trattato Ue, che proibisce ogni restrizione al libero scambio tra gli Stati membri. Se l'intento è di violare la libertà fondamentale europea del libero scambio, ecco un buon motivo per il Presidente della Repubblica di non firmare la legge. Anche la costituzionalità del provvedimento è dubbia. Si lede clamorosamente il principio della libertà di iniziativa economica senza che venga dimostrata l'utilità sociale se non con parole vaghe prive di supporti statistici o economici. Anzi, qui ci perdono tutti: grandi e piccoli editori (non a caso LiberLibri, Ibl libri, Faccio editore sono contrarissimi), i consumatori, le catene di librerie, i supermercati, le librerie online. Il tutto per proteggere negozi inefficienti che non fanno o non vogliono consorzarsi? I padri costituenti non avrebbero approvato. Una delle pratiche abusate nella Seconda Repubblica è quella dell'appello al Capo dello Stato a non firmare leggi sgradite all'opposizione. Qui siamo in presenza di un gruppo di persone libere e senza potere che con rispetto chiedono al Presidente di fare una riflessione supplementare prima di promulgare una norma contraria ai principi della Costituzione economica italiana ed europea.

Bassani e Vittorini, quando gli editori erano letterati

In un saggio di Gian Carlo Ferretti e Stefano Guerriero, la vicenda intellettuale dello scrittore ferrarese e il suo complesso rapporto con il collega siciliano

Nello Ajello, *la Repubblica*, 3 agosto 2011

C'è stato un tempo, può osservare un lettore non adolescente, in cui le scelte delle case editrici erano operazioni di alto profilo e a volte perfino di «culto». Se si va in cerca di un saggio che illustri l'era di cui parliamo, eccolo qui. S'intitola *Giorgio Bassani editore letterato*. L'hanno scritto Gian Carlo Ferretti e Stefano Guerriero (Manni editore). Bassani è un interprete ideale di quella vicenda e di quei tempi. Non tuttavia il solo. Non a caso il libro, nella parte scritta da Ferretti, è una sorta di biografia a due facce: la seconda appartiene a un altro esemplare della genia dei letterati-editori: Elio Vittorini. Sulla metà del secolo scorso questa coppia di scrittori interpretava gli umori più drasticamente separati della critica militante in Italia. Non conta che le case editrici cui approdarono, Feltrinelli e Einaudi, erano entrambe di sinistra e che essi, prima o in contemporanea con l'attività editoriale «di macchina», avessero animato due riviste influenti: Bassani *Botteghe Oscure* e Vittorini *Il Menabò*. Fra di loro, le analogie si fermano qui, e cominciano le differenze. Quanto Vittorini era ingordo, pronto ad afferrare qualsiasi sintomo di novità si manifestasse nelle lettere di mezzo mondo, così Bassani era – o diceva di essere – tradizionalista, allergico a ogni ubbia sperimentale, legato semmai a una corrente datata, il decadentismo europeo. A rendere inconciliabili le vedute della coppia era soprattutto la diffidenza con cui il romanziere ferrarese contemplava «la nebulosa neo-realista» allora in voga e tale da figurare tra le passioni, magari provvisorie, del collega siciliano.

Benché a tratti minuzioso fino alla vertigine, il saggio di Ferretti non manca di vivacità. Vi si riversa la contesa fra due modi di concepire la letteratura e i suoi legami con la vita civile, dando origine a episodi che allora parvero veementi. Parlo, ad esempio, della polemica sul *Gattopardo*, la scoperta di maggior successo di Bassani: un libro che pare fosse sfuggito a Vittorini. Il quale, forse anche per questo, continuò a non considerarlo un capolavoro. Un altro *casus belli*, stavolta fra Bassani e il suo «patron» Giangiacomo Feltrinelli, fu rappresentato dal Gruppo '63, un sodalizio di quei giovani della neoavanguardia che scesero in campo contro Bassani ricevendone risposte molto acri. Feltrinelli, quei giovani li prediligeva. Il contrasto fra lui e lo scrittore ne causò l'uscita dalla casa editrice.

Anche nella seconda parte del libro, redatta da Guerriero e centrata soprattutto sui libri stranieri di cui Bassani promosse la pubblicazione, si ricostruisce uno scontro fra intellettuali. L'origine fu il rifiuto di Bassani di pubblicare nella sua collana feltrinelliana i *Fratelli d'Italia* di Alberto Arbasino. Ne conservo, per quello che vale, precisa memoria. Trovo nelle stesse pagine una frase che invece non ricordavo, confidata dall'autore delle *Storie ferraresi* a Andrea Barbato per *l'Espresso*: «La letteratura», vi si legge, «è qualcosa che si sente alla prima cucchiata». Una frase rapida e tagliente, di quelle con cui l'autore delle *Cinque storie ferraresi* usava per rispondere a chi provava a contraddirlo.

Bookfood

Romanzi, vino e focaccia: ecco l'ultima ricetta delle gastro-librerie

Dopo le Coop anche Feltrinelli sceglie di trasformare trenta locali della catena unendo cibo di qualità e buoni testi

Maurizio Bono, *la Repubblica*, 4 agosto 2011

La nuova ricetta c'è già: ingredienti base romanzi, saggi, tascabili, formaggi, affettati, vino doc, focaccia, pasta, musica, incontri letterari ed eventi. Varia la preparazione, a seconda della fantasia di ogni chef, ma soprattutto c'è ancora una forte incertezza sui tempi di cottura. Feltrinelli è in fresca partnership con l'Antica Focacceria San Francesco (Effi 2005 è entrata nell'azienda palermitana simbolo delle battaglie antimafia con il 49 per cento del capitale lo scorso febbraio). Le librerie Coop, con Eataly (partecipata dalle cooperative al 40 per cento) da quasi tre anni sposano libri e ristorazione nell'ex cinema Ambasciatori di Bologna, premio internazionale l'anno scorso per il retail più innovativo del mondo. E anche librai indipendenti in tutta Italia, in piccolo ma con ambizioni di qualità sia letteraria che gastronomica, si sono messi sulla scia della trasformazione annunciata: un caso molto citato nel passaparola di chi sta ragionando sul futuro del libro è Liberrima di Lecce: bar-enoteca-ristorante-libreria fisica e online, tutto in un cortile barocco, 14 persone nello staff, fatturato all'80 per cento fatto dai libri, 20 per cento dal resto. Ma da Palermo alle Langhe gli esempi sono tanti.

La domanda cruciale non è «se», ma «quando» la gastro-libreria smetterà di essere un modello per provare a diventare uno standard. E il timing esatto, quello che potrebbe garantire il miglior risultato di una rivoluzione comunque complicatissima e onerosa se fatta su larga scala, dipende dalla velocità stimata della crisi del libro e delle sue forme di vendita tradizionali.

Che a sua volta si può misurare almeno in parte sul progresso dell'ebook. Per questo l'ultimo report dell'Aap, l'associazione degli editori americani, rilasciato a Washington il 21 luglio, è da alcuni giorni sui tavoli degli addetti ai lavori. Cifre crude: su due miliardi e 48 milioni di dollari di vendite totali, i tascabili per adulti restano la prima voce (473 milioni) ma perdono il 17,9 per cento in un anno, i libri in hardcover perdono il 23,4 per cento e passano da seconda a terza voce, mentre le vendite degli ebook passano dai 150 milioni di vendite del maggio 2010 ai 389,7 milioni di dollari del maggio di quest'anno (più 160 per cento), superando gli hardcover e sfiorando il 20 per cento del mercato librario trade (scolastici esclusi).

L'America non è (ancora) l'Europa, certo, ma il messaggio è chiaro: per quanto si possa frenare sul piano legislativo e regolamentare lo sbarco annunciato del reader Kindle di Amazon, per quante norme a difesa delle librerie si possano strappare (l'ultima è la legge sui prezzi), l'attesa del diluvio che negli Usa ha spazzato via catene importanti e centinaia di punti vendita (dal piccolo bookshop al supermercato del libri) non sarà infinita. L'idea per la salvezza è costruire un'arca che gli americani non hanno mai inventato (ci sono i caffè, non l'alta qualità del cibo) ma la fantasia italiana potrebbe assemblare coi pezzi migliori della propria identità: letteratura, buona tavola (vino incluso), piazza. Quel che accade negli altri mondi, in America e Australia, assomiglia più alla costruzione di posti con prodotti eleganti e glamour: sono tanti gli store che

vendono insieme libri, oggettistica e persino vestiti. Lo scorso anno a New York, nel West Village, ha aperto la prima Bookmarc, la libreria «firmata» Marc Jacobs, dove accanto agli scaffali dei libri ci sono quelli di gadget e borse griffate. Lo stilista di Vuitton progetta ora di fondare una vera e propria catena di bookstore con il suo marchio, da San Francisco a Milano. Diverso l'approccio dell'Inghilterra dove la catena di librerie Waterstone ha da poco aperto bar e ristoranti nei suoi punti vendita affidandosi al gigante del catering Elior.

Per Romano Montroni, mente dell'operazione Coop-Eataly, una via tracciata da tempo: «Se è vero che la libreria deve restare legata alla qualità della proposta, il binomio sarà con la cultura enogastronomica riscoperta da Slow food e il tessuto connettivo la capacità di far diventare i negozi luoghi di evento culturale, incontro fisico tra autori e lettori e palestra di idee». Più indefiniti i tempi della prossima tappa in cantiere dopo l'Ambasciatori: «All'ex stazione Ostiense, tra fine anno e la primavera 2012».

Strategia definita anche per Feltrinelli, fin dal testo dell'accordo societario con l'Antica Focacceria San

Francesco: «Realizzare un concept di ristorazione a marchio Feltrinelli all'interno delle librerie della catena, che sviluppando la formula già operante nelle Feltrinelli di Largo Argentina e galleria Colonna di Roma e di piazza dei Martiri a Napoli realizzi un format applicato a trenta punti vendita in cinque anni». Si tratta di passare alla pratica passando per un restyling architettonico che integri tavolini e scaffali, spazi d'incontro, cucine e banconi, per arrivare alla logistica di una filiera di approvvigionamenti, servizi, lavorazioni in grado di mettere a dura prova anche chi per mestiere distribuisce e muove milioni di volumi.

Maurizio Guagnano, lo stratega in proprio di Liberrima a Lecce, sospira: «Con la mozzarella non c'è diritto di resa e la data di scadenza è obbligatoria, altro che la vita breve in libreria dei romanzi che vendono poco...». Lui i conti li ha fatti tornare anche con un tocco di genio, il «Cesto letterario»: un libro, un vino, due prodotti tipici del territorio, tutto spedito velocemente con Ubs a qualunque destinazione. «Con i turisti, anche stranieri, ha un successo strepitoso. Abbiamo deciso di proteggere l'idea con un brevetto europeo».

«La domanda cruciale non è “se”, ma “quando” la gastro-libreria smetterà di essere un modello per provare a diventare uno standard»

Generazione Tq, la ribellione dei giovani Holden

Scrittori, intellettuali e precari lanciano un manifesto. C'è chi grida al nuovo movimento e chi li giudica puerili

Mario Baudino, *La Stampa*, 4 agosto 2011

Andare oltre la linea d'ombra, con l'ovvio riferimento a Joseph Conrad, era stata la prima parola d'ordine, quando un gruppo di scrittori, critici, professori si era riunito a Roma nella libreria Laterza. Era il 29 aprile scorso. Da allora Generazione Tq, dove la sigla sta per trenta-quaranta e individua l'età dei partecipanti, ha cominciato a far parlare di sé. Si sono trovati in un centinaio, si sono divisi, hanno discusso, e alla fine, in cinquanta, hanno lanciato il loro manifesto, nello stile delle avanguardie novecentesche. Marinetti pubblicò a proprie spese sul *Figaro* il primo manifesto del Futurismo. Il Gruppo '63 (con Eco, Guglielmi, Balestrini), cui la nuova creatura è stata spesso avvicinata, confluì a Palermo in vagone letto, come si sottolineò all'epoca non del tutto benevolmente. I Tq hanno avuto meno problemi grazie a internet.

Sul sito generazionetq.wordpress.com il loro programma è già tradotto in varie lingue, mentre si raccolgono nuove adesioni e si varano gruppi di lavoro sui temi della cultura. Il loro impegno è «contrastare i deserti e le derive che il consumismo e il capitalismo hanno prodotto nel campo della cultura». Non si sentono un'avanguardia letteraria o artistica che propugni una sua poetica, ma un gruppo, forse un movimento, di politica culturale o di politica tout court. Con un riferimento generazionale perché la loro è una reazione «a questo stato di cose e all'esclusione di almeno due generazioni di italiani dalla vita politica e produttiva». Come è sempre accaduto nella storia dei movimenti culturali, si sono divisi presto. Ad aprile erano stati Alessandro Grazioli (della casa editrice minimum

fax), gli scrittori Nicola Lagioia, Giorgio Vasta e Mario Desiati e il linguista Giuseppe Antonelli a brandire Conrad. Alla prima riunione c'era, ad esempio, anche Antonio Scurati.

Adesso Desiati si è defilato, e Antonelli ha pubblicato una lettera in cui motiva il suo allontanamento dalle posizioni del manifesto ufficiale. «Denunciare, nel documento sull'editoria, "i deserti e le derive che il consumismo e il capitalismo hanno prodotto"» scrive «significa da un lato dimenticare che altrove altri sistemi non capitalisti hanno prodotto e producono censura e controllo su tutto ciò che viene scritto e pubblicato; dall'altro che la colpa difficilmente può essere attribuita al capitalismo in sé». C'è un problema di identità politica. Il nuovo gruppo era stato molto criticato da chi già aveva manifestato contrarietà alle recenti leggi sul prezzo dei libri e sullo sconto massimo praticabile, e associato sul *Giornale*, come ha fatto Alberto Mingardi dell'Istituto Bruno Leoni, a una «ondata il-liberale». E Tq fa riferimento in questo campo agli scritti di André Schiffrin, fiero avversario dell'editoria commerciale. Tra le proposte, avanza con decisione quella di far valere la «qualità». Ma come? Vincenzo Ostuni, poeta e editor di Ponte alle Grazie e tra i primi propugnatori, conferma che «non si parla di estetica ma di politica», e che Tq «per il momento è un gruppo di lavoratori della conoscenza, che però si apre ad altre categorie, per cercare di cambiare qualcosa nelle politiche culturali del nostro paese». Sottolinea che non esiste una poetica comune: «Una cosa è ragionare sulle poetiche, un'altra giudicare della qualità». È questo il

collante che tiene insieme storie ed esperienze diverse. Ma chi decide sulla qualità? «Tanti lo fanno, pensi anche solo alle giurie dei premi letterari. Noi ad esempio guardiamo al modello norvegese, dove lo Stato ogni anno compera un certo quantitativo di copie e le distribuisce nelle biblioteche, sulla base di un giudizio di qualità». Ora, aggiunge, i gruppi di lavoro devono elaborare analisi e in prospettiva anche proposte di legge.

Il programma è ambizioso, e intanto ha come prossima tappa la presentazione di un documento sulla scuola, a settembre. Sarà a Firenze, e per allora i numeri dovrebbe salire.

«La nostra generazione porta su di sé, per la prima volta, il fardello di mutamenti storici che riguardano tutti, e in particolare i più giovani», dice ancora il loro manifesto. Una generazione precaria, emarginata. Sicuri? Molti Tq sono ben noti. A parte Vasta e Lagioia, fra gli scrittori italiani più seguiti dalla critica, basta scorrere l'elenco dei primi aderenti per trovare personaggi come Andrea Bajani, Mattia Carratello, Andrea Cortellessa, Gabriele Pedullà. Scrittori, editor, docenti

noti. «Alcuni sono più affermati» ribatte Ostuni «ma dal punto di vista lavorativo si è "precari di lusso". Anche chi ha successo è sociologicamente imparentabile ai coetanei precari». Oggi Tq è a quota 55 firmatari, con 250 richieste di adesione. Bastano per dire che è nata una «nuova cosa», o si tratta di un'entusiasta notte di mezza estate, una rivolta dei giovani Holden? I pareri sono discordi; il mondo della letteratura è piccolo, ci si conosce tutti; si dosano silenzi e polemiche. Un italianista come Massimo Onofri, che potrebbe rientrare nella «generazione», è tuttavia piuttosto severo. «Ci sono fior di talenti, e molti ben inseriti nelle istituzioni; ma definire puerile il loro programma è persino eufemistico. Stiamo parlando di letteratura o di altro? Se di letteratura si tratta, la fanno gli individui, non i gruppi. Se invece non si discute di questo, a che cosa ci troviamo di fronte? Un pensatoio, un partito politico? In tal caso un dato biologico diventa un dato politico, e non mi pare convincente». La conclusione è affidata maliziosamente a Benedetto Croce. Quando disse che i giovani hanno un solo dovere: invecchiare.

Vogliamo sputare nel piatto in cui mangiamo

Andrea Cortellessa, *La Stampa*, 4 agosto 2011

Sin dall'inizio il nuovo movimento ha dovuto subire un paragone impegnativo. Attenti: non sarà un nuovo Gruppo '63? Da un lato sottintendendo che chi prende la parola oggi non è all'altezza di chi l'aveva fatto quella volta; dall'altro insistendo che la nuova esperienza sarebbe marchiata da quelle medesime contraddizioni. (Curioso, annoto per inciso, che a insistere con maggiore insistenza sul parallelo siano coloro che più vorrebbero liquidare quella stagione; segno che proprio per loro resta quello, l'unico lavoro collettivo degno di nota nell'ultimo mezzo secolo.) I meno livorosi dei parallelisti non hanno mancato di notare, tuttavia, come mentre la neoavanguardia aveva puntato per lo più su parole d'ordine di poetica, è in

un'analisi e in una serie di proposte politiche che si sono raccolti gli autori e i lavoratori intellettuali incontratisi a Roma in questa primavera-estate segnata dalle occupazioni del Teatro Valle e del Cinema Palazzo – dove non a caso s'è tenuta la seconda, decisiva assemblea del 24 luglio. (In realtà chi conosce gli autori che si diedero convegno sino allo spartiacque del '68, sa bene che in comune – in sede estetica – avevano meno di quanto insieme rifiutassero; e che politica, anche allora, era la sostanza del discorso). La differenza, com'è ovvio, sta tutta nel mezzo secolo che da allora è passato. Se il Gruppo '63 da molto presto ha potuto contare su canali editoriali e mediatici pronti a recepire le novità di cui si faceva portatore,

le proposte dei nostri documenti, finché le abbiamo avanzate come singoli, non hanno mai trovato reale udienza. Ancorché giungano al culmine di un processo di standardizzazione che un maestro come Gianni Celati ha potuto definire «genocidio letterario». In termini meno apocalittici: quella società culturale che negli anni Sessanta si stava entusiasticamente aprendo, negli anni Zero – dopo lungo armeggiare di chiavistelli – s'è finita di chiudere. E di questo si sono accorti in tanti. L'attenzione che Tq ha sollevato in questi giorni è anche la spia di un deficit di discussione da tempo avvertito. Le pratiche dell'industria culturale e della comunicazione, almeno da un decennio presentate come inconfutabili, sono ormai percepite come inautentiche dai loro stessi «utilizzatori finali», cioè i lettori.

Oggi come cinquant'anni fa, le accuse che ci si sente rivolgere sono fra loro opposte. Da un lato quella di voler occupare posizioni di potere, dall'altro quella di criticare il sistema dal quale si ottengono favori. Cioè – con la brutalità della saggezza popolare – di sputare nel piatto in cui si mangia. Alla prima accusa Umberto Eco tante volte ha risposto che, se si guarda alle biografie dei componenti del Gruppo '63, ci si accorge

che più o meno tutti erano da tempo «entrati» (chi nei *media*, chi all'Università, chi appunto nell'editoria). Il che è vero altresì per la maggior parte dei Tq: questa è anzi per me l'unica giustificazione rimasta di un «taglio» generazionale, residuo della primitiva impostazione «antipolitica», dai più avvertito come respingente. Proprio perché già «dentro» la macchina editoriale abbiamo potuto articolare in un documento «tecnico» le proposte di correzione di rotta in questo settore, dando concretezza alle necessarie premesse politiche (cfr. il sito generazionetq.org). Ed è per questo che i documenti sono redatti da chi oggi ha trenta o quarant'anni, sì, ma sono rivolti in primo luogo a chi di anni magari ne ha venti e che nel mondo della comunicazione, dell'editoria e del lavoro intellettuale in genere, al momento, può solo ambire a entrare.

Quello che vogliamo, insomma, è proprio sputare nel piatto in cui mangiamo. Non c'è altro piatto, in effetti, in cui abbia senso sputare. Proprio perché conosciamo gli ingredienti utilizzati, le ricette impiegate, le condizioni di chi lavora in cucina e in sala, rivendichiamo il diritto-dovere di criticare gli orari di apertura, l'arredo dei locali, la composizione del menu. E, soprattutto, i prezzi delle portate.

«Quello che vogliamo, insomma, è proprio sputare nel piatto in cui mangiamo. Non c'è altro piatto, in effetti, in cui abbia senso sputare»

Gallo Nero, storia di una giovane italiana che trionfa a Madrid

Donatella Iannuzzi racconta la sua esperienza in Spagna, dove arrivò nel 1999. Oggi, a 34 anni, ha fondato una casa editrice tutta sua

Vito Catalano, *il Riformista*, 4 agosto 2011

Arrivata a Madrid nel 1999 con una borsa di studio, Donatella Iannuzzi, italiana di Matera, iniziò dopo non molto a lavorare nel mondo dell'editoria innamorandosi nello stesso tempo della nazione che la ospitava. Ricorda: «Mi ritrovai in un paese dinamico, giovane e per niente classicista: di sera potevi ritrovarti a parlare nello stesso bar con un operaio e con un grande imprenditore. La società spagnola è molto più ingenua (forse per la sua giovinezza) rispetto alla logora società italiana, tutto mi sembrava più diretto e il sistema democratico sembrava che stesse vivendo ancora una specie di luna di miele. Oggi con la crisi economica sono cambiate tante cose, la Spagna soffre ma mi sorprende sempre il suo spirito positivo, è un paese privo di arroganza e spero che presto si riprenda». Oggi Donatella Iannuzzi ha trentaquattro anni e ha fondato in Spagna una casa editrice tutta sua: Gallo Nero. Fra i primi titoli *La paura* di Federico De Roberto e *Atti relativi alla morte di Raymond Roussel* di Leonardo Sciascia.

Lei è una donna italiana che vive a Madrid. Come ha deciso di fondare una casa editrice?



I libri sono sempre stati la mia passione. Nel 2006 a Madrid iniziai a lavorare in una casa editrice, Gadir, specializzata in letteratura italiana. Tra i libri in catalogo c'erano titoli di Buzzati, Carlo Levi, Elsa Morante, Pirandello... Dopo tre anni di esperienza e approfittando di un

nuovo fenomeno nel panorama editoriale spagnolo, vale a dire la nascita di tante micro case editrici con cataloghi particolari e quasi tutte dedicate a riproporre titoli dimenticati, ho pensato che i tempi fossero maturi per proporre il mio progetto al pubblico spagnolo.

Può dire qualcosa delle sue idee, del progetto editoriale?

Il progetto editoriale è un progetto del tutto personale, vale a dire che sto pubblicando i libri che mi piacciono. Abbiamo tre collane: Piccola, un omaggio alla collana di Adelphi, raccoglie testi brevi, tanto saggi quanto racconti; poi c'è Narrativas, un formato un po' più grande dove pubblichiamo romanzi ma anche cronache; infine Gallographics, la nostra collana di graphic novels e libri illustrati. Non ci siamo proposti nessun limite geografico né temporale. Tutto risponde al mio gusto personale.

Quali difficoltà ha incontrato?

In realtà avrei incontrato più difficoltà in Italia dal momento che non conosco così bene il panorama editoriale italiano. Non ho avuto grandi difficoltà, la Spagna è un paese dinamico e meno burocratico dell'Italia, ci sono minori formalità pur non mancando la serietà. Forse l'unica cosa che a volte mi crea disagio (in relazione all'editing) è non essere di madrelingua spagnola. Pur avendo un livello bilingue, a volte bisogna accettare i propri limiti e seguire il consiglio dei correttori. Con l'italiano non mi sarebbe successo.

Quanto la letteratura italiana è conosciuta dai lettori spagnoli? Chi sono gli autori italiani letti, sia fra i classici che fra gli scrittori viventi?

La letteratura italiana è molto conosciuta in Spagna. Ci sono autori che sono stati molto tradotti negli anni Sessanta e Settanta anche se poi sono stati dimenticati. Negli ultimi dieci anni c'è stata una grande riscoperta della letteratura italiana grazie soprattutto a case editrici che hanno recuperato autori che non erano tradotti da tanto. In linea generale tutti gli autori del Ventesimo secolo sono stati riscoperti da lettori spagnoli più giovani. Parliamo di Calvino, Buzzati, Vittorini, Morante, Sciascia. Tra gli autori contemporanei primo fra tutti c'è Camilleri che ha una schiera di lettori fedeli; poi ci sono i bestseller che anche in Spagna hanno funzionato: Moccia, che è stato nella classifica dei più venduti per molte settimane, soprattutto da quando Casillas, il portiere del Real Madrid, se l'è portato sotto l'ombrellone, Paolo Giordano, Saviano...

Ha da poco pubblicato un testo di Sciascia, uno di De Roberto, un libro a fumetti di Gianluca Maconi sul delitto Pasolini. Perché ha ritenuto di iniziare la sua avventura editoriale con questi tre titoli italiani?

Perché, per quanto non viva più in Italia da dieci anni, la letteratura italiana la sento molto vicina, è parte di me. Tra l'altro è inevitabile che il lettore scopra prima o poi la mia nazionalità ed è naturale per me proporre titoli italiani, sempre e quando rientrano nei miei gusti e nel profilo della casa editrice.

Può raccontare qualcosa sul suo lavoro, sulla scelta dei titoli. Cosa è stato più apprezzato finora dal pubblico e dalla critica? E quali novità ha in programma?

Da quando ho aperto la casa editrice non ho più orari, si lavora sempre, tutti i giorni, fine settimana compresi, e per il momento va bene così. Sono totalmente assorbita, gestisco personalmente quasi tutto, ed è fondamentale. Ho le idee chiare e sono coinvolta in tutto il processo: dall'acquisto dei diritti alla produzione, dalla grafica delle copertine ai social network. La passione mi spinge a vivere con un'idea fissa nella testa, tutto per me ha relazione con la mia attività, da un articolo brevissimo inizio a pensare a un possibile titolo. La ricerca dei titoli è la parte più eccitante e quella più creativa. Per quanto riguarda i titoli più apprezzati dal pubblico, c'è sicuramente il libro di Sciascia, ha avuto critiche su tutti i media culturali del paese e soprattutto ha suscitato l'interesse di grandi firme e di un pubblico di lettori colti. Enrique Vila-Matas, per esempio, autore che in Italia pubblica soprattutto con Feltrinelli, scrisse una recensione su *El Pais* e lo stesso giorno mi arrivarono decine di messaggi chiedendomi notizie sul libro. Quando succede questo strano fenomeno con un libro è la massima soddisfazione: non posso chiedere di più.



L'era delle nuove scritture

La Rete sperimenta forme originali di narrativa, gli editori creano siti di consigli ai lettori. E la Columbia apre un «minimaster» sull'ebook

Massimo Gaggi, *Corriere della Sera*, 5 agosto 2011

«Ne abbiamo parlato per anni. L'abbiamo evocata, immaginata, esorcizzata. Adesso è qui. L'era degli ebook, una tecnologia che esiste da anni ma che fin qui aveva avuto un ruolo marginale nel mercato, è improvvisamente esplosa nell'ultimo anno. E noi non potevamo non tenerne conto nel disegnare il corso di quest'anno che, infatti, per la prima volta è stato rivoluzionato». Lindy Hess, che da 24 anni organizza – nell'ultimo decennio alla Columbia University di New York, mentre prima la sede era a Harvard, in Massachusetts – corso postuniversitario per i giovani che vogliono andare a lavorare nell'industria editoriale, è stanca ma soddisfatta. Il corso 2011 – appena sei settimane, ma con un programma intensissimo – è finito pochi giorni fa. Con settimanali e riviste in crisi profonda, gli editori di libri che cercano faticosamente di adeguarsi a una realtà che cambia alla velocità della luce e Borders, la seconda catena di librerie d'America, svanita nel nulla pochi giorni fa dopo il fallimento di tutti i tentativi di risanarla o venderla, ci si poteva attendere un calo delle «vocations». A vent'anni esatti dalla prima pagina web, messa online il 6 agosto del 1991.

In fondo corso, che si tiene presso la Scuola di giornalismo, non è a buon mercato: settemila dollari per un mese e mezzo di lezioni. Un «minimaster» che apre la strada verso le carriere di manager delle case librarie: esperti di produzione, distribuzione, marketing e design editoriale. Incarichi interessanti ma che all'inizio – nel difficile clima economico attuale – offrono retribuzioni non superiori ai 30-35 mila dollari l'anno. Eppure stavolta il corso ha registrato il record delle richieste d'iscrizione, 475.

Solo 101 giovani sono stati selezionati e hanno potuto partecipare. «Più eccitati dai fatti nuovi che stanno cambiando il panorama editoriale che spaventati dalle con-

seguenze che questa rivoluzione potrà avere anche sui lavori ai quali aspirano» racconta la Hess nel suo ufficio mentre mi mostra con orgoglio le ricerche e i lavori grafici – soprattutto bozze assai fantasiose di copertine per libri e riviste – prodotti in questi giorni dai suoi ragazzi. C'è di tutto, dai disegni delle novelle per l'infanzia al progetto per un libro autobiografico dello stilista Tom Ford. Ragazzi più o meno preparati e motivati di quelli di dieci o vent'anni fa? «Sono molto determinati» spiega la Hess. «Vengono da buone università e sanno che dovranno affrontare un mercato del lavoro molto più duro, selettivo, rispetto al passato. Magari hanno avuto una preparazione di base diversa, rispetto alla generazione precedente, ma si dimostrano più attivi». In sei settimane si sono succeduti alla cattedra molti dei top manager delle industrie editoriali americane che hanno sede proprio a New York, ma anche un gran numero di studiosi e guru dei nuovi media. Cosa ha colpito di più questi editori del futuro? «Sicuramente i ragazzi si sono interessati molto alle imprese individuali degli autori che si sono autopubblicati e hanno esplorato con curiosità nuovi universi come quello della «long form narrative»: una sorta di libri brevi, saggi in formato ridotto o racconti che si leggono molto rapidamente proprio grazie agli strumenti elettronici che li stanno rendendo popolari. Ne hanno parlato gli esperti di Harper Collins e anche Nicholas Callaway, il capo di un'azienda che produce proprio applicazioni digitali di libri per lettori molto giovani. È un terreno strano, a cavallo tra il racconto lungo su una rivista e il romanzo breve. Un po' come le novelle sul telefonino dei ragazzi giapponesi. Lì i ragazzi leggono, ma poi scrivono anche sullo smartphone: è una modalità di produzione che abbiamo studiato anche noi».

Ma a lasciare senza fiato gli studenti è stata soprattutto la responsabile delle vendite di Random House, Madeline McIntosh, che ha descritto in modo molto vivo le avventure di un'industria che ormai viaggia sui binari delle montagne russe, sbalottata a tutta velocità, costretta a bruschi cambiamenti di rotta. «Ci si preoccupa, e i ragazzi con i quali mi sono confrontato io un po' preoccupati lo erano quando si guarda alle nuove tecnologie come a qualcosa di misterioso e imprevedibile, comunque altro da noi», racconta al *Corriere* Evan Schnittman, direttore generale della casa editrice britannica (con ramificazioni Usa) Bloomsbury. «Ma non è più così: ho raccontato loro che il prossimo post sul mio blog editoriale, "Black Plastic Glasses", si intitolerà "Il giorno in cui il digitale è morto". Nel senso che non è più separabile dall'editoria tradizionale, è diventato una fibra vitale dell'industria libraria».

Una tesi che non convince Carolyn Pitts, vicepresidente di Harper Collins con la responsabilità delle strategie commerciali, che replica: «La maggiore attenzione per gli ebook è innegabile. Ma non sono d'accordo con chi dice che siamo a un punto di svolta culturale. Il modo di operare degli editori rimane in gran parte legato alla *print economy*. C'è grande attenzione per le nuove tecnologie, certo, ma così come il digital marketing mi sembrano giocattoli luccicanti che abbagliano molti. Vedremo chi li userà per fare che cosa. E, soprattutto, se serviranno ad aumentare le nostre vendite».

I segnali del mercato, comunque, sembrano inequivocabili, anche se fare confronti in termini omogenei è difficile in questo settore: Amazon ha confermato che ormai vende più ebook che libri fisici acquistati dai suoi clienti online e recapitati a domicilio. Quanto all'intero mercato nazionale, anche se i libri cartacei, pur se in flessione, ancora prevalgono, in primavera le vendite di testi digitali negli Stati Uniti hanno superato quelle di volumi in paperback, le edizioni economiche.

È poi sopraggiunto il crollo di Borders che ha letteralmente mutato i connotati, il panorama del mercato librario. La seconda catena di distribuzione dopo Barnes & Noble (anch'essa in crisi) aveva già dichiarato bancarotta qualche mese fa. In amministrazione controllata, protetta dai creditori, aveva chiuso più di un

terzo dei suoi 642 megastore, cercando di salvarne 400 da cedere al più presto a qualche operatore economico. Ma nessuno si è fatto avanti, nemmeno per rilevare le attività migliori della catena. Che, così, ha dovuto chiudere tutto, licenziando i suoi 10.700 dipendenti.

La sparizione di Borders, dipesa anche dal ritardo col quale il gruppo ha affrontato il problema dello sviluppo di un business digitale, ha messo nei guai le grandi case editrici alle prese non solo con conti non pagati per decine di milioni di dollari, ma anche con la necessità di calcolare quante copie di libri fisici stampare in meno in seguito alla scomparsa di chilometri e chilometri di scaffali sui quali avrebbero dovuto essere venduti.

La chiusura di molte librerie sta comportando un altro problema per gli editori: non solo diminuiscono i punti vendita, ma viene meno il luogo in cui i lettori vengono a contatto in modo casuale con una pluralità di prodotti editoriali. Il luogo in cui i librai capiscono l'evoluzione del gusto dei lettori dal comportamento dei clienti, dal modo in cui sfogliano anche ciò che non acquistano.

Con le vendite online si può salvare una parte del fatturato, ma non si può influenzare il lettore o interpretare meglio quello che ha nella testa, visto che, in genere, va in Rete per acquistare un prodotto specifico. «Problema che» racconta la Hess «tre grosse case (Simon & Shuster, Penguin e Hachette) hanno deciso di affrontare con Bookish.com, un nuovo sito che viene lanciato proprio in questi giorni di mezza estate per dare consigli ai lettori. Ma anche per ricreare digitalmente una comunità del libro, un luogo d'incontro tra lettori, autori e editori».

Tempi difficili ma di grande interesse, insomma. Gli stessi editori, che nel campus della Columbia hanno parlato senza censurarsi troppo, hanno ammesso che stanno ancora cercando di capire perché un certo autore tira in versione digitale, mentre un altro funziona solo su carta. I dati dicono che ad essere scaricati in formato ebook sono soprattutto thriller e romanzi sentimentali. Ma nessuno ha ancora capito bene i meccanismi. L'unica cosa chiara è che, negli Stati Uniti, l'aggiunta di un'offerta digitale altera il ciclo del libro fisico riducendo, in qualche caso addirittura a cinque mesi, il tempo tra la pubblicazione della prima edizione hardcover di un'opera e la sua versione in collana economica.

L'ebook riconquista l'Italia con vendite superiori al 300 per cento

Nel primo semestre del 2011 gli acquisti di libri elettronici hanno raggiunto quota 40 mila, rispetto ai diecimila dello stesso periodo dell'anno passato

Edoardo Petti, *il Riformista*, 5 agosto 2011

Fino allo scorso anno analisti e osservatori del mercato editoriale denunciavano la crisi irreversibile dell'ebook in Italia, e annunciavano il suo inevitabile abbandono da parte dei lettori in un breve arco di tempo. Ora il libro elettronico sembra prendersi la sua rivincita. È l'Osservatorio Ebook, istituto di rilevazione legato alla casa editrice Bruno, leader nel settore, a evidenziare che nel primo semestre del 2011 le vendite dei volumi in formato digitale hanno raggiunto la quota di 40 mila, rispetto alle diecimila dello stesso periodo dell'anno passato: un incremento pari al 300 per cento. Ed è Giacomo Bruno a spiegare che «su una platea di 200 mila utenti, con un solo punto vendita telematico e un unico marchio editoriale, gli acquisti complessivi ammontano a 133 mila libri, di cui 80 mila solo nell'ultimo anno». Altro dato significativo che emerge dall'indagine è il profilo del «lettore elettronico», che per il 70 per cento è un uomo di età fra i 25 e i 55 anni, interessato soprattutto a manuali di formazione. L'intenzione della casa editrice ora è quella di «sviluppare una nuova piattaforma, che partirà a ottobre, per la vendita di volumi di ogni genere e di tutti gli editori, assieme a un partner importante». Partner il cui nome resta al momento riservato. Nonostante i dati indubbiamente incoraggianti, in Italia questa nuova frontiera del mercato editoriale stenta ancora a decollare se paragonata al resto del mondo occidentale. La ragione del persistente divario sta nel fatto che i nostri connazionali, profondamente legati al giornale e alla rivista cartacei, orientano decisamente la propria attenzione e curiosità verso prodotti tecnologici come smartphone e tablet piuttosto che sugli ebook. Il percorso verso la diffusione dell'ebook nel consumo culturale dell'opinione pubblica sembra comunque av-

viato. Lo conferma la rilevazione compiuta in precedenza dalla società Edigita, creata a fine settembre 2010 da Messaggerie Italiane, Rcs Libri e Feltrinelli, che si occupa della distribuzione degli ebook italiani. Oltre ai marchi dei suoi fondatori, Edigita diffonde testi di 30 case editrici: l'obiettivo è creare un fronte comune per affermare i propri titoli sul mercato e moltiplicare l'offerta libraria verso il grande pubblico. Il risultato è lusinghiero: sono stati oltre centomila i libri venduti attraverso 24 negozi online, il triplo di quelli distribuiti nel primo mese di attività e il doppio rispetto a dicembre 2010. Un quadro che non sorprende Marco Benedetto, già amministratore delegato del Gruppo Espresso, che alcuni anni fa ha puntato sulla nuova frontiera dell'informazione elettronica, promuovendo uno dei principali aggregatori di informazione on line, *Blitz Quotidiano*. «La crescita degli ebook, di cui io stesso sono un lettore, era un fenomeno ampiamente prevedibile: basta consultare un catalogo Amazon per acquistare e consultare buoni libri in formato elettronico».

Ma l'iniziativa più rilevante nel settore dell'editoria elettronica riguarda Rcs, che ha sottoscritto un accordo con Google, grazie al quale il catalogo del gruppo diretto da Paolo Mieli sarà disponibile in formato elettronico su Google Books. Il patrimonio di opere letterarie internazionali e italiane della casa editrice potrà così essere facilmente acquistato da chiunque. Si tratta di un repertorio di oltre 12 mila volumi, costituito da marchi come Rizzoli, Bompiani, Bur, Fabbri, Sansoni, Etas, Archinto, Marsilio, Adelphi, Skirà. Grazie a Google Books, i lettori, dopo aver trovato le anteprime dei titoli, potranno comprare le copie presenti in commercio, sia in formato cartaceo sia elettronico, collegandosi al sito LibreriaRizzoli.it.

Libri, la vita breve delle novità. Ora in cinque mesi arriva il tascabile

Così l'edizione economica sfida i prezzi alti e il successo dell'ebook

Stefania Parmeggiani, *la Repubblica*, 9 agosto 2011

In America le lancette hanno cominciato a girare così velocemente da consegnare al mercato la versione economica di un romanzo cinque mesi dopo la prima edizione. E in Italia, come spesso accade, in molti si sono già adeguati. Quando negli States sugli scaffali è comparso il tascabile di *Swamplandia!*, fortunato esordio letterario di Karen Russel, si è capito che il ciclo di vita dei libri era stato alterato per sempre: fino a poco tempo fa nessuna opera diventava tascabile prima di un anno e se il romanzo era di successo i lettori non avevano scelta, o lo compravano a caro prezzo in hardcover – rilegato con copertina rigida – o si rassegnavano a una lunga attesa. Gli esperti non hanno tardato a rintracciare il colpevole: l'ebook, che dopo anni di lenta crescita ai margini del mercato, è esploso fino a rappresentare il 25 per cento delle vendite. A quel punto gli editori hanno compreso che il prezzo della carta non era più competitivo e che per dare nuova vita al libro era necessario puntare sul low cost. In Italia gli ebook non raggiungono neanche l'uno per cento dei lettori, eppure il ciclo di vita del libro sembra ugualmente alterato. A gennaio è uscito *Tua*, intenso romanzo sulla società americana della scrittrice argentina Claudia Pineiro. Otto mesi dopo Feltrinelli pensa già a una pubblicazione nella collana economica. I due principali gruppi editoriali italiani, Mondadori e Rcs, a distanza di pochi mesi l'uno dall'altro hanno lanciato due marchi simili, Numeri primi e Vintage, che pubblicano tascabile di qualità ma più costosi della edizione economica, tra i 12 e i 15 euro. In catalogo non solo classici, ma romanzi con robustissime vendite come *Acciaio* della Avallone o *Il cimitero di Praga* di Umberto Eco, uscito appena dieci mesi fa.

Cosa sta accadendo? «Siamo in una situazione molto diversa da quella americana dove la casa editrice che

pubblica il libro rilegato non è la stessa del tascabile» spiega Stefano Mauri, presidente del gruppo Gems. «In Italia un tascabile esce quando si ritiene che l'hardcover abbia esaurito le sue potenzialità». «E questo accade sempre più velocemente, capita che libri di successo vengano proposti in tascabile dopo sette, otto mesi» precisa Raffaello Avanzini della Newton Compton. «Fino a qualche anno fa Feltrinelli passava dalla prima edizione all'economica dopo due anni, ora i tempi si sono dimezzati», spiega il direttore editoriale Gianluca Foglia, che individua tre cause: «La vita ridotta di un libro sugli scaffali, la memoria corta del mercato e la crisi economica che rende il lettore più sensibile ai prezzi».

Ogni anno sessantamila titoli, più di 160 al giorno, invadono le librerie con il risultato che alcune novità spariscono dagli scaffali dopo un mese. O magari cadono nell'oblio. Pubblicare in edizione economica significa, quindi, allungare la vita di un libro, ma anche assecondare la tendenza del low cost, oggi più florida che mai: nel 2010, il 18,1 per cento delle vendite è stata rappresentata dai tascabili, con un aumento rispetto all'anno precedente del 10,8 per cento. Le edizioni rilegate, invece, sono cresciute appena dell'uno per cento.

«Abbiamo pensato a una fase intermedia tra l'hardcover e il paperback per rispondere alle esigenze dei lettori forti», spiega Antonio Riccardi, direttore di catalogo delle case editrici del gruppo Mondadori. «Mediamente si passa dalla prima edizione al tascabile in un arco che va dai 12 ai 24 mesi» precisa Massimo Turchetta, direttore generale Rcs libri. «Vintage si inserisce in una fase intermedia, interessante anche per il futuro». Cioè quando gli ebook avranno un peso. «Tra due o tre anni» conclude Foglia «aggiungeremo una nuova variabile al ciclo di vita dei libri di carta, l'influenza sul mercato dei libri elettronici».

I grandi gruppi si sfidano sul self-publishing. Da Mondadori a Gems

Intervista a Stefano Mauri

Antonio Prudenzano, *Affari italiani*, 17 agosto 2011

«Pubblicarsi da solo un libro, pagando di tasca propria, era una cosa da poveretti. Ora non più. L'autopubblicazione è un elemento imprescindibile per gli editori. Stiamo studiando modi diversi di self-publishing. Nel prossimo futuro, un editore che non sarà coinvolto nel self-publishing non avrà autori». Intervistato da *Prima Comunicazione*, Riccardo Cavallero, direttore generale Libri Trade del gruppo Mondadori, ha annunciato sorprese in arrivo per il suo gruppo sul versante self-publishing. Stefano Mauri, presidente e ad di Gems, con il suo gruppo organizza il torneo letterario «Io Scrittore», che già rappresenta una possibile evoluzione del self-publishing. E ad *Affaritaliani.it* spiega: «Se uno pensa che il lavoro dell'editore sia prendere un manoscritto e pubblicarlo così com'è, fa bene a ritenere di non essere più necessario in futuro. Viceversa, se uno pensa che l'editore faccia compiere all'opera l'ultimo fondamentale miglio che la porta al successo, come le nostre case editrici dimostrano ogni anno portando in classifica decine di esordienti, ha ragione a pensare di avere un mestiere anche per il futuro e che il self-publishing sia solo una opzione in più e naturalmente benvenuta». E aggiunge: «Bob Young, il presidente di lulu.com (la più grande operazione di self-publishing online del mondo: pubblicano diecimila novità al mese) a maggio mi ha detto: "Se in dieci anni di attività non ci è capitato nessun bestseller esplosivo mentre sono esplosi tanti bestseller pubblicati da editori, significa che gli editori con il loro mestiere fanno la differenza"...».

«Il self-publishing, l'autopubblicazione, è un elemento fondamentale, imprescindibile per gli editori. Un tempo pubblicarsi da solo un libro, pagando di tasca propria, era una cosa da poveretti, roba un po' triste. Oggi è fondamentale. Ma non basta fare un sito con su scritto: "Autopubblicatevi!". Bisogna costruire modi diversi di self-publishing e noi li stiamo studiando. Tra qualche mese vedrete delle sorprese... Nel prossimo futuro, un editore che non sarà coinvolto nel self-publishing non avrà autori...». In una recente intervista al mensile *Prima Comunicazione* Riccardo Cavallero, direttore generale Libri Trade del gruppo Mondadori, ragiona sugli scenari futuri dell'editoria libraria. E aggiunge: «Il punto è creare una comunità di lettori/scrittori che definisca un sistema di rating stabilendo ciò che vale. Ci sono case editrici come HarperCollins, Penguin e Random House che lo fanno. C'è Amazon, c'è Google+». Questo per quanto riguarda il self-publishing. Ma Cavallero spiega anche che «con il digitale non conta più tanto la pressione di cui è capace un editore, conta la comunità dei lettori. [...] Ora torniamo al lavoro artigianale dove è premiante il rapporto editor/autore anche se poi il libro ha una vita media di tre, quattro mesi...».

Stefano Mauri, presidente e amministratore delegato di Gems, con il suo gruppo editoriale organizza il torneo letterario (non solo) online «Io Scrittore», giunto alla seconda edizione. Nella prima, oltre 1500 storie sono state sottoposte al vaglio degli stessi partecipanti che, investiti del doppio ruolo di scrittore e critico, hanno espresso più di 20 mila giudizi mettendoli a disposizione di ogni

concorrente. Attraverso due manche e una graduatoria finale stabilita esclusivamente sulla base dei voti espressi, si è arrivati a 25 opere pubblicate in ebook e di 6 in edizione cartacea (per i marchi Gems). «Io Scrittore» rappresenta quindi una possibile evoluzione del self-publishing, con gli editori di un grande gruppo editoriale coinvolti nella fase di pubblicazione dei testi vincitori, che vengono «rivisti» insieme all'esordiente di turno, come accade normalmente in tutte le case editrici.

Il gruppo Mondadori, come ha spiegato Riccardo Cavalero, sta preparando delle «sorprese» in merito alla costruzione di «modi diversi di self-publishing». Voi di Gems, invece, con le possibili evoluzioni dell'autopubblicazione vi siete già mossi da un paio d'anni.

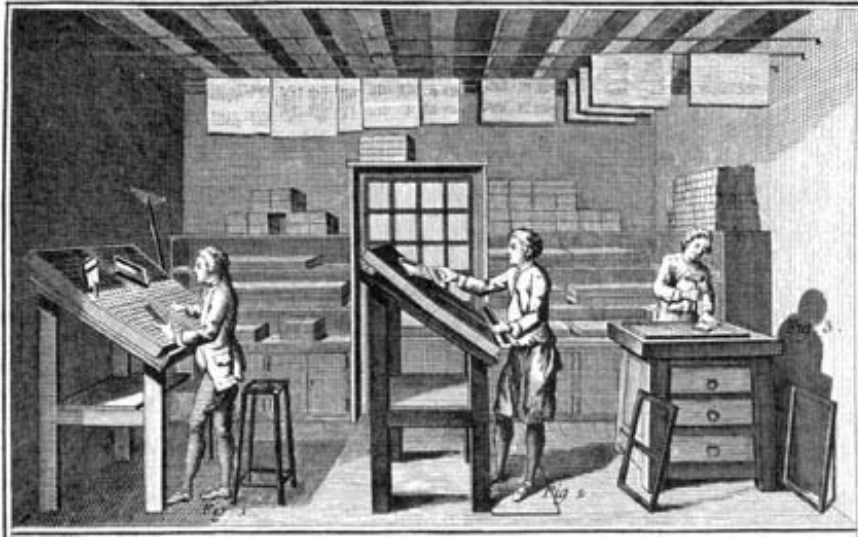
Sì, certo, già lo facciamo attraverso «Io Scrittore». Per me e per le nostre direzioni editoriali internet è sempre stata una fonte in più. Non è l'unica, ovviamente, ma stiamo già investendo da tempo in questa direzione. Non si illuda nessuno, però, che questa modalità sostituisca il lavoro dei bravi agenti e dei bravi editori. Se uno pensa che il lavoro dell'editore sia prendere un manoscritto e pubblicarlo così com'è fa bene a ritenere di non essere più necessario in futuro. Viceversa, se uno pensa che l'editore faccia compiere all'opera l'ultimo fondamentale miglio che la porta al successo, come le nostre case editrici dimostrano ogni anno portando in classifica decine di esordienti, ha ragione a pensare di avere un mestiere anche per il futuro e che

il self-publishing sia solo una opzione in più e naturalmente benvenuta. Ma i lettori dai nostri marchi si aspettano testi di qualità perciò dobbiamo continuare a essere selettivi e ad assistere gli autori nel loro lavoro. Anche i buoni agenti aggiungono valore al lavoro dell'autore e non si limitano a negoziare l'anticipo. Lasciano all'editore e all'autore l'ultima parola sul «come» pubblicare, ma aiutano a inquadrare l'opera.

Quindi in futuro il self-publishing non metterà a rischio la sopravvivenza delle case editrici di qualità...

Bob Young, il presidente di lulu.com (la cui versione italiana, guarda caso, è quella che fattura di più rispetto alle altre nel mondo, ndr), la più grande operazione di self-publishing online del mondo (pubblicano diecimila novità al mese) a maggio mi ha detto: «Se in dieci anni di attività non ci è capitato nessun bestseller esplosivo mentre sono esplosi tanti bestseller pubblicati da editori (ad esempio Harry Potter, Dan Brown, Stephenie Meyer e Stieg Larsson) significa che gli editori con il loro mestiere fanno la differenza». Dopo di che «Io Scrittore» è un esperimento pioniero e visto che il nostro gruppo di case editrici è quello in più forte crescita da che Nielsen censisce il mercato, cioè dal 2007, è logico che le nostre innovazioni vengano osservate e studiate con attenzione dal settore. Comunque alla fine in questo mestiere la differenza la fanno sempre le persone e non le grandi strategie. Per questo c'è sempre spazio per un buon libro, per un bravo editore, per una buona idea.

«Se uno pensa che l'editore faccia compiere all'opera l'ultimo fondamentale miglio che la porta al successo, [...], ha ragione a pensare di avere un mestiere anche per il futuro e che il self-publishing sia solo una opzione in più e naturalmente benvenuta»



Protagonisti dell'editoria

Prima che un testo diventi libro

Francesca Borrelli, *il manifesto*, 19 agosto 2011

Queste pagine inaugurano una serie dedicata al lavoro editoriale, il cui intento è quello di rendere visibili alcuni tra i passaggi fondamentali che stanno dietro la pubblicazione di un libro, facendoli raccontare da chi ne è protagonista. Se la scrittura implica generalmente solitudine, la conversione di un testo in libro richiede il coinvolgimento di una piccola collettività la cui esistenza è insospettabile per chi non ha dimestichezza con l'industria editoriale: agenti letterari, editor, redattori editoriali, grafici, revisori delle traduzioni, uffici stampa sono tra i principali responsabili della fortuna di un'opera, eppure i loro nomi non compaiono mai. La qualità dei cataloghi è il frutto di scelte i cui autori sono quasi sempre votati alla invisibilità. Tra la consegna di un testo e la sua pubblicazione si consumano spesso interventi fondamentali che investono la scrittura, e persino l'architettura di un testo, di cui sono autori persone il cui nome è previsto che rimanga ignoto. La veste grafica e, più in generale, gli aspetti

materici e formali con i quali un testo si presenta al suo pubblico sono anch'essi veicoli potenti di significati, dunque influiscono sull'inconscio della lettura, ma chi ha concepito questi dispositivi è destinato a restare in ombra. Se molti autori, italiani e stranieri, si affezionano a un editore, il merito è anche degli uffici stampa che prendono a cuore le sorti dei loro libri, tollerano le loro intemperanze narcisistiche, e a volte li scarrozzano dall'alba alla notte nelle città che ospitano le presentazioni dei loro libri, restando sempre dietro le quinte.

A tutte queste figure sono dedicate le pagine che usciranno da oggi alla fine di agosto, pagine raccontate dai protagonisti di un lavoro che è ancora in grado di smobilitare parole come passione, senso, entusiasmo, persino idealismo, sebbene temperato a volte crudelmente dalla fatica. È soprattutto grazie a loro che, nonostante le profezie di McLuhan, la Galassia Gutenberg resiste orgogliosamente ancora.

Un lavoro da samurai

Antonio Franchini (direttore editoriale della narrativa Mondadori), *il manifesto*, 19 agosto 2011

Pochi lavori intellettuali sono così vari e richiedono competenze così dissimili e addirittura contrastanti come i mestieri dell'editoria. È l'unico ambito in cui alle persone che fanno marketing si chiede di leggere libri fino al punto da farsene coinvolgere nel profondo dell'anima e agli editor di affinare la propria sensibilità al mercato fino al punto di non fidarsi più del proprio gusto. Anche se – ed ecco il primo paradosso di questo mondo variegato e impuro – non è mai così fino in fondo, perché mortificarsi, tradirsi, farsi cinici è il modo migliore per fallire.

Gli editori che non credono in un sogno non durano. Una simile somma di competenze eterogenee in vista di un fine ambiguo, sempre sospeso tra il culturale e il mercantile, tra l'ideale e l'utilitaristico, a qualcuno potrà sembrare una macchinazione subdola, un insieme di tecniche elaborate per abolire le complessità, smussare le punte più acuminato dello stile, spianare il senso estetico dei lettori. E difatti, da qualche anno a questa parte, si è andata sviluppando una sorta di critica dell'editoria che, limitandosi a volte all'obiettivo di inquadrare le strategie degli editori, altre volte si sostituisce alla critica letteraria tout court, tanto che capita di leggere critiche agli scrittori che in realtà sono prima di tutto critiche agli editori che li hanno pubblicati.

Molti editor, da parte loro, hanno spesso una sorta di atteggiamento di superiorità nei confronti del resto del mondo che ruota attorno ai libri, come se il loro essere al centro del sistema, il fatto di avere assistito alla nascita delle opere e al successo di qualche iniziativa più memorabile conferisse loro una innegabile superiorità. Per qualche tempo anch'io l'ho sospettato, se non proprio creduto, ma, come molte presunzioni, anche questa è ingiustificata. Gli editor non sono più *smart* degli altri e chi ha «lanciato» un'opera non ne sa di più rispetto a coloro che quell'opera la studieranno, anche

se potrebbe rivelarne aspetti che nessuna analisi esterna sarà in grado di cogliere. E comunque è vero che, passato qualche anno, quei dettagli si confondono, la memoria quando non scompare si altera, ogni testimone diventa inattendibile. Quando ho sentito me stesso e due miei colleghi dare tre versioni diverse del lancio di una collana avvenuta non trenta, ma dieci anni fa, mi sono dovuto rendere conto che la superiorità conferita da un certo sapere, se c'è, dura poco.

Alla fine, se, come nella parabola buddhista dei ciechi, la letteratura fosse un elefante, è vero che ciascuno la interpreta a partire da quel pezzo che tocca: le zampe, la proboscide, la coda. E noi, come i critici, gli storici, i linguisti, raramente vediamo al di là della prospettiva che il nostro ruolo ci assegna.

La labilità della memoria introduce un altro elemento importante: il peso immenso del fattore umano. Sarebbe confortante pensare che gli strumenti di analisi del mercato si affinano al punto da ridurre gli errori e ottimizzare gli sforzi, e in parte questo è anche successo e ancora di più succederà, eppure ogni volta che consulto qualche opera storica sull'editoria del passato capita sempre che resto là stupito e mi dico ma guarda, questo l'avevano già fatto ottanta, sessanta, cinquanta anni fa!

Non che qualcuno la ritenesse una trovata originale, ma aver partecipato a una riunione per decidere con quale viaggio premiare il libraio che avrebbe allestito la miglior vetrina e leggere per caso, soltanto qualche giorno dopo, che Arnoldo Mondadori, negli anni Trenta, aveva organizzato una gita in battello sul lago di Como per motivare il libraio più abile nella stessa performance, qualche pensiero te lo fa venire.

Il peso del fattore umano è il limite intrinseco e il fascino profondo del mestiere dei libri. Io ci lavoro da quasi trent'anni e ancora non mi sono abituato, per esempio, a rifiutare un'opera a cuor leggero. È una

cosa che devo fare e che mi costa. Non ci devo pensare, ma, quando ci penso, c'è sempre un attimo in cui mi sembra di scrivere un rifiuto a me stesso.

Sono passati trent'anni e ancora non riesco a prescindere dalla simpatia o dall'irritazione che alternativamente mi procurano certi modi di porsi e di proporsi. Non dovrebbe essere così, uno dovrebbe imparare a prescindere, ma non si impara mai fino in fondo.

La lettura, poi, non dovrebbe mai essere umorale, ma a volte apri un inedito nella disposizione di un assetto che aspetta la pioggia e altre volte ti senti come un otre gonfio a cui solo il pensiero di un liquido dà uno sbocco di nausea.

La definizione migliore di un lettore editoriale l'ho sentita esprimere una volta da un mio collega che disse: è come essere un lettore molteplice. Leggi e ti dici però, come mi piacerebbe questo romanzo se fossi una donna di mezza età, uno studente universitario, uno che lavora in borsa. E in quel momento non sei una specie di irritante essere superiore che ora indossa una maschera e ora un'altra, sei veramente una donna, un ragazzo o un broker.

E poi: che cosa va e che cosa non va? Se tutti cercano il giovane esordiente ti devi augurare di imbatterti nel

romanzo scritto da un anziano signore. Se funzionano le storie di famiglia, vuol dire che forse il mondo là fuori è pronto ad accogliere le prodezze di un eroe solitario. Se il pubblico ama storie con protagonisti tycoon e finanziari, è ora di emozionarci davanti a un'epopea di straccioni e di andare a rivedere che cosa fanno nelle fabbriche gli operai.

Non molti anni fa, in un comitato editoriale, sentii dire – si parlava di Anne Rice, scrittrice americana specializzata in storie di vampiri – che, tanto, in Italia «i vampiri non hanno mai venduto e mai venderanno». E l'osservazione mi sembrò assolutamente logica.

E invece le leggi bronzee sono tali fino a prova contraria, mentre bisognerebbe non essere mai dove uno si aspetta di trovarci, stare sempre altrove. Ma anche questa, come tutte le affermazioni del genere, suona come una sciocchezza nel momento in cui è formulata. Soltanto alle opere riuscite è consentito mandare messaggi, emanare radiazioni senza sembrare stupide. L'editoria, al suo più alto livello di complessità, è comunque un mestiere ancillare. Rispetto all'opera, l'editore è come un samurai di fronte al *daimyo*, il signore. Nel senso etimologico del termine samurai: colui che serve.

**«Gli editori che non credono
in un sogno non durano»**

L'illusione del romanzo mondo

La letteratura si sta globalizzando come suggerisce un saggio di Vittorio Coletti? È vero che oggi gli scrittori si rivolgono sempre più spesso a un pubblico internazionale. Ma questo non significa che le loro opere diventino apolidi

Tim Parks, *Il Sole 24 Ore*, 21 agosto 2011

Il romanzo si è staccato dalla sua terra nativa e si presta a lanciarsi nel vortice della circolazione globale. Questa la tesi principale di *Romanzo mondo* di Vittorio Coletti. I grandi romanzi del passato – *Orgoglio e pregiudizio*, *Madame Bovary*, *Delitto e castigo* – erano saldamente radicati nel loro territorio e nella lingua locale. Anzi, più ne facevano parte, più riuscivano profondi e avevano la possibilità, dopo un'affermazione nazionale, di attrarre un pubblico anche internazionale. Così, nonostante le differenze di lingua e cultura, la nazione non è mai stata una scatola a chiusura stagna. Gli scrittori si facevano influenzare dai capolavori di altri paesi – Sterne da Rabelais, Stendhal da Fielding, Joyce da Flaubert – tanto che far studiare le letterature nazionali come fossero a sé stanti è stato uno sbaglio. Ma se una piccola parte della produzione letteraria circolava anche all'estero, i territori stessi rimanevano ben diversi; i romanzi erano radicati in quei territori («Emma Bovary trasferita a Roma non solo non funzionerebbe come emblema della piccola borghesia ottocentesca, ma semplicemente non potrebbe darsi») e soprattutto gli scrittori indirizzavano le loro opere a un pubblico nazionale; erano coinvolti in un dibattito con chi li circondava.

Nel secondo Novecento tutto ciò è cambiato. Si tratta di un'evoluzione lunga, complessa, ancora in atto, e non sorprende che Coletti stenti a mettervi ordine. Anche con la forte tendenza di culture ed economie ad allinearsi, rimangono differenze importanti tra un posto e l'altro, tra una lingua e un'altra, tra le persone, le tradizioni, i mercati. Dire che «le somiglianze fra le

diverse realtà nazionali stavano diventando superiori alle differenze», quasi ci fosse una linea netta tra differenza assoluta e somiglianza totale, con un punto di svolta superato il quale i romanzi non racconteranno più la loro terra di provenienza, non è molto convincente. Dire che «stava avvicinandosi il momento in cui una vicenda ambientata a Berlino non sarebbe stata troppo dissimile da una ambientata a Lisbona» fa pensare che lo scrittore si limiti a riportare fedelmente le vicende senza che sia lui a decidere se radicarle o meno in un ambiente particolare. Un romanzo che raccontasse per davvero la politica calabrese di oggi troverebbe personaggi e vicende molto diversi da uno ambientato nel parlamento norvegese.

Citando Coetzee, Coletti fa notare come, man mano che i romanzieri sudamericani, africani e asiatici si sono aggregati alla Repubblica mondiale delle lettere, è emerso il fenomeno di chi racconta non più per il proprio pubblico nazionale, ma per una *readership* più estesa e tendenzialmente liberale.

Dice Coetzee: «Il romanzo inglese è scritto in primo luogo dagli inglesi per gli inglesi. È questo a farne il romanzo inglese. Il romanzo russo è scritto dai russi per i russi. Ma il romanzo africano non è scritto dagli africani per gli africani. Magari i romanzieri africani scrivono dell'Africa, di esperienze africane, ma mi sembra che mentre scrivono non facciano altro che guardarsi alle spalle, con un occhio agli stranieri che li leggeranno».

Questo sì che è convincente, e va ben oltre la letteratura africana. È evidente che le opere recenti di Pamuk

non si rivolgono più in modo marcato a un pubblico turco, mentre quelle di Rushdie non erano mai rivolte a un popolo indiano. Anzi, dire che il romanzo inglese è scritto dagli inglesi per gli inglesi sembra almeno in parte anacronistico; già dieci anni fa, Kazuo Ishiguro, di origini giapponesi ma considerato uno dei migliori scrittori inglesi, spiegò che il suo stile estremamente spoglio era pensato proprio per facilitare la traduzione e la circolazione globale dei suoi romanzi. E incoraggiava gli altri scrittori inglesi a fare altrettanto.

Tornando (adesso) alle differenze e somiglianze tra Berlino e Lisbona, notiamo un cambiamento comune a tutte e due le città, anzi a tutti i paesi occidentali. Che mentre ancora nel primo Novecento il romanzo aveva un certo peso culturale e politico in loco, facendo del romanziere una persona importante nella dinamica del paese e nella costruzione di un'identità nazionale, questo non è più vero.

Oggi la narrativa non è più centrale all'identità collettiva, anche perché il pubblico sta leggendo tanta letteratura straniera. Laddove invece un romanzo abbia davvero un effetto politico, è spesso un incidente di percorso. Rushdie ha più volte spiegato che *I versetti satanici* doveva essere un romanzo molto privato, e che non aveva previsto una violenta reazione musulmana. Anzi, avvertito che il romanzo poteva suscitare proteste se pubblicato in India, ha creduto troppo cauti i suoi consiglieri. I tumulti che sono poi scoppiati hanno indicato quanto poco quest'autore capisse del mondo di cui si era fatto rappresentante per un Occidente assettato di esotismo.

Venuta meno la possibilità di un ruolo importante nel proprio paese, diventa sempre più forte il richiamo di una celebrità internazionale resa possibile dalla ormai rapidissima e pressoché globale distribuzione di un romanzo. Anzi, in molti casi sarà proprio il successo internazionale a conferire allo scrittore un prestigio, se non un'influenza, in patria. Ricordo una conversazione con il romanziere sudtirolese Josef Zoderer, che si dannava perché non era tradotto in inglese. Più recentemente, l'olandese Edzard Mik, autore di otto romanzi, mi ha spiegato che la sua più grande ambizione è farsi tradurre in

inglese. «Altrimenti avrò fallito, come scrittore». Seduto al suo computer, senz'altro online e in contatto via Facebook con tutto il mondo, il romanziere non accetta più i limiti di un pubblico nazionale che non gli concede poi tanta importanza.

Coletti è bravo nel far capire come la nuova vocazione internazionale del romanzo cambi i suoi contenuti e tenda ad aumentare la confusione tra alta letteratura e letteratura di genere. Azzecato il paragone tra *Il codice da Vinci* di Dan Brown e *Il pendolo di Foucault* di Eco, dove la differenza di qualità sta non tanto nel progetto stesso – tutti e due i libri presentano la storia come una vasta cospirazione internazionale – ma nell'eleganza ed erudizione dell'esecuzione. Efficace pure l'analisi di un Baricco che evoca puntualmente «un'atmosfera letteraria senza lasciar riconoscere epoche e posti precisi».

Il libro per bambini, ci spiega Coletti, il giallo, il fantasy e il romanzo di fantascienza sono tutti generi che si prestano a una rapida commercializzazione in diversi paesi. Nel giallo in particolare, l'ambientazione locale può essere recuperata, non come fattore determinante nel puzzle del delitto, ma come esotismo per incuriosire il lettore straniero – «il particolare è il colore necessario per diversificare prodotti analoghi».

Per uno di quegli strani casi della vita, ho letto il libro di Coletti in viaggio per l'Olanda dove, come parte di un progetto di ricerca dell'Università Iulm su letteratura e globalizzazione, ho passato un mese a parlare con scrittori olandesi e a leggere i loro romanzi (in traduzione inglese, francese o italiana). Nonostante il momento di intenso scontro politico in Olanda, la preoccupazione di tutti gli scrittori era di non chiudersi nella vita nazionale ma di far parte della comunità letteraria più estesa che si va formando. E malgrado la mia nostalgia per i romanzi di altri tempi, le opere di Arnon Grunberg, Christiaan Weijts, Jan van Mersbergen, Anton Valens e Tommy Wieringa mi hanno convinto che si può anche scrivere una buona narrativa senza che il lettore vi percepisca la benché minima particolarità nazionale. Detto questo, ho trovato l'Olanda molto, molto diversa dall'Italia...

L'italiano come scelta

«La mia casa è dove sono» di Igiaba Scego fa riflettere sulle opere degli autori figli di emigrati nel nostro Paese

Filippo La Porta, *Il Sole 24 Ore*, 21 agosto 2011

Il bello e felicemente spiazzante libro di Igiaba Scego *La mia casa è dove sono*, tra diario interculturale e memoir di formazione, ci permette di fare una più meditata riflessione sui cosiddetti «migrant writers» e, inoltre, di cominciare a decostruire la stucchevole retorica delle «radici».

La realtà della «letteratura migrante» nasce da noi intorno al 1990, in ritardo rispetto ad altri paesi (*felix culpa*, dato che non disponiamo di un importante passato coloniale, benché, come qui si ricorda, anche gli italiani abbiano ucciso, depredato e umiliato «i popoli con cui sono venuti in contatto»). Dopo una fase pionieristica, in cui prevaleva l'aspetto del documento antropologico, della testimonianza e della denuncia, i romanzi migranti (o «italofoni»: tutte etichette più o meno imprecise) hanno acquisito piena maturità letteraria, esibendo una qualità stilistico-espressiva di assoluto rilievo (cito solamente Ornella Vorspi, Cristina Ali Farah, e il poeta Gezim Hajdari). E, forse contagiati da una italianissima tradizione, tendono a preferire i toni più leggeri della commedia e dell'autoironia (Ahmara Lakous, Laila Wadia, Ingy Mubiayi, Igiaba Scego) a quelli del lamento e della protesta civile.

La letteratura migrante, scritta in una lingua diversa dalla madre lingua, abbraccia in Italia, secondo l'ultimo censimento, oltre 400 autori. Ma è giusto continuare a parlarne come di un fenomeno a parte, un genere o sottogenere letterario, cui riservare collane, saggi e premi letterari specifici? O, peggio, proiettare sui migranti un nostro bisogno di risarcimento, assumendoli

come figure di resistenza e utopia o magari chiedendogli di rivitalizzare – con i loro creativi scarti dalla norma – la nostra lingua burocratico-televisiva? Occorre cambiare prospettiva. Come sottolinea Armando Gnisci, che ne è il principale studioso, siamo entrati tutti in un orizzonte migratorio planetario (a partire dalla Grande Migrazione degli anni Ottanta), che ridefinisce lingue, culture, codici, identità. E tutti ci muoviamo entro una letteratura globale. In un certo senso oggi qualsiasi scrittore, a qualsiasi latitudine, si sente un po' sradicato dalla propria tradizione (gli italiani capiscono i loro classici con sempre più difficoltà) e un po' migrante. Nessuno è assolutamente «immobile» o «autoctono».

A un certo punto la Scego, nata a Roma nel 1974 da un ex ministro degli Esteri somalo in esilio, dice di sentirsi un «crocevia», «uno svincolo», sospesa tra due paesi e due lingue: all'inizio impara l'italiano, mentre il somalo è riservato a fiabe (prevalentemente splatter) e filastrocche, è insomma l'idioma dei cantastorie. A piazza Santa Maria della Minerva la statua dell'elefantino africano, lontano dal luogo natio, confonde tutte le certezze di Igiaba, con la sua angoscia dell'esule e il desiderio di storie che possano redimerlo. Quando muoiono in mare tredici somali, per il naufragio di un barcone, il funerale viene celebrato in Campidoglio. Ma lei nota che sarebbe stata più adatta la stazione Termini, nello spiazzo tra biglietteria, negozio della Nike e libreria Borri, l'unico luogo (o nonluogo) che a Roma ha accolto fraternamente i somali. Il libro si presenta come l'autobiografia di un io preso nella

diaspora, sempre in bilico tra mondi diversi, una specie di toponomastica della memoria, scandito da molteplici tappe che corrispondono ad altrettante piazze e strade e monumenti romani. Il gusto narrativo dell'autrice si libera gioiosamente, più e meglio che in un romanzo. Ci racconta di quando la «fede» romanista, vissuta con vera competenza calcistica, la salvò dall'ansia per la provvisoria scomparsa della madre a Mogadiscio; e di quando scoprì che avere l'Africa dentro «è come toccare i piedi degli arcangeli»; e ancora di come si sentì amata «in egual misura» da due lingue madri... A un certo punto troviamo poi una pagina abbagliante, quasi di urbanistica metafisica, che rievoca la stele di Axum, entro la piazza da cui è stata prelevata: «Oggi in quel posto non c'è niente. C'è il nulla. Avanzo cieca in questo abisso. Le macchine per non perdersi d'animo fanno un girotondo intorno a quel vuoto...». Girando intorno a quel vuoto ciascuno di noi, nel presente dell'esodo planetario, si costruisce la propria identità sempre più meticcica, composta di frammenti e pulviscoli dispersi. Benché con

vissuti diversi, e anche con un tasso di sofferenza e disagio personale sensibilmente diverso (chi proviene da un altro paese si percepisce «alieno» e incontra difficoltà assai maggiori), oggi siamo tutti, almeno culturalmente, «pellegrini». Così dice Virgilio alle anime spaesate appena sbarcate sulla spiaggia del Purgatorio: «[...] voi credete forse che siamo esperti d'esto loco; / ma noi siamo peregrini come voi siete».

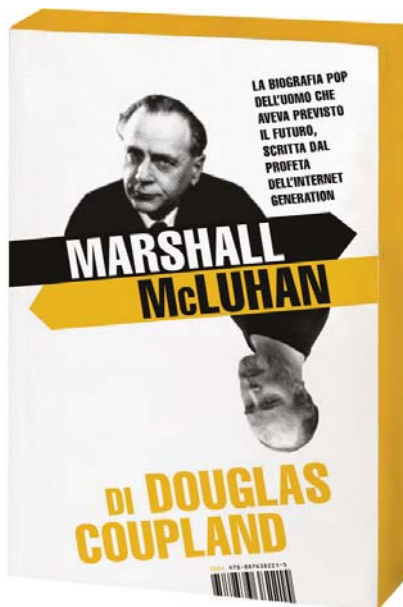
Come ci ricorda il titolo del libro, la mia casa è esattamente lì dove mi trovo: le stesse «radici», di cui tanto si blatera, non hanno a che fare con il sangue e il suolo, con il territorio e le origini, ma sono il risultato di una scelta culturale: una costruzione più o meno consapevole dell'immaginario (vedi Edward Said). Potremmo replicare, lievemente parafrasandola, la suggestiva dedica della Scego: «Alla Somalia, dovunque essa sia». Nel senso che a quella esperienza oggi pervasiva di sradicamento e di esilio corrisponde pur sempre in ciascuno di noi la nostalgia di una patria ideale, che però ogni giorno dobbiamo reinventare e ricreare, «dovunque essa sia».



Il vero Marshall McLuhan: aveva previsto (e odiato) tutto il nostro presente

Dalla Rete al virtuale: lo studioso canadese che ha inventato la scienza dei mass media era avanti di trent'anni. Una biografia ci spiega perché

Massimiliano Parente, *il Giornale*, 22 agosto 2011



In genere, quando lo si sente nominare, ci si ricorda della celebre interpretazione di sé stesso in *Annie Hall* di Woody Allen. Oppure pensiamo che il medium è il messaggio. Oppure, sbagliando, lo ricordiamo come *mâitre à penser* dei mass media, un entusiasta guru della tecnologia. In realtà Marshall McLuhan odiava la modernità, era un passatista al cui confronto Massimo Fini è un seguace di Steve Jobs, e rimpiangeva il mondo contadino, quando non c'era la tv e i libri si leggevano in chiesa. Tuttavia, come spesso succede, fece del suo odio un'ossessione, lo racconta bene Douglas Coupland in un libro appena uscito e intitolato *Marshall McLuhan: la biografia pop dell'uomo che aveva previsto il futuro* (Isbn, pagg. 198, euro 19).

È vero, Marshall aveva previsto molto, ma non perché le sparasse come Nostradamus. Neppure perché era quel genio assoluto che crede Coupland, esagerando la portata delle due arterie, anziché una, che Marshall aveva alla base del cranio. Ciò nonostante molte intuizioni sono impressionanti, per esempio immagina qualcosa di molto simile a internet, una specie di mostro virtuale che avrebbe riportato l'uomo allo stato

tribale. Nel 1962, quando non c'erano il world wide web né cellulari né computer portatili né smartphone né iPad, e facevano la loro comparsa le prime calcolatrici elettroniche, Marshall scrisse: «Invece che tendere a diventare una gigantesca biblioteca di Alessandria, il

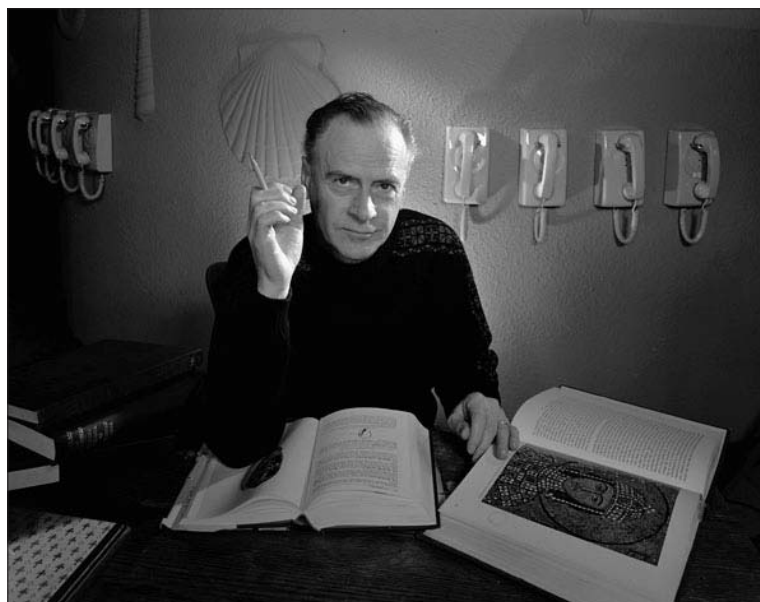
mondo è diventato un computer, un cervello elettronico molto simile a quello di un racconto di fantascienza per bambini. E mentre i sensi vanno fuori di noi, il Grande Fratello entra in noi. Così, se non riusciremo a renderci conto di questa dinamica, ci ritroveremo improvvisamente in una fase di terrori panici, assolutamente appropriata ad un piccolo mondo di tamburi tribali, di totale interdipendenza e di coesistenza imposta dall'alto». Mentre in Italia si dibatteva tra apocalittici e integrati, Marshall aspettava una vera e propria apocalisse biblica che sarebbe stata portata dall'avvento della tecnologia e dell'«uomo disincarnato». Un uomo virtuale, che preferisce vivere tra fantasia e sogno, che è contemporaneamente in ogni luogo e nessuno, senza più barriere tra conscio e inconscio e senza più neanche una vera identità. Sarebbe inorridito nel vederci dipendenti da Facebook,

App Store e iTunes, ma forse sarebbe rimasto anche sorpreso di come questo sistema terribile «imposto dall'alto» viene invece visto, perfino politicamente, come una risorsa «dal basso». O forse, a maggior ragione, ne avrebbe tratto un'ulteriore prova di una tribalizzazione collettiva. Cattolico fervente, attaccava le società senza Dio, e quindi coerentemente il marxismo e il capitalismo, e non come i religiosi di oggi, che coniugano felici il cristianesimo con il libero mercato. Ce l'aveva anche con l'omosessualità, «ormai fuori controllo».

Intanto, mentre attendeva l'apocalisse del villaggio globale, gli fu trovato un grosso tumore al cervello. Ne sopravvisse, pur con l'handicap di fermarsi nel mezzo delle frasi per diversi secondi, a volte minuti di silenzio, anche durante le lezioni, per poi, a differenza di Celentano, riprendere il concetto esattamente dove lo aveva lasciato. Comunque sia Marshall fu, in definitiva, il primo critico moderno a studiare i mass media e il primo a passare di moda, superato da Lacan, Foucault, Baudrillard, Derrida e compagnia bella, i quali dicevano le stesse cose ma in maniera più francese.

Una delle sue barzellette preferite era questa: «Due indiani Navajo si stanno facendo una chiacchierata da un

capo all'altro dell'Arizona usando i segnali di fumo. A metà della conversazione la Commissione per l'energia atomica fa detonare una bomba e quando il nuvolone a fungo si disperde, il primo indiano manda all'altro un segnale di fumo che dice: «Accipicchia, magari l'avessi detto io!»». Se fosse nato artista e più cinico sarebbe stato Andy Warhol, e probabilmente parte del suo successo è dovuto allo stesso equivoco che determinò il successo iniziale della Pop Art. «I mass media adoravano Marshall» scrive Coupland, «perché le sue intricate posizioni teoriche riuscivano al tempo stesso a confonderli e a lusingarli. All'inizio degli anni Sessanta non esistevano corsi di studio sui media, li inventò letteralmente Marshall». Alla fine, nell'arco di un ventennio, fondò il Centro per la cultura e la tecnologia, divenne una star mondiale, e qualsiasi stronzata passasse il palinsesto televisivo avrebbe avuto un'importanza relativa perché si poteva sempre rispondere che il medium è il messaggio. Ma già sul finire dei Settanta non se lo filava più nessuno, e nel 1979 solo sei studenti seguivano il suo corso. Morì l'anno dopo, in conseguenza di un ictus che gli tolse la possibilità di leggere, scrivere e parlare, lasciandolo in grado di pronunciare solo tre parole: «Yes», «No», e soprattutto «Oh boy, oh boy, oh boy».



Cerchiamo opere che parlino al nostro tempo

Matteo Codignola (editor e ideatore della collana Minima per Adelphi), *il manifesto*, 23 agosto 2011

«Che genere di libri vi interessa?». Alle prime Buchmesse cui partecipi capita di incontrare editori o agenti che non conosci, o non conoscono te. E in genere, dopo il sinistro schiocco della pinzatrice con cui il tuo biglietto da visita viene incorporato nel quadernetto dello sconosciuto, la domanda che ti senti rivolgere è questa. Ovviamente non si sa cosa rispondere, o almeno non ho mai saputo cosa rispondere io. Credo di non essere mai andato oltre un illuminante «libri», incoraggiando così il mio dirimpettaio (più spesso una dirimpettaia) a scorrere il nostro catalogo, alzare un sopracciglio, e dire qualcosa come, «Ho uno straordinario reportage dall'Iraq, il primo di una donna soldato. C'è tutto, guerra, sesso, commedia, anche scrittura. Negli Stati Uniti è considerato il libro dell'anno, però non penso che faccia per voi».

Non ho tenuto il conto, ma credo di avere speso una parte considerevole della mia vita lavorativa a tentare di convincere vari interlocutori che sì, un certo libro faceva per noi (al contrario di altre proposte, tipo quella che pochi anni fa mi era stata descritta come di estremo interesse: «Autore tedesco, morto da poco. Conchiglie. Simboli. A Roma. Perfetto per voi, no?»).

In alcune circostanze questo corpo a corpo con la propria immagine ha assunto connotati paradossali. Anni fa avevamo deciso di comprare il breve libro di memorie di un giovane attore off americano, che per un anno della sua vita, a Los Angeles, aveva esercitato il mestiere più antico del mondo. Il racconto era divertentissimo, e l'autore – che avevo conosciuto ad Amsterdam insieme alla produttrice dello spettacolo tratto dal libro, Xaviera Hollander – sarebbe stato felice di venire da noi. Il problema era il suo editore scozzese, Canongate, col quale peraltro siamo in rapporti piuttosto stretti. Sulla cifra ci eravamo accordati

subito, ma a metà trattativa Canongate ci aveva scritto esprimendo il dubbio che il libro fosse adatto al nostro catalogo. Seguiva richiesta di una dimostrazione (scritta anch'essa) del nostro genuino interesse per l'autore, la sua storia, i suoi temi.

Non ricordo di avere redatto lettere molto più imbarazzanti. La prima parte era una dichiarazione più o meno giurata della nostra fascinazione per tutto quanto attenesse alla sfera del sesso, in senso lato e naturalmente in quello editoriale. Al termine dell'arringa chiamavo a deporre una persona per definizione informata dei fatti, e cioè Nell Kimball, le cui *Memorie di una maitresse americana* erano state non solo uno dei primi titoli pubblicati da Adelphi, ma anche uno dei suoi long seller. Alla fine il libro siamo anche riusciti a prenderlo, ma per un attimo ricordo di aver pensato che avrei fatto meglio a seguire i consigli di Xaviera, che quella sera sedeva alla cassa e sbigliettava. Dopo avermi strappato di mano una banconota da cento, comunicandomi che teneva il resto come finanziamento alla compagnia, Xaviera mi aveva passato una copia del suo libro più celebre, *The Happy Hooker*. Pubblica questo, mi aveva detto, se vuoi te lo vendo anche stasera.

Questi traffici hanno un loro coefficiente di intrattenimento, ma ammetto che non aiutano a rispondere alla domanda iniziale in modo più articolato. Ci interessano i libri, e tutto sommato non è poco – più passa il tempo, più è bene non dare quella parolina, «libro», per acquisita. Bene, ma quali libri?

Oh, libri molto lontani fra loro. So benissimo come si immagina che passiamo il tempo, alla Adelphi: sfogliando vecchi cataloghi, e scegliendo titoli – non riesco neanche a scriverlo – sofisticati, elitari, snob, possibilmente di autori defunti. Ora, mi piacerebbe

molto fosse vero, perché significherebbe che tutti i giorni parteciperei a dialoghi del tipo «Hai letto X?». «Sì, è buono, ma cosa vuoi che ti dica, non mi sembra abbastanza elitario. Poi scusa, ho saputo (pausa di contrizione, o smorfia di ribrezzo) che l'autore è vivo». Spiace sempre sfatare una leggenda, ma purtroppo – ripeto, purtroppo – non accade nulla del genere. Alla Adelphi cerchiamo libri scritti oggi come negli ultimi secoli (e in qualche caso millenni), ma se l'uomo produce testi da tempo immemorabile non ci sentiamo di farcene una colpa. Cerchiamo libri che comunque parlino al tempo in cui vengono pubblicati, magari in un modo che a quello stesso tempo non suoni troppo ovvio. Dal punto di vista delle singole scelte, sappiamo che il nostro è un mestiere caduco – e non è detto che sia un male. Su un altro piano, quello della forma, lottiamo invece per una certa permanenza.

Non ho lo spazio per elencare ciò che fa di un libro un libro: la decenza (se non la bellezza) tipografica, le pagine cucite anziché incollate, una gamma di copertine che comprenda altri soggetti, oltre a un volto o corpo di femmina su uno sfondo di acqua o di nuvole in viaggio. Però voglio concludere con un piccolo esempio di cosa intendiamo, dal punto di vista editoriale, per permanenza. Qualche anno fa facevamo una rivista, *Adelphiana* che suscitava un fenomeno opposto a quello da sempre associato al partito di governo

e al suo leader – decine di milioni di elettori, e nessuno confesso: nel caso della rivista i consensi erano unanimi ed entusiastici, solo che nessuno trovava sbocco nel banale atto dell'acquisto.

In una situazione del genere un editore non masochista prende l'unica decisione possibile, e cioè sospende le pubblicazioni. Lo abbiamo fatto, ma ci dispiaceva rinunciare a questi testi brevi – e, di nuovo, diversissimi fra loro. Quasi senza che ci fosse bisogno di discuterne, è quindi nata l'idea di trasformarli in piccoli libri: dando forma di libro a qualcosa che non ce l'aveva.

Per capire cosa intendo basta guardare il primo numero della collana Minima, e cioè gli *Appunti sul nichilismo europeo* di Nietzsche. In origine si trattava di un brevissimo – ma altrettanto importante – taccuino engadinese. Oggi è un volume che riproduce il testo manoscritto in anastatica, nella sua versione originale e in traduzione: e lo correda di un rispettabile apparato critico. Il tutto in sessanta pagine di piccolo formato.

Per puro caso, ho visto i libri arrivare in libreria. Spacchettando i primi cinque titoli della serie, il libraio mi ha chiesto, nell'ordine, cosa diavolo erano, e dove poteva metterli. Al solito, non avevo risposte, o meglio avevo solo la risposta di Francoforte. Che però, nella circostanza, era abbastanza adatta: «Libri. Sono libri. Perché non li mette sul bancone?».

«Cerchiamo libri che comunque parlino al tempo in cui vengono pubblicati, magari in un modo che a quello stesso tempo non suoni troppo ovvio»

Storie di (stra)ordinaria autopubblicazione

In America c'è che vi vende milioni di copie sul web facendo tutto da solo. E i nostri editori? Si stanno muovendo

Stefania Vitulli, *il Giornale*, 23 agosto 2011

Si chiama John Locke, da Louisville, Kentucky, e la sua storia, come si suol dire, ha fatto il giro del mondo. Scrive storie western e thriller, ha un'ottima rete di contatti su twitter e un sito fatto benino. Decide di autopubblicarsi usando, tra i primi, il Kindle Direct Publishing. No agenti, no ufficio stampa, no marketing – nonostante sia un uomo d'affari. Solo passaparola e un piccolo segreto: accettare di vendere i suoi libri a 99 cent la copia invece che a dieci dollari di media. In un anno diventa l'uomo da un milione di ebook, con otto titoli nella Top 50 di Amazon e guadagni paragonabili, negli Usa, a quelli di Stieg Larsson e Michael Connelly.

Anche più consolidato il caso di successo di Amand Hocking. La signora passa una primavera frustrante nel 2010, cercando un editore tradizionale che la voglia pubblicare. Poi decide di passare al self-publishing e mette online i suoi romanzi paranormali per young adult nelle vetrine virtuali di Amazon, Barnes&Noble, Smashwords e Apple.

Centosessantaquattromila copie vendute prima della fine dell'anno, un milione di copie a oggi. Il che le frutta un contratto da due milioni di dollari con la St Martin's Press, che se la disputa all'asta, per la sua nuova quadrilogia.

Negli Usa è boom: un paio di settimane fa il NYT ha rivelato che dal 2009 al 2010 i libri autopubblicati grazie alla piattaforma di Amazon CreateSpace sono aumentati dell'80 per cento. Forse il nostro mercato non sarà promettente come quello americano, ma è fuori di dubbio che alcuni casi sembrano dimostrare

che, grazie alla Rete, oggi è possibile diventare uno scrittore facendo a meno degli editori e a costo se non proprio zero, di certo non paragonabile a quello della tradizionale editoria a pagamento. E siccome il self-publishing si è ormai fatto strada anche in Italia, tanto che è di questi giorni l'annuncio da parte di Riccardo Cavallero, direttore generale Libri Trade del gruppo Mondadori, dell'apertura nei prossimi mesi di un canale strutturato di autopubblicazione, è bene provare a orientarsi tra le offerte possibili.

La prima cosa che è bene sapere è che autopubblicare un ebook è una modalità alternativa di pubblicazione rispetto a quella dell'editoria tradizionale e anche del cosiddetto pay per publishing, ovvero dell'editoria a pagamento, che qui da noi, e non senza motivo, è da sempre guardata con sospetto. A meno che non si tratti di consolidati marchi editoriali o di collane settoriali di editoria scientifica, infatti, spesso le case editrici che accettano di pubblicare libri di esordienti dietro compenso propongono contratti capestro in cui il neo scrittore è costretto a scucire dai mille ai tremila euro di anticipo per un acquisto di copie obbligatorio (dalle cento alle 300 di media) e per una presunta distribuzione e promozione attraverso canali a volte fantasma.

Il self-publishing è cosa molto diversa: quando l'autore ha pronto il proprio manoscritto, può avvalersi di una serie di «service», per pubblicarlo online in un formato che sia acquistabile, scaricabile e leggibile attraverso i più comuni e-reader. Ciascuno di questi editori virtuali ha un'identità e offerte precise. La più

semplice di cui avvalersi, e in cui è stato pioniere in Italia Narcissus, è la conversione dei file del manoscritto in un formato leggibile dal futuro utente e la cura della transazione commerciale. Il tutto avviene gratuitamente: non ci devono essere «gettoni di ingresso» o anticipi da sborsare. L'editore virtuale trattiene a compenso la percentuale concordata sul venduto. È il meccanismo che mette in atto anche Amazon. Tuttavia, anche solo in questo caso «base», la rivoluzione è chiara: autori e lettori si incontrano e si scelgono, senza intermediari, per la prima volta. E lo scrittore diventa editore di sé stesso. Uno dei primi clamorosi casi di self-publishing «vip» accadde l'estate di undici anni fa: Stephen King annunciò che avrebbe autopubblicato *The Plant* sul suo sito, «divorziando» di fatto dal suo editore.

Quella su cui gli editori virtuali più avanzati, come la piccola 40K, nata dall'esperienza di Bookrepublic,

stanno investendo è una «terza frontiera», che prevede un self-publishing che integra i servizi editoriali tradizionali con l'autonomia dell'utente scrittore. L'autore, in questo caso, esegue (e otterrà così royalties più elevate) o fa eseguire a professionisti proposti dall'editore editing, correzione bozze, traduzione. E l'editore virtuale, garante di un prodotto di qualità, si riserva di «selezionare» i file che diventeranno ebook. Poi distribuirà le royalties al netto di Iva, anche sui mercati stranieri, pari all'incirca al 25 per cento del prezzo di vendita. Spiega Dario Tonani, che ha pubblicato all'inizio del 2011 *Cardanica* con 40K: «Due sono i fattori che mi hanno entusiasmato. I tempi, ovvero la possibilità di scrivere ed essere pubblicato in qualche settimana. E il feedback immediato dei lettori. Ho autoripubblicato in ebook una raccolta di fantascienza uscita anni fa e grazie ai post ho costruito un sequel. Da cui alla fine è nata addirittura una trilogia».

«Grazie alla Rete, oggi è possibile diventare uno scrittore facendo a meno degli editori e a costo se non proprio zero, di certo non paragonabile a quello della tradizionale editoria a pagamento»

Al mercato offriamo emozioni e coraggio

Martina Testa (editor della narrativa straniera e direttore editoriale minimum fax), *il manifesto*, 24 agosto 2011

Da una decina d'anni lavoro come editor della narrativa straniera per una casa editrice indipendente, minimum fax, di cui sono oggi anche direttore editoriale. Ciò comporta un ruolo di supervisione, indirizzo e coordinamento di molte diverse attività; ma è della mia mansione originaria e più specifica di editor che vorrei parlare qui. Dello spirito con cui faccio questo lavoro e con cui vorrei continuare a farlo.

A differenza di un editor di narrativa italiana, che spesso affianca in prima persona l'autore nella rifinitura del testo, un editor di narrativa straniera seleziona romanzi e racconti già allo stato definitivo, e già pubblicati in un'altra lingua. Per questo, in genere, vive il rapporto con gli autori in modo molto più disteso e sereno: niente discussioni sull'opportunità di un taglio o di una riscrittura, niente telefonate isteriche nell'imminenza dell'uscita; bensì lunghe cene e bevute e chiacchierate in occasione di festival letterari o di tour di presentazione del libro – quando non rocamboleschi giri in motorino per la città, episodi di ubriachezza molesta dopo la cena in una trattoria di paese, o fine serata in angusti gay bar con *pole dancer* di taglia XXXL: l'aneddotica in materia è sempre ricca e gustosa, ma è, tutto sommato, solo un gradito corollario.

In realtà, la parte più rilevante del lavoro di un editor della narrativa straniera consiste nell'attività di ricerca e valutazione di opere letterarie di cui proporre all'editore l'acquisto dei diritti di traduzione; una volta andata a buon fine la trattativa, l'editor ha spesso il compito di seguire da vicino la realizzazione del libro (assegnare la traduzione, a volte rivederla, collaborare all'ideazione della copertina, scrivere i testi delle bandelle...): così facendo, nel corso degli anni contribuisce a costruire il catalogo della casa editrice. Da sempre, vivo tutto questo come l'equivalente di un'attività creativa quintes-

senzialmente adolescenziale ed emotivamente intensa: scegliere i libri da pubblicare ogni anno è come mettere insieme canzoni su una cassetta – o in una playlist – da regalare a una persona cara o da far girare fra gli amici. È un atto di libera espressione di sé e dei propri gusti (questi sono pezzi che amo, questi sono pezzi di me), un tentativo di condivisione (a me piacciono, se piacciono anche a te saremo più vicini e meno soli) e un gesto vagamente didattico (ti faccio conoscere qualcosa di nuovo e di bello).

Come nel creare un mixtape si sceglie con cura l'ordine dei brani, valutando l'effetto di ciascuno rispetto all'insieme, così per me una buona collana letteraria non è un'accozzaglia di titoli ma un collage armonico, che abbia una personalità, un'atmosfera riconoscibile pur nella varietà delle storie e degli stili. Come i gruppi che scopriamo da soli sono spesso quelli che amiamo di un amore particolare, e che non rinneghiamo mai, così – senza nulla togliere al contributo degli agenti letterari e dei consulenti che aiutano un editor a districarsi nell'enorme massa di materiale fra cui pescare (alcune delle nostre canzoni preferite ce le fa sempre scoprire qualcun altro!) – il momento per me più prezioso è quello della ricerca attiva e autonoma, che si compie perlustrando gli scaffali delle librerie straniere, leggendo riviste letterarie e blog, scambiandosi idee con i colleghi e gli autori di altri paesi. Come dei gruppi che ci piacciono davvero non ci piace mai una sola canzone, così io tendo a selezionare non singoli titoli, ma autori: anche se significa scartare un testo che in sé potrebbe «funzionare» quando non sono convinta che la voce dello scrittore abbia abbastanza personalità e solidità da restare rilevante nel tempo, o pubblicare titoli dallo scarso potenziale commerciale pur di continuare a sostenere un autore in cui credo fortemente.

Si può registrare una compilation di soli successi del momento, ma forse tra un anno la persona a cui è destinata avrà già smesso di ascoltarla. Oppure si può mettere insieme una compilation di vecchie hit e chicche rare – e in effetti una collana che recuperi titoli del passato è una sana reazione al frenetico viavai delle novità editoriali che non durano più di una stagione. Ma, per quanto mi riguarda, la sfida più grande per un editor di narrativa letteraria è ancora diversa, fatta di fiuto e preveggenza: riuscire a scegliere, fra le novità di oggi, quelle che fra venti o quarant'anni parleranno ancora ai lettori. Creare la compilation perfetta, insieme attuale e senza tempo.

C'è un aspetto, però, in cui la similitudine non tiene. Da che mondo è mondo, la compilation di brani assortiti da te è un regalo. (Ancora oggi, sui blog e sulle riviste online, i mixtape di mp3 si scaricano gratis.) I libri di una collana invece vanno venduti; e in Italia, oggi, vanno venduti in un mercato editoriale in profonda crisi di fatturato e di idee. L'intraprendenza, la libertà, la creatività dell'editor vengono ostacolate. Vuoi per la logica industriale che guida le grandi aziende editoriali; vuoi per il frequente concentrarsi, sotto una stessa proprietà, di casa editrice, rete di promozione,

società di distribuzione, catena di librerie, a tutto svantaggio dell'editoria indipendente, che ne resta schiacciata; vuoi per la vera e propria catatonia intellettuale a cui è ridotta buona parte della popolazione, sempre più spesso ciò che si richiede a un editor è l'opposto di una compilation personale; assomiglia alla playlist di una radio commerciale, dove il dj non seleziona e non mixa nulla: al massimo, annuncia il titolo del pezzo o lancia la pubblicità.

Alcuni editor non se ne scandalizzano: sostengono anzi che il senso del lavoro che facciamo sia proprio operare un compromesso fra i nostri gusti e il mercato. Ma quando le forze in campo sono impari, compromesso è solo sinonimo di cedimento. Io vorrei, invece, che questo stato di cose cominciasse a venir percepito con insofferenza; che l'editor smettesse di vedere il mercato come uno scenario già dato con cui fare i conti, ma lo affrontasse come un contesto da ri-orientare sulla base dei propri valori e dei propri gusti. Che all'editor venisse voglia di lottare, se serve, per riportare al centro del proprio lavoro l'orgoglio, l'emozione, il coraggio e l'impegno con cui si mettono insieme una manciata di canzoni da regalare a una persona che ci sta a cuore

«Scegliere i libri da pubblicare ogni anno è come mettere insieme canzoni su una cassetta – o in una playlist – da regalare a una persona cara o da far girare fra gli amici»

Come le mongolfiere, si vola ma si può cadere

Oliviero Ponte di Pino (direttore editoriale Garzanti), *il manifesto*, 26 agosto 2011

Se non ci fosse quella giornata, una volta all'anno, lavorare nell'editoria sarebbe il paradiso.

Progetti entusiasmanti, autori ricchi di fascino, fuochi d'artificio di idee, scenari inediti... Volendo proporre una novità editoriale, lo spettro è molto ampio: si va da un estremo – «di questo argomento non ha ancora parlato nessuno. Sarà un successone!» – all'altro – È proprio come Harry Potter, anzi è moooooolto meglio. Sarà un successone!». (Oppure: «l'autore lo conoscono tutti, gli vogliono bene. Sarà un successone!»).

Si discute della copertina, del titolo, del risvolto... Mille dubbi, le decisioni, altri mille dubbi. Ogni dettaglio dev'essere perfetto, impeccabile. All'uscita, le presentazioni, le partecipazioni ai festival, le recensioni, persino le apparizioni in televisione, forse la vincita di un premio...

Tutto questo rischia di non contare (quasi) nulla. Perché arriva il giorno fatidico: la riunione in cui, ogni anno, in casa editrice si decide di fare alcuni libri che restano invenduti e giacciono tristi in magazzino. Perché a distruggere i libri, più che l'Inquisizione o le censure, sono gli stessi editori che li hanno pubblicati e lanciati con tutte le speranze, l'attenzione e l'amore del mondo. I libri sono la loro passione, e soprattutto il loro pane.

In un mondo perfetto, i magazzini degli editori dovrebbero essere vuoti. O meglio, dovrebbero custodire brevemente solo copie che un editore è sicuro di vendere. Per raggiungere questo obiettivo, si è sedimentato un meccanismo complesso e raffinato, che scatta ogni volta che si decide di stampare un nuovo libro. Una prima idea la deve avere l'editore, o l'editor che decide di pubblicarlo: in base alla sua sensibilità ed esperienza, un libro può aspirare a vendere mille copie, oppure centomila, a seconda dell'argomento, del nome dell'autore, della qualità... Ma un solo parere non basta. Ad affinare la previsione intervengono

la direzione commerciale e poi gli ordini dei librai, interpellati uno per uno: sorretti da una enorme fiducia nella capacità di editori e distributori di rifornire un libro all'istante, se «esplosivo», spesso preferiscono limitare i rischi. La tiratura finale, decisa sulla base di questi feedback, per la gran parte degli editori ormai è pari al totale delle prenotazioni, più quel che serve all'ufficio stampa e per i primissimi rifornimenti.

Inutile esagerare con le scorte: se il libro funziona, lo si ristampa. Se non funziona, c'è l'incubo delle rese. Perché il libraio ha diritto di restituire all'editore – nel momento che ritiene più opportuno, dopo un giorno o dopo un anno – i volumi che non ha venduto, e che saranno destinati al magazzino.

Purtroppo, malgrado queste cautele, gli errori ci sono. Inevitabili. A volte clamorosi. La regola l'aveva già enunciata Denis Diderot, mentre lavorava a un grande successo editoriale come l'*Encyclopédie*. Su dieci libri, spiegava Diderot, «ce n'è uno – ed è già molto – che ha successo, quattro che recupereranno le spese in tempi lunghi, e cinque che restano in perdita». La regola di Diderot, per un bravo editore, resta valida. Gli editori meno bravi, inguaribili entusiasti, fanno peggio. Anche perché (non soltanto nell'editoria) il ciclo di vita di un prodotto si è accorciato, e i tempi lunghi non esistono più, salvo rare eccezioni. E poi non basta indovinare la tiratura giusta: per una distribuzione perfetta e senza rese, bisognerebbe indovinare quante copie di quel libro verranno vendute in ogni libreria, in ogni supermercato, in ogni stazione... Altrimenti da qualche parte andrà presto esaurito, mentre altrove la pila delle copie resterà alta – fino al momento delle rese. Che non risparmiano nemmeno i libri di successo, quelli che vengono ristampati più volte: a un certo punto entra in vigore un'altra delle «leggi di Murphy per l'editoria»: l'ultima ristampa è sempre sbagliata (e dunque torna in resa).

Insomma, è fisiologico. Ogni anno l'editore deve alleggerire il magazzino, lasciando uno stock ragionevole. E – purtroppo – ne fanno le spese i libri «che restano in perdita».

Una casa editrice è come una mongolfiera, leggera e fragile. Il vento del successo la fa volare e la porta in alto, ma c'è una zavorra che la attira verso terra. Tenere in magazzino ampie scorte di invenduto (e invendibile) è peggio che inutile: costa, dopo qualche anno le copie si deteriorano, l'argomento perde di attualità, i lettori vengono distratti dal flusso delle novità...

Così le copie di quel libro così bello, importante, geniale – ma incompreso – devono essere drasticamente ridotte. Quel successo garantito – grazie all'autore amatissimo da grandi e piccini, per lo scandalo che avrebbe suscitato, in virtù del tema di scottante attualità – finisce al macero oppure sulle bancarelle del secondo mercato. È il momento forse più doloroso per chiunque ami i libri, la loro concretezza, il loro significato. Gli editori sanno meglio di altri quante speranze, quanta fatica, quanto denaro costi «fare» un libro... Che quelle stesse persone debbano distruggere il frutto di tanto lavoro, oppure svenderli (se qualcuno li vuole), è un paradosso e insieme è un atto di fiducia nel futuro.

È una lezione di realismo o di cinismo? Il mercato impone la sua dura legge anche alla cultura, con il corollario della «distruzione creativa»? È la teoria dell'evoluzione applicata alla cultura o l'ennesimo promemoria dell'imperfezione umana? Per favorire l'incontro tra autore e lettore, l'editoria libraria ha funzionato a lungo in questo modo. È un meccanismo che comporta certo alcuni sprechi, ma per ora rappresenta il punto d'equilibrio «meno peggio» degli altri. Se il mondo fosse perfetto, se gli editori e i librai avessero la sfera di cristallo, se i lettori avessero una fame infinita di libri, i maceri non esisterebbero. Forse...

Ora, sotto la spinta del print-on-demand e degli ebook che promettono di eliminare le scorte, la situazione potrebbe cambiare (anche se finora, almeno in Italia, gli effetti sul consumatore sono quasi irrilevanti – salvo un ulteriore aumento dei libri stampati e presumibilmente non venduti). Quest'anno ci è andata molto bene. La giornata che qualche settimana fa abbiamo dedicato ai maceri è stata difficile e dolorosa, ma non troppo: alla Garzanti stiamo stati attenti a non esagerare con le tirature, e soprattutto abbiamo portato diversi libri in classifica. Per il futuro, si vedrà.

«Una casa editrice è come una mongolfiera, leggera e fragile. Il vento del successo la fa volare e la porta in alto, ma c'è una zavorra che la attira verso terra»

Piccoli grandi libri

Sono loro i lettori forti d'Italia: i giovanissimi che spaziano dal fantasy alla scienza. Così, ancora una volta, il mondo sarà salvato dai ragazzini

Daniela Condorelli, *l'Espresso*, 27 agosto 2011

Leggono. Sorprendentemente, contro ogni previsione e aspettativa, leggono. Hanno tra gli 11 e i 14 anni e, lo dice l'Istat, sono loro i lettori forti: il 65,9 per cento ha letto, l'anno scorso, almeno un libro che non fosse di scuola. Poco? Niente affatto, se si pensa che a 35 anni la percentuale si assesta al 50 per cento. Per poi precipitare. Ad averci sempre creduto sono i protagonisti di quel mondo di autori, editori, librai, organizzatori di festival e premi, che gira intorno alla letteratura per ragazzi, l'unica che non arranca. Ci ha creduto Alice Bigli, che insieme a Elena e Serena, ha puntato tutto su quest'età: una libreria, Viale dei Ciliegi 17 a Rimini, punto di riferimento per club di lettori 11-18; un festival, Mare di libri, dedicato alle proposte per gli over 11; gare di lettura tra le classi; ore spese a imbrigliare i giovanissimi nella passione per i romanzi.

Passione è il comune denominatore quando chiedi a un preadolescente l'ingrediente del libro amato. Elia Crippa, 12 anni, sceglie romanzi di avventura e misteri. Lei lo spiega così: «Devi continuare a leggere, qualcosa in sospeso ti eccita, non pensi ad altro finché non giri pagina». «Quel meccanismo per cui le pagine girano da sole», lo definisce David Almond, tra i più amati scrittori per ragazzi, autore di *La storia di Mina* e vincitore, con *Skellig* (Salani) del Nobel per la letteratura per ragazzi, il prestigioso Andersen che ogni anno premia i migliori autori, per fasce d'età (premioandersen.it).

Chi sono e che cosa leggono

I lettori di cui parla l'Istat sono un gruppo eterogeneo, fatto di tredicenni capaci di infiammarsi per Ammaniti,

Baricco o D'Avenia, ma più spesso di aspettare con ansia l'uscita dell'ultimo Rick Riordan, inventore di una saga che li catapulta in una nuova mitologia. Quella che ha convinto per esempio Alessandro Colombo, poco più che undicenne, ad assicurare che lui andrà al liceo classico («per studiare greco antico») dopo aver divorato tutti i volumi di Percy Jackson disponibili (Mondadori). Riordan è anche uno dei più amati autori della fortunata serie *Le 39 chiavi* di Piemme (il quinto esce il 13 settembre). Ed è l'avventura per eccellenza, quella di Ulisse, a catturare Anita, tredicenne del Club dei lettori di Rimini. «Io ho scoperto la lettura in seconda elementare, grazie a *Storie della storia del mondo* di Laura Orvieto (Giunti junior). E da allora non ho mai smesso, passando dai romanzi storici ai classici, dai fantasy alle storie romantiche», racconta. L'ultimo libro letto? *Vango*, di Thimotée de Fombelle (San Paolo), autore che ha già affascinato migliaia di lettori con il minuscolo Tobia.

I generi

È ancora il fantasy ad andare per la maggiore, in tutte le sue sfaccettature: dal magico puro al paranormale sentimentale. Protagonisti: vampiri, angeli caduti, maghetti e unicorni. Tra i teenager ha preso piede il distopico, o antiuropico: il genera che dipinge un futuro crudele, fatto di guerre e carestie. Uno per tutti: *Hunger Games* di Mondadori. Moda o esigenza? A rispondere all'*Espresso* è una della regine del fantasy, Licia Troisi, autrice di *Cronache del mondo emerso* (Mondadori), un bestseller da due milioni di copie.

«Nel fantasy la singola persona può creare la differenza», spiega. «I teenager hanno bisogno di crederci. Io mi sento vicina a loro, ho cominciato a scrivere a vent'anni e ricordo bene l'adolescenza. Le mie protagoniste cercano un posto nel mondo, proprio come i miei lettori». Lettori che le scrivono su liciatroisi.it, le mandano disegni, racconti con i personaggi dei suoi romanzi e aspettano la nuova saga, *Il regno di Nashira*, prevista per novembre. Il successo del fantasy viene spiegato così da Maria Grazia Mazzitelli, direttore editoriale Salani: «Descrive un mondo "altro" dove tutto è possibile. Dove la lotta tra il bene e il male è molto netta». Non conta soltanto questo: «Pensiamo alla fusione sorprendente di elementi che convivono nella saga di Harry Potter: la scuola, il coraggio a ogni costo, la maledizione, la perdita dei genitori, l'introduzione del male».

Intrecci multimediali

Ma non di solo fantasy vivono i preadolescenti. Dagli anni Ottanta la rivista LiBeR e il portale liberweb.it documentano tutto il pubblicato e mettono online

sondaggi sulle preferenze di prestito di centinaia di biblioteche e librerie italiane. «I gusti sono condizionati dalla catena multimediale», riferisce Domenico Bartolini, responsabile di LiBeR. Ovvero? «L'uscita della versione cinematografica rilancia successi d'altri tempi: così Roal Dahl torna ai vertici delle classifiche dopo l'interpretazione di Johnny Depp in *La fabbrica di cioccolato*». E quando web, libro e film si rinforzano a vicenda, gli autori arrivano a essere citati da *Time* tra i Cento Uomini più influenti del Globo. È successo a Jeff Kinney, ragazzone americano che ha venduto 50 milioni di copie (anche alle figlie di Obama, che lo adorano) con il suo *Diario di uno schiappa* (Salani) nato prima su funbrain.com, blog da 70 mila visitatori al giorno. Il protagonista della serie, Greg, goffo e imprevedibile ragazzino delle medie, racconta la quotidianità del preadolescente con esilarante arguzia. Tanto da meritarsi l'Andersen come personaggio dell'anno. Da luglio e agosto sono in sala i film tratti dai primi due libri, mentre il prossimo volume uscirà in Italia a metà febbraio. Jeff Kinney descrive così all'*Espresso* il successo del suo Greg:



«I bambini lo amano perché è autentico: non hanno la sensazione che sia stato creato da un adulto. Loro apprezzano lo humour e gli piace scoprire personaggi e situazioni in cui si ritrovano».

Spiega Renata Gorgani, editor Il Castoro e direttrice delle librerie per ragazzi di Milano, Monza e Brescia: «È un libro che avvicina alla lettura i più restii perché non spaventa, coinvolge anche gli adulti. Genitori e figli ne parlano». Negli Stati Uniti è stato acclamato come libro «bridge», un ponte verso la lettura per chi ancora non ne ha scoperto il piacere. «Li definiscono “lettori riluttanti”», interviene Kinney. «Io però non penso che lo siano, credo si tratti invece di bambini a cui non è stato proposto il libro giusto». Sulla falsariga delle avventure di Greg, ma al femminile, *I diari di Nikki la frana*. E ancora: appassionano grandi e bambini i racconti di *Il mio mondo a testa in giù* di Bernard Friot (Il Castoro), in cui il protagonista, novello Gianburrasca combina guai, avvince con humor e sagacia.

Scienza, che passione

«Ci sono anche altri tipi di lettori», interviene Paolo Candi, responsabile della Libreria per ragazzi di Monza: «Sono quelli catturati non tanto dalla narrativa ma dalla divulgazione scientifica, che risponde alla loro curiosità naturale». A fare la parte del leone è Editoriale scienza, con *Ecco come funziona* o la collana Lampi di genio del pluripremiato Luca Novelli. I Lampi non sono solo libri, ma una trasmissione tv (le ultime puntate su lampidigenio.it) e un blog (lampidigenio.tv.blogspot.com). Ottime vendite per *La fisica del Miao* o *del Bau* e l'ultimo, *La fisica delle ragazze* di Monica Marelli. «I ragazzi che ho incontrato sono lettori attenti, sedotti dalla figura dello scrittore», sottolinea l'autrice. «Fanno mille domande, su come nascono le idee, come si pubblica. Questa curiosità vorace li accomuna allo scienziato». E così la fisica diventa un gioco: perché il gelato si scioglie e la pizza si raffredda piano? E ancora: per la voglia di esplorare ci sono i MiniDarwin, di cui è appena uscito il terzo volume, ambientato in Amazzonia: una spedizione di giovanissimi sulle orme del naturalista. Perché, spiega Bigli, sono lettori onnivori. «Partono da una base

“specialistica” – fantasy, thriller, giallo, sentimentale – poi si aprono ad altro. Senza disdegnare i classici».

I giovani per i giovani

Profondo conoscitore dei gusti dei ragazzi e tra gli autori più amati grazie alla serie di *Ulysses Moore* (Piemme) tradotta in 24 lingue, Pierdomenico Baccalario inaugura un modo nuovo di fare letteratura per ragazzi: giovani autori mettono in comune idee, possibilità e metodo di lavoro. Si fanno chiamare «scrittori immergenti» (immergenti.com) e pubblicano, tra gli altri, nella collana Carta Bianca, inaugurata dalle edizioni EL per colmare il vuoto editoriale 12-14 anni. Una collana di giovani per giovani, che strizza l'occhio ai nativi digitali con plot avvincenti e avventurosi come *Il libero regno dei ragazzi* di Davide Morosinotto, o il recente *L'estate delle falene* di Mario Pasqualotto, dove si intrecciano Facebook e storie di briganti. «I ragazzi cercano un fratello, una persona di cui fidarsi, un alleato che parli il loro linguaggio», spiega all'*Espresso* Baccalario, che nei suoi romanzi lascia sempre spazi liberi: c'è qualcosa da fare, sembra suggerire, e lo puoi fare tu. «Gli autori troppo completi e le storie troppo spiegate», è convinto, «non permettono ai ragazzi di metterci del proprio».

Come scelgono

Tra fantasy, avventura, gialli e scienza, il potere della copertina ha la meglio anche sui lettori forti. «Faccioni e occhi ammiccanti catturano sempre l'attenzione» sottolinea Simone Piccinini, dell'associazione di promozione alla lettura hamelin.net che porta nelle scuole il progetto Xanadu, «comunità per lettori ostinati». «La nostra idea è diversificare», interviene Emilio Varra di Hamelin: «Inutile opporsi ai filoni di moda, ma bisogna integrarli con titoli che i ragazzi non incontrerebbero; ricordando che alla loro età si pongono le stesse domande che un tempo ci siamo posti noi». Xanadu propone un concorso di lettura per la terza media e il biennio delle superiori. Ogni anno, a settembre, esce la bibliografia con 25 titoli, dal fumetto alla poesia al romanzo. «La storia conta molto», continua Piccinini: «Deve rappresentare la



vita, fare da amplificatore ai timori, allora colpisce nel segno». Come è successo per *Grimpow* (Mondadori) una sorta di *Nome della rosa* per ragazzi e, più di recente, con *Genesis* (Rizzoli), *Auslander* (Feltrinelli) o *The Giver* (Giunti), tanto diversi tra loro quanto amati dai quattordicenni. Perché vi trovano qualcosa che li riguarda, analogie, risposte. Così a 13 anni ci si chiede se c'è futuro, se tutto è deciso dagli adulti (*The Giver*), si sperimentano crisi di identità (*The Auslander*).

Gare di lettura

I ragazzi che partecipano alla gara di lettura di Xanadu, quest'anno quattromila, si suddividono i compiti: ognuno deve leggere almeno tre titoli e alla fine votare online il più amato. «Non è che vinci, dici la tua», precisa Varra. Con buona pace del fantasy di turno, può capitare che *Cime tempestose* arrivi secondo. Intanto le scuole acquistano la bibliografia proposta e rinnovano la biblioteca interna. Che ci siano amanti dei classici lo conferma il quattordicenne Nicola, che al Circolo di lettura di Rimini chiamano «Il Rettore». Lui cita *Il Conte di Montecristo* e *L'idiota*, ma fino a qualche anno fa apprezzava *Il Signore degli Anelli* e *Eragon*. Anche a Varese, Torino e Verona ci sono gare di lettura, promosse da Alice Bigli: una lista

di dieci libri e poi si gioca a squadre. Da settembre la Libreria dei ragazzi di Milano parte con l'avventura del club: «Per non far sentire solo chi ama leggere, coccolarlo con qualche privilegio come incontrare in esclusiva gli scrittori preferiti o scoprire le anteprime», spiega Gorgani. Un'esperienza che Eros Miari di Equilibri sta facendo con i «club dei fuorilegge», detti «avamposti», disseminati per la penisola (per trovarli basta cliccare su fuorilegge.it). Stanno insieme, discutono, partecipano a festival di libri, fanno recensioni. Succede così che il libro crei comunità.

Comunità

Fiammetta Giorgi, editor Mondadori ragazzi, non a caso descrive così questi lettori adolescenti: «Informatissimi, in contatto continuo, hanno notizie di prima mano anche sugli autori stranieri prima che vengano tradotti; ne parlano sui blog, discutono, fanno sondaggio. Questo giovane lettore si è tolto di dosso l'etichetta di seccione con il naso sempre nei libri ed è diventato uno con una marcia in più. Come confida Elia, che fa la seconda media: «La maggior parte dei miei compagni di classe non legge. Non hanno fantasia, non riescono a capire il senso del libro. Invece quando leggi sei in un altro mondo. Ti liberi. E se hai litigato con un'amica non ci pensi più».

L'inflazione della narrativa necessita di sguardi critici

Berardinelli per Marsilio e una raccolta di interventi per Codice

Daniele Balicco, *il manifesto*, 28 agosto 2011

Secondo una stima fatta dal supplemento libri del *Sole 24 Ore*, in Italia ci sarebbero circa cinquanta scrittori promettenti sotto i quarant'anni. Se si esclude il limite d'età, la quantità verosimilmente raddoppia e si supera il limite del centinaio. Parte dalla constatazione di questo dato di fatto, l'ultimo libro di Alfonso Berardinelli, e il suo titolo minaccioso suona come una vera e propria ammonizione: *Non incoraggiate il romanzo!*

La tesi è netta: di romanzi, in Italia, se ne pubblicano troppi. Delle centinaia usciti in questi ultimi vent'anni, pochissimi resistono al tempo. Tuttavia, stranamente, questi ultimi decenni hanno capovolto una antica diagnosi. Secondo Berardinelli, la forma romanzo soffocherebbe per una sorta di patologia dell'obesità e non certo per inedia e rarefazione, come ancora si credeva, e lui stesso aveva creduto, a metà degli anni Sessanta. Oggi la scrittura narrativa trionfa nell'editoria senza rivali temibili. Un po' perché gli editori fanno molto bene che il romanzo è l'unico oggetto editoriale capace di non spaventare il lettore: «Se solo potessero gli editori darebbero il nome di romanzo a tutti i libri che pubblicano». Un po' perché, rivitalizzata dal successo degli scrittori sudamericani alla fine degli anni Sessanta, la forma romanzo è tornata a occupare il centro del campo editoriale e a invadere, molto rapidamente, territori contigui. Proprio a partire da quegli anni, infatti, la cultura del narrare ha iniziato a sporcare sempre più gli studi di storia, di psicoanalisi, di filosofia, di antropologia. Non solo.

Critici letterari, psicoanalisti, antropologi, storici, si sono messi loro stessi a scrivere romanzi. Basti un titolo: *Il nome della rosa*. Ovvio che anche i politici si dessero da fare: *L'inizio del buio* di Walter Veltroni (Rizzoli, 2011) e *Daccapo* di Dario Franceschini (Garzanti, 2011), usciti entrambi quest'anno, sono solo le ultime due di una lunga serie di fatiche narrative redatte da politici nostrani in questi ultimi decenni. Ma anche Caligola e Nerone, in fondo, amavano scrivere versi per i sudditi che politicamente tormentavano. *Politicus nascitur, poeta fit.*

È passata l'età del giudizio?

Dialogando con Abraham Yehoshua, Berardinelli mette a fuoco la tesi di fondo di questa sua nuova raccolta di scritti: se il romanzo nasce a metà del Settecento, «accompagnando e incoraggiando la crescita delle idee democratiche», appena la democrazia si consolida, la vitalità narrativa di questo genere letterario si spegne. Di qui la tesi: la democrazia realizzata ostacola la scrittura romanzesca. Se questo ragionamento fosse almeno parzialmente condivisibile (come temo non sia) non potrebbe spiegare *a contrario* qualcosa della nuova vitalità della narrativa italiana? Berardinelli, da liberale scettico e corsivista del *Foglio*, infastidito scuoterebbe la testa. E risponderebbe così, come scrive nel volume: «Legga chi vuole quello che vuole». L'età della critica e del giudizio di valore lasciamola alle glorie del passato. Se da queste prese di posizione idiosincratiche, come dai saggi che pretendono pose teoretiche, Berardinelli quasi sempre

provoca ma raramente persuade, non altrettanto avviene con gli articoli e gli scritti brevi, perché da questi si impara sempre moltissimo.

Secoli di gioventù di Eraldo Affinati, diventa, nelle sue mani, un pretesto per ragionare sulla debolezza dell'identità maschile: «Si direbbe che in tempi di pace, i giovani maschi, gli uomini, molto più che le donne, non sappiano che cosa fare di sé stessi. Non riescono a trovare una forma di impiego delle proprie energie. Anche il lusso, il consumo, il benessere, l'abulia e l'inerzia prendono un carattere agonistico, aggressivo, sadomasochistico». Con *Rosa Tiepolo*, di Roberto Calasso, è il particolare modo di conoscere degli italiani a essere magistralmente interpretato: «In Italia la massima capacità di pensiero e di espressione artistica si è manifestata nelle arti visive e nella pittura. Se non guardiamo e non vediamo colori e splendori, noi italiani facciamo fatica a capire. La nostra più profonda e sottile saggezza è anche superficiale, senza gioie e piaceri dell'occhio nessuna comprensione ci si apre». Sono solo due esempi utili a rendersi conto di come Berardinelli, in questi ultimi anni, sia riuscito a portare molto vicino alla perfezione estetica quella forma saggio di cui resta uno dei più importanti studiosi italiani. E, tuttavia, la tesi di fondo del libro è sfuocata. Bisognerebbe anzitutto discutere quale realtà di fatto illumini, oggi, il termine democrazia. E poi capire per quale ragione il giudizio di valore dovrebbe essere per forza consegnato al passato, proprio in un periodo storico che di selezione e di critica ha bisogno come non mai prima. Una risposta provvisoria e parziale a Berardinelli può venire da un recente libro intitolato precisamente *Democrazia: cosa può fare uno scrittore?* (edito da Codice), piccolo saggio dalla Biennale di Democrazia organizzata a Torino nel 2009.

Per discutere su «cosa può fare uno scrittore per la democrazia» gli organizzatori hanno scelto Antonio Pascale e Luca Rastello. Il primo, molto amato da Berardinelli, è autore di alcuni romanzi, spesso notevoli e ben fatti: *Passa la bellezza* (Einaudi 2006) e *La manutenzione degli affetti* (Einaudi 2007), per esempio. Ma anche di una serie ininterrotta di agguerriti e dimenticabili pamphlet sull'Italia di oggi.

Di tutt'altro nitore etico e narrativo è invece il lavoro di Luca Rastello: da *Piove all'insù* (Bollati Boringhieri, 2006), affascinante e potente romanzo sul trauma del licenziamento, al suo primo saggio *La guerra in casa* (Einaudi 1998) fino a *Io sono il mercato* (Chiarelettere, 2009) e al *Dizionario per un lavoro da matti* (Ancora del Mediterraneo 2010), Rastello indaga con precisione, sobrietà e sguardo tragico i disastri del nostro tempo. E così, mentre Antonio Pascale esercita in questo patinato incontro pubblico la funzione di letterato civile per continuare la sua battaglia pro Ogm e pro Nucleare, Luca Rastello difende precisamente il senso del mestiere di narratore proprio contro l'evento di cui è ospite. Le sue parole ruotano intorno al concetto di «lavoro-ombra» elaborato da Ivan Illich.

Smontare con lo sguardo

Con l'avvento della produzione industriale di informazione, individui e società sarebbero indotti, secondo Illich, a una enorme mole di lavoro forzato mentale. Il fine è quello di produrre il desiderio di vivere dentro il meccanismo dominante, nonostante gli effetti distruttivi che scatena sulle loro stesse vite. Questo lavoro forzato mentale si nutre di narrazioni e «in particolare della riduzione a narrazione dei valori legati all'organizzazione della convivenza». Come ben testimonia l'appuntamento che ha indotto Rastello a parlare. Del resto, continua lo scrittore torinese, «cultura» oggi non significa tanto accesso alla formazione, quanto inclusione nella sfera del consumo: «Non posso mandare mia figlia all'università, ma almeno nessuno le negherà un bel festival sulle discipline che avrebbe dovuto studiare». Per questa ragione, «molte cose può fare, il nostro "scrittore" per la democrazia, in quanto cittadino. Ma in quanto narratore farà bene a tacerne per dedicarsi al lavoro che gli compete: la vivisezione». Un compito lo attende: smontare, scomporre, complicare gli sguardi sul mondo.

Scrittori, bisogna avere stile!

Ormai gli autori si compiacciono di non averne uno particolare. Ma se l'opera letteraria non si giudica mai per via estetica, forse è in pericolo la nozione stessa di «valore»

Gabriele Pedullà, *Il Sole 24 Ore*, 28 agosto 2011

In un amore felice (Adelphi), l'ultimo libro di Guido Ceronetti, esibisce un sottotitolo apparentemente bislacco: «Romanzo in lingua italiana». La replica si offre spontanea già tra gli scaffali della libreria: e in quale altra lingua dovrebbe mai esprimersi un narratore cresciuto a sud delle Alpi? Ma ovviamente si tratta di una provocazione. Ceronetti ci sta dicendo che lui, a differenza di tanti connazionali, continua a scrivere nell'idioma del suo paese e non in una simil-lingua, senza stile e senza musica, che ricorda piuttosto le cattive traduzioni dall'inglese.

Beninteso, la battaglia in difesa di una prosa sontuosa, in cui si serbi memoria della tradizione letteraria e ci si diverta a giocare con le parole per scovare nuovi significati, non ha nulla di particolarmente originale. Il Novecento, per esempio, ha sperimentato in tutte le sue asprezze la lotta tra quelli che Tomasi di Lampedusa chiamava gli «scrittori grassi» e gli «scrittori magri». Si tifava per gli uni o per gli altri, con la medesima passione con cui si sosteneva un partito politico. Eppure – gaddiani o hemingwayani, rondisti o espressivisti, asiani o atticisti – tutti, ma proprio tutti, sapevano che di opzioni stilistiche sempre e comunque si trattava. Inutile scappare. Lo stile poteva farsi invisibile, promettere una presunta oggettività come sinonimo di visione diafana e assenza di pregiudizi: ma lo faceva, appunto, in quanto stile. Se c'è anzi un'idea che il Ventesimo secolo ha combattuto con speciale veemenza, questa è stata proprio la convinzione che lo stile fosse un abito con cui di volta in volta rivestire un corpo già formato. Niente più *forma*

& contenuto, insomma: se non come coppia di fratelli siamesi, inoperabili perché provvisti di un solo cuore e di un unico apparato respiratorio.

Come ci sono i sostenitori dello «stato minimo», così sono esistiti sempre i fautori dello «stile minimo». Ma nelle loro dichiarazioni di poetica «lo stile non mi interessa» non voleva dire altro che «non ho bisogno di fuochi d'artificio, il vero stilista lavora nel profondo, proprio dove lo si vede meno». Il contesto nel quale si colloca la battuta polemica di Ceronetti appare invece, per la prima volta, mutato. Da qualche tempo, infatti, l'affermazione che lo stile non ha alcuna importanza per giudicare del valore di un romanzo ricorre sempre più spesso nelle recensioni di critici autorevoli. Lo afferma la celebre anglista a proposito dell'ultimo bestseller su commissione e lo ripete il giovane intellettuale impegnato per parlare del gothic novel di un coetaneo. Ma si tratta, a ben vedere, di un atteggiamento più generale, quasi una *vox populi* (che, come le promette il proverbio, aspira a tramutarsi in una *vox Dei*): l'impressione che, nella ricezione di un libro, lo stile stia diventando semplicemente irrilevante.

Il tratto più vistoso di questa tendenza è che, mentre nel Novecento i narratori antistilisti si riconoscevano per lo stile minimo, i loro eredi esibiscono piuttosto un espressionismo forzato e volontaristico. Metafore azzardate, similitudini sgradevoli pensate per catturare al volo l'attenzione di chi legge, continue ridondanze al limite del pleonasma... Lo si nota particolarmente con i romanzieri di genere (gli anti-stilisti

per eccellenza, se badiamo alle loro dichiarazioni di poetica), i quali nel Novecento si attenevano a una prosa quanto più semplice possibile, per non stancare il lettore, mentre oggi non fanno che sovraccaricare la pagina di fuochi d'artificio. Con l'obiettivo, è chiaro, di inseguire un pubblico distratto e un poco frettoloso, forse nella speranza di tenere testa alla iperstimolazione dello spettatore che da trent'anni caratterizza il cinema contemporaneo.

Qualcuno potrà persino rallegrarsi di tale mutamento, che è anche un ritorno al passato. Prima del culto romantico del genio e dell'eccesso, per secoli lo stile è stato innanzitutto sinonimo di controllo, e i grandi teorici della retorica hanno sempre temperato la vecchia massima secondo cui «lo stile è l'uomo» con la constatazione che ogni scrittore provetto deve anzitutto saper dominare i propri strumenti e adattare il tono alla situazione. Una pratica che, appunto, richiede per prima cosa quella autodisciplina di cui proprio gli anti-stilisti di oggi sembrano difettare.

Questo vale per gli scrittori. Nei critici l'inconsueta disponibilità a disfarsi della nozione di stile ha invece una diversa origine. Qui si direbbe che l'estetica letteraria stia semplicemente entrando nell'orbita delle arti visive. Il pregiudizio antistilistico sembra nascere infatti dalla tendenza a interpretare la pubblicazione di un'opera letteraria con le stesse categorie con cui giudicheremmo una performance, vale a dire un puro gesto estetico, senza produzione (se non, al limite, nella forma surrettizia del video o delle fotografie che la documentano): un gesto che si esaurisce in sé stesso e che punta tutt'al più a suscitare scandalo nel circuito della

comunicazione. Ma che per questo, a condizione che qualcuno reagisca, può prescindere completamente dallo stile.

Consapevolmente o inconsapevolmente, la ridefinizione del campo artistico messa in atto negli anni Sessanta è giunta oggi a influenzare anche la letteratura. Se un romanzo e un poema sono solo un gesto, è inutile interrogarsi troppo sul loro stile: il loro significato sarà tutto nel progetto che li sorregge, o al massimo nella loro sintomaticità sociale, secondo la formula ben nota per cui a tanto maggiore scandalo (o, nel caso della letteratura, a tante più copie vendute) deve corrispondere necessariamente tanto maggior valore. Lo straordinario culto contemporaneo di Pasolini si ispira non sorprendentemente alla medesima logica. Qui non contano le sue pellicole (la musica di Bach per accompagnare la periferia desolata di Roma, l'insistere sui volti scavati degli attori, il bianco e nero di Tonino Delli Colli), come non conta la musicalità del friulano de *La meglio gioventù* o l'intelligenza dei saggi di *Descrizioni di descrizioni*. Conta soltanto il personaggio: il polemista, il provocatore, alla luce delle cui invettive e profezie viene riletta un'opera ridotta ormai a poco più di una nota a piè di pagina nella biografia del gran suscitatore di scandali di Casarsa.

Forse la vera posta in gioco è proprio qui: rinnegare lo stile vuol dire – automaticamente – cominciare a rinnegare il valore delle opere. E questo, come scrittori, è meglio non dimenticarcelo mai. Se non vogliamo trasformarci nei *performer* di noi stessi o negli ospiti fissi, magari ben retribuiti, di un talk show notturno.

«Da qualche tempo, infatti, l'affermazione che lo stile non ha alcuna importanza per giudicare del valore di un romanzo ricorre sempre più spesso nelle recensioni di critici autorevoli»

Il prezzo fisso salverà il libro?

Giuliano Vigini, *Avvenire*, 30 agosto 2011

Dal primo settembre entra in vigore la legge che fissa alla percentuale del 15 per cento lo sconto massimo possibile sul prezzo di vendita dei libri. In questi mesi se ne è discusso molto e se ne continua a discutere, in senso generalmente positivo, pur non mancando le posizioni contrarie. Personalmente, ho già avuto modo di esprimermi a favore, considerando l'equità di una legge che cerca di conciliare in modo equilibrato interessi diversi, senza penalizzare troppo nessuno. Vorrei ricordare che, ai tempi della Commissione nazionale del libro (1997), le posizioni in merito allo sconto massimo da applicare erano tra il 10 per cento (Associazione librai italiani, Associazione italiana piccoli editori) e il 20 per cento (Associazione italiana editori). Come già in via sperimentale per un anno, tra il 2001 e il 2002, ora si è arrivati al traguardo di un soddisfacente punto di compromesso, il cui scopo è soprattutto quello di salvaguardare i piccoli (librai e editori) che non hanno possibilità di concedere sconti superiori a una determinata soglia, come possono fare invece i gruppi, le catene, la grande distribuzione, le librerie in internet... È pur vero che la situazione del libro nel suo complesso resta disomogenea in Europa perché, pur applicando gran parte dei paesi dell'Unione europea il regime del prezzo fisso, per legge o per effetto di accordi tra associazioni di categoria (in Danimarca fin dal 1837, in Germania dal 1888), gli sconti consentiti variano poi da paese a paese, perfino da settore a settore. Del resto, sono diversi i contesti, le situazioni di mercato, l'Iva applicata ai libri rispetto agli altri prodotti (dallo zero per cento di Regno Unito, Irlanda e Norvegia, al 4 per cento di Italia, Spagna e Grecia, fino al 25 per cento di Danimarca e Svezia), i margini di redditività eccetera. In realtà, se lo sconto in eccesso era un problema, il vero nodo per l'Italia è la più volte verificata impossibilità di riuscire a creare per l'editoria un quadro di riferimento organico nel quale tutti gli

attori della filiera del libro possano trovare le condizioni di base del loro sviluppo e nel quale, al tempo stesso, la lettura riesca a espandersi in misura significativa su tutto il territorio. Sono due linee d'intervento che devono procedere insieme, dato che non si tratta di vendere occasionalmente più libri. Si tratta soprattutto di allargare la base del mercato, ossia aumentare i lettori e renderli stabili. I numeri parlano chiaro. Se soltanto il 46,8 per cento degli italiani dai sei anni in su ha letto nel tempo libero almeno un libro nel corso dell'ultimo anno, già in Francia (dai quindici anni in su) quella percentuale sale al 70 per cento. Per non parlare degli altri paesi – nordici in particolare – che hanno livelli di lettura ancora più alti. Verrebbe da dire che l'editoria, per come l'Italia è messa nella lettura e per come è difficile riuscire a promuoverla in modo solido sui tempi lunghi, fa già miracoli. A cambiare in meglio le cose ci hanno provato in tanti. A leggere le cronache librerie di fine Ottocento e d'inizio Novecento, si resta impressionati dal constatare come i problemi di oggi siano gli stessi di allora. Senza tornare indietro a quando eravamo bambini, in tempi più recenti si è tentato, con i lavori preparatori e poi con la Conferenza nazionale del libro di Torino (20-21 novembre 1997), di indicare alcune essenziali «linee d'intervento per lo sviluppo dell'editoria e della lettura». Ma tutto è rimasto lettera morta, così come le successive proposte di legge avanzate da vari deputati o la più recente (2009) proposta dei librai di detrarre fiscalmente le spese dei libri di testo e degli altri materiali scolastici. Qualcuno potrebbe osservare che, in tempi di vacche magre – anzi anoressiche –, è difficile trovare per i libri quello che non si trova per altri settori. E anche questo è vero. Salvo considerare che l'istruzione e la cultura – che per fortuna passano ancora per i libri – hanno un peso non indifferente nello sviluppo civile ed economico di un paese, come ampiamente dimostrano anche gli ultimi 150 anni della nostra storia editoriale. Il che significa che non bisogna abbandonare la speranza (e l'impegno) di poter vedere, prima o poi, qualche risultato importante e durevole.

Il libro, dall'idea al magazzino

Giovanni Carletti, *il manifesto*, 30 agosto 2011

Mettiamo che sia un giovedì di fine marzo. Il libro è in programma per luglio, ancora non esiste una versione definitiva in mano alla redazione ma l'autore ha ormai completato sette capitoli su dieci. Una gran parte di questi li abbiamo rivisti assieme, eliminando interi periodi, spostando paragrafi, cancellando e aggiungendo. Oggi, però, ci sarà la riunione redazionale per decidere il titolo definitivo e la copertina. All'incontro, che riguarda tutti i libri in uscita a giugno e luglio, sono presenti l'editore, il direttore commerciale, la direttrice della comunicazione, la responsabile del programma, tutti gli editor, la caporedattrice, il capo ufficio stampa e la responsabile dei diritti esteri. Sarà una lunga giornata.

Cominciamo. Su una mensola vengono sistemate cinque o sei prove di copertina. Tutti abbiamo in mano la scheda che riguarda il libro e che sarà poi utilizzata nella brochure che i promotori porteranno ai librai per raccogliere le prenotazioni. Gli editor prendono la parola a turno per raccontare e spiegare le caratteristiche del libro che hanno seguito, i punti di forza e quelli di debolezza, le qualità dell'autore e la sua efficacia alla radio, alla tv o sui giornali. L'attenzione si sposta sulle copertine, alcune vengono scartate immediatamente, finiamo per concentrarci sempre su due alternative sulle quali i pareri divergono piuttosto radicalmente. La discussione rischia di farsi infinita. Votiamo.

A questo giro mi è andata piuttosto bene. L'immagine di copertina mi convince, mi pare rispecchi abbastanza quello che spero sarà il libro. Abbiamo soltanto aumentato il corpo del carattere con il quale era presentato il nome dell'autore, che altrimenti rischiava di essere illeggibile. Il titolo è sembrato efficace, adatto alla collana, si spera che «parli» a chi lo recensirà, al nostro lettore più tradizionale e a quello più occasionale, a chi acquista d'impulso.

La riunione è finita, prendo il telefono e descrivo all'autore la nostra scelta. Silenzio dall'altro capo. Spedisco una mail con il pdf della copertina per chiarire la scelta dei colori e della composizione di testo e immagine. Suona il telefono: «Ci ho ripensato. Mi pare che funzioni... e poi siete voi gli esperti». L'entusiasmo non è alle stelle ma ci siamo.

Ormai sono i primi di maggio, la prossima settimana in molti saremo a Torino per il Salone. È lunedì e la caporedattrice è infuriata: le avevo promesso la consegna del testo definitivo per la fine della settimana scorsa, l'uscita rischia di saltare. I capitoli sono tutti pronti ma c'è una conclusione ancora da sistemare, manca un passaggio forte, un esempio che permetta di chiudere con efficacia il libro. È da diversi giorni che ci stiamo accapigliando, io per una strada, l'autore per un'altra. Mi promette le ultime pagine per martedì sera. Arriveranno venerdì, poco prima della chiusura dell'ufficio, dopo molte mail e diverse telefonate. Però raggiungono lo scopo, non si limitano a un banale compromesso, funzionano.

Siamo alla fine di giugno, a Roma il caldo si fa sentire. Mancano quindici giorni all'arrivo in libreria. Oggi riceviamo le copie finite, quelle che poi andranno ai recensori e ai media.

Scendo in magazzino e prendo in mano il libro per la prima volta. Cominciano a saltarmi agli occhi le imperfezioni, mi tornano i dubbi sul titolo. Non era meglio quello che A. aveva proposto all'inizio? Si saranno ricordati di cambiare quel paragrafo che avevamo sostituito in bozze? Che effetto farà a chi se lo trova sul bancone? E se la libreria decide di metterlo nel settore «Viaggi» invece che «Attualità»?

Risalgo alla mia scrivania. L'autore mi chiama, è contento, vede finalmente la forma del suo lavoro. Le aspettative ora sono molto alte. Ci crede, lotterà per sostenerlo. Ma l'ansia per il pezzo che non esce arriverà anche quella, e la presentazione andata a vuoto...

Tutto era cominciato diversi mesi prima, in una giornata già autunnale, vicino alla Stazione Centrale di Milano. Allora non avevo mai visto l'autore. L'appuntamento era per parlargli di un'idea che già da tempo mi girava per la testa. Nella saggistica molto spesso sono gli editor a commissionare il libro, o quantomeno a orientare gli autori verso una certa direzione. Raramente ci sono dattiloscritti già pronti o abbozzati da valutare o su cui intervenire. Al massimo c'è un progetto, un indice + una cartella di presentazione, per farsi un'opinione e giudicare interesse e potenzialità. L'autore è contento dell'incontro. Perché ho pensato a lui? La scelta lo ha un po' spiazzato («come? la casa editrice di Croce?») ma il progetto lo interessa. Vorrebbe dargli una direzione un po' diversa, più sua. Ne parleremo a lungo, anche al telefono, nei giorni successivi. Studieremo e confronteremo gli altri volumi giù usciti sull'argomento.

Lo schema del lavoro gira tra gli altri editor, fioccano le obiezioni. In quale collana lo facciamo uscire? Che dimensioni avrà? Un taglio del genere è in linea con il nostro catalogo e la nostra impostazione? Secondo A. l'indice non è sufficientemente coerente e strutturato. B. e C. pensano che sia necessario aggiungere un capitolo finale. Mi rendo conto di essermi affezionato all'idea ma di avere sorvolato su molte altre questioni. Ridiscutiamo a fondo il progetto con l'autore e lo ricalibriamo. In riunione all'editore piace. Ma quale sarà il titolo? L'autore non è molto soddisfatto dell'anticipo

che gli propongo. Ci crediamo veramente? Quante copie ci aspettiamo di venderne? Alla fine però l'accordo lo troviamo. Finalmente si parte.

Il primo capitolo non funziona, il tono non è giusto, in alcuni punti i passaggi sono troppo bruschi e in altri si scende in dettagli inutili. Da un lato l'autore ha scelto una scrittura letteraria, quasi da romanzo, e dall'altro inciampa in vezzi accademici. Provo a dare indicazioni, elimino frasi e chiedo integrazioni. Leggono anche gli altri editor, le perplessità sono comuni. L'autore si blocca. Ci rivediamo a casa sua e lavoriamo assieme tutto il giorno. Poi di nuovo al tavolino di un bar. È preoccupato dai tempi stretti, un po' deluso dai commenti, li trova troppo duri. Per due mesi silenzio. Risposte secche ai messaggi, poche telefonate, blande rassicurazioni. Temo che tutto possa saltare.

Poi, all'improvviso, arrivano settanta pagine. Stampo e porto a casa. Sorpresa. Non è come lo avevo immaginato, è molto personale e forse proprio per questo mi appassiona. Ci sono imperfezioni, frasi da eliminare, errori, sviste. Però è buono, per nulla banale. Finalmente sta prendendo senso, sta prendendo forma. Non ne ho scritto una parola ma in qualche modo mi appartiene. È un «mio» libro. Sì, ma già mi chiamano in riunione per le uscite di settembre, e bisogna rispolverare quella idea che non sappiamo a chi affidare, e valutare il nome proposto da uno dei redattori. Niente male in effetti quel nome, e se lo sentissimo subito?

«Non era meglio quello che A. aveva proposto all'inizio? Si saranno ricordati di cambiare quel paragrafo che avevamo sostituito in bozze? Che effetto farà a chi se lo trova sul bancone? E se la libreria decide di metterlo nel settore “Viaggi” invece che “Attualità”?»